

## Campaña de comunicación para promover la Unidad de Salud de la Universidad de San Carlos de Guatemala dentro del campus central.



Proyecto de graduación presentado por:  
**Julio César Morales Cifuentes**  
Previo a optar al título de Licenciado en  
Diseño Gráfico con Énfasis en Creatividad  
Guatemala, Marzo 2018



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

**Universidad De San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico**

**“Campaña de comunicación  
para promover la Unidad de Salud  
de la Universidad de San Carlos de Guatemala  
dentro del Campus Central.”**

**Presentado por  
Julio César Morales Cifuentes**

**al conferírsele el Título de  
Licenciado en Diseño Gráfico**

**Guatemala, marzo de 2018**

**“El autor es responsable de las doctrinas sustentadas, originalidad y contenido del Proyecto de Graduación, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos”**

## **Junta Directiva de la Facultad de Arquitectura**

Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón	Decano
Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea	Vocal I
Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini	Vocal II
MSc. Arq. Alice Michele Gómez García	Vocal III
Br. María Fernanda Mejía Matías	Vocal IV
Br. Lila María Fuentes Figueroa	Vocal V
Msc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos	Secretario

## **Tribunal Examinador**

Arq. Gabriel Barahona	Asesor de Proyecto de Graduación
Arq. Julio Tórtola Navarro	Asesor de EPS
Licda. Emperatriz Pérez	Asesora de la Temática
Dr. Byron A. Rabe Rendón	Decano
Msc. Arq. Publio Rodríguez Lobos	Secretario

## Agradecimiento

A Dios, sustentador de toda vida y de la salvación de mi alma, quien en su infinita piedad ha permitido que yo llegue hasta este momento.

A mis Padres, a quienes amo con toda mi alma y quienes se han esforzado por sacarme adelante, Dios los bendiga.

A mis amados hermanos quienes también me inspiran a seguir adelante cada día.

A esta Alma Mater, de bajo de quien se cobija mi conocimiento y en donde me he podido formar como profesional.

A mis asesores, quienes firmemente me recordaron: "En este punto es donde se temple el acero" "Usted tiene la habilidad Julito" sus consejos han sido como piedras preciosas para mí.

A cada uno de mis catedráticos, porque yo soy el reflejo de sus enseñanzas.

A mis amigos que me apoyaron, en las buenas y en las malas, quienes fueron mis manos, mis oídos y mi boca cuando yo no pude estar allí.

A Héctor Lau, quien fue mi consultor.

## Dedicatoria

A Dios porque me dio fuerzas cuando fui débil.

A mis padres, por su eterno e incondicional apoyo.

A mis amados hermanitos, que aunque no están conmigo, están en mi corazón.

A mis maestros, sepan que esta es la culminación de todos sus esfuerzos.

Muy especialmente a Emperatriz Pérez, Salvador Gálvez, Brenda Penados, Maco Morales, Yadira Aguilar, Felipe Hidalgo, Gabriel Barahona, Andrea Pellecer, Alberto Paguaga.

A mis entrenadores y Senseis: Gracias porque me llevaron al límite y me enseñaron el camino de Bushido.

# ÍNDICE

Presentación	5
Capítulo 1	
1.1. Identificación del Problema	12
1.2. Justificación	14
1.3. Objetivos de Diseño	15
Capítulo 2	
2.1. Perfil de la División Unidad de Salud de la USAC	18
2.2. Análisis FODA	22
2.3. Grupo Objetivo	23
Capítulo 3	
3.1. ¿Es posible la calidad de vida dentro de la USAC?	26
3.2. Conceptos fundamentales	29
Capítulo 4	
4.1. Diseño y bocetaje	36
4.2. Grupo Objetivo	37
4.3. Concepto creativo	39
4.4. Primer nivel de visualización	41
4.5. Segundo nivel de visualización	43
Capítulo 5	
5.1. Comprobación de la eficacia	48
5.2. Fundamentación	55
5.3. Códigos de comunicación	56
6. Cotización	62
7. Conclusiones y Recomendaciones	66
Bibliografía	68
Anexos	72

# Presentación

La comunicación ha tenido un papel fundamental en las sociedades a través de las épocas y a lo largo y ancho del mundo. Se puede decir que el ser humano debe hoy parte de su carácter inteligente, al hecho que a lo largo de la historia han habido órganos difusores de comunicación que le han podido nutrir de rica información. La Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC) no es una excepción a esas sociedades, más siendo un ente académico, se vale en gran manera de las comunicaciones, de los materiales que hablan a su público que, mayoritariamente son sus estudiantes. Sin embargo el diseño y la publicidad no son algo que haya sido del uso cotidiano en la mayoría de las dependencias de la USAC y es por eso, que muchos de los estudiantes no conocen la mayoría de los servicios en que la Universidad invierte, para mejorar la salud y el bienestar de ellos. Pero con el reciente auge de la Escuela de diseño gráfico y la creación de licenciaturas en diseño, la USAC ha abierto sus ojos para ver la creciente necesidad que los diseñadores gráficos son parte esencial de sus equipos de trabajo.

En la investigación se encontrará un proyecto desarrollado para suplir una de las tantas necesidades que la Universidad tiene en cuanto a material gráfico, conceptual y de calidad, basado en la investigación de campo y en los criterios de diseño, también busca, como objetivo dar a conocer a los estudiantes del campus central algunos de los servicios que presta la Unidad de Salud. A través del desarrollo de una campaña de comunicación, que se vale de los productos de diseño y de piezas gráficas para distintos medios, con el fin de promover y mantener informados a los estudiantes de los beneficios que la Unidad de Salud puede aportar a su diario vivir.

La incidencia que el proyecto plantea, dependerá en gran manera del seguimiento que se le dé a la campaña y la frecuencia con que se pausen los materiales de comunicación en los distintos medios. A esto se suma la realización de nuevas campañas en distintas fechas periódicas y programadas para reforzar los mensajes que se buscan comunicar. Entonces se hace la relación que a mayor exposición del material hacia el grupo objetivo mayor será la aceptación de éste, hacia los servicios que la Unidad de Salud brinda y el éxito de la campaña será plausible de manera proporcional.

# Capítulo 1

## 1.1. Identificación del Problema

El problema se plantea como: la falta de conocimiento de los servicios que presta y las actividades que organiza la Unidad de Salud para los estudiantes de la Universidad de San Carlos. Este problema puede llevarse a mejor causa, con la ayuda del Diseño Gráfico para elaborar campañas de divulgación e información, además de material de apoyo gráfico para facilitar la comunicación entre Unidad de Salud y los Estudiantes.

### 1.1.1. Antecedentes

En años anteriores se ha aceptado la ayuda de estudiantes del último año de diseño y Practicantes de Publicidad, quienes han colaborado con algún tipo de material de diseño, sin embargo no se ha hecho un trabajo a gran escala para solventar a manera de campaña las necesidades de divulgación de la institución.

### 1.1.2. Intervenciones

Las instituciones que han hecho participación en las actividades de La Unidad de Salud, son la División de Bienestar Estudiantil, y La Dirección General de Docencia principalmente. Otras instituciones que han colaborado con alianzas estratégicas y de promoción, son USAID, SECATID, IntraHealth, facultad de odontología, Condonos Escudo, Condonos Vive; algunos de estos a manera de patrocinadores.

### 1.1.3 Características.

A pesar de ser una división de la unidad de bienestar estudiantil de la Universidad de San Carlos de Guatemala, sin fines de lucro y que presta la gran mayoría de sus servicios gratuitamente, muchos estudiantes no saben de dichos servicios ni de los planes de beneficios que la división brinda a l estudiantado universitario.

La institución maneja, la prevención y la detección temprana de enfermedades.

Atraves de su programa PPIVS difunden un estilo de vida saludable, PIVS maneja sus actividades con ayuda de un grupo de voluntariado, que dona parte de su tiempo y de sus habilidades como estudiantes universitarios para fortalecer el programa.

### 1.1.4 Diagnóstico.

- La institución se vale del programa PIVS, para divulgar su existencia.
- La División tiene poca divulgación en el entorno del campus central.
- La institución no genera mucha audiencia para con el público objetivo.
- Su soporte de divulgación son volantes a una tinta.
- Aún no han implementado el mercadeo de redes sociales.

### 1.1.5 Análisis Gráfico

#### Logo:

El logo es una figura antropomórfica de color negro rodeada por cuatro figuras ovales en superposición, de distintos colores en gradación, así forma un contraste de color en si mismo, con una tipografía Times New Roman Normal que tiene un recorrido curvo sobre la figura antropomórfica.

#### Colores institucionales:

Los colores que maneja la Unidad de Salud son los mismos de PIVS en su diseño ya que estos representan las cuatro áreas principales de la unidad de salud

ACTIVIDAD FISICA C: 84 M:47 Y:0 K:0

NUTRICIÓN C: 0 M: 37 Y: 80 K: 0

SEXUALIDAD C: 0 M: 95 Y: 85 K: 0

ADICCIONES C: 80 M: 1 Y: 78 K: 0



## 1.2. Justificación

### 1.2.1 Magnitud

El beneficio final del este proyecto será reflejado en los estudiantes de la Universidad de San Carlos, que atiendan al Campus Central, que vivan en la Ciudad Capital y su proximidades, con una edad de 17 años en adelante.

### 1.2.2 trascendencia

Por desgracia en la cultura del País, la salud no es tomada como medida preventiva, sino solución por falta de ella, el guatemalteco promedio no tiene una vida plena, y sufre de afecciones tanto físicas como psicológicas.

En cambio el hecho de hacer un proyecto para difundir la existencia y los servicios de unidad de salud como medio de prevención y detección temprana de afecciones patológica, podría mejorar en mucho el estilo de vida de los estudiantes del Campus Central; si tan solo supieran de las prestaciones que la Universidad de San Carlos de Guatemala tiene disponible para ellos de forma gratuita.

Por esto es importante que este proyecto se realice, ya que tiene como objetivo divulgar la existencia y los servicios disponibles los para estudiantes del Campus Central.

### 1.2.3 Vulnerabilidad

El problema en estudio puede ser disminuido en gran manera por el diseño gráfico, en la medida que se haga uso de las comunicaciones para divulgar a los estudiantes dicho problema. Aun así es muy probable que el problema no sea solucionado en un 100% pero eso dependerá del seguimiento que se le dé a la campaña y al proceso de comunicación por parte de la institución.

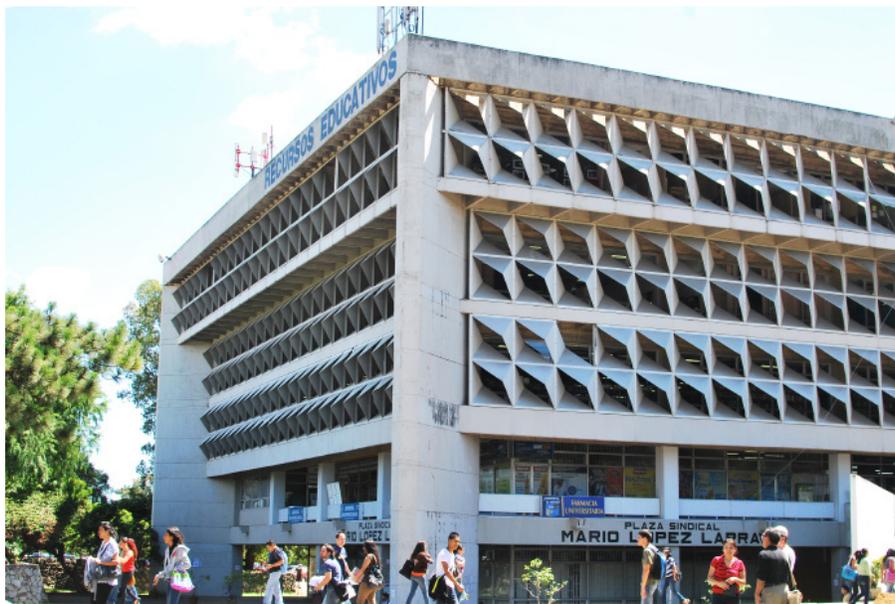
### 1.2.4 Factibilidad

El proyecto tiene un alto grado de factibilidad, ya que la organización para la que se pretende realizar el proyecto maneja una mecánica de intercambios y alianzas estratégicas con proveedores y fabricantes de productos de salud, quienes hacen las veces de patrocinadores de los proyectos de la organi-

zación.

Aun si no se contara con el apoyo de los patrocinadores hoy día contamos con herramientas tecnológicas accesibles y de alto impacto, como son las plataformas virtuales y el mercadeo de redes sociales.

### 1.3. Objetivos de Diseño



Biblioteca Central. Morales, J.C. 2012

#### 1.3.1 *Objetivos Generales*

Desarrollar una campaña comunicación para promover la Unidad de Salud y los servicios que brinda dentro del Campus Central de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

#### 1.3.2 *Objetivos Específicos*

Solucionar en parte el problema de comunicación de la organización, y para ello habrá que valerse de del diseño gráfico, la comunicación visual y la estrategia de mercadeo.

Se espera de este proyecto de tesis el poder promover los productos y servicios que la Unidad de Salud brinda y que los estudiantes, docentes y empleados de la Universidad de San Carlos hagan uso de ellos, esto será visible al comparar el tráfico de personas atendidas antes y después de la campaña que se plantea para promover la Unidad.

# Capítulo 2

## **2.1 Perfil de la División Unidad de Salud de la Universidad de San Carlos de Guatemala**

### *2.2.1 Reseña Histórica*

“El 10 de noviembre de 1971, por Acuerdo de Rectoría No. 7,735 fue creada la Unidad de Salud como parte del Departamento de Bienestar Estudiantil, autorizada por el Consejo Superior Universitario en el Punto Tercero, inciso 3.1 del Acta Número 1,130 de fecha 13 de noviembre de 1,971. El 25 de agosto de 1,981, por Acuerdo de Rectoría Número 699-81, se le da a este Departamento la categoría de División de Bienestar Estudiantil Universitario, conformada por la Sección Socioeconómica, Sección de Orientación Vocacional y Unidad de Salud. El 7 de julio de 1999, se integra la división de Bienestar Estudiantil Universitario a la estructura orgánica de la Dirección General de Docencia, según Punto Segundo del Acta Número 21-99 del Consejo superior Universitario. (U. de Salud USAC, 2011, Pág. 5)”

### *2.1.2 Propósito y actividades principales de la Unidad de Salud*

La unidad de Salud de la Universidad de San Carlos de Guatemala, es una disgrega de la División de Bienestar Estudiantil, que a su vez forma parte de la Dirección General de Docencia. Su propósito principal es la detección y la prevención de males patológicos en los estudiantes de la Universidad. Sus áreas de acción son salud general, salud dental, salud psicológica y Área de Laboratorio. Además promueve el estilo de vida saludable y la prevención de enfermedades de transmisión sexual (ETS) a través de su programa PPIVS.

Además realizan pruebas de salud a estudiantes de primer ingreso y reingreso, en compañía con Departamento de Servicios, de la División de Servicios Generales toman muestras periódicas de alimentos que se venden en el campus para su análisis y visto bueno para su consumo.

Desarrollan programas docentes en servicios que generen conocimiento en el área de la salud, dan consejería en las áreas de salud física y mental a los estudiantes que así los soliciten.

### 2.1.3 Misión

“Detectar y contribuir a la recuperación de la salud del estudiante universitario. Cumplir con la responsabilidad de preservar y mantener sana a la población estudiantil, basados en la creación y coordinación de programas confiables y efectivos que contribuyan a la prevención y promoción de la salud integral del estudiante. (Dirección General de Docencia, 2001, Pág. 71)”

### 2.1.4 Visión

“Ser la dependencia líder, experta, confiable, multi profesional e interdisciplinaria de la Universidad de San Carlos de Guatemala, de la cual emanen las directrices en cuanto a la educación, promoción y prevención de la salud integral del estudiante universitario, que le hagan partícipe de la responsabilidad de adquirir conocimientos necesarios para llevar un estilo de vida sano que se traduzca en un mejor rendimiento académico y cuyos programas se descentralicen y se apliquen a todos los estudiantes de centros regionales, bajo una supervisión directa que permita la uniformidad en la calidad de los mismos y cubran necesidades de atención en salud. (Dirección General de Docencia, 2001, Pág. 71)”

### 2.1.5 Objetivos Docencia

“Ofrecer a las unidades académicas de la Universidad de San Carlos, un área integrada de investigación, docencia y extensión en las ciencias de la salud para que sus estudiantes tengan la oportunidad de realizar su práctica. Crear en coordinación con las respectivas unidades académicas programadas para que los estudiantes que realizan su práctica adquieran experiencias de acuerdo al proceso de enseñanza-aprendizaje y que los mismos se adecuen a su correspondiente currículo. Capacitar y formar a los estudiantes que realizan su práctica en la Unidad de Salud para que tengan un desempeño efectivo en sus tareas. Diseñar y desarrollar programas permanentes de promoción y protección de la salud dirigidos a toda la población estudiantil universitaria. (Dirección General de Docencia, 2001, pág. 71)”

### 2.1.6 *Objetivos de Investigación*

“Investigar el estado físico, emocional, social y ambiental del sector estudiantil, ya sea catalogado éste como sano, en deterioro o enfermo, por medio de exámenes de salud en todas sus fases (medicina, psicología, odontología y laboratorio). Evaluar periódicamente la eficiencia y eficacia de los programas de salud. (Dirección General de Docencia, 2001, pág. 72)”

### 2.1.7 *Objetivos de Extensión*

“Detectar tempranamente las deficiencias de salud del estudiante universitario y resolver las ya establecidas a través de las siguientes actividades: consulta externa, (medicina general, psicología, odontología y laboratorio clínico según se requiera), atención de emergencias, referencias a hospitales nacionales, seguro social u otras entidades similares, según el nivel secundario de atención. Capacitar a promotores de salud como agentes multiplicadores de educación en salud. Interrelacionar con dependencias similares, de tal forma que se unan esfuerzos encaminados a la recuperación, promoción y protección de la salud del estudiante universitario. Incentivar actitud permanente preventiva de enfermedad y promoción de salud en la comunidad universitaria. Coadyuvar a establecer programas de saneamiento ambiental en la Universidad de San Carlos de Guatemala. (Dirección General de Docencia USAC, 2001, pág. 72)”

### 2.1.8 *Políticas Institucionales*

“Ampliación de la cobertura de los servicios mediante programas autofinanciables, mejoramiento de la calidad del servicio a través de la capacitación del personal y la incorporación de estudiantes del EPS con altos méritos académicos. Estas políticas responden a las políticas generales de la Universidad de San Carlos de Guatemala. (Unidad de Salud USAC, 2001, Pág. 7)”



A través de su área PPIVS, difunden información sobre sexualidad y estilos de vida saludable.  
Foto: Morales, J.C. 2012

### 2.1.9 Estructura Organizacional

“La Unidad de Salud es una de las tres secciones en que está integrada la División de Bienestar Estudiantil, la que a su vez es una unidad ejecutora con nivel administrativo de departamento la cual depende directamente de la Dirección General de Docencia de la Universidad de San Carlos de Guatemala, siendo ésta última una institución autónoma” (Unidad de Salud USAC, 2011, Pág. 6)”

### 2.1.10 Actividades de la Unidad de Salud

Las actividades de la unidad de salud están enfocadas a la prevención, detección y asesoramiento y consejería hacia los estudiantes de la USAC.

## 2.2. Análisis FODA

Fortalezas	<p>Presupuestada por de la Universidad de San Carlos de Guatemala.          Varios años de Experiencia positiva.          Equipos de trabajo Multidisciplinario.          Servicios completamente gratuitos para los estudiantes de la USAC.          Colaboración de Otras Unidades de la Dirección General de Docencia.</p>
Oportunidades	<p>Aceptar estudiantes de EPS para colaboración con sus proyectos.          Divulgación de sus campañas Publicitarias y sus comunicados a través de medios no tradicionales y medios Digitales para economizar.          Implementación de tecnologías digitales móviles por parte de los estudiantes.          Gestión de bases de datos de la División de Orientación Estudiantil.</p>
Debilidades	<p>Falta de Material Publicitario y divulgativo para sus actividades.          Falta de conocimiento por parte de los estudiantes del campus central.          Falta de un diseñador dentro de su grupo de trabajo.          Poco presupuesto asignado a la reproducción de material impreso publicitario.</p>
Fortalezas	<p>El cierre del Campus Central, que atrasa sus actividades y releentiza los procesos laborales.          Apatía por parte de los estudiantes ante sus actividades.          Emergencias Nacionales que impidan la movilización de los estudiantes hacia la USAC.</p>

Fuente DG: Morales J. C. 2012

## 2.3. Grupo Objetivo



PPIVS hace alianzas estratégicas con diferentes instituciones. En La Fotografía se aprecia una actividad realizada por PPIVS para los estudiantes de la Universidad en Colaboración con La Ciclovía Municipal.

Foto: Morales, J.C. 2012

El grupo objetivo está formado por los estudiantes de primer ingreso de la Universidad de San Carlos de Guatemala, que atiendan sus estudios en el campus central (lugar para el cual se realizara el proyecto) que son candidatos inmediatos a realizarse el examen de salud, que es un requisito indispensable para la reinscripción de años posteriores. Los estudiantes de todas las facultades de reingreso aun no graduados que atiendan sus estudios en el Campus Central de la USAC. Docentes y personal administrativo también gozan de estos planes de beneficios, y pueden ser un medio por el cual se pueda divulgar a los estudiantes los servicios que Unidad de Salud Presta.

“Cabe mencionar que la Unidad de Salud, DBEU, donde se atiende un promedio de 1,481 estudiantes de primer ingreso a través del programa de “Detección Temprana de Enfermedades”, en su Informe del año 2010, registró que el 50% de estudiantes de primer ingreso tiene una mala condición física; el 11% fuma; el 28% ingiere alcohol y un 30% tiene problemas de sobrepeso y obesidad; estadísticas que empeoran en el transcurrir de la vida universitaria. Debido a la falta de promoción de programas de actividad física y deporte, la mayoría de estudiantes vive una vida sedentaria (53.4%) y egresa de la universidad con sobrepeso, obesidad y problemas en su salud. (Sologaitoa, 1998.) ”

### 2.3.1. Perfil Geográfico:

Región: Guatemala

Población: 14.026.947 habitantes

Clima: tropical Húmedo

Área: metropolitana Urbana

### 2.3.2. Perfil Demográfico:

Género: Ambos Sexos

Nacionalidad: Guatemaltecas

Religión: Laica

Idioma: Español

Ocupaciones: estudiantes, profesionales,  
trabajadores de Universitarios.

Residencia: Principalmente la Ciudad Capitalina  
y Area metropolitana.

Nivel Académico: Estudios Universitarios,  
Pos-grado Universitario



Jovenes integrandose a actividades ludicas de PPIVS Foto: Morales, J.C. 2012

# Capítulo 3

### 3.1. ¿Es posible la calidad de vida dentro de la USAC?

La mayoría de los estudiantes de la USAC tienen un acercamiento mínimo con los servicios de salud durante el primer año de su etapa como estudiantes, esto es cuando por requisito de reinscripción han de hacerse el examen de salud, que es realizado en las instalaciones del edificio de Bienestar Estudiantil del campus central. Este examen es ejecutado por el equipo multidisciplinario de profesionales de la salud (médicos, psicólogos, pedagogos, dentistas).

¿Pero que pasa luego de ese efímero encuentro con los servicios de la Unidad de Salud? La gran mayoría de los estudiantes, solo saben una vez más de estos servicios, al momento que son cursantes de los últimos semestres de sus estudios, ya que el examen de salud es una vez más un requisito para graduarse o para asignarse EPS.

Este periodo de desaprovechamiento de estos servicios es en exceso largo ya que en el años 2004 el promedio de años que un estudiante pasaba en las aulas de la USAC era de 10 años, siempre hay excepciones en los dos extremos, hay estudiantes que terminan en cinco o seis años sus carreras y otros pasan más de diez años en las aulas de la Universidad.

De lo anterior, tenemos que el estudiante promedio pasa unos ocho años de silencio en cuanto al tema de los servicios de la Unidad de Salud, esto no quiere decir de que muchos de ellos pasan ocho años enfermos, siempre tienen la opción de tratarse con un medico particular, sin embargo muchos estudiantes tienen un deterioro de su salud agravado y hasta una muerte prematura a causa de su estilo de vida universitario. Es alarmante la cantidad de estudiantes que cada semana se hacen pruebas de detección de VIH, o son intoxicados con alimentos que consumen en los alrededores del campus, también mencionamos la cantidad de sobre peso que hay entre los estudiantes de último años en referencia a ellos mismos cuando empezaron a estudiar en la universidad, otros adquieren vicios que no tenían al ingresar como estudiantes, como por ejemplo fumar, beber bebidas alcohólicas, o consumir otros tipos de drogas. Esto es demostrado por los exámenes de salud que se hacen a todos los estudiantes al empezar en la universidad y al terminarla. La Unidad de Salud tiene una labor principal que es la prevención y detección temprana de todos estos males que aquejan a los estudiantes; ya que brinda servicios de medicina general, dentista, laboratorio, psicología, y sexualidad. Además de promover el estilo de vida saludable a través de sus programa PPIVS.



Actividad coordinada por PPIVS y la Municipalidad de Guatemala. Foto: Morales, J.C. 2012

Se ha de pensar que con todos estos servicios y que además son gratis la Unidad de Salud ha de estar abarrotada día con día y no queda espacio en su agenda para un alma más, pero por desgracia no es así ya que no cuentan con material divulgativo adecuado para promover sus servicios, ni con estrategias adecuadas y publicidad creativa para dar a conocer como ente velador de la salud universitaria.

Luego de hacer un diagnóstico basado en la investigación los precedentes y analizar al grupo objetivo, se plantea hacer una campaña publicitaria para dar a conocer sus servicios como unidad, con la finalidad de que los estudiantes conozcan estos beneficios que están a su disposición de manera gratuita. La campaña que además de proponer piezas gráficas, plantea concepto para que pueda ser utilizado por la Unidad de Salud, y así mejorar el desarrollo de las actividades.

## Conclusión del capítulo tres

Es importante que los estudiantes universitarios usen los servicios de la Unidad de Salud para mejorar su calidad de vida, mientras atiendan sus estudios en el campus.

Para comunicar adecuadamente el mensaje, se ha basado la estrategia en investigación del grupo objetivo y de la Unidad de Salud, como organización dedicada a la salud preventiva, además de la revisión de sus precedentes y las proyecciones a largo plazo.

Se concluye que la campaña planteada como proyecto, es fundamental para promover los servicios de la Unidad de Salud de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Los conceptos creativos aquí planteados surgen de la combinación de solventar creativamente la necesidad de la Unidad de Salud de tener material publicitario como dependencia y de una investigación exhaustiva de los actividades y el público objetivo y el marco contextual de la institución.



Actividad coordinada por PPIVS y la Municipalidad de Guatemala. Foto: Morales, J.C. 2012

## 3.2. Conceptos Fundamentales

Para entender de mejor forma lo que se plantea se han disgregado conceptos fundamentales de diseño y publicidad, además de términos relacionados para que esta obra pueda ser entendible para otros lectores que no están familiarizados con el diseño y la publicidad.

### *Diseño*

“muchos piensan en el diseño como un tipo de esfuerzo dedicado a embellecer la apariencia exterior de las cosas” “El diseño es un proceso de creación visual con un propósito, a diferencia de la pintura y la escultura que son la realización de la visión personal y los sueños del artista, el diseño cumple exigencias prácticas.” (Wong, 1995, P. 41)

### *Publicidad*

“Es hacer público un mensaje sobre algo o alguien. Dar a publicidad es lo contrario de mantener en secreto; el discurso que hay detrás de toda publicidad motiva a la gente a adherir a algo conocido por todos, algo público. El valor comercial que tiene la publicidad como factor de influencia se basa no sólo en hacer conocer las características y las cualidades de determinado producto o servicio sino en que este conocimiento sea compartido por otros” (Bonta & Farber, 1994, P.13)

### *Campaña Publicitaria (de comunicación)*

“Es un esfuerzo publicitario compuesto de más de una pieza o de más de un medio. Una serie de avisos en revistas constituye una campaña, de la misma manera que un esfuerzo conjunto de un anuncio por televisión, acompañado de diarios y vía pública, merece la misma denominación. Por lo general, las piezas que componen una campaña tiene cierta sinergia entre sí, constituyen una misma idea o estrategia general y/o desarrollan un sentido más amplio a través del conjunto, que no se ve cubierto por una sola de las piezas tomada individualmente. Campaña comprende, también, todos los esfuerzos publicitarios que guardan parentesco o coherencia y que una empresa hace a través de un lapso prolongado de tiempo.” (Bonta & Farber, 1994, P. 128-129)

## Marketing

Según Bonta y Farber definen el marketing como: “una disciplina que utiliza una serie de herramientas (investigación de mercados, segmentación, posicionamiento, Etc.) que sirve para agregar valor a las marcas en términos perceptibles para el consumidor.” (Bonta & Farber, 1994, P.19)

### Módulo

Cuando un diseño ha sido compuesto por una cantidad de formas, las idénticas o similares entre si son formas unitarias o módulos. Que aparecen más de una vez en el diseño.

La presencia de módulos tiende a unificar el diseño. Los módulos pueden ser descubiertos fácilmente en un diseño si los buscamos un diseño puede contener más de un conjunto de módulos” (Wong, 1995, P. 51)

### Estructura

“Casi todos los diseño tienen una estructura, la estructura debe gobernar la posición de las formas en un diseño ¿Por qué un grupo de módulos aparece dispuesto en fila, equidistantes el uno del otro? ¿Por qué un grupo de módulos sugiere un dibujo circular? La estructura es la disciplina que subyace bajo tales disposiciones. La estructura, por regla general, impone orden y determina las relaciones internas de las formas de un diseño. La estructura puede ser formal, semi formal o informal, puede ser activa o inactiva, invisible o visible.”

(Wong, 1995, P. 59)

### Concepto Creativo

“Es una formulación construida para sintetizar todos aquellos elementos que permiten transmitir la diversidad de información y la profundidad de comunicación que el anunciante desea establecer con su mercado. En el papel de uso comunicativo, el concepto surge de la codificación y se fundamenta en el carácter del producto, del anunciante, del mercado y por supuesto, de la marca. Empleando el análisis de Christian Regouby, la trascendencia de los conceptos se puede establecer a partir de tres dimensiones: a) La profundidad: Raíces culturales del concepto. b) La amplitud: Aplicaciones del concepto. c) La perennidad: Duración del concepto” (Reyes, 2006)

## *Analogía*

“La analogía es la relación de semejanza entre dos o más cosas. Es además un proceso de pensamiento fundamentado en la existencia de casos paralelos. Para que las analogías sean útiles es preciso elegir como termino analógico una situación que sea bien conocida para su uso como punto de referencia.” (De Bono, 1970, P. 182)

## *Comunicación*

“Es poner en contacto al emisor del mensaje con el receptor del mensaje. La posibilidad de comunicar es una característica de la buena publicidad, pero no de toda publicidad.

No obstante esta importante diferencia entre publicidad y comunicación, ambas expresiones tienden a usar como sinónimos. Es así como se habla indistintamente de publicidad masiva o comunicación masiva” (Bonta & Farber, 1994, P. 113-114)

## *Brief*

“Brief quiere decir breve. El Brief es un resumen de los elementos más relevantes de una marca para dar punto inicial a un proceso que puede ser un desarrollo de packaging, un desarrollo de fórmula, una promoción, una investigación de mercado, una campaña publicitaria, Etc.

El brief más utilizado es el brief creativo. Éste es el punto de partida y el estímulo de proceso creativo. Debe resumir las ideas, la documentación y las discusiones habidas hasta la fecha, pero no sustituirlas. Todos los temas requieren un temas original y claro, su contenido debe ser conciso, pero debe incluir lo que puede ayudar a generar buenas ideas” (Bonta & Farber, 1994, P. 137)

## *Grupo Objetivo*

“Es el público objetivo al que va dirigida una campaña. Para definir el grupo objetivo dentro del universo se utilizan las mismas herramientas que se emplean en la segmentación, es decir, variables duras y variables blandas. Las mediciones de audiencia definen un abanico de grupos objetivos, solamente con las tres variables duras: edad, sexo, nivel socioeconómico. Cada grupo objetivo tiene distinta exposición a los diferentes medios. Las

distintas mediciones brindan información para optimizar una pauta. Conocer las actitudes de un target frente a los medios hace más fácil contactarlos al mejor costo" (Bonta & Farber, 1994, P. 150)

## *Universidad de San Carlos de Guatemala*

Es la única Universidad estatal y autónoma de Guatemala. También conocida como USAC, es la universidad más grande, prestigiosa y antigua de Guatemala, fundada el 31 de enero de 1931 por Real Cédula del Rey Carlos II, se ubica en la Ciudad Universitaria, Zona 12 del municipio de Guatemala.

"La tricentaria Universidad de San Carlos fue fundada en 1676 por Real Cédula emitida por Carlos II, abrió sus aulas en 1681 y, luego, recibió el título de pontificia. Desde entonces no ha cesado de cumplir con la finalidad de formar profesionales, primero con el énfasis en la filosofía escolástica y, después de la participación del franciscano Antonio Liendo y Goicoechea a finales del siglo XVIII, con la introducción de la ciencia y tecnología de su época" (Gonzales, 1997, P.134)

## *Campus*

Son los bienes muebles e inmuebles comprendidos dentro de los límites de una universidad, como por ejemplo Terrenos, jardines, edificios ETC.

## *Salud*

"La salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no sólo la ausencia de enfermedad o dolencia" Definición de Salud de la Organización Mundial de la Salud (OMS, 1947)

## *Calidad de vida*

Según la OMS, la calidad de vida es:

"la percepción que un individuo tiene de su lugar en la existencia, en el contexto de la cultura y del sistema de valores en los que vive y en relación con sus objetivos, sus expectativas, sus normas, sus inquietudes. Se trata de un concepto muy amplio que está influido de modo complejo por la salud física del sujeto, su estado psicológico, su nivel de independencia, sus relaciones sociales, así como su relación con los elementos esenciales de su entorno" (OMS, 2011)

## Medicina

“La medicina (del latín medicina, derivado a su vez de mederi, que significa ‘curar’, ‘medicar’; originalmente ars medicina que quiere decir el ‘arte de la medicina’)<sup>1</sup> es la ciencia dedicada al estudio de la vida, la salud, las enfermedades y la muerte del ser humano, e implica el arte de ejercer tal conocimiento técnico para el mantenimiento y recuperación de la salud, aplicándolo al diagnóstico, tratamiento y prevención de las enfermedades. La medicina forma parte de las denominadas ciencias de la salud.” (<http://es.wikipedia.org>, 2012)

Con la síntesis de los conceptos anteriores y valiéndose del cronograma de actividades de la institución en cuestión se han generado las siguientes propuestas de concepto creativo.

# Capítulo 4

## 4.1. Diseño y Bocetaje

### 4.1.1. Brief Racional

#### *Organización:*

Universidad de San Carlos de Guatemala: Área de Unidad de Salud

#### *4.1.1.1 Reseña Histórica*

“El 10 de noviembre de 1971, por Acuerdo de Rectoría No. 7,735 fue creada la Unidad de Salud como parte del Departamento de Bienestar Estudiantil, autorizada por el Consejo Superior Universitario en el Punto Tercero, inciso 3.1 del Acta Número 1,130 de fecha 13 de noviembre de 1,971. El 25 de agosto de 1,981, por Acuerdo de Rectoría Número 699-81, se le da a este Departamento la categoría de División de Bienestar Estudiantil Universitario, conformada por la Sección Socioeconómica, Sección de Orientación Vocacional y Unidad de Salud. El 7 de julio de 1999, se integra la división de Bienestar Estudiantil Universitario a la estructura orgánica de la Dirección General de Docencia, según Punto Segundo del Acta Número 21-99 del Consejo superior Universitario. (Unidad de Salud USAC, 2011, Pág. 5)”

#### *4.1.1.2 Propósito*

#### *y actividades principales de la Unidad de Salud*

La unidad de Salud de la Universidad de San Carlos de Guatemala, es una disgrega de la División de Bienestar Estudiantil, que a su vez forma parte de la Dirección General de Docencia. Su propósito principal es la detección y la prevención de males patológicos en los estudiantes de la Universidad. Sus áreas de acción son salud general, salud dental, salud psicológica y Área de Laboratorio. Además promueve el estilo de vida saludable y la prevención de enfermedades de transmisión sexual (ETS) a través de su programa PPIVS.

Además realizan las pruebas de salud a estudiantes de primer ingreso y reingreso, en compañía con Departamento de Servicios, de la División de Servicios Generales, también toman muestras periódicas de alimentos que se venden en el campus para su análisis y visto bueno para el consumo de las personas.

Además desarrollan programas docentes en servicios para generar conocimiento en el área de la salud, dan consejería en las áreas de salud física y mental a los estudiantes que así los soliciten.

#### *4.1.2. Atributos de la Unidad de Salud*

- Módulos de diferentes especialidades en áreas de salud.
- Sus servicios son gratuitos.

#### *4.1.3. Beneficios para los usuarios, estudiantes y trabajadores*

- Brinda a los usuarios calidad de vida.
- Prevención de enfermedades.
- Detección temprana de enfermedades.

#### *4.1.4. Valores*

Salud  
Bienestar  
Satisfacción  
Energía

#### *4.1.5. Competencia.*

Centros de salud, divisiones médicas facultativas dentro del Campus central de USAC.

## **4.2. Grupo Objetivo**

### *4.2.1. Perfil Demográfico*

Edad: Entre 17 y 30 años  
Género: Masculino y femenino  
Nacionalidad: la mayoría son guatemaltecos  
Educación: universitaria  
Estado civil: Casados y solteros  
Religión: Laica  
Idiomas: Español, Inglés y Idiomas mayas.  
Ocupación: Estudiantes y trabajadores



Módulo informativo PIVS. Foto: Morales, J.C. 2012

#### 4.2.2. Perfil Geográfico

Región: Metropolitana

Clima: Templado

Área: Ciudad de Guatemala

Cantidad de estudiantes en la USAC: 155,000 aproximadamente (2011)  
un promedio del 49.5% de la comunidad estudiantil universitaria en  
Guatemala según Estudio de (UNIVERSIA, 2011)

Dirección de la organización: Campus central USAC, Edificio de Bienestar  
Estudiantil, 3er. Nivel. Tel.: 2418-9633 12

#### 4.2.3 Nivel socioeconómico del estudiante de la USAC

Se puede tomar como referencia el siguiente estudio que refleja el NSE de los habitantes guatemaltecos de las áreas urbanas de la capital y alrededores en donde viven la mayoría de los matriculados en el campus central de la USAC, según un estudio de NSE presentado en el festival de Antigua que se realizó en el primer semestre 2013 y que centra la investigación en las áreas urbanas

del país con 2 fases de 1600 entrevistas y más de 100 preguntas de las cuales 15 determinan el NSE del entrevistado: el 1.8 por ciento de la población urbana pertenece a la clase alta, el 35.4 por ciento a la clase media y el 62.8 al nivel bajo, (Comité Técnico de la Asociación de Agencias de Investigación de Mercados, 2013.)



Los estudiantes realizan de actividades lúdicas y de ocio. Foto: Morales, J.C. 2012

### 4.3. Concepto Creativo

Hay una diferencia entre concepto y concepto creativo. Concepto: es el diferencial que una marca quiere mostrar en el mercado, el ¿por qué? cree que la pueden elegir. Aquello que la distancia de la competencia de algún modo. El concepto creativo es la traducción del concepto hacia algo que llame la atención. (www.marquetingyestrategia.com, 2013)

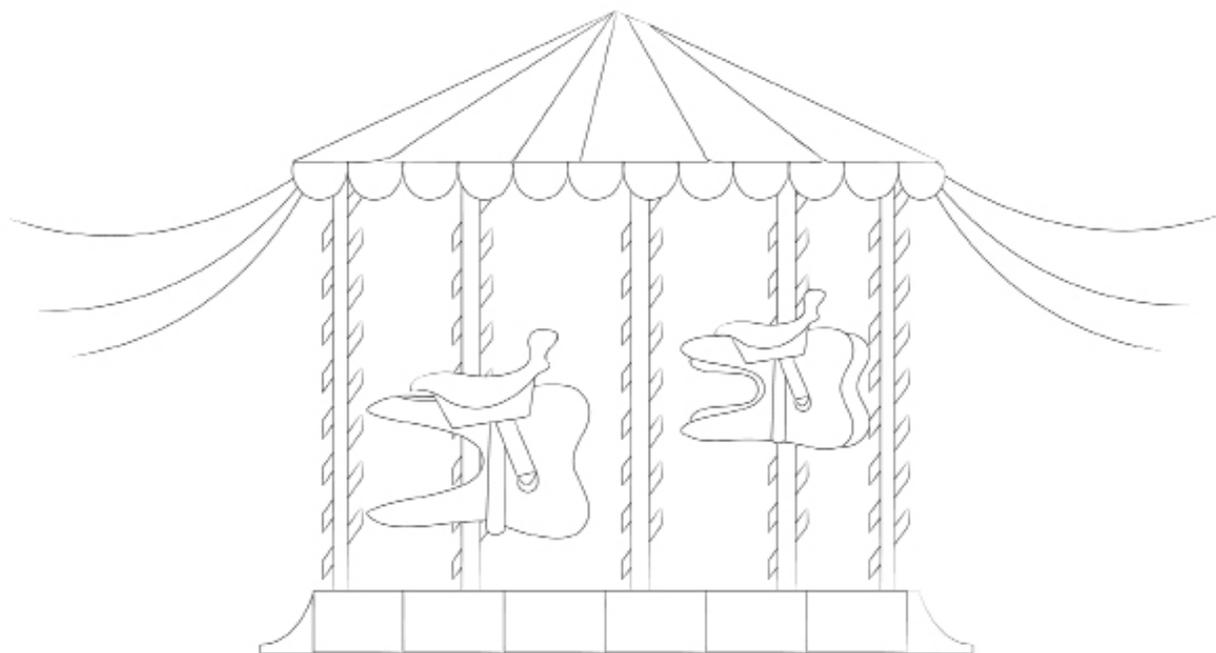
#### *Mapa mental*

Los mapas mentales son el estudio de una serie de técnicas creativas y esquemáticas que nos ayuda a encontrar nuevas soluciones a problemas dados, el método se basa en reflejar el los pensamientos de modo ordenado y conciso graficados en un organigrama. La técnica fue desarrollada por Tony Buzan y publicado por el mismo, (Buzan, 1996.)

Fue utilizada esta técnica porque el cerebro humano funciona de manera asociativa; Compara, integra y sintetiza de manera funcional. Dicho esto los mapas mentales establecen asociaciones entre las ideas conocidas e ideas nuevas si hacer para ello un proceso lineal.



#### 4.4. Primer nivel de visualización Bocetaje



Boceto primer propuesta. Morales, J.C. 2012

#### Primer nivel de visualización

El primer nivel de visualización tiene como concepto, “La feria de la salud” que es una actividad que se realiza cuatro veces al año y son organizada por las áreas de la Unidad de Salud, en estas ferias de la salud se promueven la mayoría de los servicios de la Unida, y algunas ferias pueden llegar a tener temáticas como por ejemplo La feria de la salud de Noviembre de 2012 tiene como contexto “el día mundial de la diabetes” que se celebra el 14 de noviembre y que es liderado por la “Federación Internacional ” y “World Health Organization”

Sin embargo tras una evaluación de las circunstancias y el contexto se llegó a la conclusión que el concepto creativo debía tener un enfoque diferente y que era necesario evolucionar a otro concepto que pudiera dar a la campaña un mayor tiempo de vida útil.

El concepto creativo de esta propuesta era “nunca fue tan divertido ir al doctor”

y promovía la actividad. La técnica con la que se pensaba ilustrar esta propuesta era la ilustración digital.

## SEGUNDA PROPUESTA



Bocetos segunda propuesta. Morales, J.C. 2012

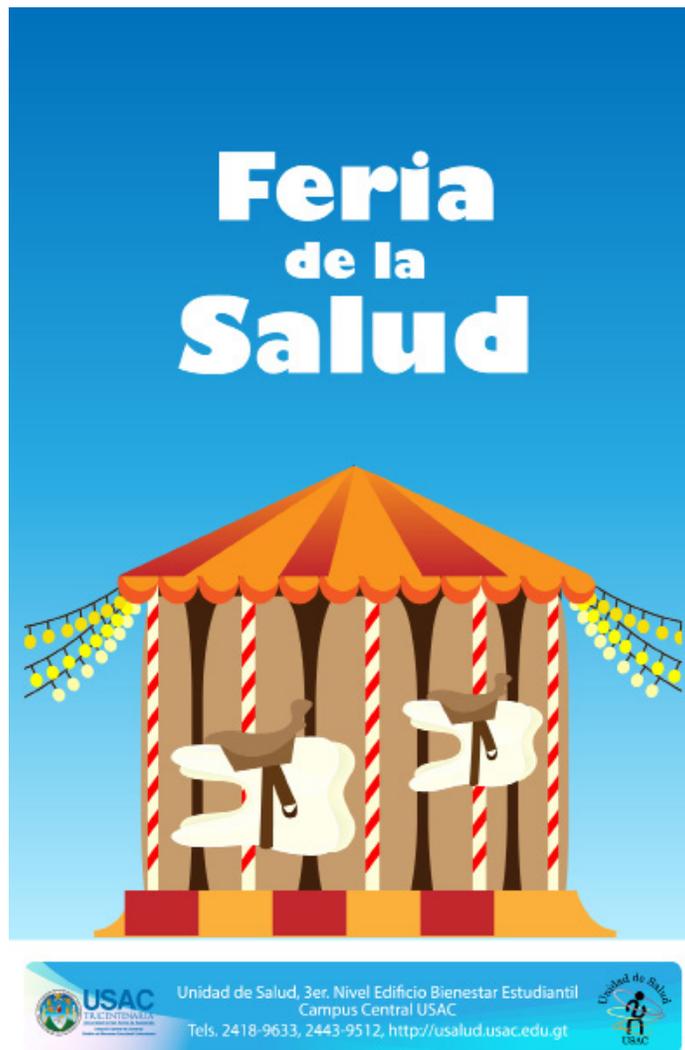
## TERCER PROPUESTA



Boceto tercer propuesta. Morales, J.C. 2012

## 4.5. Segundo nivel de visualización

### PRIMERA PROPUESTA



Boceto segundo nivel de visualización primer propuesta. Morales, J.C. 2012

### *Segundo nivel de visualización*

El segundo nivel de visualización tuvo una evolución más rápida, parte del concepto era hacer sentir pertenecía al grupo objetivo a través de volver icono objetos comunes de su labor diaria y para eso se pensó en una campaña de carteles que constaba de ocho piezas diferentes, un cartel para cada una de ocho unidades académicas diferentes, pero nueva al pasar por el proceso de validación se llegó a la conclusión que la campaña necesitaba un concepto más gráfico y con mayor riqueza visual.

## SEGUNDA PROPUESTA



Bocetos segundo nivel de visualización segunda propuesta. Morales, J.C. 2012

El objetivo de esta propuesta es hacer referencia a términos técnicos usados en muchas de las unidades académicas de la USAC y se vale de una serie de carteles como piezas principales. En esta propuesta se integra la tipografía a la imagen a manera de hacer una composición gráfica de palabras.

## TERCER PROPUESTA



En esta propuesta se integran gráficamente dos aspectos que son generadores de salud, el deporte y la dieta saludable. Su gráfica nos sugiere un paisaje onírico en donde ambos elementos coexisten en armonía. Esta propuesta tiene mucha riqueza gráfica y para la elaboración de las piezas se han tomado las respectivas fotografías y se ha hecho un collage fotográfico.

# Capítulo 5

## Comprobación de eficacia

### 5.1. Propuesta Gráfica Final antes del ultimo nivel de validación

Luego de las evoluciones pertinentes a través de encuestas, entrevistas y consultas, se llegó al consenso de un nuevo concepto creativo y una propuesta grafica más fresca y llamativa, basada en el concepto creativo de “Pequeños Mundos de Felicidad” esta nueva propuesta es más conceptual y tiene más aceptación por parte del grupo objetivo.

### Propuesta Gráfica Final

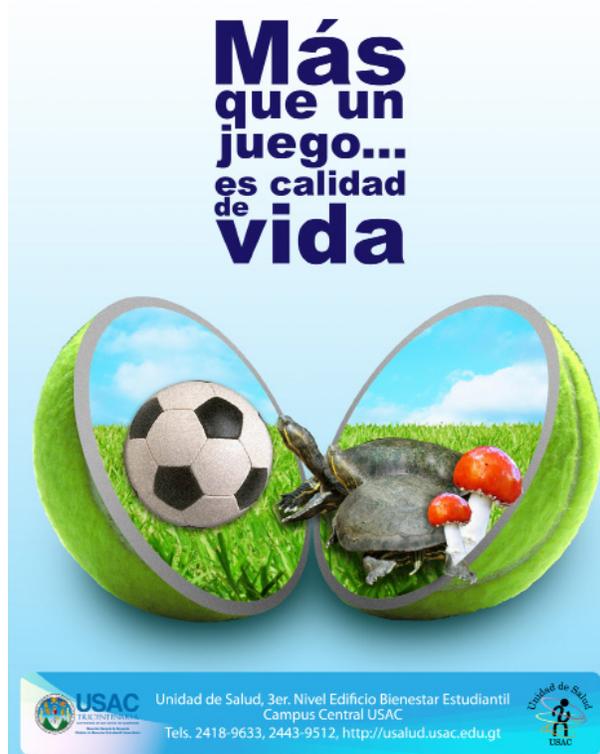


**Juego de Afiches de 13x17 pulgadas**

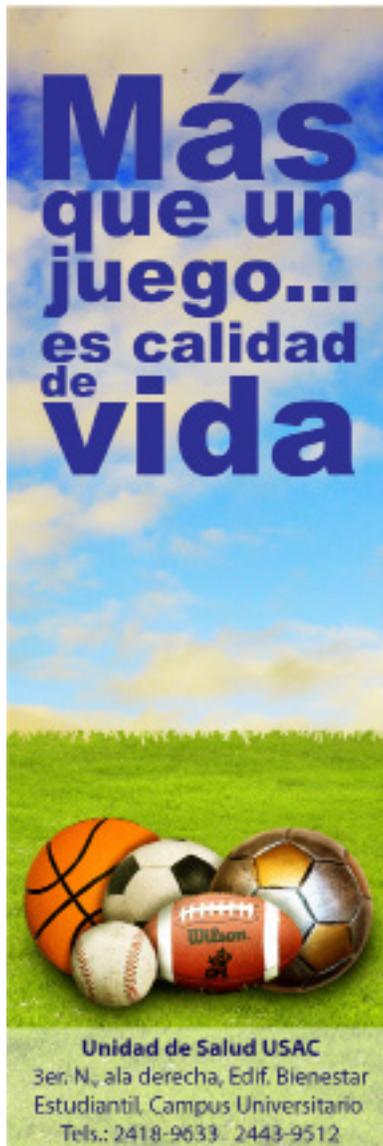
### “Un Mundo Feliz”

Por eso se hizo énfasis en el deporte ya que este es una actividad que integra estos tres aspectos, ya que al hacer deporte se tiene bienestar físico, se genera interacción social y se mantiene ocupada la mente además que el ejercicio físico oxigena el cerebro, y según un artículo publicado en la revista Mens Health el ejercicio hace a las personas más listas. Por lo tanto esto genera un bienestar mental.

La dieta es tan fundamental para el ser humano que si se hace mucho ejercicio pero se come mal, el cuerpo tendrá muy poco rendimiento, de tal manera que los músculos no generaran fuerza y la resistencia cardiovascular será mínima. Además una dieta saludable no es aquella que se abstiene de comer ciertos alimentos sino es la que hace un balance adecuado en los alimentos que se ingieren.



Otro elemento que ayuda a generar la salud y que es complemento fundamental del deporte es la dieta saludable, si se hace deporte y se come bien el ser humano puede obtener una calidad de vida que le permitirá mantener la salud, ya que calidad de vida no es curarse cuando se está enfermo sino evitar la enfermedad a través de la prevención y tener la sensación de bienestar en las tres áreas mencionadas.

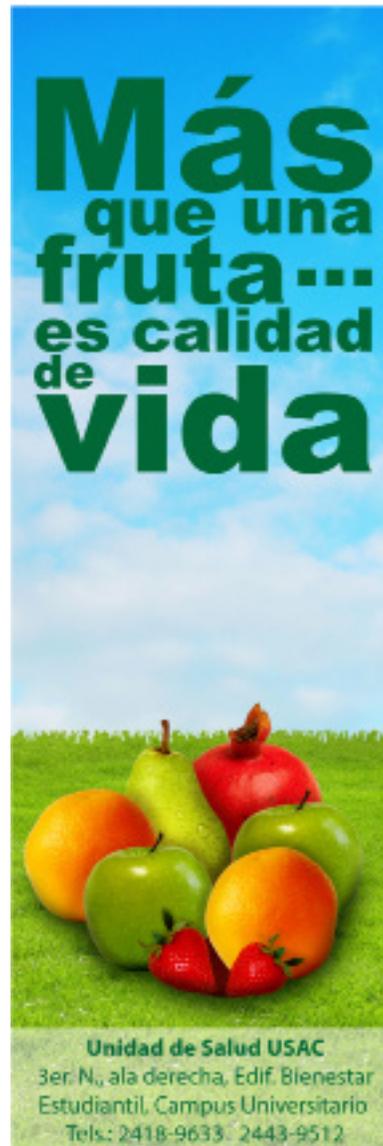


**Más  
que un  
juego...  
es calidad  
de  
vida**

**Unidad de Salud USAC**  
3er. N., ala derecha, Edif. Bienestar  
Estudiantil, Campus Universitario  
Tels.: 2418-9633 2443-9512

This advertisement features a vertical layout with a blue sky and green grass background. The top half contains the text 'Más que un juego... es calidad de vida' in a bold, blue, sans-serif font. Below the text is a collection of sports equipment including a basketball, a soccer ball, a Wilson football, and a baseball. At the bottom, there is a white box containing the contact information for the Unidad de Salud USAC.

*Separadores 2x6 Pulgadas.*



**Más  
que una  
fruta...  
es calidad  
de  
vida**

**Unidad de Salud USAC**  
3er. N., ala derecha, Edif. Bienestar  
Estudiantil, Campus Universitario  
Tels.: 2418-9633 2443-9512

This advertisement features a vertical layout with a blue sky and green grass background. The top half contains the text 'Más que una fruta... es calidad de vida' in a bold, green, sans-serif font. Below the text is a collection of fresh fruits including an orange, a pear, a pomegranate, a green apple, and two strawberries. At the bottom, there is a white box containing the contact information for the Unidad de Salud USAC.

*Separadores 2x6 Pulgadas.*

# Más que un juego... es calidad de vida




 Unidad de Salud, 3er. Nivel Edificio Bienestar Estudiantil  
 Campus Central USAC  
 Tels. 2418-9633, 2443-9512, <http://usalud.usac.edu.gt>


**Banner vinílico 100x200 cm.**

# Más que una fruta... es calidad de vida




 Unidad de Salud, 3er. Nivel Edificio Bienestar Estudiantil  
 Campus Central USAC  
 Tels. 2418-9633, 2443-9512, <http://usalud.usac.edu.gt>


**Banner vinílico 100x200 cm.**

¿Y...qué pasó con nuestra compañera de la historia?

Pues bien, ella decidió hacer un cambio en su vida y empezó un tratamiento con las especialistas en nutrición que consiste en algo tan sencillo como comprometerse a cambiar sus hábitos alimenticios, a hacer ejercicio y tomar agua; no tuvo que sacrificar el sabor de los platillos sino decidir sabiamente qué y cuánto comer. Ahora, luego de 5 meses ha bajado más de 20 libras, está saludable y se siente bien

¿Quieres saber más sobre estos temas? ¿Quieres saber si estás comiendo bien o si tienes el peso adecuado? ¿Quieres ser parte de un voluntariado que trabaja estos temas con otras personas?

**¡ES GRATIS!**

**Visítanos:**  
Oficina 6 de la Unidad de Salud, 3er. Nivel  
Edificio Bienestar Estudiantil  
Campus Central USAC  
Tels. 2418-9633, 2443-9512  
ppivs\_unidaddesalud@usac.edu.gt

 pivsguatemala

**Comer sano  
Y hacer deporte  
siempre estará  
de moda**



*Trifoliar Informativo 11x8.5 pulgadas*

 **Más que Frutas son Calidad de Vida** 

21 20 19 18 17 16 15 14 13 12 11 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1



*Regla pequeña 11x8.5 pulgadas*



*Playera*



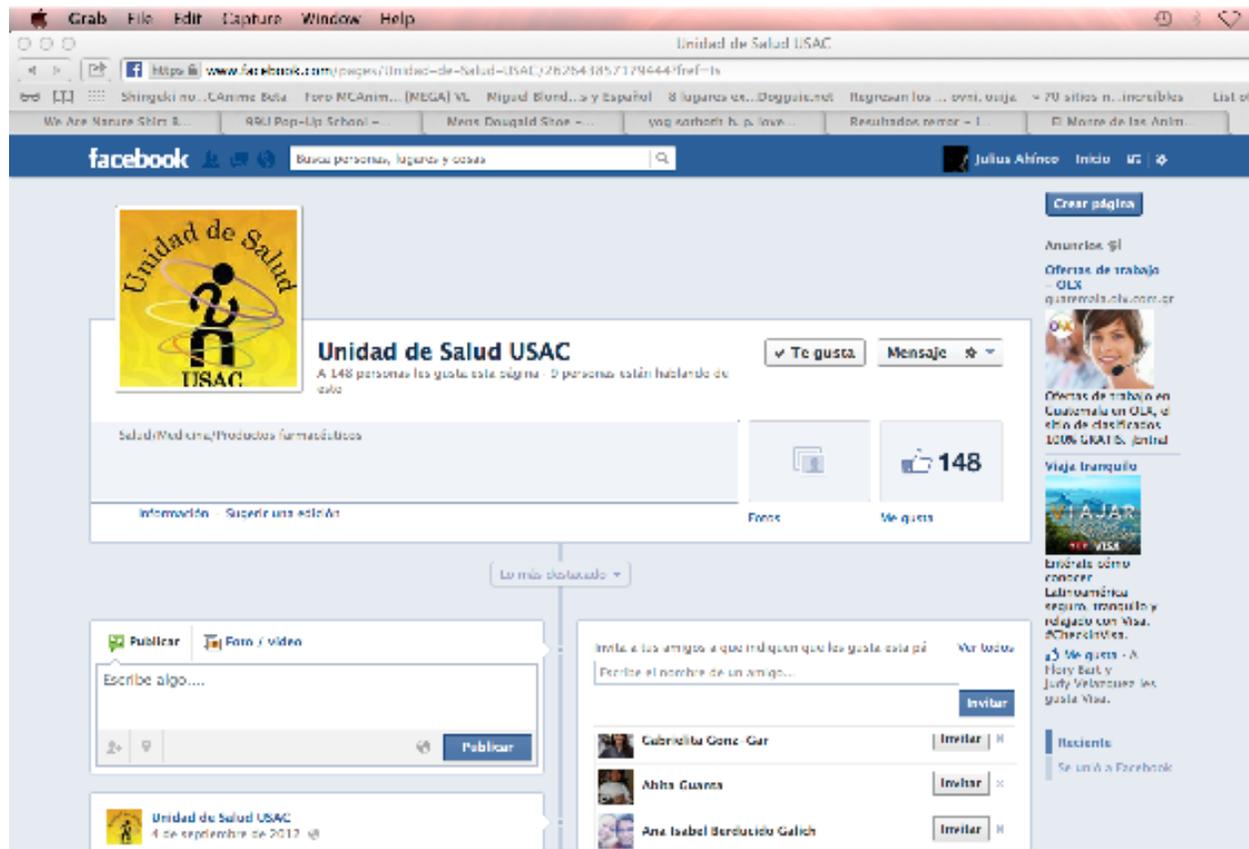
*Blusa*



*Gorra*

## Redes Sociales

La campaña es perfectamente adaptable a redes sociales aprovechando la recientemente creada fanpage de Facebook de la Unidad de Salud en donde proveen de información útil y actualizada a los estudiantes de procesos para hacer el examen de salud, las actividades de la Unidad de Salud y los servicios prestados por esta.



**Banner para Facebook**

## 5.2. Fundamentación del concepto

### *Concepto Creativo*

Pequeños Mundos de felicidad

#### *5.2.1. Estrategia de comunicación*

La estrategia fue definida en base al brief, al perfil psicográfico del grupo objetivo, a investigación de campo, observación de puntos estratégicos de distribución de medios, encuestas que definieron “La Promesa general de campaña”

#### *5.2..2 Promesa general de campaña*

“calidad de vida” es la promesa general de campaña que fue definida mediante el principal servicio que presta la Unidad de Salud. Ya que esta Unidad tiene un mayor enfoque en la prevención de enfermedades más que en la curación de etapas avanzadas de las enfermedades, esta información recopilada a través de herramientas de entrevistas y encuestas y esta “promesa general de campaña” da paso al concepto creativo.

#### *5.2.3. Estrategia de distribución Uso del medio*

Gracias a la investigación de campo y el sondeo de medios, se ha llegado a la conclusión de que la manera más adecuado para hacer un número significativo de fijaciones visuales en la campaña publicitaria que se propone es usar el principio de cautiverio (poner publicidad en donde la audiencia está obligada a permanecer por algún tiempo), poner la publicidad en lugares estratégicos, como paradas de transporte interno de la USAC, Los gimnasios del campus, las carteleras, y los lugares en donde se hacen colas como los bancos etc. Ya que los estudiantes estarían obligados a leer la publicidad.

### 5.3. CÓDIGOS DE COMUNICACIÓN

<p>Código Lingüístico</p>	<p>El código de comunicación que se uso para esta campaña publicitaria es un código lingüístico mixto, la unión de un código lingüístico y un condigo no lingüístico, pero para comprender este concepto hay que definir primero sus componentes: Código lingüístico verbal: es el que se vale del lenguaje para que pueda transmitir un mensaje. Código no lingüístico visual: este código no necesita verse del lenguaje ya que es visual y regularmente se representa a través de la imagen.</p>
<p>Código Cromático</p>	<p>Entendemos por código cromático en diseño como la información de color que hay en cada pieza de diseño, pero su función va mas allá de dar vida a un diseño, este concepto tiene tres funciones básicas que son, llamar la atención, retener la atención y transmitir información.</p> <p>Para cumplir con las tres funciones básicas se vale de otros de otros conceptos que pueden ser la intensidad del color a lo cual llamamos tinta, familia cromática, que es conjunción de colores en base a relación armónica, o contraste de colores, o analogía de colores, paletas de colores. Etc. Una o más combinaciones de estos conceptos, dan transmiten una idea clara de lo que se podría, El código cromático usado en la campaña es una combinación de códigos, familia de colores terrosos, familia de color, contraste de complementarios, analogía de colores, contraste de color en sí mismo.</p>
<p>Código Icónico</p>	<p>El código icónico se traduce como la parte grafica de un mensaje. El código icónico no es un sustituto del código lingüístico pero sumado a este da un carácter más directo al mensaje de comunicación.</p> <p>El código icónico siempre estará apoyado por otros conceptos visuales como son las figuras retoricas y las técnicas compositivas además de la calidad técnica y el grafismo.</p>

### 5.3.4. *Composición visual*

la composición visual es la manera en que distribuimos los elementos dentro de un espacio, y como están dispuestos los elementos, este espacio puede ser el formato de un diseño o el encuadre de una fotografía. Dice si es solo un elemento, una parte de este, o muchos de un solo elemento.

### 5.3.5. *La figura retórica*

“se denomina figura retórica a aquella manera fuera de lo regular de emplear las palabras del idioma, es decir, del modo en que se lo hace tradicionalmente esto implica que si bien la palabra se usa en función de su referencia formal la misma se verá acompañada de algunas peculiaridades, ya sean gramaticales, semánticas o fónicas, que hacen que la acepción habitual pierda ese uso original y por el contrario, gane en expresividad”

[www.definicoabc.com/comunicación/figura-retorica.php](http://www.definicoabc.com/comunicación/figura-retorica.php)

La figura retórica usada en la campaña es alusión “la alusión es una figura retórica que consiste en hacer referencia a un hecho o realidad sin nombrarlo” (www.retoricas.com, 2009)

### 5.3.6. *Conceptos de fundamentos del diseño*

#### *Modulo:*

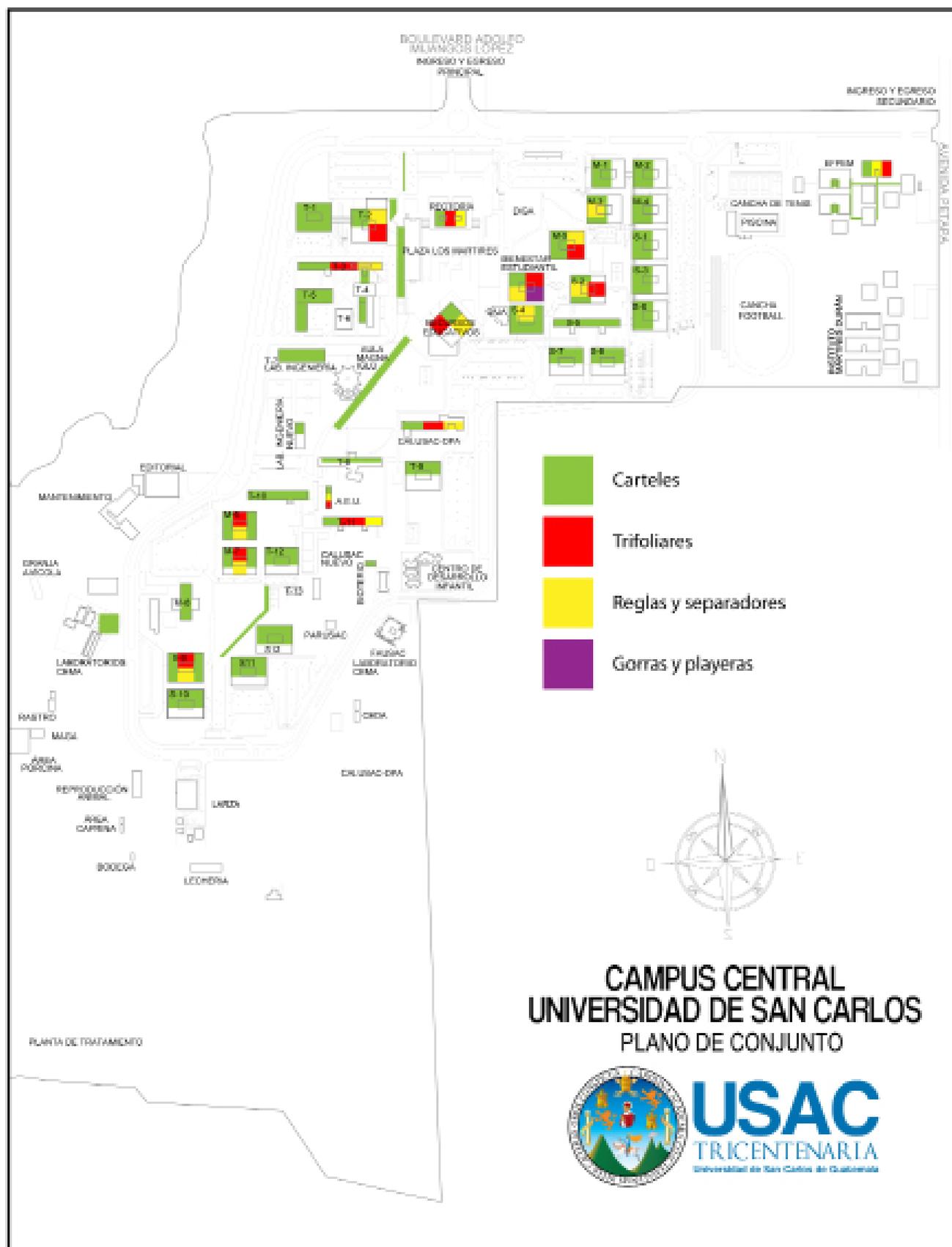
“Cuando un diseño ha sido compuesto por una cantidad de formas, las idénticas o similares entre si FORMAS UNITARIAS o MÓDULOS que aparecen más de una vez en el diseño, la presencia de módulos tiende a unificar el diseño.” (Wong,1995, P. 51)

#### *Estructura:*

“Casi todos los diseños tienen una estructura, la estructura debe gobernar la posición de las formas en un diseño. ¿Por qué un grupo de módulos aparece dispuesto en fila, equidistante uno del otro? ¿Por qué otro grupo de módulos sugiere un dibujo circular? La estructura es la disciplina que subyace bajo tales disposiciones. La estructura por regla general impone un orden y predetermina las relaciones internas de las formas de un diseño” (Wong,1995, P. 59)

## *Técnica creativa para generar el concepto.*

Analogía: “La analogía es la relación de semejanza entre dos o más cosas. Aquí es, además un proceso del pensamiento fundamentado en la existencia de casos paralelos. “ (De Bono, 1970, P. 182)



Mapa del Campus Central para la distribución de los elementos de la campaña



## 6. Cotización

Características del material gráfico	Material
Afiche	Texcote 12
Separadores	Texcote 12
Banner	Cuche
Trifoliar	Vinílico sintético
Regla	Texcote
Playeras	Poliéster
Gorra	Tela

Tamaño	Costo
13x17 pulgadas	Costo
2x6 pulgadas	Q. 3,430.00 por 1,000 unidades
100x200 cm.	Q. 1,920.00 por 1,000 unidades
11x8.5 pulgadas	Q. 180.00 por 2 unidades de 1x2 m.
22x3.5 cm.	Q. 2,880.00 por 1,000 unidades
S, M,L, XL.	Q. 1,920.00 por 1,000 unidades
Ajustable	Q. 35.00 por 1 unidad
	Q. 25.00 por 1 unidad

### Honorarios por diseño (Por razón de EPS no serán cobrados)

#### Honorarios por diseño

Creatividad, concepto, producción gráfica de la campaña y piezas principales (afiches 4 piezas)..... Q. 17,000.00



Producción gráfica de 2 banners.....Q. 500.00



Creatividad y diseño de regla métrica .....Q. 700.00



Diseño de separadores (2 piezas).....Q. 800.00



Creatividad diagramación y diseño de trifoliar .....Q. 2,500.00



Diseño de vestuario (2 piezas).....Q. 1,000.00



Total.....Q. 22,500.00

Cambio adicional (cada cambio) .....Q. 250.00



## **7. Conclusiones y Recomendaciones**

### **7.1. Conclusiones**

Este proyecto de tesis deja una enriquecedora experiencia tanto para su autor como para la Unidad de Salud, en este caso ambos se beneficiaran con un ejercicio de una campaña de comunicación que ambiciona atraer a los estudiantes hacia la unidad de salud valiéndose para ello de piezas gráficas y materiales de divulgación.

La campaña planteada cumple con el objetivo de promover y comunicar el mensaje que la Unidad de Salud pretende hacer llegar al estudiante del Campus Central de la Universidad de San Carlos de Guatemala en el contexto de un manejo de la calidad de vida como medida preventiva de enfermedades y deterioro temprano de la salud integral del individuo.

La campaña comunica con material informativo, claro y de interés, el mensaje que la Unidad de salud pretende difundir a los estudiantes.

## 7.2. Recomendaciones

Se recomienda dar seguimiento a la campaña con publicaciones periódicas por lo menos cada tres meses, teniendo de esta manera cuatro campañas por año. Esto con el objetivo de que el resultado obtenido no sea temporal sino duradero, así tener un mayor tiempo de exposición de la campaña hacia el grupo objetivo, logrando una mayor fijación mental en los consumidores de los servicios de la Unidad de Salud..

Se recomienda hacer una distribución estratégica del material, implementando herramientas de mercadeo para hacer mas efectivo su impacto en el ambiente visual del campus y también distribuyéndolo en lugares en donde tendrá mayor número de fijaciones visuales por parte del grupo objetivo.

Se recomienda tomar en cuenta el tiempo de vida útil que la campaña tendrá, ya que toda campaña está planeada para un determinado tiempo y lugar, lo recomendable para este caso será, generar una nueva campaña cuando la actual llegue hacia el final de su vida útil.

## Bibliografía

- Bonta, P., Farber, M. (1994). 199 Preguntas sobre marketing y publicidad. Bogotá Colombia: Editorial Norma, S. A.
- Buzan, T., Buzan, B. (1996). *El libro de los mapas mentales*. Barcelona: Ediciones Urano, S.A.
- De Bono, E. (1970). *El pensamiento lateral "manual de creatividad"*. Barcelona: Paidós Ibérica. S.A.
- Dirección General de Docencia. (2001). *Manual de Organización*, Guatemala: Editorial Universitaria.
- División de Bienestar Estudiantil Universitario. (2011). *Unidad de Salud*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. 2011, Págs., 5-7
- División de Desarrollo Organizacional. (2001). *Diagnóstico de la Unidad de Salud*, USAC. Guatemala: Editorial Universitaria.
- Gonzales. O.C. (1997). *Historia de la educación en Guatemala*. Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala: Editorial Universitaria.
- Ochoa, G. C., Jaimes C. D. N. (2012). 1ra. Capacitación en normas APA para estudiantes y autores. Extraído el 2 de junio de 2013.
- PIIVS. (2011). *Programa para la prevención de ITS, VIH y SIDA 2011*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, División de Bienestar estudiantil.
- Sologaistoa, B.O. (1998). *Medicina USAC. Tesis de licenciatura. Facultad de Ciencias Médicas.*, Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Wong, W. (1995). *Fundamentos del Diseño*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A.

## Egrafía

- <http://es.wikipedia.org>. (20 de octubre de 2012). Recuperado el 24 de octubre de 2012 de <http://es.wikipedia.org>.
- Ragueiro D. (11 de abril de 2013) Recuperado el 21 de agosto de 2014 [www.marketingyestrategia.com](http://www.marketingyestrategia.com)
- Reyes, P. R. (3 de marzo de 2006). Recuperado el 24 de octubre de 2012 de [www.emagister.com](http://www.emagister.com).
- Salud, O. M. (30 de octubre de 2011). Recuperado el 24 de octubre de 2012 de <http://enciclopedia.us.es>.
- [www.marketingyestrategia.com](http://www.marketingyestrategia.com). (junio de 2011). Recuperado el 15 de Junio de 2013, de [www.marketingyestrategia.com](http://www.marketingyestrategia.com).
- [www.retoricas.com](http://www.retoricas.com). (junio de 2009). Recuperado el 29 de septiembre de 2012, de [www.retoricas.com](http://www.retoricas.com).



## Índice de siglas

ARQ	Arquitecto
DBEU	División de Bienestar Estudiantil Universitario
CMYK	Cyan Magenta Yellow Black (Cian Magenta Amarillo Negro)
EPS	Ejercicio Profesional Supervisado
ETS	Enfermedades de Transmisión Sexual
FODA	Fortalezas Oportunidades Debilidades Amenazas
ITS	Infecciones de Transmisión Sexual
NSE	Nivel Socio Económico
OMS	Organización Mundial de la Salud
PPIVS	Programa de Prevención en Vida Saludable
SECCATID	Secretaría Ejecutiva de la Comisión Contra las Adicciones y el Tráfico Ilícito de Drogas
USAC	Universidad de San Carlos
USAID	United States Agency for International Development (Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional)
VIH	Virus de Inmunodeficiencia Humana

## Índice de Fotografías



Biblioteca Central.  
Morales, J.C. 2012, P. 15.



Actividad de PPIVS.  
Morales, J.C. 2012 P. 21



Actividad de PPIVS.  
Morales, J.C. 2012, P. 23



Jovenes en actividades PPIVS  
Morales, J.C. 2012, P. 24



Actividad PPIVS y la Municipi-  
palidad de Guatemala.  
Morales, J.C. 2012, P. 27



Actividad de PPIVS  
Morales, J.C. 2012, P. 28



Módulo informativo PIVS.  
Morales, J.C. 2012, P. 38



Los estudiantes en  
actividades lúdicas  
Morales, J.C. 2012, P. 39

# Anexos

## Encuesta de acercamiento al grupo objetivo

Encuesta realizada al grupo objetivo para generar parte de los conceptos creativos

### Objetivo General

Proveer información actualizada del grado de conocimiento y posicionamiento de la imagen que tienen los estudiantes de la Unidad de Salud. Con base a las respuestas obtenidas, se valorarán los porcentajes, y se ponderarán las respuestas del grupo objetivo.

### Objetivos Específicos

Proporcionar información de cómo está posicionada en la mente del grupo objetivo la Unidad de Salud como institución.

Proporcionar información del nivel de conocimiento de los estudiantes sobre los servicios de la Unidad de Salud.

- 1) ¿Puede indicar en que semestre atiende el promedio de sus cursos universitarios?
  
- 2) ¿Conoce cuáles son los lugares en donde prestan servicios relacionados con la salud dentro del Campus Universitario?
  
- 3) ¿Tiene una idea precisa de qué tipo de organización es la Unidad de Salud de la Universidad de San Carlos?
  
- 4) ¿Cómo se informa usted de los servicios de la Unidad de Salud?
  
- 5) ¿Sabe usted cuales son Todos los servicios que brinda la Unidad de Salud?

6) ¿Puede describir de cuáles ha hecho uso?

7) ¿Con que frecuencia a hechos Uso de los servicios de la Unidad de Salud?  
Mucha\_\_\_ Regular\_\_\_ Poca\_\_\_

8) ¿Puede identificar la publicidad de la Unidad de Salud que se distribuye por el Campus Central?

9) ¿Cuáles son los medios de comunicación a los que usted está más expuesto dentro del Campus Central?  
Impresos\_\_\_ Radio\_\_\_ Canal Universitario\_\_\_ (Web)\_\_\_

10) ¿Cómo califica de manera general la publicidad de la Unidad de Salud?  
Exelente\_\_\_ Bueno\_\_\_ Regular\_\_\_ Malo\_\_\_ S.E.

## Encuesta realizadas en la segunda fase

### Objetivo General

Encuesta realizada para verificar la eficacia del concepto creativo aplicado a la propuesta gráfica. Con base a las respuestas obtenidas, se harán las modificaciones pertinentes en el diseño de la campaña para que sea de mayor impacto para el grupo objetivo.

### Objetivo Específico

Proporcionar información de cómo el grupo objetivo entiende la propuesta gráfica.

¿Cómo considera el material informativo?

- a. indispensable
- b. necesaria
- c. de poco uso

¿Cómo considera el contenido del material?

- a. comunica el mensaje
- b. es confuso
- c. no se entiende

¿Cómo considera el uso de las ilustraciones?

- a. tienen relación la imagen con el mensaje
- b. la imagen comunica el mensaje
- c. nada tiene relación

#### EXPRESIÓN GRÁFICA

¿Cómo considera la forma del material?

- a. interesante
- b. algo interesante
- c. aburrido

¿Cómo considera el tipo de letra?

- a. adecuada
- b. grande
- c. pequeña

¿Considera que la información es...?

- a. suficiente
- b. demasiada
- c. poca

¿Cómo ve el orden de los elementos?

- a. excelente
- b. buena
- c. mala

¿Qué le llamo la atención del material gráfico?

- a. El titular
- b. la imagen
- c. los colores

Semiología

¿Qué impresión le causa la tipografía?

- a. confuso
- b. aburrida
- c. dinámico

¿Qué impresión le causan los colores?

- a. confuso
- b. aburrida
- c. dinámico

¿Qué impresión le causa el mensaje?

- a. confuso
- b. aburrida
- c. dinámico

# Cotizaciones



**Servitextos, F. L.**

5a. calle "A" 1-57, zona 3  
Teléfono: 2253-6179 • Fax: 2232-9685  
servitextosfl@gmail.com

- Impresión de papelería en general
- Afiches y Trifoliales a Full Color
- Encuadernación Fina
- Sellos de Hule

## COTIZACION

Guatemala, 21 de MAYO del 20 13

Nombre: **JULIO MORALES**

Dirección: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR
1,000	AFICHES Tamaño 13" x 17", impresos a full color sólo tiro+ barniz normal, en Cartulina Texcote 12	Q. 3,430.00
1,000	SEPARADORES Tamaño 2" x 6", impresos a full color sólo tiro+ barniz normal, en Cartulina Texcote 12	Q. 1,920.00
1,000	REGLAS Tamaño 8.66" x 1.4", impresos a full color sólo tiro+ barniz normal, en Cartulina Texcote 12	Q. 1,920.00
NOTA: Este precio incluye IVA		

IMPRESION DE TODA CLASE DE PAPELERIA,  
ENCUADERNACION Y SELLOS DE HULE

*Evelia López*  
evelincorina@yahoo.com  
celular: 5506-2626



D.G. Samuel A. Vargas H.  
Cel.: 5204-5769  
6a. Avenida "A" 1-74 Zona 1  
Ciudad Guatemala, C.A.  
Telefax: 2232-6713  
vargasd\_antonio@hotmail.com

**COTIZACION**

Nit: 851792-4

Julio Morales

FECHA		
DIA	MES	AÑO
22	mayo	13

Sometemos a su consideración nuestro siguiente presupuesto:

DESCRIPCION	VALOR TOTAL
4,000 afiches tamaño 13x17 pulgadas impresos a full color con barniz uv tiro en couche base 100 grms. 4 diseños diferentes.	Q.8,700.00
1,000 separadores tamaño 2 x 6 pulgadas impresos a full color tiro con barniz uv en cartulina texcote calibre 12	Q.1,600.00
1,000 reglas tamaño 8.66 x 1.4 pulgadas impresas a full color tiro con barniz en cartulina texcote calibre 12	Q.1,850.00

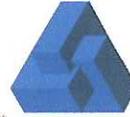
Notas:  
Cliente proporciona arte final para impresión pdf.

*Samuel Vargas*  
Agradeciendo la atención a la misma.

**Puño y BaLaNce**



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

MSc. Arquitecto  
Byron Alfredo Rabe Rendón  
Decano Facultad de Arquitectura  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Señor Decano:

Por este medio hago constar que he leído y revisado el Proyecto de Graduación **“CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PARA PROMOVER LA UNIDAD DE SALUD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA DENTRO DEL CAMPUS CENTRAL.”**, del estudiante **JULIO CÉSAR MORALES CIFUENTES** de la Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico, carné universitario No. **200414183**, al conferírsele el título de Diseñador Gráfico en el Grado Académico de Licenciatura.

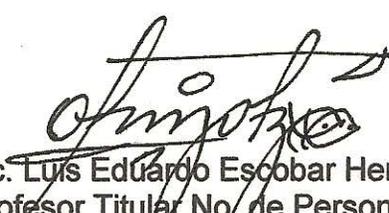
Dicho trabajo ha sido corregido en el aspecto ortográfico, sintáctico y estilo académico; por lo anterior, la Facultad tiene la potestad de disponer del documento como considere pertinente.

Extiendo la presente constancia en una hoja con los membretes de la Universidad de San Carlos de Guatemala y de la Facultad de Arquitectura, a los quince días de octubre de dos mil quince.

Agradeciendo su atención, me suscribo con las muestras de mi alta estima,

Atentamente,

*Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández*  
COL. No. 4509  
COLEGIO DE HUMANIDADES

  
Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández  
Profesor Titular No. de Personal 16861  
Colegiado Activo 4,509

**"campaña de comunicación para promover la unidad de salud de la universidad de san Carlos de Guatemala dentro del campus central"**

Proyecto de Graduación desarrollado por:



Julio César Morales Cifuentes

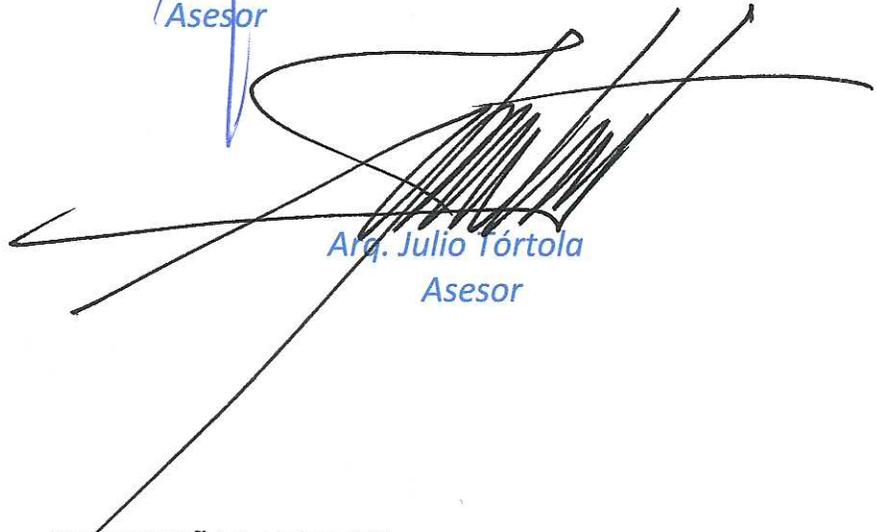
Asesorado por:



Arq. Gabriel Barahona  
Asesor



Licda. Emperatriz Pérez  
Asesor



Arq. Julio Tórtola  
Asesor

Imprímase:

**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**



Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón  
Decano



**USAC**  
**TRICENTENARIA**  
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE  
**ARQUITECTURA**  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA