

Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

DISEÑO DE MATERIALES IMPRESOS PARA INFORMAR ACERCA DE LOS
DIFERENTES SERVICIOS QUE OFRECE EL DEPARTAMENTO DE
PROGRAMAS SOCIALES DE
LA ASOCIACIÓN PRO BIENESTAR DE LA FAMILIA DE GUATEMALA
– APROFAM –
GUATEMALA, GUATEMALA 2014

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación
Guatemala, C.A.

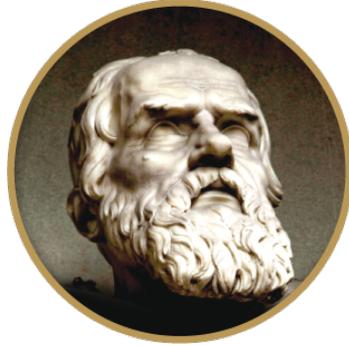
ELABORADO POR:

Sophia Alejandra Piral Lee
No. De Carné: 20062304

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, 2014



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

DISEÑO DE MATERIALES IMPRESOS PARA INFORMAR ACERCA DE LOS
DIFERENTES SERVICIOS QUE OFRECE EL DEPARTAMENTO DE
PROGRAMAS SOCIALES DE
LA ASOCIACIÓN PRO BIENESTAR DE LA FAMILIA DE GUATEMALA
– APROFAM –

ELABORADO POR:

Sophia Alejandra Piral Lee

No. De Carné: 20062304

Nueva Guatemala de la Asunción, 2014

Guatemala 05 de junio de 2013

Licenciado
Leizer Kachler
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:
**DISEÑO DE MATERIALES IMPRESOS PARA INFORMAR ACERCA DE
LOS DIFERENTES SERVICIOS QUE OFRECE EL DEPARTAMENTO DE
PROGRAMAS SOCIALES DE LA ASOCIACIÓN PRO BIENESTAR DE LA
FAMILIA DE GUATEMALA -APROFAM- GUATEMALA, GUATEMALA
2014.** Así mismo solicito que la Licda. Claudia Ruíz, sea quién me asesore en la
elaboración del mismo.

Atentamente,



Sophia Alejandra Piral Lee
20062304



Licda. Claudia Ruíz
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 09 de julio de 2013

Señorita
Sophía Alejandra Piral Lee
Presente

Estimada Señorita Piral:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MATERIALES IMPRESOS PARA INFORMAR ACERCA DE LOS DIFERENTES SERVICIOS QUE OFRECE EL DEPARTAMENTO DE PROGRAMAS SOCIALES DE LA ASOCIACIÓN PRO BIENESTAR DE LA FAMILIA DE GUATEMALA –APROFAM-, GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Así mismo, se aprueba a la Licda. Claudia Ruíz, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 11 de enero de 2014

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIALES IMPRESOS PARA INFORMAR ACERCA DE LOS DIFERENTES SERVICIOS QUE OFRECE EL DEPARTAMENTO DE PROGRAMAS SOCIALES DE LA ASOCIACIÓN PRO BIENESTAR DE LA FAMILIA DE GUATEMALA –APROFAM-. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Presentado por la estudiante: **Sophía Alejandra Piral Lee**, con número de carné: **20062304**, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,



Licda. Claudia Ruíz
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 05 de junio de 2014

**Señorita
Sophía Alejandra Piral Lee
Presente**

Estimada Señorita Piral:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Ciudad de Guatemala, 30 de julio de 2014.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

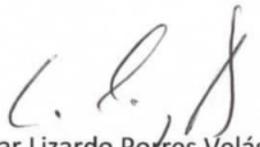
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE MATERIALES IMPRESOS PARA INFORMAR ACERCA DE LOS DIFERENTES SERVICIOS QUE OFRECE EL DEPARTAMENTO DE PROGRAMAS SOCIALES DE LA ASOCIACIÓN PRO BIENESTAR DE LA FAMILIA DE GUATEMALA –APROFAM-. GUATEMALA, GUATEMALA 2014***, de la estudiante Sophía Alejandra Piral Lee, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 30 de julio de 2014

**Señorita
Sophía Alejandra Piral Lee
Presente**

Estimada Señorita Piral:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIALES IMPRESOS PARA INFORMAR ACERCA DE LOS DIFERENTES SERVICIOS QUE OFRECE EL DEPARTAMENTO DE PROGRAMAS SOCIALES DE LA ASOCIACIÓN PRO BIENESTAR DE LA FAMILIA DE GUATEMALA –APROFAM- GUATEMALA, GUATEMALA 2014**. Presentado por el estudiante: Sophía Piral Lee, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD

Rector. Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrector, Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario general, Lic. Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Rualdo Anzueto

DEDICATORIA

A mi fuente de vida: a ti, mi Padre Celestial.

A mi pareja: a ti, mi lindo amor y detalle de vida.

A mi padre y madre: a ustedes, mi fortaleza, soporte, amor y guía diaria.

A mis hermanos, amigas y amigos, a ustedes aliados de batalla y de aventuras.

A mis compañeras de trabajo, jefas y jefes, a ustedes mis mejores maestros.

A mis tías, tíos y abuelitas, por apoyarme siempre y ofrecerme siempre una mano.

A mis catedráticos, a ustedes que con paciencia y devoción me han instruido.

A mi Asesora de Tesis, por su guía y apoyo admirable.

RESUMEN

APROFAM es una institución que no cuenta con materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales, que son: Programas Sociales, Acceso, Adolescentes, ITS – Infecciones de Transmisión Sexual y VIH – Virus de Inmunodeficiencia Humano, y Abogacía. Sobre estas cinco áreas se desarrollarán los materiales impresos.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de programas sociales de la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala - APROFAM-.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo conformado por personal gerencial y del departamento de programas sociales de la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala – APROFAM - conocedores de donantes actuales y potenciales para invertir en la institución, del Nivel Alto AB y Nivel Medio – Alto C1 y expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue el diseño de materiales impresos que informa acerca de los servicios que ofrece el Departamento de Programas Sociales de APROFAM con fotografías, infografías y texto para lograr el objetivo. Se recomendó para el diseño de material impreso informativo, contar con el apoyo de fotografías, infografías y poco texto para presentar un diseño llamativo y que sea rápido y fácil de comprender.

Para efectos legales únicamente la autora es responsable del
contenido de este proyecto

ÍNDICE

CAPÍTULO I	
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO II	
PROBLEMÁTICA.....	3
2.1 Contexto	3
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño.....	4
2.3 Justificación	4
2.3.1 Magnitud	4
2.3.2 Vulnerabilidad	5
2.3.3 Trascendencia	5
2.3.4 Factibilidad.....	5
2.3.4.1 Recursos Humanos	5
2.3.4.2 Recursos Organizacionales.....	6
2.3.4.3 Recursos Económicos	6
2.3.4.4 Recursos Tecnológicos	6
CAPÍTULO III	
OBJETIVOS DEL DISEÑO	7
3.1 Objetivo General.....	7
3.2 Objetivos Específicos	7
CAPÍTULO IV	
MARCO DE REFERENCIA	8
4.1 Información general del cliente.....	8
CAPÍTULO V	
DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO	14
5.1 Perfil Geográfico	14
5.2 Perfil Demográfico	16
5.3 Perfil Psicográfico	17
5.4 Perfil Conductual	18

CAPÍTULO VI	
MARCO TEÓRICO	19
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio:.....	22
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño ...	37
6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación	37
6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño	44
6.3 Ciencias Auxiliares, artes, teorías y tendencias	48
CAPÍTULO VII	
PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR	55
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico.....	55
7.1.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación	55
7.1.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño	56
7.1.3 Ciencias Auxiliares, artes, teorías y tendencias:	57
7.2 Conceptualización	59
7.3 Bocetaje.....	64
7.4 Propuesta Preliminar	83
CAPÍTULO VIII	
8.1 Población y muestreo	90
8.2 Métodos e instrumentos	97
8.3 Resultados e interpretación de resultados	101
8.4 Cambios en base a los resultados.....	113
CAPÍTULO IX	
PROPUESTA FINAL GRÁFICA	119
9.1 Hoja informativa 1 – Información General de la Institución	119
9.2 Hoja informativa 2 – Programa de Acceso	121
9.3 Hoja informativa 3 – Programa de Adolescentes	123
9.4 Hoja informativa 4 – Programa de ITS y VIH.....	125
9.5 Hoja informativa 5 – Programa de Abogacía.....	127
CAPÍTULO X	
PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN	129
10.1 Plan de costos de elaboración.....	129

10.2 Plan de costos de producción.....	130
10.3 Plan de costos de reproducción	131
10.4 Plan de costos de distribución	132
10.5 Cuadro con resumen general de costos.....	132
CAPÍTULO XI	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	133
11.1 Conclusiones	133
11.2 Recomendaciones	134
CAPÍTULO XII	
CONOCIMIENTO GENERAL	135
CAPÍTULO XIII	
REFERENCIAS	136
CAPÍTULO XIV	
ANEXOS	145

CAPÍTULO I

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

APROFAM es una institución privada, no lucrativa, fundada legalmente en el año de 1964. Su objetivo es prestar servicios integrales de salud, con calidad y equidad de género, con prioridad en la salud sexual y reproductiva. Ofrece servicios diversificados que permiten la recuperación de costos y el subsidio cruzado para servicios de planificación familiar. Sirviendo de esta forma, a personas de escasos recursos en todo el país.

APROFAM no cuenta con materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales (Programas de Adolescentes, ITS y VIH, Acceso, Abogacía, y uno con información general de la institución) desde los inicios del mismo a principios del 2013.

Se crea durante el proceso de este proyecto una propuesta de comunicación y diseño para la necesidad descubierta en esta institución. Para la creación del material, se inicia al definir el nombre del mismo a través del método brainwriting. Luego, se inicia proceso de bocetaje y digitalización de la propuesta a diseñar.

Luego de diseñada la propuesta, la misma pasa por un proceso de validación en donde se hace uso de dos métodos: a) método cuantitativo y b) método cualitativo.

Para realizar la validación, se desarrolla un instrumento de investigación específico que garantiza la objetividad de los resultados, permitiendo a través de la tabulación, codificación e interpretación de los mismos, proponer una solución viable a nivel funcional, tecnológico y expresivo. El instrumento tipo encuesta utiliza la escala de Likert y selección múltiple. El instrumento cuenta con dos versiones: a) para personal experto en el área de diseño, comunicación y publicidad, b) para cliente y grupo objetivo del material impreso informativo.

Luego del proceso de validación, se incurre en las modificaciones finales del material impreso informativo, acerca de los servicios que ofrece el Departamento de Programas Sociales de APROFAM con fotografías, infografías y texto para lograr el objetivo, aumentar su nivel de visibilidad institucional y dar a conocer el impacto de su trabajo en Guatemala.

Para el diseño de esta propuesta se investigó información de material impreso de otras instituciones, así como de los cinco diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales de APROFAM, para tener datos actualizados, relevantes e impactantes.

CAPÍTULO II

CAPÍTULO II

PROBLEMÁTICA

La Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala – APROFAM, ofrece servicios diversificados que permiten la recuperación de costos y el subsidio cruzado para servicios de planificación familiar, sirviendo de esta forma a personas de escasos recursos en todo el país.

Para desarrollar estrategias en base comunitaria, la búsqueda y movilización de recursos. Se necesita contar con material impreso informativo sobre los servicios sociales que se ofrecen y el impacto alcanzado en la sociedad guatemalteca.

2.1 Contexto

APROFAM es una institución con enfoque en los Derechos Sexuales y Reproductivos desde sus inicios en 1964. APROFAM tiene como objetivo primordial apoyar a las poblaciones más vulnerables del país, con proyectos de Acceso, Adolescentes, ITS y VIH, y Abogacía. Estos proyectos están integrados en el departamento de Programas Sociales.

El departamento de Programas Sociales inició en enero del año 2013 y tiene la necesidad constante de presentar información de los diferentes servicios que cuenta el departamento como tal. Esta información es requerida por los donantes, ya que les permite visualizar el alcance e impacto del departamento en Guatemala.

Hasta el momento, el departamento ha utilizado información, impresos y documentos realizados de forma informal, rápida, superficial y momentánea para ser presentada a los donantes potenciales y quienes ya mantienen una relación con APROFAM. Se descubre, al analizar las acciones actuales del departamento,

la necesidad de diseñar materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece.

2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

La institución APROFAM no cuenta con materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales, los cuales son: Programas Sociales, Acceso, Adolescentes, ITS y VIH, y Abogacía. Sobre estas cinco áreas se desarrollarán los materiales impresos.

2.3 Justificación

Para sustentar las razones por las que se consideró importante el diseño de materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales de APROFAM y la intervención del diseñador-comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: a) magnitud, b) trascendencia, c) vulnerabilidad, y d) factibilidad. Se despejan todas y cada una de las variables.

2.3.1 Magnitud



2.3.2 Vulnerabilidad

Poseer un material impreso que informe sobre el departamento de Programas Sociales en reuniones, conferencias, talleres, etcétera, permite dejar información que pueda servir de referencia a los donantes, para evaluar el impacto de la institución en la sociedad guatemalteca, o acceder a un contacto en un futuro.

2.3.3 Trascendencia

Al contar con materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales, se motivará al donante actual a seguir invirtiendo en la sociedad guatemalteca por medio de APROFAM, y a potenciales nuevos donantes a hacerlo, ya que se proyectará con este material, una imagen de profesionalismo. Por lo anterior, la realización de este proyecto beneficiará a la población más vulnerable del país y a APROFAM para que los donantes, tanto nacionales como internacionales, sigan prestando atención a Guatemala y a las metas de Desarrollo Humano.

2.3.4 Factibilidad

El diseño de materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales de APROFAM, es factible por contar con los siguientes recursos:

2.3.4.1 Recursos Humanos:

La institución cuenta con el factor humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo, funcionamiento de los demás recursos, lo que da la posibilidad de desarrollar las funciones que desempeñan dentro de la organización. Así también, se cuenta con el recurso humano que aplicará el uso de las hojas informativas en cada reunión con donantes actuales y potenciales donantes.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales:

La Dirección Ejecutiva y la Gerencia de Programas Sociales autorizan al personal para que esté a disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto. El departamento que proveerá los datos en APROFAM será el departamento de Programas Sociales. Las personas que compartirán la información del departamento son: Gerente de Programas Sociales, Coordinadora de Operaciones de Salud Sexual y Reproductiva, Técnica Asesora Especialista de ITS y VIH, Técnica Asesora Especialista de Adolescentes y Técnica Asesora Especialista de Abogacía.

2.3.4.3 Recursos Económicos:

La institución cuenta actualmente con los recursos económicos necesarios, que posibilitan la reproducción y uso de las hojas informativas para cada área de trabajo del departamento.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos:

La institución cuenta con el equipo y las herramientas necesarias para elaborar, producir y distribuir el resultado del proyecto de graduación.

CAPÍTULO III

CAPÍTULO III

OBJETIVOS DEL DISEÑO

3.1 Objetivo General

Diseñar materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de programas sociales de la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala -APROFAM-.

3.2 Objetivos Específicos

3.2.1 Investigar acerca de la forma de los materiales impresos que se utilizan en programas de carácter social para fundamentar el desarrollo del proyecto.

3.2.2 Recopilar información acerca de los cinco diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales de APROFAM para el diseño del material impreso con información específica de cada uno.

3.2.3 Diagramar contenido e imágenes de cada uno de los cinco diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales para darlos a conocer a actuales y futuros donantes.

CAPÍTULO IV

CAPÍTULO IV

MARCO DE REFERENCIA

4.1 Información general del cliente

APROFAM es una institución sin fines de lucro que inició legalmente en el año 1964. APROFAM desde sus inicios ha tenido como piedra angular los Derechos Humanos y los Derechos Sexuales y Reproductivos, desarrollando cada acción lineada en los mismos, creando, implementando y midiendo programas de salud integral, los cuales lleva desde educación a adolescentes hasta servicios de salud para toda la familia.

APROFAM es pionera en la implementación de programas de Salud Sexual y Reproductiva, con énfasis en la salud de la mujer y de los niños/as. Promueve el esparcimiento de embarazos, además de la salud materna infantil. Cuenta con el apoyo financiero de organismos internaciones, sin embargo, la base de la sustentabilidad institucional se logra a través de la venta de los diferentes servicios de salud que ofrecemos en los veintisiete centros de atención en todo el territorio nacional.

La Institución provee a la población en general información, educación y comunicación en salud integral para toda la familia. Asimismo, ofrece los diferentes servicios de salud materna e infantil y especialidades médicas en general. En la actualidad, APROFAM es una de las instituciones privadas en el ramo de salud más prestigiosas a nivel nacional con un reconocimiento de marca arriba del noventa por ciento, prestando más de un millón doscientos mil servicios integrales de salud cada año, gracias a su red conformada por 27 centros de atención y hospitalización distribuidos en todo el país y cinco Unidades Móviles de Salud – UMS -, accediendo a las comunidades, aldeas y caseríos menos alcanzados del país.

La filosofía institucional de APROFAM está basada en lo siguiente:

MISIÓN	VISIÓN
"En APROFAM nuestro compromiso es el bienestar integral de las personas"	"Excelencia en servicios de salud para las personas, con énfasis en Salud Sexual y Reproductiva"

VALORES INSTITUCIONALES
<ul style="list-style-type: none">• Respeto• Responsabilidad• Espíritu de Servicio<ul style="list-style-type: none">• Solidaridad• Competitividad• Integridad• Confidencialidad

APROFAM cuenta con competencia directa. La competencia directa es: Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, Asociación Pasmó y Asociación Alas. A pesar que el trabajo de la competencia es reconocido, el posicionamiento que APROFAM ha logrado en la mente de los usuarios guatemaltecos es alto. Un 90% de la población reconoce la marca, el único inconveniente es que APROFAM, en la mayoría de los casos, es reconocido como un centro de servicios para la mujer, sin conocer todos los servicios para la familia que ésta ofrece, así como: hospital de día, deontología, pediatría, urología, etc.

APROFAM como toda institución cuenta con fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas las cuales se pueden observar a continuación.

<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personal capacitado y experto en las diferentes temáticas • Experiencia de campo por muchos años • Buenas relaciones personales • Habilidad de organización y manejo bajo presión • Instalaciones • Apoyo institucional fuerte • Reconocimiento nacional y social • Fuerza comunicacional • Fuerte posicionamiento 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instituciones respetan imagen y colaboradores de APROFAM • Sociedad abierta a la institución • Instituciones apoyan APROFAM • Necesidad de comunicación oportuna y eficiente • Necesidad de cambios en la sociedad
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poca experiencia en área de abogacía • Poco tiempo disponible • Poco personal para el desarrollo de tareas y responsabilidades • Personal de Programas Sociales no completo • Gerencia de Programas Sociales con únicamente 6 meses de existencia • No procesos establecidos en Programas Sociales 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gobierno • Rotación de personal en instituciones aliadas y agencias donantes • Poca apertura a cambios y mejoras de parte de gobierno • Poca apertura a cambios y mejoras de parte de sociedad civil • No reconocido por el entorno por los servicios médicos en general, únicamente por planificación familiar

Un factor importante que fortalece el posicionamiento de APROFAM, es que es la única institución que provee servicios de salud integral para la familia, con educación, información y capacitaciones, apoyándose en talleres vivenciales, y talleres que impactan a la persona y a su entorno. Así también, es la única institución que cuenta con Unidades Móviles de Salud, las que son un equipo médico experto para métodos de planificación familiar quirúrgicos que llega a comunidades donde no hay ningún centro de salud.

Para el trabajo intenso de campo que APROFAM realiza todos los días, los

objetivos de comunicación comparten a la población guatemalteca todos los servicios que esta ofrece, manteniendo el posicionamiento que ya se tiene y expandiendo el conocimiento hacia la institución. Así también, fortalecer los Derechos Sexuales y Reproductivos con sus mensajes es primordial.

La comunicación de APROFAM está basada en el modelo de Comunicación para el Cambio Social y de Comportamiento – CCSyC -, estrategia compartida por el Gobierno de los Estados Unidos y validada en el Occidente de Guatemala en el 2012 por APROFAM, por lo tanto, más allá de lograr ventas de servicios por medio de la comunicación, se pretende modificar conductas hacia el enfoque de género y Derechos Humanos que impulsen el Desarrollo Humano en el país.

APROFAM como institución, entre sus mensajes clave a comunicar tiene: el enfoque de género y la pertinencia cultural en todos sus servicios de salud, educación y consejería. El departamento de Programas Sociales de APROFAM es el brazo activo de la institución en las poblaciones más vulnerables, donde las acciones y la entrega de servicios se lleva a cabo en las regiones subatendidas, pobres y discriminadas, es por ello que los mensajes claves están en torno a la misión social que la institución posee. La misión social es el empoderamiento y desarrollo integral (Salud Sexual y Reproductiva) de los grupos más vulnerables del país.

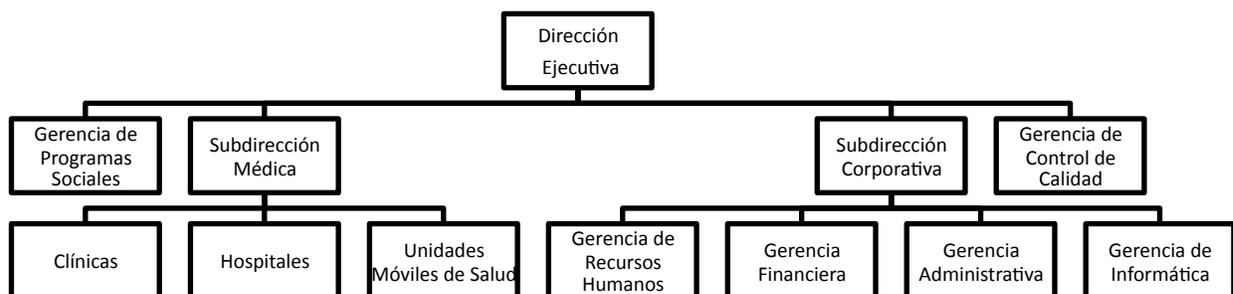
La misión social de APROFAM está basada en cinco ramas de servicios comunitarios, los cuales son:

- a. Programas Sociales, es el departamento que tiene como función poner en acción la misión social de APROFAM a través del trabajo de campo en las poblaciones más vulnerables del país. Acceso, Adolescentes, ITS y VIH, y Abogacía
- b. Acceso es la búsqueda de formas innovadoras de proveer servicios integrales a la población guatemalteca, rompiendo barreras de recurso, distancia, educación, género, religión y creencias.

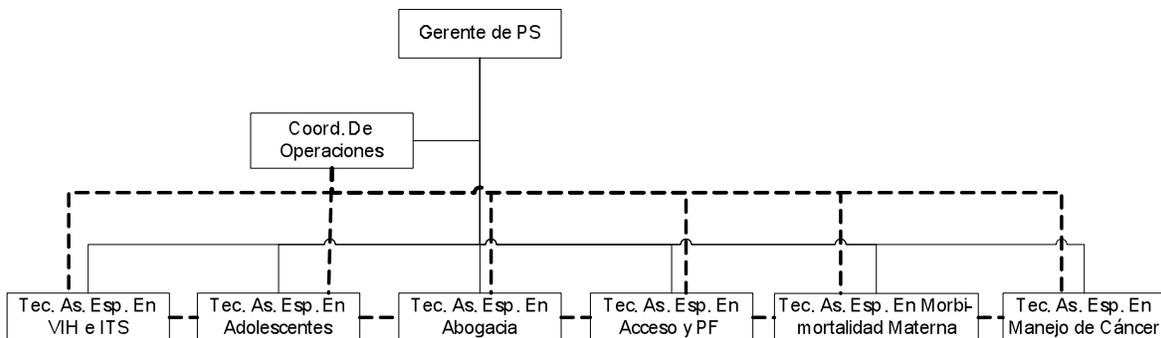
- c. Adolescentes busca empoderar a adolescentes y jóvenes en sus Derechos Sexuales y Reproductivos brindándoles herramientas adecuadas para hacer valer sus derechos.
- d. ITS y VIH es un componente social que gira respecto de los derechos de las personas portadoras del virus del VIH, la prevención del mismo y de otras ITS y la diversidad sexual.
- e. Abogacía es también llamada incidencia política, que busca cambios o implementación de leyes a favor de un objetivo específico que beneficie la sociedad, este segmento puede cubrir temáticas desde violencia basada en género, hasta Derechos Humanos de los defensores de derechos. .

El departamento de Programas Sociales es, entonces, una de las ramas más fundamentales de APROFAM ya que tiene el poder de crear cambios sociales, no sólo de entrega de servicios, sino de comportamientos en búsqueda de aumentar el Desarrollo Humano del país sin exclusión alguna.

La importancia del departamento de Programas Sociales se puede evaluar en el siguiente organigrama general de la institución.



La estructura del departamento de Programas Sociales se puede evaluar en el siguiente organigrama.



Especificación del Logotipo

Analizando el área gráfica de APROFAM, refiriéndose al logotipo, este únicamente utiliza un color que es Pantone 285. La tipografía del logotipo es personalizada, el tipo de letra dibujado, que maneja proporciones gruesas y complementa el peso visual del diseño.

El logotipo de APROFAM cuenta con una silueta medio cuerpo de hombre y mujer estilizada, con un hijo/a recién nacido/a, en brazos de la mujer, constituyendo una familia dentro de un triángulo equilátero, con una franja en degradé antes y después del triángulo, todo en color azul y las siglas de APROFAM.

El hecho de tener un hijo/a en brazos, simboliza la gran responsabilidad para con la descendencia, de brindarles todo lo mejor que somos capaces. Igualdad en las tres partes, equilibrio, integración. La franja utilizada en el logotipo está diseñada como parte adicional del mismo, con el objetivo de facilitar a las personas, especialmente a las de baja escolaridad, la identificación de los diferentes centros de atención.



CAPÍTULO V

CAPÍTULO V

DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

Con el objetivo de diseñar materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales de APROFAM, se define el siguiente grupo objetivo.

Para este proyecto de graduación, el grupo objetivo que validará es una muestra de 25 personas, personal de APROFAM, de las diversas Gerencias y Departamentos que tienen relación directa o indirecta con donantes actuales y potenciales. La herramienta de validación se aplica a puestos de Jefatura, Subdirecciones, personal de Programas Sociales y otro personal de apoyo.

5.1 Perfil Geográfico

El grupo objetivo reside en Guatemala. Index Mundi provee la siguiente información geográfica:

Coordenadas Geográficas

15 30 N, 90 15 O

Continente

Centro América y el Caribe

Área

Total: 108,889 km cuadrados, **Tierra:** 107,159 km cuadrados, **Agua:** 1,730 km cuadrados

Costa Marítima

400 km

Área Irrigada

2.000 km cuadrados (2003)

Población

14.099.032 (Julio 2011 est.)

Distribución por edad

0-14 años: 38,1% (hombres 2.678.340/mujeres 2.582.472), **15-64 años:** 58% (hombres 3.889.573/mujeres 4.130.698), **65 años y más:** 3,9% (hombres 252.108/mujeres 291.272) (2011 est.)

Tasa de crecimiento

1,948% (2011 est.)

Tasa de natalidad

26,48 nacimientos/1.000 habitantes (2011 est.)

Tasa de mortalidad

4,92 muertes/1.000 habitantes (July 2011 est.)

Tasa de migración neta

-2,08 migrante(s)/1.000 habitantes (2011 est.)

Distribución por sexo

Al nacer: 1,05 hombre(s)/mujer, **menores de 15 años:** 1,04 hombre(s)/mujer, **15-64 años:** 0,94 hombre(s)/mujer, **65 años y más:** 0,87 hombre(s)/mujer, **Población total:** 0,97 hombre(s)/mujer (2011 est.)

5.2 Perfil Demográfico

	Nivel Medio–Alto C1 (5.5%)	Nivel Medio–Bajo C2 (32.5%)
Ingresos mensuales	Ingresos familiares oscilan en un promedio de Q23,500.00 al mes	Ingreso familiar oscila en un promedio de Q10,500.00 al mes
Educación	Su nivel educacional supera los estudios secundarios completos y universitarios	Su nivel educacional se encuentra en estudios primarios y secundarios completos
Ocupación	Tienen un nivel de vida bastante holgado. Son ejecutivos de empresas privadas o públicas también pueden ser dueños de negocios medianos	Por lo general son profesionales, Comerciantes, pequeños industriales, ejecutivos de mandos medios
Vivienda	Viven en sectores residenciales o en colonias. Las casas poseen al menos 4 habitaciones. Pueden ser hechas a sus especificaciones	Habitan en casas modestas, no de lujo pero confortables. Generalmente con 3 habitaciones en colonias de casas iguales

	Nivel Medio–Alto C1 (5.5%)	Nivel Medio–Bajo C2 (32.5%)
Aparatos eléctricos	Disponen de la mayoría de los bienes de confort (estufas, refrigeradoras, radio, TV, aparatos eléctricos, etc.)	Poseen muebles y electrodomésticos populares, comprados a veces a plazos, tales como: estufa, refrigeradora, radio, televisión y otros
Servicio domestico	1 mínimo. Servicio doméstico	1 ó no tiene servicio domestico
Vehículos	Poseen uno o dos vehículos de modelos no necesariamente reciente	Poseen vehículo de modelo no reciente.
Educación Hijos	La educación de sus hijos es muy importante y por eso realizan esfuerzos para que vayan a los mejores colegios y universidades del país	Sus hijos se educan en colegios y universidades del país
Viajes al Exterior	Viajan al exterior por lo menos una vez al año y frecuentemente al interior del país a lugares de descanso	Viajan frecuentemente dentro del país y sus viajes al exterior son circunstanciales

FUENTE: Multivex Sigma Dos Guatemala

5.3 Perfil Psicográfico

Basado en un estudio actitudinal de Cicmas Strategy Group en el año 2004, se hace una compilación de la información de varios países para designar una característica uniforme o parcial a nivel mundial en base al perfil demográfico del grupo objetivo seleccionado. En el estudio se determina su estilo de vida, hábitos de consumo y relación con productos y servicios. En el estudio se determina su estilo de vida, hábitos de consumo y relación con productos y servicios, entre otros temas.

A continuación se presenta una síntesis de las principales conclusiones.

Aún desde cierta cautela, presencia de optimismo individual y esperanza política: 51% piensa que su situación será “algo mejor” dentro de un año y 16% que será “mucho mejor”, en tanto que 56% tiene una visión positiva respecto de la actual gestión de gobierno.

Niveles importantes de insatisfacción con el trabajo y la residencia: 78% dice que le gustaría mudarse a una casa mejor (pero el 51% dice preferir un trabajo estable aunque gane menos).

La inseguridad en el entorno cotidiano provoca un retraimiento hacia el propio hogar y la realización de inversiones para acondicionarlo como lugar de mucho confort (6 de cada 10 encuestados lo están haciendo).

La mayoría de los entrevistados no busca diferenciarse por sus consumos culturales. En general, el encendido de TV se sitúa en los 6 días por semana: el 94% ve habitualmente canales de TV abierta y el 86% canales de cable. El encendido de radio es de casi 5 días por semana, con mayor preferencia por las FM.-

Fuerte impacto de la crisis en los adolescentes del segmento, que tienden a adoptar actitudes conservadoras y manifiestan una mirada resignada sobre lo social.

5.4 Perfil Conductual

Las instituciones donantes poseen carácter fuerte y determinado por sus objetivos establecidos tras años de investigación y estudio, los que rigen sus acciones con las instituciones y países beneficiarios.

La actitud y conducta del grupo objetivo está basada en impulsar los países en desarrollo o tercermundistas, los países con altas tasas de mortalidad y morbilidad (tanto materna, neonatal, infantil, por VIH/SIDA, pobreza, desnutrición, contaminación, etc.), delincuencia y otros. Cabe en sección, Guatemala por poseer una de las regiones más pobres encontradas en el altiplano del país, con áreas donde los habitantes viven con menos de USD 2.00 por día, con altos índices de discriminación y subatención médica que hacen que el precario estilo de vida sea más afectado y llegue hasta la muerte.

La actitud y conducta tomada frente a estas realidades es de implementación de acciones mitigantes por medio de la inversión. Los donantes seleccionan un tema de impacto (tal como VIH/SIDA, Planificación Familiar o Mortalidad Materna) y deciden ciertas acciones y estrategias a desarrollar, continuando con la investigación a detalle, buscando instituciones en el área dañada para implementarlas.

CAPÍTULO VI

CAPÍTULO VI

MARCO TEÓRICO

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio:

- 6.1.1 Empresa
- 6.1.2. Corporación
- 6.1.3. Sociedad
- 6.1.4. Institución sin fines de lucro
- 6.1.5. Programas sostenidos
- 6.1.6. Derechos Humanos
- 6.1.7. Derechos Sexuales y Reproductivos
- 6.1.8. Programas de salud integral
- 6.1.9. Esparcimiento de embarazos
- 6.1.10. Salud materna infantil
- 6.1.11. Unidades móviles de salud
- 6.1.12. Comunidades
- 6.1.13. Aldeas
- 6.1.14. Caseríos
- 6.1.15. Programas Sociales
- 6.1.16. Ciclo del proyecto
- 6.1.17. Planificación Familiar
- 6.1.18. Acceso
- 6.1.19. Virus de Inmunodeficiencia Humana - VIH
- 6.1.20. Adolescentes
- 6.1.21. Abogacía
- 6.1.22. Mortalidad Materna
- 6.1.23. Salud Sexual
- 6.1.24. Desarrollo humano
- 6.1.25. Identidad Corporativa
- 6.1.26. Filosofía

- 6.1.27.1 Misión
- 6.1.27.2 Visión
- 6.1.27.3 Valores institucionales
- 6.1.27. Distribución/Distribuidores
- 6.1.28. Grupo objetivo
- 6.1.29. Administración
- 6.1.30. Donantes
- 6.1.31. Sociedad

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño:

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación

- 6.2.1.1 Comunicación
 - 6.2.1.1.1 Proceso de la Comunicación
 - 6.2.1.1.2 Información
 - 6.2.1.1.3 Educación
 - 6.2.1.1.4 Capacitaciones
 - 6.2.1.1.5 Talleres vivenciales
- 6.2.1.2 Comunicación Social
- 6.2.1.3 Comunicación Corporativa (organizacional – institucional)
- 6.2.1.4 Comunicación a donantes
- 6.2.1.5 Comunicación para el cambio social y de comportamiento
 - 6.2.1.5.1 Enfoque de género
 - 6.2.1.5.2 Pertinencia cultural

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

- 6.2.2.1 Diseño
 - 6.2.2.1.1 Diseño Gráfico
 - 6.2.2.1.2 Diseño Editorial
- 6.2.2.2 Impresión
- 6.2.2.3 Ilustración y Fotografía

6.2.2.4 Diagramación

6.2.2.5 Tipografía

6.2.2.6 Logotipo

6.3 Ciencias Auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1 Ciencias Auxiliares

6.3.1.1 Semiótica

6.3.1.2 Semiología

6.3.1.2.1 Semiología de la imagen

6.3.1.2.2 Semiología del discurso

6.3.1.3 Antropología

6.3.1.4 Psicología

6.3.1.4.1 Psicología Aprendizaje

6.3.1.4.2 Psicología de la Comunicación

6.3.1.4.3 Psicología del Color

6.3.1.4.3.1 Color

6.3.1.4.4 Psicología del Consumidor

6.3.1.4.5 Psicología individual

6.3.1.5 Sociología

6.3.1.6 Pedagogía

6.3.2 Arte

6.3.2.1 Dibujo

6.3.3 Teorías

6.3.3.1 Teoría del Color

6.3.3.2 Teoría de las Formas

6.3.4 Tendencia

6.3.4.1 Tendencia Técnica

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio:

6.1.1 Empresa

Es un ente dentro de la sociedad que tiene como principal recurso el personal. El personal debe contar con una misma visión y objetivo para poder denominar su establecimiento como empresa. Así también, la empresa es la unión de este recurso humano, con el recurso tecnológico, económico, de infraestructura, etc.

Gil (2010) define la empresa como combinación de factores: toda la actuación de la empresa lleva a la realización de una actividad de producción o de prestación de servicios. Para ello debe realizarse una combinación de los diferentes factores de producción.

6.1.2. Corporación

Es una entidad que debe ser inscrita legalmente para poder obtener sus derechos como tal y fungir labores públicamente. Al igual que las sociedades, organizaciones y empresas, en una corporación se debe contar inicialmente con el recurso humano y apoyado con el recurso tecnológico, capital, infraestructura y otros.

Comenta Jiménez (1987) que la corporación o establecimiento público abarca tanto a los pueblos y a las provincias (ayuntamientos y diputaciones), como a las típicas asociaciones jurídico-públicas (los Colegios Profesionales y las Cámaras), pero también a los establecimientos de beneficencia e instrucción.

6.1.3. Sociedad

La sociedad, como bien hemos escuchado, se basa en la familia al tomar en cuenta sus derechos y obligaciones. La sociedad es una agrupación de familias o individuos que tiene una misma cultura, comparten uno varios idiomas, costumbres y área territorial

La sociedad ha sido tradicionalmente un contrato, es decir, un acuerdo de voluntades entre varios sujetos para conseguir una finalidad concreta (Ruiz de Velasco y del Valle, 2007).

6.1.4. Institución sin fines de lucro

Las instituciones sin fines de lucro son todas aquellas que poseen un interés por el Desarrollo Humano donde laboran, crecimiento integral de las personas que viven el área determinada, salud integral o, inclusive, el entorno, como la ecología, disminución de contaminación, cuidado de recursos, etc. Las instituciones sin fines de lucro trabajan a favor de la sociedad, sin establecer como meta principal el lucro o el crecimiento de los bienes personales, claro está, estas instituciones deben velar por su sostenibilidad y financiamiento.

Las Naciones Unidas (2003) comenta que las instituciones sin fines de lucro son entidades jurídicas o sociales creadas para producir bienes y servicios, cuyo estatuto jurídico no les permite ser fuente de ingreso, beneficio u otra ganancia financiera para las unidades que las establezcan, controlan o financian.

6.1.5. Programas sostenidos

Un programa sostenido, como bien lo dice su propia etiqueta, es un programa que busca la sostenibilidad y financiamiento con sus acciones y tareas. Un programa sostenido es aquél que para cumplir sus objetivos estratégicamente seleccionará las actividades que den sostenibilidad económica. Estos programas pueden ser sostenidos por medio de ellos mismos, por medio de recibir ingresos por los servicios o productos entregados, a través de donantes o subsidios, entre otros.

Los programas sostenidos pretenden sentar las bases para forjar las directrices y fundamentos que orienten las actividades en desarrollo rural en el mediano y largo plazo por un sendero de crecimiento sostenido (MAG, SEPSA, MIDEPLAN, IICA, 1991).

6.1.6. Derechos Humanos

Son todos aquellos aspectos que impulsan a las personas en el bien integral para su desarrollo. Estos derechos, como dice un refrán: “Terminan donde comienzan los Derechos Humanos de los demás”. Los Derechos Humanos conllevan responsabilidades también y no únicamente “derechos”. Cuando hablamos de Desarrollo Humano, es imposible no incluir el respeto y vigilancia de los Derechos Humanos, equidad de género y pertinencia cultural.

El Procurador de los Derechos Humanos en Guatemala (2013) nos cuenta que los Derechos Humanos son las facultades, prerrogativas y libertades fundamentales de que goza una persona y que se derivan de su dignidad, por lo que no pueden ser vulnerados y por ello los Estados y las leyes que los rigen tienen la obligación de reconocerlos, difundirlos, protegerlos y garantizarlos. Todas las personas, sin importar su edad, religión, sexo o condición social, gozan de estos derechos, los cuales son indispensables para el desarrollo integral del individuo.

La vigencia de los Derechos Humanos es un medio para la construcción de una sociedad democrática que debe surgir de un Estado Constitucional de Derecho, con el propósito que la sociedad pueda dinamizar el desarrollo de nuevos contenidos para la democracia y la paz.

Aunque se dice que todos estamos obligados a respetar los Derechos Humanos de las demás personas, existe la diferencia en que los ciudadanos y ciudadanas podemos hacer todo aquello que la ley no prohíba, en tanto que los servidores públicos, como parte del Estado, pueden hacer aquello que la ley expresamente les faculta.

En materia de Derechos Humanos, el Estado no sólo tiene el deber de reconocer los Derechos Humanos, sino también respetarlos y defenderlos actuando dentro de los límites que le impone la ley

6.1.7. Derechos Sexuales y Reproductivos

Son simplemente Derechos Humanos. Estos derechos impulsan la libertad de pensamiento, acción y ser de cada persona, sin ser discriminada, siendo respetada y apoyada en las decisiones tomadas. Cada ser humano debe estar empoderado en sus Derechos Sexuales y Reproductivos para decidir libre de influencias, manipulaciones y cohesiones, decisiones sobre su vida sexual, si tener hijos o no, número de hijos, si formar una familia o no, cómo vivir su Salud Sexual y Reproductiva, a dónde asistir para servicios de salud, etc.

Los Derechos Sexuales y reproductivos son aquellos derechos que están fundamentados en tratados y otros instrumentos esenciales de los derechos humanos internacionales, en interpretaciones autoritativas de estos estándares internacionales y en beneficios adicionales relacionados con la sexualidad humana, mismos que están implícitos en esos derechos. Los Derechos Sexuales son Derechos Humanos relacionados con la sexualidad. Estos derechos están constituidos por un conjunto de beneficios relacionados con la sexualidad, que emanan del derecho a la libertad, igualdad, privacidad, autonomía, integridad y dignidad de todas las personas (*International Planned Parenthood Federation – IPPF, 2008*).

6.1.8. Programas de salud integral

Se relacionan con el conjunto de proyectos que tienen como prioridad la salud del individuo en todas sus dimensiones, quiere decir, tomando en cuenta su salud emocional, física, intelectual, etc. Estos programas de salud son necesarios si queremos mejorar el estilo de vida dentro de la sociedad.

Wikipedia (2013) aclara que el trabajo del Programa Integrado de Salud se basa en la educación y la prevención. Su objetivo es formar a la comunidad de la Escuela para desarrollar un estilo de vida saludable. Se centra su atención en el desarrollo físico, emocional y psicológico, así como en la práctica de deportes, y el fortalecimiento de habilidades para la vida.

6.1.9. Esparcimiento de embarazos

Es el tiempo que cada pareja, o la mujer, decide entre los embarazos. El esparcimiento de embarazos está basado en la libre elección de la mujer, y algunas veces, consensuada con su pareja sobre el tiempo de espera para el siguiente hijo y la cantidad de hijos que desean tener. Ejercer esta decisión es ejercer los Derechos Sexuales y Reproductivos de la persona.

La Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala – APROFAM (2005) define al esparcimiento de embarazos como dejar un tiempo mínimo de 3 a 5 años o más, entre un embarazo y otro, con el fin de tener hombres, mujeres, niños y niñas sanas, y para disminuir la mortalidad materna e infantil en nuestro país.

6.1.10. Salud materna infantil

Conlleva todos aquellos cuidados, educación y atención que se proporciona a una mujer en su período de gestación. Estos cuidados se proporcionan desde el inicio de la gestación hasta los primeros años del niño o niña, lo cual abarca la salud infantil.

La salud materna infantil busca mejorar las condiciones a nivel comunitario para la calidad de vida y salud de las mujeres gestantes, los niños y las niñas menores de 5 años a través de los siguientes procesos: identificación, canalización efectiva y demanda inducida de mujeres gestantes, lactantes, niños y niñas menores de 5 años sus familias y cuidadores y cuidadoras, hacia los servicios de salud, activación de procesos organizativos y comunitarios a través del trabajo en red social, así como el fortalecimiento de las habilidades, competencias y oportunidades de actores sociales, teniendo en cuenta el enfoque poblacional, incorporando estrategias de tipo formativo, informativo, y de movilización social para el empoderamiento comunitario (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2013).

6.1.11. Unidades móviles de salud

Es aquel equipo que lleva servicios de salud a destinos lejanos porque no hay clínicas u hospitales cerca que lo provean. Este equipo no solo aumenta el acceso a los servicios, sino que también a los Derechos Humanos.

APROFAM (2013) denomina una unidad móvil de salud como un equipo quirúrgico dentro de un camión adecuado que cuenta con el apoyo de un ginecólogo, médico general, enfermera y piloto cajero que lleva servicios de planificación familiar a las comunidades menos alcanzadas y más vulnerables del país.

6.1.12. Comunidades

Son uniones de costumbres, culturas, idiomas o lenguas, características físicas y geográficas de grupos de personas. Las comunidades forman la sociedad, pero a la vez, está formada de familias, parejas o personas individuales.

Lisbona (2005) comenta que el concepto de comunidad está instalado en el vocabulario de las ciencias sociales como mención obligada a una forma de vivir en sociedad que los seres humanos construimos. Sin embargo, el término oscila entre la referencia a un territorio constituido por la impronta humana y la conformación de relaciones sociales modélicas en ese mismo espacio.

6.1.13. Aldea

En la mayoría de casos, son grupos pequeños de poblaciones que sufren de pobreza, discriminación, subatención y otros que por falta de acceso y ubicación geográfica, limitan su desarrollo.

La Real Academia Española (2013) define a la aldea como un pueblo de corto vecindario y, por lo común, sin jurisdicción propia.

6.1.14. Caserío

Son aquellos grupos de personas y casas que están ubicadas una cerca de la otra, en la cual comparten un limitado espacio para convivir.

La Real Academia Española (2013) define el caserío como un conjunto formado por un número reducido de casas.

6.1.15. Programas Sociales

Son aquellas estrategias que se desarrollan para apoyar y fortalecer a la sociedad, enfocándose en las poblaciones más pobres, vulnerables, desatendidas y discriminadas.

APROFAM (2013) define a los programas sociales como una serie de proyectos con misión social buscando el desarrollo integral de las comunidades menos alcanzadas y más vulnerables del país.

6.1.16. Ciclo del proyecto

Es una herramienta que apoya a una mejor y más eficiente ejecución de un proyecto. Este inicia desde la planificación o identificación de los objetivos, misión, indicadores, hasta la evaluación y mejora después de lo ejecutado. Durante el ciclo del proyecto se recomiendan varias secciones de monitoreo y evaluación, ya que los cambios para fortalecer procesos de buenas prácticas o eliminar aquellos que no producen resultados es esencial.

El ciclo de proyecto sigue la vida de un proyecto desde la idea inicial hasta su terminación. Facilita una estructura que permite garantizar la consulta de las partes interesadas y el establecimiento de: las decisiones claves, las necesidades de información y las responsabilidades en cada etapa. Así, se pueden tomar las decisiones claves en cada fase del proyecto. Se apoya en la evaluación para aprovechar las enseñanzas y utilizarlas en el diseño de programas y proyectos futuros. (Comisión Europea, 2001)

6.1.17. Planificación Familiar

Todas aquellas estrategias que empoderan a las personas a decidir cuántos hijos debe tener, en qué momento o inclusive, si tener o no hijos está relacionado con la planificación familiar. La planificación familiar es aquella que permite la información, comunicación, educación y acceso con insumos para decidir sobre su vida reproductiva.

La planificación familiar está definida como la actividad consciente de la pareja, encaminada a espaciar o limitar los embarazos, y a prevenir enfermedades y muerte del grupo materno infantil (APROFAM, 2013)

6.1.18. Acceso

Cuando se habla de acceso, se habla de proveer los servicios, insumos o demás a la población. En acceso se tocan temas de locación, precios, educación y otros.

Acceso es brindar a de la población los servicios de Planificación Familiar, que conlleve a la información, consejería, educación sobre Salud Sexual y Reproductiva de las personas y provisión de métodos anticonceptivos (SEPREM, 2005)

6.1.19. Virus de Inmunodeficiencia Humana - VIH

Es aquel causante de la infección del sida. El VIH tiene un diámetro de aproximadamente 100 nanómetros. El nanómetro es la unidad de longitud que equivale a una mil millonésima parte de un metro.

El virus de inmunodeficiencia humana puede ser transmitido a través del contacto sexual (heterosexual u homosexual), por productos sanguíneos contaminados, y puede pasar de la madre al feto o infante antes del nacimiento o durante el mismo. Si la madre está infectada con el VIH, existe una pequeña posibilidad de que el virus pueda pasar al bebé mediante la lactancia materna (Hatcher, Rinehart, Blackburn, Geller, Shelton, 2002).

6.1.20. Adolescentes

Son todas aquellas personas, hombres o mujeres que están en la fase de identificación de su personalidad, con cambios físicos, psicológicos, sexuales, y definitivamente sociales. Este es un proceso de cambios, ya que se pasa de la niñez a la etapa adulta.

Los adolescentes se definen como las personas en el período entre los 10 y los 19 años de edad. Es una etapa de continuos cambios físicos, cognitivos, conductuales y psicosociales caracterizada por el aumento en los niveles de la autonomía individual, un mayor sentido de la identidad, de la autoestima y una independencia progresiva de los adultos (UNFPA, 2009)

6.1.21. Abogacía

Son todas las acciones estratégicamente planificadas para influir en las normas y leyes sociales, así también, como influir en el Estado y/o Gobierno por medio de actividades concretas de incidencia política, más allá que sólo activismo. Para que la abogacía logre mejor resultado necesita de alianzas estratégicas, contactos e influencia política y pública.

Abogacía implica llevar a cabo una serie de acciones altamente especializadas para analizar, los procesos políticos, la estructura del Estado, la legislación vigente en los diversos niveles de gobierno y los compromisos a nivel internacional, el contexto social, económico, geopolítico y de Desarrollo Humano (IPPF, 2009).

6.1.22. Mortalidad Materna

Es un término utilizado para describir cualquier muerte (no intencional) de la mujer en el período de gestación y un tiempo después de haber dado a luz. Los índices de mortalidad materna a nivel mundial reflejan que una mujer muere cada dos minutos.

Mortalidad Materna es la muerte de una mujer durante su embarazo, parto, o dentro de los 42 días después de su terminación, por cualquier causa relacionada o agravada por el embarazo, parto o puerperio o su manejo, pero no por causas accidentales (OMS, 2013).

6.1.23. Salud Sexual

Está determinada por todas aquellas acciones que abarcan la sexualidad de una persona, iniciando por el conocer de sus Derechos Sexuales y Reproductivos, luego por conocer su cuerpo y por último, determinada por ciertas acciones de cuidado y que buscan el bienestar integral de las personas.

La Salud Sexual es un estado de bienestar físico, emocional, mental y social relacionado con la sexualidad, no es simplemente una ausencia de enfermedad, disfunción o dolencia. La Salud Sexual requiere de una actitud positiva y respetuosa hacia la sexualidad y las relaciones sexuales, además de la posibilidad de tener experiencias sexuales placenteras y seguras, libres de coerción, discriminación y violencia. Para lograr y mantener la Salud Sexual, todos los - Derechos Sexuales de todas las personas deben ser respetados, protegidos y realizados (IPPF, 2008)

6.1.24. Desarrollo Humano

Es aquel que representa las condiciones de vida de un sector geográfico, en su mayoría un país. El Desarrollo Humano se puede medir por ciertos indicadores, como lo son: la pobreza, la educación, la discriminación, la alimentación y la desnutrición, y otros que causan impacto social.

El Desarrollo Humano es un paradigma de desarrollo que va mucho más allá del aumento o la disminución de los ingresos de un país. Comprende la creación de un entorno en el que las personas puedan desarrollar su máximo potencial y llevar adelante una vida productiva y creativa de acuerdo con sus necesidades e intereses. Las personas son la verdadera riqueza de las naciones. Por lo tanto, el

desarrollo implica ampliar las oportunidades para que cada persona pueda vivir una vida que valore. El desarrollo es, entonces, mucho más que el crecimiento económico, que constituye sólo un medio —si bien muy importante— para que cada persona tenga más oportunidades.

Para que existan más oportunidades lo fundamental es desarrollar las capacidades humanas: la diversidad de cosas que las personas pueden hacer o ser en la vida. Las capacidades más esenciales para el Desarrollo Humano son disfrutar de una vida larga y saludable, haber sido educado, acceder a los recursos necesarios para lograr un nivel de vida digno y participar en la vida de la comunidad. Sin estas capacidades, se limita considerablemente la variedad de opciones disponibles y muchas oportunidades en la vida permanecen inaccesibles.

Aunque este modo de concebir el desarrollo es con frecuencia olvidado en el afán inmediato por acumular bienes y riquezas financieras, no se trata de algo nuevo. Los filósofos, economistas y líderes políticos destacan desde hace tiempo que el objetivo, la finalidad del desarrollo es el bienestar humano. Como dijo Aristóteles en la Grecia Antigua: "La riqueza no es, desde luego, el bien que buscamos, pues no es más que un instrumento para conseguir algún otro fin".

La búsqueda de ese otro fin es el punto de encuentro entre el Desarrollo Humano y los Derechos Humanos. El objetivo es la libertad del ser humano. Una libertad que es fundamental para desarrollar las capacidades y ejercer los derechos. Las personas deben ser libres para hacer uso de sus alternativas y participar en la toma de decisiones que afectan sus vidas. El Desarrollo Humano y los Derechos Humanos se reafirman mutuamente y ayudan a garantizar el bienestar y la dignidad de todas las personas, forjar el respeto propio y el respeto por los demás (Programa de Informes Nacionales de Desarrollo Humano y Objetivos de Desarrollo del Milenio, 2013).

6.1.26.1 Identidad Corporativa

Es aquella que representa a una empresa y la hace única de todas las demás, a pesar que estas tengan el mismo objetivo y/o mercado meta. La identidad corporativa es representada por un logotipo o isologotipo que representará a la misma en todo momento, una línea gráfica, una cultura organizacional, clima laboral, etc.

La identidad corporativa es lo que la empresa es: su objeto social, su misión y los objetivos corporativos que se propone alcanzar (en consecuencia, también su visión). La Identidad corporativa es el ser de la empresa u organización. De ello se derivarán los atributos de identidad a proyectar, al servicio de los objetivos corporativos de la organización. (Sainz, 2003).

6.1.26.2 Filosofía

Es el estudio, en su mayoría, de ámbitos relacionados con la razón de vivir, la existencia, el conocimiento, el razonamiento, desde lo personal, individual hasta lo colectivo. La filosofía busca abordar aspectos como la belleza, la moral, el lenguaje, la comunicación, y la mente.

La Real Academia Española (2013) afirma que la filosofía es el conjunto de saberes que busca establecer, de manera racional, los principios más generales que organizan y orientan el conocimiento de la realidad, así como el sentido del obrar humano.

6.1.26.3 Misión

En la misión se explica el propósito fundamental de la existencia de la organización, dentro de los que podemos mencionar algunos de los aspectos, como los son: quiénes son, a qué se dedican, la razón de ser, para quién lo hace, y en qué se diferencian.

La misión es una declaración escrita en la que se concreta la razón de ser o propósito de una organización. Responde a la pregunta: ¿Por qué existimos? (Sainz, 2003).

6.1.26.4 Visión

Es una declaración a futuro en donde se busca cumplir con la misión, algunos aspectos que se deben de tomar en consideración son: qué se quiere ser en algunos años, en qué nos queremos convertir, qué valores respetamos, en qué nos diferenciamos y para quién lo hacemos, y debe ser conocida y compartida por todos los miembros de la organización.

La visión de una empresa u organización es una expresión verbal y concisa de la imagen gráfica que deseamos para empresa en el futuro, que sirve para marcar en el presente el rumbo que debe seguir dicha organización. Responde a la pregunta: ¿Qué queremos ser? (Sainz, 2003).

6.1.26.5 Valores institucionales

Los valores institucionales deben estar dedicados a promover el Desarrollo Humano, debido a que la institución tiene el deber ético hacia sus propietarios, accionistas, empleados, clientes y proveedores. Los valores institucionales también son llamados valores corporativos.

Los valores corporativos han sido, son y deberán seguir siendo las señas de identidad de la empresa tanto en su actuación interna como externa (Sainz, 2003).

6.1.27 Distribución/Distribuidores

La Distribución de bienes o servicios tiene como área encargada la mercadotecnia, que es la responsable de conocer las necesidades del grupo objetivo, así como el mercado, para que a través de procesos de distribución, vender una serie de productos y satisfacer las necesidades del mercado.

La Real Academia Española (2013) define a los distribuidores como alguien que distribuye y está dedicada a la distribución de productos comerciales. Así también a la distribución como la acción o efecto de distribuir, o el reparto de un producto a los locales en que debe comercializarse.

6.1.28 Grupo objetivo

Es un grupo determinado por una institución, organización, entidad, etc., para dirigir sus acciones y captar la atención. El propósito de captar la atención del grupo objetivo es para volverlos consumidores del producto o servicio que se está promocionando. Usualmente este término está relacionado con el área de Mercadeo y Comunicación.

Una buena definición del grupo objetivo ha de ser restrictiva. No hay nada más difícil que intentar dirigir una campaña a un grupo demasiado amplio de personas. Es preferible delimitar un grupo pequeño y homogéneo y a él dirigir nuestros esfuerzos, que definir un grupo muy amplio y enviarle un mensaje poco preciso.

No obstante, por muy restrictiva que sea la definición, siempre existen subgrupos importantes dentro de un grupo objetivo. Cuando esta diversidad es muy marcada, conviene definir dos o más categorías y señalar prioridades, señalando un grupo primario y uno o más secundarios. El grupo secundario puede consistir en una ampliación del grupo objetivo definido como primario, que quedaría englobado dentro de él, o por el contrario, tratarse de un grupo completamente distinto (González y Carrero, 2008).

6.1.29 Administración

Es una serie de actividades que nos permiten aprovechar los bienes destinados a generar productos y es definido como el arte de lograr que se hagan ciertas cosas a través de otras personas, como ejemplo el Gerente que cumple con las metas, haciendo que otros desempeñen las tareas que se requieren.

Acción y efecto de administrar. La que tiene a su cargo la recaudación de las rentas y el pago de las obligaciones públicas. La que tiene a su cargo la recaudación de los ingresos o rentas de una diócesis, y el empleo de todos o parte de ellos en los gastos de ella (Real Academia Española, 2013).

6.1.30 Donante

Es una institución u organización que provee algún bien a otra persona, institución u organización, para que las mismas puedan cumplir con sus objetivos y sean estos beneficiados con el aporte. Estas instituciones donantes tienen metas específicas que en su mayoría son aspectos sociales, y proveen los recursos económicos o asistencia técnica a cambio de que la otra institución apoye con los objetivos. Persona que voluntariamente cede algo, destinados a personas que lo necesitan (Real Academia Española, 2013).

6.1.31 Sociedad

Es un grupo de personas, que por sus fines pueden ser de diferentes tipos, como: económicas, políticas, y mercantiles, las mismas tienen fines concretos en donde todas las personas participan para un bien común. En un país la sociedad está conformada por todos los habitantes de la misma nacionalidad, aunque la variedad de estas pueden permitir la diversidad de culturas, de pensamientos, de costumbres y estas a su vez conforman el comportamiento, hasta influir en su personalidad y creencias, que al final es el producto de la sociedad en la que vive.

Agrupación natural o pactada de personas, que constituyen unidad distinta de cada uno de sus individuos, con el fin de cumplir, mediante la mutua cooperación, todos o alguno de los fines de la vida. Agrupación de comerciantes, hombres de negocios o accionistas de alguna compañía. Aquella en que hay dos clases de socios, unos con derechos y obligaciones como en la sociedad colectiva, y otros, llamados comanditarios, que tienen limitados a cierta cuantía su interés y su responsabilidad en los negocios comunes.

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación

6.2.1.1 Comunicación

Es dar a conocer de una forma escrita, hablada y/o gráfica de los pensamientos o ideas que desean transmitirse, pueden ser de carácter educativo, políticos, social, cultural, económico, mediante el proceso de comunicación hacerlo llegar a los receptores mediante los distintos lenguajes. La comunicación puede ser utilizada, para propagar ideas, pensamientos, productos o servicios, comercializar, vender, o para entretenimiento.

En lo que se refiere al tema que estamos tratando, dice el diccionario de la Lengua Española de la Real Academia Española (2013), que comunicar es: a) hacer a otro partícipe de lo que uno tiene, b) describir, manifestar o hacer saber a alguien alguna cosa, c) conversar, tratar con alguien de palabra o por escrito, y d) transmitir señales mediante un código común al emisor y al receptor.

Todos nos comunicamos. De una manera o de otra, de forma correcta o incorrecta, voluntaria o involuntariamente, siempre nos comunicamos. Incluso cuando no queremos comunicar, comunicamos. A no ser que nos aislemos totalmente del entorno que nos rodea, e incluso a veces en ese caso, comunicamos. La comunicación constituye, pues, una característica y una necesidad de las personas y de las sociedades, por primitivas que sean (incluso no racionales), con el objetivo de intercambiarse información y relacionarse entre sí (Van-Der Hofstadt, 2005)

6.2.1.1.1 Proceso de la Comunicación

Es la serie de acciones que debe cumplirse para que el mensaje del emisor llegue claramente al receptor, y mediante una retroalimentación pueda verificarse el mensaje y darse lo que llamamos comunicación.

Van-Der Hofstadt (2005) define que el proceso de la comunicación está compuesto por: el emisor principalmente quien tiene un objetivo de comunicación, luego la codificación, transmisión, ruidos, recepción, y la decodificación por el receptor, esto representa una intención de la comunicación.

6.2.1.1.2 Información

Puede ser de diferentes tipos, según la rama que se desea conocer. Esta se puede encontrar en los libros, páginas de internet, entorno, personas, relaciones, realmente la información está en cualquier ubicación y momento.

La Real Academia Española (2013) define la información como: a) Acción y efecto de informar, b) Comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre una materia determinada y c) Conocimientos así comunicados o adquiridos.

6.2.1.1.3 Educación

La educación, es la acumulación de información, costumbres, valores y/o conocimientos religiosos, adquiridos en una organización, institución educativa, en la vida por experiencias, y que se ponen en práctica en el ambiente social, laboral y cultural del individuo.

El Diccionario Larousse dice en una de sus definiciones, “La educación es un conjunto de las costumbres y buenos modales conforme a ciertas normas y costumbres de la sociedad.” Nosotros sabemos que es también la acción, o conjunto de acciones destinadas a desarrollar sus capacidades intelectuales en una o varias áreas del conocimiento, tiene que ver con impartir o transmitir el conocimiento. Eso puede hacerse en diferentes maneras, ya sea sistematizada, experimental o de manera informal. Es un proceso donde se pueden usar diferentes métodos (Bermudez, 2010).

6.2.1.1.4 Capacitaciones

Son aquellos eventos que proveen conocimientos técnicos, teóricos y prácticos, que mejoran el desempeño de los empleados, en el marco laboral, y permiten que las personas con talentos se sigan desarrollando, para los constante retos y progresar. Toda persona que busque un crecimiento deberá contar con capacitación constante.

Según Siliceo (2004) la capacitación y desarrollo que se aplica en las organizaciones, deben concebirse precisamente como modelos de educación, a través de los que es necesario primero, formar una cultura de identidad empresarial, basada en los valores sociales de productividad y calidad en las tareas laborales.

Considerar a la capacitación como el aprendizaje de meros instrumentos y el manejo de cifras y sistemas, no es educar, sino robotizar, dándole al empleado no sólo una pobre concepción del mundo y de su trabajo, sino limitándolo en su creatividad y capacidad de desarrollo y autorrealización.

6.2.1.1.5 Talleres vivenciales

Son aquellos que permiten la interacción con otras personas que pueden compartir sus experiencias, y así en conjunto, crear un lugar para adquirir nuevas experiencias. La característica básica de estos talleres son las mismas experiencias que el individuo pueda adquirir por medio de la práctica.

APROFAM (2013) define los talleres vivenciales como aquellos talleres donde la experiencia basada en la realidad es esencial. En los talleres vivenciales se cuenta con un moderador y guía quien dirigirá las experiencias y compartirá los lineamientos para el desarrollo del mismo. Luego del moderador, tenemos al participante quien puede ser individual o en grupos dependiendo del objetivo y de la temática del taller vivencial. Lo más recomendable en estos talleres es contar con un tiempo de análisis y discusión luego de la experiencia vivida.

6.2.1.2 Comunicación Social

Cualquier actividad, no importa el grado de complejidad que implique su ejecución, necesita ser planeada con el fin de racionalizar y ordenar los elementos que la integran aprovechando al máximo y de la manera más efectiva posible los recursos de que se disponga. En el caso de la comunicación social, lo anterior se hace aún más imperativo por cuanto la naturaleza misma de los elementos que integran el proceso exige una íntima interrelación en la compleja dinámica de su desarrollo.

El contexto inmediato que ocupa, desde la perspectiva de la comunicación social, es el Derecho de la Comunidad, y su significación con el desarrollo social. Los objetivos de la comunicación deben ser el logro de los objetivos del Desarrollo de la Comunidad (Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas, 1973).

6.2.1.3 Comunicación Corporativa (organizacional – institucional)

Es aquel que provee a las organizaciones de un clima laboral y cultura organizacional única donde los empleados pueden desarrollarse. Esta comunicación corporativa impacta inicialmente a los empleados pero luego, este mismo impacto llega hasta los usuarios de los productos y servicios que la institución u organización ofrece. Un empleado se sentirá integrado, cuando sus ideas, opiniones, son tomadas en cuenta.

En el campo académico, cuando se habla de gestionar la comunicación se propone que en la práctica la comunicación corporativa debe dar cierto valor agregado al desarrollo de las organizaciones.

Ante esta tendencia, es preciso explorar en las condiciones eficaces para desarrollar modalidades de comunicación de difusión y de participación, gracias a las que se pueda rentabilizar la exposición de la marca, en tanto calidad de percepción corporativa.

A nuestro entender, al ser la comunicación un proceso dinámico se adapta a la organización, por tanto, la identidad corporativos – como reflejo de una realidad de la institución – se proyecta inevitablemente hacia los públicos interno y externo, a través de los que se denomina comunicación corporativa (Rodríguez, 2008).

6.2.1.4 Comunicación a donantes

Los comunicados o la comunicación a donantes es importante para una institución con misión social. La comunicación a donantes es toda aquella que tiene un objetivo, un emisor y un receptor, pero a la vez cuenta con retroalimentación. Para una comunicación a donante efectiva se necesita de claridad en todas las transacciones y enunciados, honestidad y puntualidad, ya que es rendir cuentas sobre el correcto uso de las donaciones e inversión en la sociedad. Cuando la comunicación con donantes es legítima esta fortalece la relación y promueve más inversiones en proyectos y programas sociales.

APROFAM (2005) define la comunicación a donantes como todo aquél comunicado, reporte financiero, reporte de actividades (apoyado por listado de participantes, fotografías y resumen de la actividad), desglose de tareas con resultados, monitoreo y evaluación de las actividades con la medición de los indicadores. Estos comunicados pueden ser vía telefónica, correo electrónico o impreso. Usualmente los comunicados a donantes son únicamente por la línea gerencial, subdirecciones, dirección ejecutiva o por algún miembro de la junta directiva.

6.2.1.5 Comunicación para el cambio social y de comportamiento

Es aquella que promueve un cambio en la sociedad, esta va más allá que simples comunicados que informan o transmiten datos. La comunicación para el cambio social y de comportamiento está relacionada con la estrategia IEC, información, educación y capacitación. Esta comunicación tiene objetivos a largo plazo, se dice que un cambio de comportamiento necesita no menos de 5 años para evidenciarse.

USAID y FHI 360 en su proyecto C-Change (2012) definen la comunicación para el cambio social y de comportamiento como aquella estrategia que considera el rol que tiene la comunicación al propiciar el cambio social, que incluye un cambio de política, norma y comportamiento individual al encontrar un momento clave efectivo para el cambio.

El esfuerzo consultativo basado en la evidencia para tratar el conocimiento individual, actitudes, comportamientos y normas sociales de forma estratégica. Esta estrategia opera a través de varios tipos de intervenciones, particularmente, medios de comunicación masivos, interpersonales y con base en la comunicación.

Esta es una estrategia de comunicación para influir en el comportamiento que enfatiza la información y la educación.

6.2.1.5.1 Enfoque de género

También llamado perspectiva de género, es aquél que regula las acciones en base a los Derechos Humanos y la equidad de género. Estas acciones involucran y empoderan, tanto a la mujer como al hombre, sin acepción de ningún individuo, respetando las diferencias que cada uno de ellos posee.

Reconocer la audiencia con base en el género y sus roles que se consideran adecuados dentro de las sociedades y esperados para hombres y mujeres de una manera equitativa y respetuosa. “La perspectiva de género implica a ambos géneros en el desarrollo, es un esfuerzo por lograr modificaciones en las respectivas especificidades, funciones, responsabilidades, expectativas y oportunidades varones y mujeres (USAID y FHI 360, 2012).

6.2.1.5.2 Pertinencia cultural

Son todas aquellas acciones que fortalecen las diferencias de uno o varios pueblos, involucrando sus formas de aprendizaje, idioma, características únicas, rasgos físicos, etc. La pertinencia cultural tiene como meta el Desarrollo Humano equitativo, sin la exclusión de ningún grupo o pueblo dentro de la sociedad.

APROFAM (2013) determina que la pertinencia cultural es aquel enfoque que direcciona toda acción a incluir todos los pueblos dentro de una sociedad, sin discriminación ni marginación social. Uno de los objetivos de la pertinencia cultural es lograr la igualdad dentro de un país por medio de acciones que logren cambio social y de comportamiento en contra de la violencia o discriminación.

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

6.2.2.1 Diseño

Es todo cuanto nos rodea que posee características únicas y un objetivo de comunicación. El diseño tiene los siguientes elementos: color, forma, tipografía, semántica, significado, mensaje, canal y la representación puede ser visual, auditiva o ambas.

La Real Academia Española (2013) define el diseño como un proyecto, plan. Concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie. Descripción o bosquejo verbal de algo.

6.2.2.1.1 Diseño Gráfico

Es una herramienta que ha sido esencial en la comunicación desde hace varios siglos atrás. El diseño gráfico es el arte de crear, por medio de colores, formas, texturas, tipografías, contenido un resultado que sea atractivo para el ojo humano y que cumpla con los objetivos comunicacionales.

El diseño gráfico es fundamentalmente comunicación humana, y el trabajo del diseñador es construir una estructura virtual, algo similar a una partitura musical, con el fin de organizar un evento que tiene lugar cuando un observador se encuentra ante un diseño.

Muchas veces la gente se pregunta si un diseñador gráfico debe ocuparse más de lo estético o de lo funcional. Ésta no puede ser una situación de elección, lo uno o lo otro: lo estético es una de las funciones del diseño. Contribuye a hacer que el mensaje sea atractivo para cierta audiencia, ayuda seleccionar la audiencia y contribuye a intensificar la recepción del mensaje. Además, no hay estilo estético libre de ideología: una estética expresa una cierta visión del mundo, promueve determinados valores e influye en la gente de un modo subliminal (Frascara, 2004).

6.2.2.1.2 Diseño Editorial

Es prácticamente diseño gráfico especializado para la impresión en papel. Claro está, que puede abarcar otros materiales y componentes, pero está basado en la impresión en papel. El Diseño Editorial necesita, como todo diseño gráfico, del conocimiento de diagramación, tipografía, color, posicionamiento, forma y estética, así también necesita apoyarse de las diversas psicologías (entre ellas, psicología del consumidor, psicología del color y psicología de la forma).

El Diseño Editorial es el área del diseño gráfico especializada en la maquetación y composición de diferentes publicaciones tales como revistas, periódicos, libros, catálogos y folletos. Se encarga de organizar en un espacio texto, imágenes y, en algunos casos, multimedia, tanto en soportes tradicionales como electrónicos. Es la búsqueda del equilibrio estético y funcional entre el contenido escrito, visual y los espacios.

La pretensión del Diseño Editorial es diseñar obras y difundirlas, comunicar eficientemente unas ideas a través de unas tipografías, colores, formas y composiciones que muestren una relación inequívoca del contenido con el continente (Zanón, 2007)

6.2.2.2 Impresión

En temas de comunicación y diseño, se refiere a dejar plasmado en un sustrato la digitalización o concepción del emisor del mensaje. El sustrato utilizado para las impresiones varía dependiendo del gramaje del papel, tipo de papel o cartulina, color, textura, etc.

La impresión es la acción y efecto de imprimir. Marca o señal que algo deja en otra cosa al presionar sobre ella. Efecto o sensación que algo o alguien causa en el ánimo. Calidad o forma de letra con que está impresa una obra. Obra impresa. Efecto o alteración que causa en un cuerpo otro extraño (Real Academia Española, 2013).

6.2.2.3 Ilustración y Fotografía

Es la representación gráfica y, por ende visual, de una idea. La ilustración es elaborada en forma manual o en digital. Usualmente la ilustración lleva un proceso que inicia en bocetaje y termina en producto final.

Ilustración es la acción y efecto de ilustrar. Estampa, grabado o dibujo que adorna o documenta un libro. Publicación, comúnmente periódica, con láminas y dibujos, además del texto que suele contener (Real Academia Española, 2013).

A todas aquellas representaciones parecidas a la realidad, que pueden ser impresas en físico o en digital, se le llama fotografía.

La fotografía es el arte de fijar y reproducir por medio de reacciones químicas, en superficies convenientemente preparadas, las imágenes recogidas en el fondo de una cámara oscura. Estampa obtenida por medio de este arte (Real Academia Española, 2013).

6.2.2.4 Diagramación

Es una parte fundamental en el diseño, ya que ella permite ordenar los elementos desde el inicio de la creación del mismo. Colocar en espacio determinado por la retícula, a cada elemento, respetando la posición de cada uno de ellos, facilita el trabajo del diseñador al momento de elaborar más a detalle su arte. Así también, con la diagramación adecuada, la lectura o recepción del mensaje es más fácil y clara.

Según la Real Academia Española (2013) la diagramación es la acción y efecto de diagramar. Elaborar un esquema, gráfico o dibujo con el fin de mostrar las relaciones entre las diferentes partes de un conjunto. Diseñar el formato de una publicación.

6.2.2.5 Tipografía

Es un elemento primordial en todo diseño, ya que este refleja un mensaje en sí mismo también. Puede ser que el contenido del texto sea el idóneo pero si no se selecciona correctamente la tipografía, puede haber una malinterpretación en el mensaje. La tipografía tiene carácter propio, por consiguiente, seleccionarla en el momento de diseñar, es un proceso que requiere su análisis y dedicación.

La tipografía es el arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa. Comprende, pues, la realización de libros, revistas, periódicos, folletos, opúsculos, póster, anuncios, rótulos, cualquier cosa impresa en suma que se comunica a los demás mediante palabras (McLean, 1993).

6.2.2.6 Logotipo

Es un elemento principal para una institución, organización, asociación, y empresa, ya que es una representación única que puede constar de figuras básicas, texto, grafismos, y otros. El logotipo representa gráficamente a la institución desde aspectos legales, hasta aspectos relacionados a la competencia. Un buen logotipo puede crear un posicionamiento óptimo en la mente del consumidor y hacer que este prefiera el producto o servicio que se está ofreciendo.

Según la Real Academia Española (2013), el logotipo es un distintivo formado por letras, abreviaturas, etc., peculiar de una empresa, conmemoración, marca o producto. Grupo de letras, abreviaturas, cifras, etc., fundidas en un solo bloque para facilitar la composición tipográfica.

6.3.1 Ciencias Auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1 Ciencias Auxiliares

6.3.1.1 Semiótica

Serrano, Sebastián (1981) define la semiótica como una ciencia que estudia las diferentes clases de signos, así como las reglas que gobiernan su generación y producción, transmisión e intercambio, recepción e interpretación. Es decir, que la semiótica está vinculada a la comunicación y a la significación y, en última instancia, de forma que las incluye a las dos, a la acción humana.

6.3.1.2 Semiología

Es la ciencia que estudia los sistemas de signos: lenguas, códigos, señalizaciones, etc. De acuerdo con esta definición, la lengua sería una parte de la semiología. En realidad, se coincide generalmente en reconocer al lenguaje un status privilegiado y autónomo que permite definir a la semiología como “el estudio de los sistemas de signos no lingüísticos”.

La semiología fue concebida por Ferdinand de Saussure como “la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social”.

6.3.1.2.1 Semiología de la imagen

Los trabajos referentes a la semiología de la imagen, sobre su estructura, sobre las condiciones sociopsicológicas de su emisión o de su recepción son numerosos, y muy variados, y han sido emprendidos tanto por psicólogos como por lingüistas, periodistas, fotógrafos, pintores o publicistas.

Paralelamente a estas investigaciones de estilo universitario, algunos profesores de enseñanza básica y media se interesan también por la imagen, sobre todo en lo relativo a su utilización técnica y educativa, les preocupa esencialmente el poder motivador de la imagen y, en consecuencia, tratan de ilustrar sus clases mediante

proyecciones de diapositivas y películas o hacen que se comenten grabados y fotografías. Centran también sus trabajos en lograr una memorización mejor y en incrementar la eficacia de los soportes visuales. Estos dos objetivos, despiertan el interés y mejoran la retención, han conducido a ciertos pedagogos a hacer realidad unos métodos audiovisuales destinados al aprendizaje de las lenguas vivas o incluso a la adquisición y al perfeccionamiento de la lengua materna.

Los estudios lingüísticos acometidos en áreas de la elaboración de estos métodos de aprendizaje ponen el acento en los problemas de estructura de la lengua, de estadística léxica, pero insisten muy poco en la codificación de la imagen destinada a desempeñar un notable papel a nivel de recepción de un mensaje y sobre todo de un mensaje pedagógico. Pero existe una retórica de la imagen, una semántica, una sintaxis, una estructura que se puede poner de relieve mediante un estudio sistemático de códigos que existen desde siempre o que se hallan en el proceso de formación en campos tales como los cómics, la imagen pictórica, la imagen publicitaria, la fotografía de arte o de prensa, etc. (Martin, 1987).

6.3.1.2 Semiología del discurso

Ferdinand de Saussure propone y bautiza una nueva ciencia general de los signos, la semiología, mediante la que los hombres se comunican entre sí (escrituras, alfabetos de sordomudos, señales militares y marítimas). La subordinación a la lingüística, aquí, parece evidente. Sin embargo, la pertenencia de otros sistemas (mudos en si mismos) al ámbito de la semiología expande y aun invierten sus alcances. La polémica es clara: si la lengua es un signo entre los signos, la lingüística es una parte de la semiología, pero si todo signo natural o artificial en el sentido significativo se lo da el habla, al resignificar mediante la doble articulación, el indicio y la señal, la matriz de todos los signos lingüísticos y, por su calidad modélica, engloba a la semiótica. La lingüística no es, dice Roland Barthes, una parte, ni siquiera preferente, de la ciencia de los signos, sino que la semiológica la que es una parte de la lingüística: concretamente, la parte que se encarga de las grandes unidades significantes del habla (Azua, 2003).

6.3.1.3 Antropología

Es una de las únicas ciencias que estudia al ser humano en forma integral, apoyándose de otras ciencias. La antropología estudia al ser humano, en su mayoría, en relación a su contexto social y cultural. Para mejor estudio integral, esta ciencia se divide en varias ramas, métodos y teorías dependiendo del componente o segmento que se desea analizar del ser humano.

La antropología es el estudio de la realidad humana. Ciencia que trata de los aspectos biológicos y sociales del hombre (Real Academia Española, 2013).

6.3.1.4 Psicología

Es el arte de la filosofía que trata del alma, sus facultades y operaciones. Todo aquello que atañe al espíritu. Ciencia que estudia los procesos mentales en personas y en animales. Manera de sentir de una persona o de un pueblo. Síntesis de los caracteres espirituales y morales de un pueblo o de una nación (Real Academia Española, 2013).

6.3.1.4.1 Psicología del Aprendizaje

Es un estudio a los diferentes tipos de aprendizaje humano de los que existe gran variedad y que están íntimamente relacionados entre sí, dependiendo unos de otros sin hacer fronteras precisas entre ellos.

No hay un aprendizaje totalmente separado de los demás. Lo que sucede en realidad es que en diferentes aprendizajes aparecen distintos elementos que cuentan más que otros (De la Mora, 1979).

6.3.1.4.2 Psicología de la Comunicación

La psicología está en el centro de numerosas problemáticas referentes a la comunicación, pues el sentido y la evaluación de una comunicación dependen esencialmente de la subjetividad humana. De ahí que resulte conveniente, en un momento en el que todo el mundo parece ocuparse de estos asuntos, reunir y

sintetizar los numerosos resultados obtenidos a través de la psicología en lo que concierne a la comunicación interpersonal. Así, a través de una lectura de todos los fenómenos clásicos de la comunicación, y con la ayuda de cuatro sistemas teóricos y conceptuales paradigmas fundamentales utilizados, aunque sea tácitamente, por todos los psicólogos, esta obra intenta otorgar coherencia a la psicología de la comunicación, una disciplina que últimamente parece tan dispersa como, por lo demás, el resto de las psicologías (Mucchielli, 1998).

6.3.1.4.3 Psicología del Color

Está basada en el color psicológico que son las diferentes impresiones que emanan del ambiente creado por el color, que pueden ser de calma, de recogimiento, de plenitud, de alegría, opresión, violencia. La psicología de los colores fue ampliamente estudiada por Goethe, que examinó el efecto del color sobre los individuos (Ricupero, 2007).

6.3.1.4.3.1 Color

Es la sensación producida por los rayos luminosos que impresionan los órganos visuales y que depende de la longitud de onda. Sustancia preparada para pintar o teñir. Carácter peculiar de algunas cosas. Cualidad especial que distingue el estilo. Propiedad de la luz transmitida, reflejada o emitida por un objeto, que depende de su longitud de onda (Real Academia Española, 2013).

6.3.1.4.4 Psicología del Consumidor

El principal objeto de la psicología aplicada al campo del consumo, es proporcionar los primeros instrumentos para un aplicación de calidad de las técnicas y de los recursos psicológicos más importantes en el conjunto de las relaciones interpersonales empresa-consumidor. El consumidor actual busca calidad pero quiere soluciones prácticas: comprarlo todo de una vez y en el menor tiempo posible (Carbó, 1999).

6.3.1.4.5 Psicología Individual

Expresión forjada por A. Adler después de su ruptura con S. Freud para distinguir su teoría del psicoanálisis propiamente dicho. La psicología individual minimiza el rol de la pulsión sexual y explica la vida psíquica por el sentimiento de inferioridad, producido por el estado de dependencia del recién nacido y sobrecompensado después por la voluntad de poder (Francoise, 1991).

6.3.1.5 Sociología

Es una de las ciencias que estudia al ser humano en su contexto social, tomando en cuenta aspectos desarrollados en el pasado, como la historia, y la cultura. Esta ciencia analiza al ser humano en grupos y dentro de una estructura social.

La Real Academia Española (2013) define a la sociología como la ciencia que trata de la estructura y funcionamiento de las sociedades humanas.

6.3.1.6 Pedagogía

Como ciencia se interesa en el desarrollo integral de los niños y adolescentes, inicialmente en cómo ellos aprenden y captan la información. La pedagogía es esencial cuando como objetivo se tiene comunicar un mensaje a una población joven.

La pedagogía es la que se ocupa de la educación y la enseñanza. En general, lo que enseña y educa por doctrina o ejemplos (Real Academia Española, 2013).

6.3.2 Arte

6.3.2.1 Dibujo

Representación gráfica realizada por medio de líneas, trazos y sombras, elaborados mediante lápiz, pluma u objetos similares. El dibujo está en la base de casi cualquier obra artística, pues la mayoría de obras pictóricas se realizan sobre un esbozo dibujado sobre el lienzo, sobre el que posteriormente se pinta;

igualmente, muchas esculturas son diseñadas primero en dibujo, e incluso la arquitectura se basa en planos dibujados. Aparte de esto, el dibujo tiene una indudable autonomía artística, siendo innumerables los dibujos realizados por la mayoría de grandes artistas a lo largo de la historia (Wikipedia, 2014).

6.3.3 Teorías

6.3.3.1 Teoría del Color

En el arte de la pintura, el diseño gráfico, el diseño visual, la fotografía, la imprenta y en la televisión, la teoría del color es un grupo de reglas básicas en la mezcla de colores para conseguir el efecto deseado combinando colores de luz o pigmento. La luz blanca se puede producir combinando el rojo, el verde y el azul, mientras que combinando pigmentos cian, magenta y amarillo, se produce el color negro (Wikipedia, 2014).

6.3.3.2 Teoría de las Formas

La teoría de las formas o teoría de las ideas es uno de los principales aspectos de la filosofía platónica, es, en realidad, su núcleo. Procede de una división entre un mundo de cosas visibles, materiales (mundo sensible) y otro que no se puede percibir por medio de los sentidos (mundo inteligible) donde habitan las ideas. Se contemplan dichas ideas como la estructura, los modelos a partir de los que se basan las cosas físicas, que no son más que copias imperfectas de aquellas (Wikipedia, 2014).

6.3.4 Tendencias

6.3.4.1 Tendencia Técnica

Este tipo de diseño se abrió camino gracias al diseño e introducción de la infografía, ya que el diseño técnico, se caracteriza por ser claro, limpio, sencillo y

preciso, perfecto para el eco en nuestras ocupaciones crónica y la falta de tiempo. Las líneas limpias y el uso reflexivo del color, son algunos de los puntos finos de la ilustración técnica (Padrero, 2014).

CAPÍTULO VII

CAPÍTULO VII

PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

7.1.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación

7.1.1.1 La aplicación de la **Comunicación** en el diseño de materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales de la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala, es esencial para lograr el objetivo de los materiales, transmitir el mensaje de forma adecuada y lograr la retroalimentación esperada. Así también, apoyará a analizar los elementos de la comunicación y cómo reforzarlos durante el proceso.

7.1.1.2 La aplicación del **Proceso de la Comunicación** en el diseño de materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales de la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala, es útil para establecer una planificación detallada con todos los elementos necesarios que apoyarán la comunicación. Aplicar el proceso de comunicación adecuadamente, facilita y garantiza la fluidez de los pasos durante la transferencia del mensaje.

7.1.1.3 La aplicación del **Comunicación Corporativa** en el diseño de materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales de la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala es necesaria ya que guiará durante el desarrollo del material con los aspectos internos de la institución, tomando en cuenta el clima y la cultura organizacional.

7.1.1.4 La aplicación de la **Comunicación a Donantes** en el diseño de materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales de la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala es útil ya que es la raíz de la necesidad de comunicación identificada en la institución. La comunicación a donantes debe ser tomada en cuenta durante todo el proceso, para alcanzar la meta de movilización de recursos económicos o para el fortalecimiento de las capacidades.

7.1.1.5 La aplicación de la **Comunicación para el Cambio Social y de Comportamiento** en el diseño de materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales de la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala, es necesaria para transmitir un mensaje idóneo al grupo objetivo determinado y que esta comunicación pueda trascender en cambios de conducta en los donantes, más allá que sólo informarles.

7.1.1.6 La aplicación de la **Pertinencia Cultural** en el diseño de materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales de la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala, es esencial ya que el departamento es quien forja la misión social de la institución y trabaja en un cien por ciento en las comunidades más necesitadas del país. Durante el desarrollo del material, se debe tener en cuenta la pertinencia cultural en los contenidos de los mismos.

7.1.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

7.1.2.1 La aplicación del **Diseño Gráfico** en el diseño de materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales de la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala es útil para realizar el material en forma llamativa, interesante y adecuada para el grupo objetivo a quien va dirigido.

7.1.2.2 La aplicación de la **Diagramación** en el diseño de materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales de la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala, es útil para estructurar el contenido del material, el que incluye textos, ilustraciones, fotografías, gráficos, etc., de manera ordenada y fácil de digerir para el receptor de los mensajes.

7.1.2.3 La aplicación de la **Tipografía** en el diseño de materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales de la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala, es necesaria ya que el uso correcto de ella apoyará el mensaje que está siendo transmitido por las ilustraciones y contenido textual. Así también, la incorrecta aplicación y selección de la tipografía puede reducir el impacto del mensaje o transmitir un mensaje erróneo.

7.1.3 Ciencias Auxiliares, artes, teorías y tendencias:

7.1.3.1 La aplicación de la **Semiótica** en el diseño de materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales de la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala, es esencial para estudiar los elementos y signos que se utilizarán en el material y apoyarán la comunicación y la significación.

7.1.3.2 La aplicación de la **Psicología de la Comunicación** en el diseño de materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales de la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala, es útil para el análisis de la subjetividad humana del grupo objetivo a quien va dirigido el material. La psicología de la comunicación fortalecerá el proceso para que esté basado en las capacidades, actitudes y prácticas del grupo objetivo.

7.1.3.3 La aplicación de la **Psicología del Color** en el diseño de materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales de la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala, es necesaria ya que crearán un ambiente adecuado para transmitir el mensaje utilizando los colores y sus diversas tonalidades. Como cada color posee su significado único e influye en la subjetividad del individuo, la psicología controlará el uso de los mismos y su correcta posición.

7.1.3.4 La aplicación de la **Sociología** en el diseño de materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales de la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala, es útil para determinar el contenido que impactará al grupo objetivo y llamar su atención, estudiándolo en su contexto social y cultural.

7.2 Conceptualización

7.2.1 Método - Brainwriting

Neuronilla describe el Brainwriting como variante del Brainstorming o Lluvia de ideas que se realiza por escrito. Este método sirve para: a) producir una cantidad sorprendente de ideas, b) útil para las personas con dificultades para hablar en público, c) combina la generación de ideas individual con la grupal, d) se puede hacer a distancia (por correo electrónicos, etc.), e) es una variante amena para equipos que realizan Brainstorming o Lluvia de Ideas de manera regular. También se puede usar para profundizar en ideas sobre un subobjetivo creativo surgido en un Brainstorming o Lluvia de ideas.

Con el método Brainwriting se definió el concepto que se utilizará para el diseño de materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales de la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala. Los pasos utilizados durante este método son:

- a. Establecer la necesidad.

a. Necesidad: Crear el nombre para el material impreso que informará sobre los servicios del departamento de Programas Sociales.

- b. Establecer el grupo objetivo (apoyo en el Capítulo V: Definición del Grupo Objetivo).

b. El grupo objetivo será organizaciones, institucionales o empresas donantes para fortalecer la misión social de las regiones con poblaciones en mayor riesgo. Estas instituciones están, mayormente, ubicadas en Estados Unidos y Francia.

- c. Iniciar con Brainwriting para cubrir la necesidad.

c. Brainwriting:

Conociendo más de APROFAM
La misión social de APROFAM
Conoce a APROFAM
APROFAM al servicio de la sociedad guatemalteca
APROFAM para Guatemala
APROFAM para el desarrollo integral de Guatemala
Buscando el desarrollo integral de Guatemala
Apoyando a las poblaciones más vulnerables del país
Apoyando a Guatemala
Inspirando a Guatemala
APROFAM por Guatemala
APROFAM fortaleciendo a Guatemala
Conociendo más a APROFAM
Apoyando el desarrollo integral de Guatemala

- d. Selección de las 3 ideas principales o conceptos que cubran la necesidad.

d. Selección Inicial:

Conociendo más de APROFAM
APROFAM para Guatemala
Programas Sociales para Guatemala

- e. Selección de una idea principal o concepto que cubra totalmente la necesidad. Puntualizar la idea central.

e. Selección de idea central:
APROFAM para Guatemala
(se utilizarán conjugaciones para los diversos programas sociales)

- f. Explicar el significado de la idea central seleccionada para el proyecto.

f. Explicación de significado.

La idea central representa la misión social de APROFAM, que es trabajada fuertemente por el departamento de Programas Sociales. Esta idea enfatiza que lo que se solicita a las instituciones y organizaciones donantes será implementado en la sociedad Guatemalteca, ya que APROFAM no es una institución lucrativa. Así también, se representa la misión y la visión de APROFAM que van entorno a la búsqueda del desarrollo integral de las personas por medio de la entrega de la excelencia en todos los servicios, sin discriminación, con pertinencia cultura y enfoque de género.

Este material contará con conjugaciones del nombre para los diversos programas sociales, como: APROFAM... es acceso para Guatemala. APROFAM... es adolescentes para Guatemala. APROFAM... es atención de ITS y VIH para Guatemala. APROFAM... es abogacía para Guatemala

g. Establecer el resultado final de la aplicación del método Brainwriting.

a. Necesidad: crear el nombre para el material impresos que informará sobre los servicios del departamento de Programas Sociales.

b. Grupo objetivo: organizaciones, institucional o empresas donantes para fortalecer la misión social de los países con poblaciones en mayor riesgo. Estas instituciones están, mayormente, ubicadas en Estados Unidos y Francia.

c. Brainwriting:
Conociendo más de APROFAM
La misión social de APROFAM
Conoce a APROFAM
APROFAM al servicio de la sociedad guatemalteca
APROFAM para Guatemala
APROFAM para el desarrollo integral de Guatemala
Buscando el desarrollo integral de Guatemala
Apoyando a las poblaciones más vulnerables del país
Apoyando a Guatemala
Inspirando a Guatemala
APROFAM por Guatemala
APROFAM fortaleciendo a Guatemala
Conociendo más a APROFAM
Apoyando el desarrollo integral de Guatemala

d. Selección Inicial:
Conociendo más de APROFAM
APROFAM para Guatemala
Programas Sociales para Guatemala

e. Selección de idea central:
APROFAM para Guatemala

f. Explicación de significado.
La idea central representa la misión social de APROFAM, la cual es trabajada fuertemente por el departamento de Programas Sociales. Esta idea enfatiza que lo que se solicita a las instituciones y organizaciones donantes será implementado en la sociedad Guatemalteca, ya que APROFAM no es una institución lucrativa. Así también, se representa la misión y la visión de APROFAM las cuales van entorno a la búsqueda del desarrollo integral de las personas por medio de la entrega de la excelencia en todos los servicios, sin discriminación, con pertinencia cultura y enfoque de género. Es importante recordar que el nombre tendrá conjugaciones durante el diverso material y programas.

7.2.2 Definición del Concepto

El concepto seleccionado para el producto final del diseño de materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales de la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala, es el siguiente:

Nombre de Proyecto: **APROFAM para Guatemala**

La idea central representa la misión social de APROFAM, que es trabajada fuertemente por el departamento de Programas Sociales. Esta idea enfatiza que lo que se solicita a las instituciones y organizaciones donantes será implementado en la sociedad Guatemalteca, ya que APROFAM no es una institución lucrativa. Así también, se representa la misión y la visión de APROFAM que van entorno a la búsqueda del desarrollo integral de las personas por medio de la entrega de la excelencia en todos los servicios, sin discriminación, con pertinencia cultura y enfoque de género.

El nombre del material se conjugará en base a cada programa social a representar con el material.

7.3 Bocetaje

7.3.1 Tabla de Requisitos:

A continuación se encuentra la tabla de requisitos de los elementos utilizados en la diagramación y en el diseño de materiales impresos, para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales de la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala. Esta tabla contiene elementos que son utilizados en todo el material impreso.

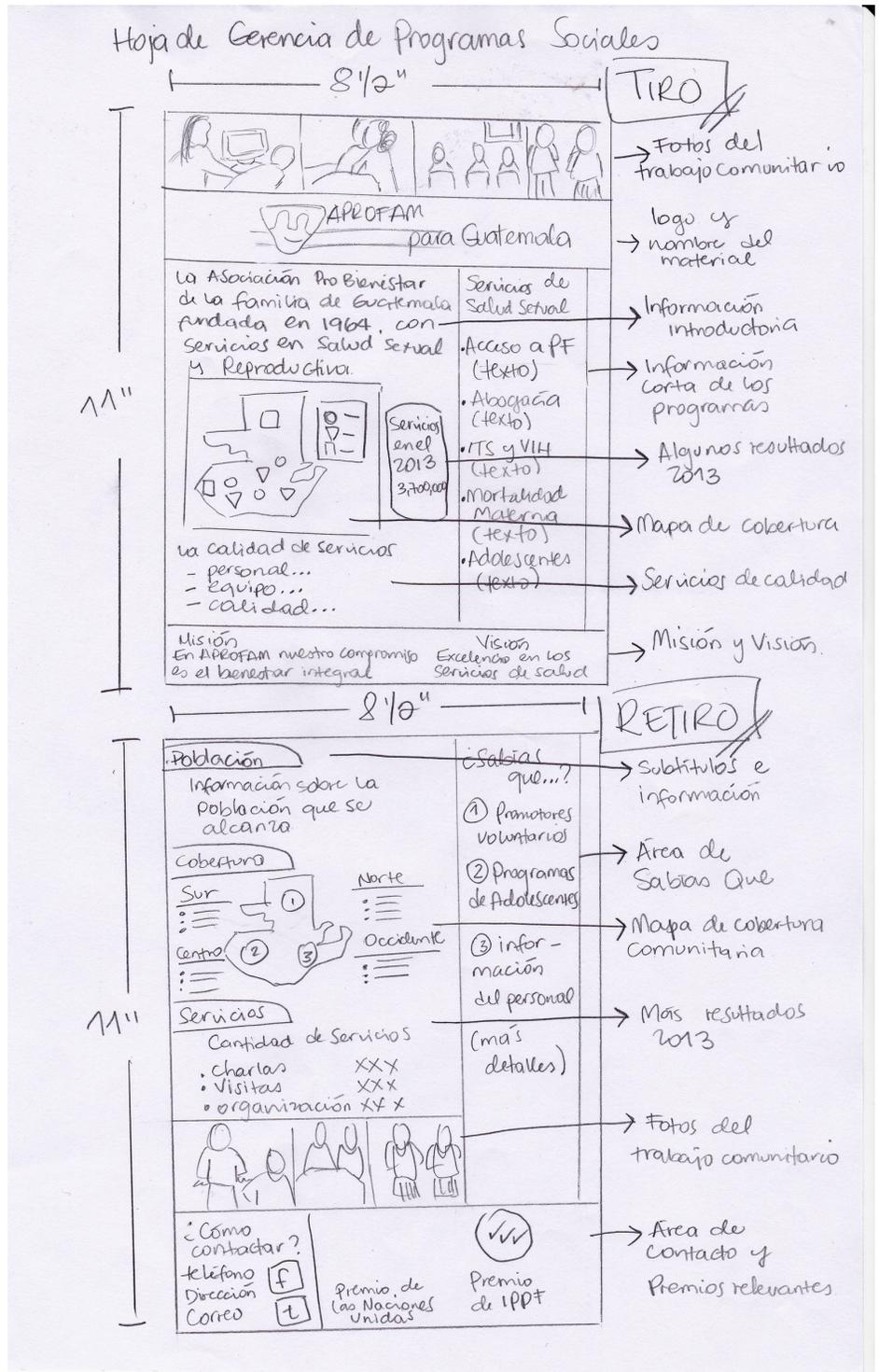
Elemento Gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Colores	Hacer visualmente atractivo el contenido del material a diseñar, utilizando la psicología del color para lograr el objetivo de comunicación y diseño y los colores seleccionados por la institución para cada Programa Social.	Con el uso de las herramientas de diseño Photoshop CS6 e Indesign CS6, se crearán efectos en la aplicación de los colores seleccionados en el material a diseñar.	Con la selección final de todos los colores a aplicar en el material se busca transmitir la estabilidad institucional, la misión social y el emprendimiento. Así también cómo reflejar cada Programa Social y su significado.
Tipografías	Hacer llamativo el concepto del material a diseñar para el grupo objetivo. Así también, reforzar el mensaje que se transmite con cada uno de los elementos del material.	Uso de dos tipografías en el material para no sobrecargar el contenido del mismo. De esta forma, se mantendrán en equilibrio los elementos visuales. Las tipografías a utilizar son: a) Running for a cause.	Respaldar el mensaje de estabilidad institucional, misión social y emprendimiento, pero a la vez transmitir la idea de humanidad y apoyo con tipografía que se asemeja a una letra a mano alzada.

		b) Calibri.	
Formas	Resaltar el contenido de mayor importancia dentro del material.	Aplicación de diversas formas en posiciones diferentes para diversificar los mensajes.	Transmitir el mensaje de diversidad y enfoque comunitario, así también como de género y étnico concentrando la atención a lo más importante dentro del material.
Posicionamiento de elementos	Resaltar el contenido de mayor importancia dentro del material.	Aplicación de los elementos de una forma jerárquica en relación a tamaño y posición dentro del material.	Transmitir el mensaje de misión social institucional con la posición de los elementos.
Logo APROFAM	Elemento clave que identifica a la institución y la hace única en el mercado. Posicionar la marca.	Aplicar el logo en tamaño mayor y con una posición principal.	Transmitir la importancia de la institución a nivel social y lograr el recordatorio de marca.
APROFAM para Guatemala (nombre del documento)	Elemento clave validado para el nombre del material.	Aplicar el eslogan en tamaño mayor y con una posición principal.	Transmitir la importancia de la institución a nivel social.
Espacios sin elementos	Marcar atención en elementos principales.	Dejar espacios en blanco alrededor de logo y texto importante.	Transmitir la sobriedad y serenidad de la institución y el material.
2 columnas para texto	Marcar orden en contenido.	Establecer y separar el texto, por ser amplio, en dos columnas para facilitar la lectura.	Transmitir orden y obtener mayor aceptación con el material impreso.

7.3.2 Boceto a base de dibujo natural:

7.3.2.1 Boceto de material impreso para presentar a la Gerencia de Programas Sociales

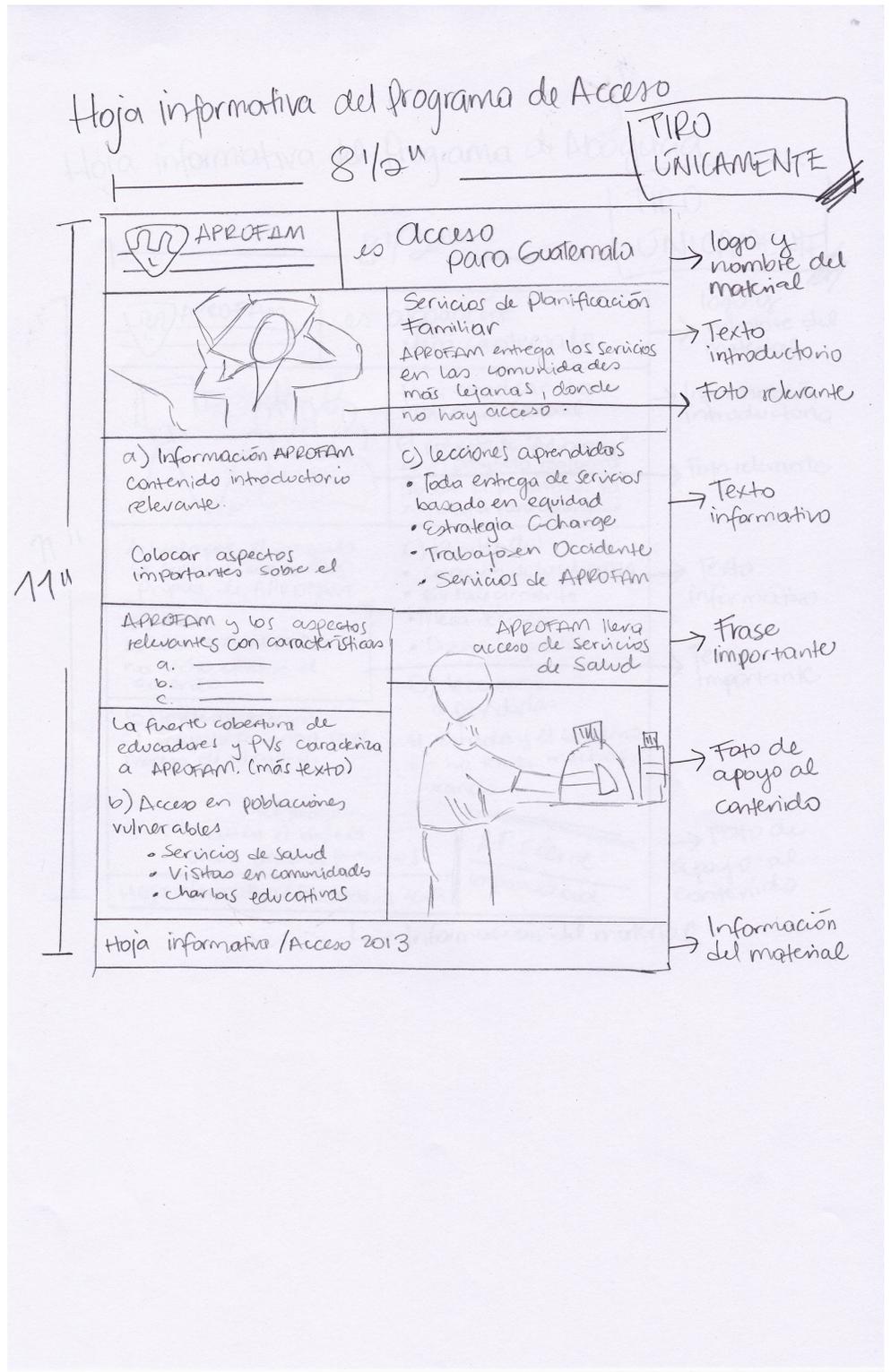
La propuesta presenta un material impreso con información de la Gerencia de Programas Sociales a ser utilizado en reuniones con donantes potenciales o donantes actuales. La propuesta conlleva fotos y textos que juegan entre sí para apoyarse y darle mayor relevancia a la información presentada.



7.3.2.2 Boceto de material impreso para el programa de Acceso

La propuesta presenta un material impreso con información del Programa de Acceso de APROFAM, a ser utilizado en reuniones con donantes potenciales o donantes actuales. La propuesta conlleva fotos y textos que juegan entre sí para apoyarse y darle mayor relevancia a la información presentada.

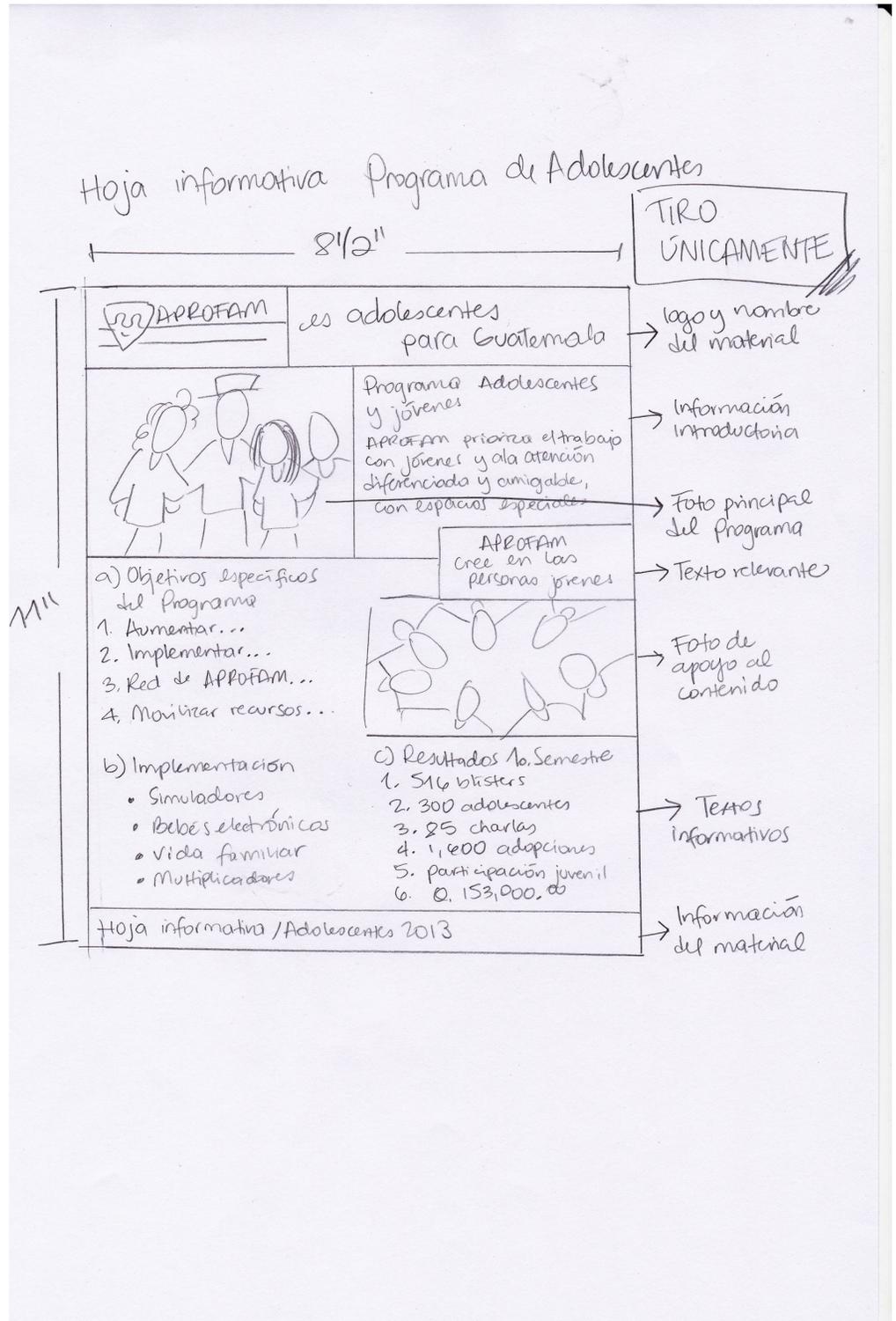
El color elemental seleccionado es el azul y sus diversas tonalidades, para transmitir formalidad y estabilidad con la información de cobertura de servicios médicos integrales.



7.3.2.3 Boceto de material impreso para el programa de Adolescentes

La propuesta presenta un material impreso con información del Programa de Adolescentes de APROFAM, a ser utilizado en reuniones con donantes potenciales o donantes actuales. La propuesta conlleva fotos y textos que juegan entre sí para apoyarse y darle mayor relevancia a la información presentada.

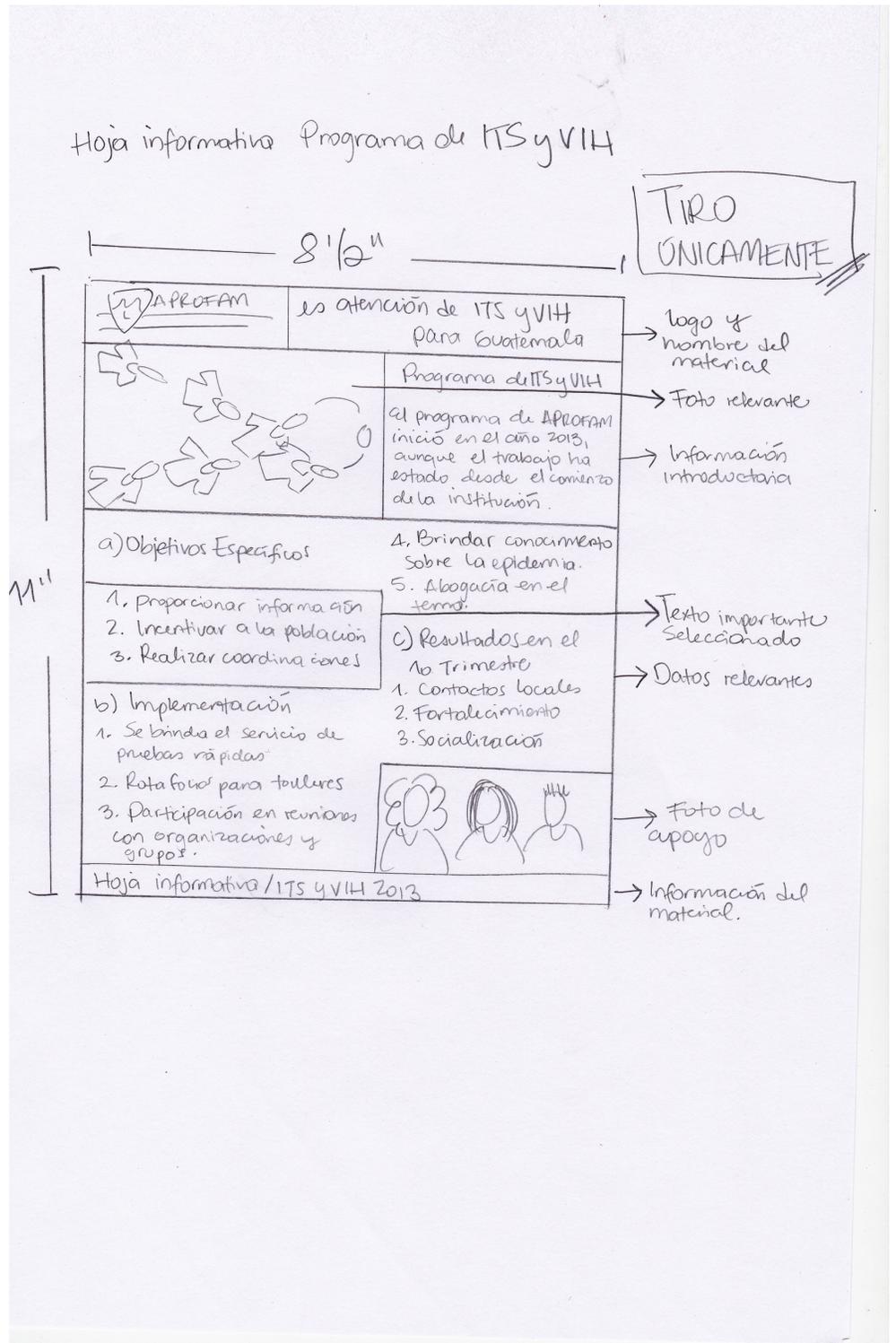
El color elemental seleccionado es el verde y sus diversas tonalidades, para transmitir la juventud, naturalidad y vida que se posee en los proyectos desarrollados para adolescentes y jóvenes del país.



7.3.2.4 Boceto de material impreso para el programa de VIH e ITS

La propuesta presenta un material impreso con información del Programa de ITS y VIH de APROFAM, a ser utilizado en reuniones con donantes potenciales o donantes actuales. La propuesta conlleva fotos y textos que juegan entre sí para apoyarse y darle mayor relevancia a la información presentada.

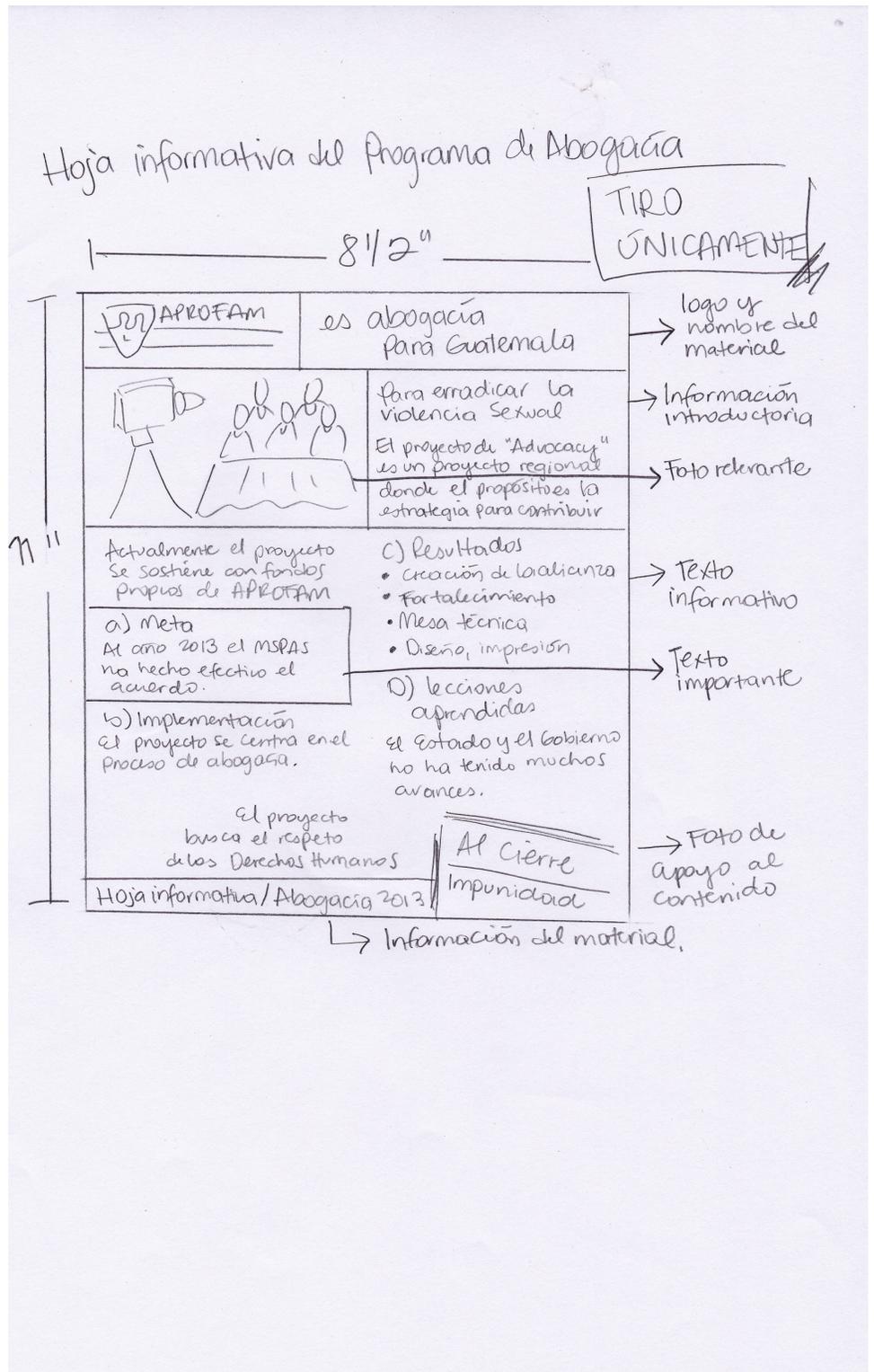
El color elemental seleccionado es el rojo y sus diversas tonalidades, por ser el color representativo a nivel mundial del VIH SIDA.



7.3.2.5 Boceto de material impreso para el programa de Abogacía (Violencia Sexual)

La propuesta presenta un material impreso con información del Programa de Violencia Sexual de APROFAM, a ser utilizado en reuniones con donantes potenciales o donantes actuales. La propuesta conlleva fotos y textos que juegan entre sí para apoyarse y darle mayor relevancia a la información presentada.

El color elemental seleccionado es el morado y sus diversas tonalidades, ya que es el color representativo a nivel mundial de los derechos de la mujer.



7.3.3 Proceso de bocetaje formal:

7.3.3.1 Boceto formal del material impreso de Gerencia de Programas Sociales

TIRO (tamaño 8.5"X11")

Foto de introducción →

Logo de APROFAM →

Título del Documento →

Contenido principal →

Mapa de cobertura de clínicas y hospitales →

Descripción breve de los programas →

Resultados 2013 →

Misión y Visión →

La Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala, llega a sus 48 años de servir a la población guatemalteca en forma ininterrumpida, brindando servicios clínicos, preventivos y curativos a toda la familia...

Con cooperación financiera de donantes nacionales e internacionales, así como con fondos provenientes de los pacientes por el pago de sus servicios recibidos...

APROFAM cuenta con 27 centros de atención y 5 Unidades Móviles.

Acceso a Servicios de Salud Sexual y Reproductiva.

Acceso a planificación familiar: con modelos innovadores...

ASOCIACIÓN: Generar un cambio político, para la implementación de políticas públicas...

ITS y VIH: Desarrollar programas que integran la prevención y el tratamiento...

MORTALIDAD MATERNA: Fortalecer la salud integral con la entrega de servicios y sistemas educativa, información y técnicas...

ADOLESCENTES: Ofrecer servicios de salud sexual y reproductiva de alta calidad, bajo costo y confiable para jóvenes

- la educación
- El cuido
- El desarrollo.

Total de Servicios entregados en clínicas y Hospitales en 3 años: 3,755,099

la calidad es muy importante para nosotros, por ello:

- Personal altamente calificado y capacitado
- Equipo médico y de diagnóstico
- Inmuebles propios y ambientes agradables
- Supervisión a través del cumplimiento
- Continua evaluación
- Investigaciones específicas

Misión
"En APROFAM nuestro compromiso es el bienestar integral de las personas"

Visión
"Excelencia en servicios de salud para las personas, con énfasis en SSR."

RETIRO (tamaño 8.5"x11")

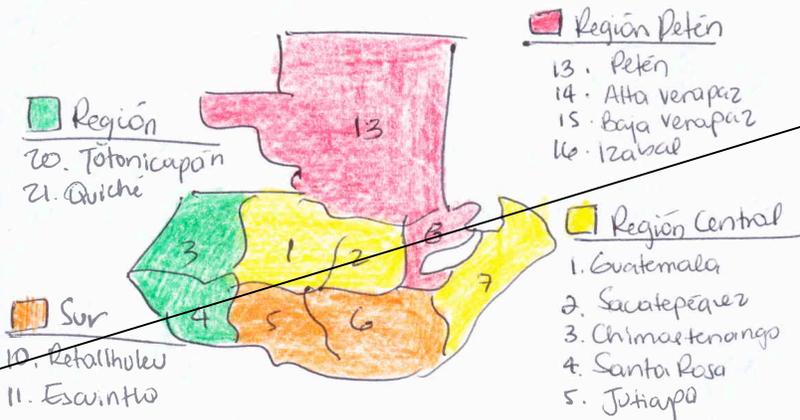
Subtítulos

Población Meta

La población meta está compuesta por personas de bajos y medianos recursos que viven en áreas urbanas y rurales que relativamente están desatendidas por los sectores públicos.

Mapa de cobertura de Unidades Móviles de Salud

5 Unidades Móviles Salud



Área de sabías que...

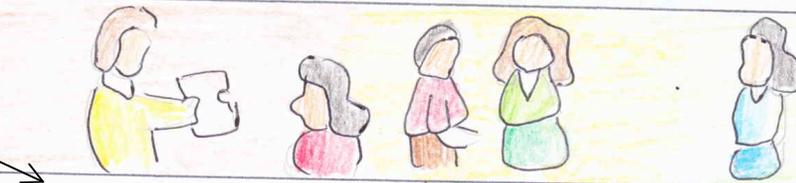
Servicios generales

Servicios en áreas rurales

Cantidad de servicios del 2010 al 2012

Servicios entregados	123,991
Primeras visitas	180,002
Visitas de seguimiento	32,401
Charlas de educadores	7,413

Contacto



Reconocimientos importantes

¿Cómo contactarnos?

- Dirección
- Teléfono
- Correo
- página web



Premio Mundial 2005 de población



Primer país certificado del mundo por IPPF

¿Sabías que...?

1 APROFAM cuenta con 2,143 promotores voluntarios que apoyan.

2 Entre los programas más exitosos en relación a educación:

- Multiplicadores
- Embarazos simulados
- Bebés electrónicos
- Educación para la vida familiar
- Mejorando la salud sexual y reproductiva

3 Todos y todas unidos, personal, colaboradores y voluntarios, cada uno con mucha de servicio y alto sentido de responsabilidad para lograr el cumplimiento.

7.3.3.2 Boceto formal del material impreso del programa de Acceso

TIRO ÚNICAMENTE (tamaño 8.5x11")

Logo		
Foto principal		es Acceso para Guatemala
Título del documento		SERVICIOS DE PLANIFICACIÓN FAMILIAR EN NUESTRA POBLACIÓN GUATEMALTECA
Subtítulos y contenido	<p>a) APROFAM aumentando el acceso Cumpliendo otro de los grandes compromisos de la Asociación, en 1975 se crea la unidad de distribución comunitaria para aumentar el acceso y alcanzar a las poblaciones más vulnerables del país... A estas poblaciones se les apoya...</p>	<p>c) lecciones aprendidas Como lecciones aprendidas en acceso se tienen las siguientes: o Toda entrega de servicio debe estar basado en la equidad... o Se recomienda que los comunicados estén basados en C-change. o Occidente del país y actualmente aplicada en toda la nación.</p>
Área para contenido introductorio del programa	<p>APROFAM cuenta con el invaluable apoyo de:</p> <ul style="list-style-type: none"> o 27 clínicas y hospitales o 1 unidad mínima de salud o 5 unidades móviles de salud o 30 educadores 	
Frase importante del programa	<p>la fuerte cobertura de educadores y PUs caracteriza a APROFAM, ya que por medio de ella se fortalece la temática de planificación familiar y empodera a la población en los Derechos Humanos y Derechos Sexuales y Reproductivos.</p>	<p>APROFAM lleva acceso a Servicios de Salud, con énfasis en servicios de PF...</p>
Contenido de respaldo	<p>b) ACCESO en poblaciones vulnerables APROFAM posee la más amplia cobertura a nivel nacional en el sector privado y con énfasis en poblaciones vulnerables.</p> <ul style="list-style-type: none"> o Servicios de salud y PF: 123,991 o Visitas en comunidades: 213,227 	
Fotografía de apoyo		
Tipo de material y fecha	HOJA INFORMATIVA / Programa de Acceso 2014	

7.3.3.3 Boceto formal del material impreso del programa de Adolescentes

TIRO ÚNICAMENTE (tamaño 8.5x11")

Logo → 

Foto principal → 

Título del documento → **es adolescentes para Guatemala**

PROGRAMA ADOLESCENTES Y JOVENES
 APROFAM priorizo el trabajar Atención Diferenciada y Amigable para Adolescentes y jóvenes de todo el país, para el empoderamiento en sus Derechos Sexuales y Derechos Reproductivos que contribuya a la toma de decisiones autónomas e informadas sobre su Salud Sexual y Reproductiva...

Subtítulos y contenido →

Área para contenido introductorio del programa →

Frase importante del programa →

Contenido de respaldo →

Fotografía de apoyo → 

Tipo de material y fecha → **IA INFORMATIVA / Programa de Adolescentes 2013**

APROFAM cree que las personas jóvenes son el presente y el futuro...

a) Objetivos específicos del Programa

1. Aumentar la cobertura nacional de Servicios Amigables para Adolescentes y jóvenes que incrementa el número de personas jóvenes con acceso a un paquete.
2. Implementar la Red Nacional de Educadores y Educadoras pares, basada en los pilares de la Educación Integral en Sexualidad, sensible al género...
3. Aumentar la Red de APROFAM jóvenes sin censura que genera acciones estratégicas en el marco de la incidencia política para que se dé cumplimiento a la normativa nacional en materia de Derechos...
4. Mover recursos para asegurar la sostenibilidad financiera, y en el tiempo adecuado, de la estrategia global...

b) Implementación

El programa de Adolescentes se gestiona a través de:

- Simuladores de embarazo
- Bebés electrónicos
- Vida Familiar

c) Resultados Primer Semestre 2013

1. 1,516 blister de anticoncepción orales y 7,518 condones distribuidos por educadores/as pares en los departamentos del país (Jutiapa, Zacapa, Sacatepéquez, Chimaltenango, Cobán y Guatemala).
2. 300 adolescentes y jóvenes participando
3. 85 charlas facilitadas en Guatemala
4. 1,836 adopciones de bebés
5. participación juvenil
6. Q. 153, 232.00 en servicios subsidiados en clínicas de Cobán
7. Red de jóvenes Multiplicadores y Multiplicadoras Juveniles con la participación de los departamentos de 462 adolescentes y jóvenes.

7.3.3.4 Boceto formal del material impreso del programa de VIH e ITS

TIRO ÚNICAMENTE (tamaño 8.5x11")

Logo →

Foto principal →

Título del documento →

Subtítulos y contenido → **PROGRAMA DE ITS Y VIH**
El programa de ITS y VIH da inicio en el 2013 por medio de la Gerencia de Programas Sociales, pero desde los inicios APROFAM se ha abordado el tema de ITS/VIH/SIDA en las 27 clínicas que tiene en Guatemala, a través de los Derechos Sexuales y Reproductivos.

Área para contenido introductorio del programa → **a) Objetivos Específicos**
1. Proporcionar información a la población en general...
2. Incentivar a la población guatemalteca en el adecuado uso del condón.
3. Realizar coordinaciones con organizaciones que trabajen la temática

Frase importante del programa → **b) Implementación**
1. Se brinda el servicio a mujeres en gestación por medio de paquetes de laboratorio prooperatorio de paternidad activa...
2. Por medio de rotafolios, trífolios, videos y charlas en salas de espera de las clínicas y hospitales de APROFAM, brindando información breve y concisa sobre la forma de transmisión, etapas de las ITS y VIH, formas de prevención y realización de pruebas para poder detectar las infecciones y virus.
3. Participación en reuniones con organizaciones, grupos y ONGs que trabajan el tema para poder conocer las acciones que se han estado trabajando en Guatemala para la prevención y disminución de las infecciones y virus de VIH, para que esta infección no avance ya que en Guatemala, el virus de VIH se encuentra concentrado.

Contenido de respaldo → **4. Brindar conocimientos sobre la temática a los jóvenes que están asistiendo al diplomado de juventud impulsado por el programa de Adolescentes de APROFAM.**
5. Abogacía en el tema de VIH/SIDA, para poder realizar incidencia en el país para el bienestar de la población guatemalteca, solicitando que se pongan en práctica protocolos.
c) Resultados Primer Semestre 2013
1. Contactos locales de instituciones que trabajan la temática de ITS/VIH/SIDA para conocer la realidad nacional.
2. Fortalecimiento de las capacidades y conocimiento de los proveedores...
3. Socialización e involucramiento de los educadores y promotores
4. Participación activa y constante en actividades como "Candlelight".

Fotografía de apoyo →

Tipo de material y fecha → **HOJA INFORMATIVA / Programa de ITS y VIH.**

7.3.3.5 Boceto formal del material impreso del programa de Abogacía (Violencia Sexual)

TIRO ÚNICAMENTE (tamaño 8.5x11")

Logo →

Foto principal →

Título del documento → *es abogacía para Guatemala*

Subtítulos y contenido → **PARA ERRADICAR LA VIOLENCIA SEXUAL**
El proyecto de Abogacía para erradicar la violencia sexual, es parte de un proyecto regional donde el propósito de la estrategia es contribuir a la reducción de la violencia sexual en América Latina y el Caribe (LAC) mediante el fortalecimiento...

Área para contenido introductorio del programa → Actualmente el proyecto se sostiene con fondos propios de APROFAM...

Contenido de respaldo → **a) Meta**
Al año 2013 el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social ha hecho efectivo el acuerdo interinstitucional de activación para la atención a víctimas de violencia...

Frase importante del programa → **b) Implementación**
El proyecto se centra en las acciones de abogacía identificando, a través del mapeo de actores y política, los escenarios favorables que están generando procesos...

Fotografía de apoyo → Así también, ha comprendido actuar en diferentes ámbitos para lograr el impacto esperado, establecimiento de alianzas estratégicas, integración en redes, mapeo político, cabildos con los tomadores de decisión y con líderes de opinión, participación ciudadana en el desarrollo de monitoreo de leyes.

Tipo de material y fecha → El proyecto de Abogacía de APROFAM busca principalmente el respeto de Derechos Humanos

c) Resultados de procesos

- APROFAM inicia con la creación de la Alianza Contra la Violencia Sexual y su acta de constitución con acuerdos entre las instituciones
- Fortalecimiento programático y financiero de la alianza
- Integración en la mesa técnica-política coordinada por el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.
- Diseño, impresión y socialización de la ley 9-2009, de violencia...

d) Lecciones aprendidas
Hasta hoy el Estado, los gobiernos pasados y actuales han logrado avances en legislación y provisión de servicios y limitado acceso a la justicia...

Logo informativo / Programa de Abogacía → *Logo Informativa / Programa de Abogacía*

Frase importante del programa → *Al Cierre Impunidad del 90%*

7.3.4 Proceso de digitalización de los bocetos y propuesta preliminar:

7.3.4.1 Digitalización de boceto del material impreso de Gerencia de Programas Sociales

TIRO (tamaño 8.5"x11")



Foto de introducción →

Logo de APROFAM →

Título del Documento →

Contenido principal →

Mapa de cobertura de clínicas y hospitales →

Descripción breve de los programas →

Resultados 2013 →

Misión y Visión →

Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala, APROFAM, llega a 48 años de servir a la comunidad guatemalteca en forma ininterrumpida, brindando servicios clínicos, preventivos y curativos a toda la familia, así como programas de desarrollo, educación e información a la población en general, trabajando con especial énfasis en el área rural, marginal y de difícil acceso.

Con cooperación financiera de donantes nacionales e internacionales, así como con fondos provenientes de los/las pacientes por el pago de los servicios recibidos a precios accesibles, se logra entregar servicios con calidad, en educación para la salud, planificación familiar y salud sexual y reproductiva para adolescentes, jóvenes hombres y mujeres, en áreas rurales, urbanas, periféricas y en poblaciones mayas.

APROFAM cuenta con 27 centros de atención y 5 unidades móviles.

Acceso a Servicios de Salud Sexual y Reproductiva

ACCESO A PLANIFICACIÓN FAMILIAR: con modelos innovadores de atención de salud que son económicamente eficientes y viables en las zonas rurales y urbanas con enfoque en poblaciones más vulnerables.

ABOGACÍA: Generar un cambio político, para la implementación de las políticas públicas y leyes relacionadas a Derechos Sexuales y Reproductivos y lograr mejoras a nivel local, nacional e internacional.

ITS y VIH / SIDA: Desarrollar programas que integran la prevención y el tratamiento de VIH/SIDA a los servicios existentes de Salud sexual y Reproductiva, enfocándonos en la educación y la entrega de servicios de calidad.

MORTALIDAD MATERNA: Fortalecer la Salud integral con la entrega de servicios y sistemas educativos, información y técnicas contra el Cáncer Cervical y APA. Enfoque en medicina preventiva.

ADOLESCENTES: Ofrecer servicios de Salud Sexual y Reproductiva de alta calidad, bajo costo y confiables para jóvenes enfocados en sus derechos:

- La educación integral en sexualidad
- El acceso a servicios de salud
- El desarrollo de sus habilidades para luchar por su propia cuenta y obtener estos derechos

Total de Servicios Entregados en Clínicas y Hospitales APROFAM en los últimos 3 años
3,755,099

La calidad es muy importante para nosotros/as, por ello contamos con:

- Personal altamente calificado y capacitado en todas las áreas.
- Equipo médico y de diagnóstico de alta tecnología.
- Inmuebles propios y ambientes agradables.
- Supervisión a través del cumplimiento de los manuales y protocolos de atención.
- Continua evaluación a través del sistema de auditorías, supervisión y certificaciones médicas a nivel nacional e internacional.
- Evaluación periódica de la calidad de atención del cliente interno y externo.
- Investigaciones específicas de mercado, valor de marca y factibilidad entre otras.

Misión
"En APROFAM nuestro compromiso es el bienestar integral de las personas".

Visión
"Excelencia en servicios de salud para las personas, con énfasis en Salud Sexual y Reproductiva".

RETIRO (tamaño 8.5"x11")

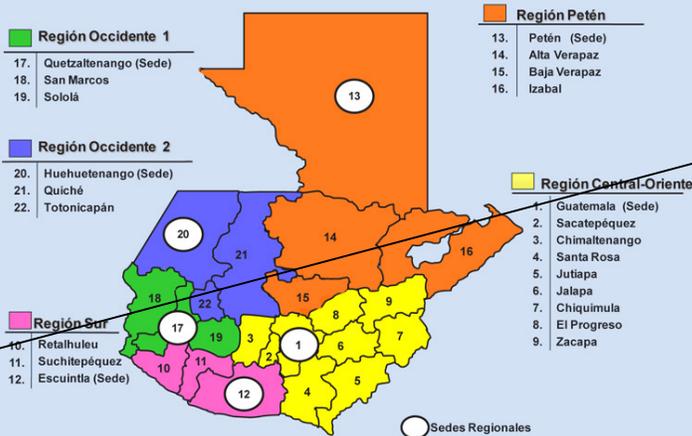
Subtítulos

Población Meta de Programas Sociales

La población meta está compuesta por personas de bajos y medianos ingresos que viven en áreas urbanas y rurales que relativamente están desatendidas por los sectores público y privado de Salud. Usualmente, los/as usuarios/as de los servicios de APROFAM son la clase trabajadora de las áreas urbanas y rurales, del sector informal de la economía; así como, algunas del sector asalariado y sus familias.

Mapa de cobertura de Unidades Móviles de Salud

5 Unidades Móviles de Salud - UMS



Área de sabías que...

Servicios generales

Servicios en áreas rurales

Cantidad de Servicios Entregados del 2010 al 2012

Servicios entregados por UMS	123,991
Primeras visitas en comunidades rurales	180,379
Visitas de seguimiento en comunidades	32,848
Charlas de educadores/as	7,413



Contacto

¿Cómo contactarnos?

5a. avenida 13-18 zona 1,
Guatemala, Guatemala
Centro América
(502) 2321-0000
info@aprofam.org.gt
www.aprofam.org.gt



Reconocimientos importantes

Premio Mundial 2005 de Población, otorgado por Naciones Unidas

- Primer país certificado del mundo por IPPF
- Más de 15 premios otorgados por IPPF/Región del Hemisferio Occidental, Population Institute

¿Sabías que...?

1 APROFAM cuenta con **2,143** Promotores/as Voluntarios/as que apoyan y fortalecen el trabajo comunitario

2 Entre los programas más exitosos en relación a Educación, Información y Capacitación podemos mencionar:

- Multiplicadores/as Juveniles
- Embarazos Simulados
- Bebés Electrónicos
- Educación para la Vida Familiar
- Mejorando la salud sexual y reproductiva de la niñez, adolescencia y juventud en situación de calle y en otras condiciones de alto riesgo en Guatemala
- Fortalecimiento al proceso de detección, tratamiento y referencia de violencia hacia la mujer basada en género

3 TODOS Y TODAS, unidos; personal, colaboradores y colaboradoras, voluntarios y voluntarias, profesionales, cada uno con mística de servicio y alto sentido de responsabilidad para lograr el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la institución, hacemos que APROFAM se consolide como la institución privada, no lucrativa más reconocida de todo el país, por la calidad en la presentación de servicios integrales de salud a las familias guatemaltecas en especial a las menos atendidas



7.3.4.2 Digitalización del boceto del material impreso del programa de Acceso

TIRO ÚNICAMENTE (tamaño 8.5x11")

Logo → 

Foto principal → 

Título del documento → **es ACCESO para Guatemala**

Subtítulos y contenido → **SERVICIOS DE PLANIFICACIÓN FAMILIAR EN NUESTRA POBLACIÓN GUATEMALTECA**

Área para contenido introductorio del programa → Unidos, personal, colaboradores, voluntarios, profesionales, cada uno con mística de servicio y alto sentido de responsabilidad para lograr el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la institución, hacen que APROFAM se consolide como la institución privada, no lucrativa, más reconocida de todo el país, por la calidad en la presentación de servicios integrales de salud a las familias guatemaltecas en especial a las menos atendidas. De esta forma APROFAM contribuye al mejoramiento integral de salud de la población en general y busca constantemente ampliar el universo de servicios y programas que coadyuven al logro de un mejor nivel de vida de los y las guatemaltecas.

Frase importante del programa → a) APROFAM aumentado el acceso Cumpliendo otro de los grandes compromisos de la Asociación, en 1975 se crea la unidad de distribución comunitaria para aumentar el acceso y alcanzar a las poblaciones más vulnerables del país, aquellas sin acceso a salud, con altos índices de pobreza y marginación social.

Contenido de respaldo → b) Acceso en poblaciones vulnerables APROFAM posee la más amplia cobertura a nivel nacional en el sector privado y con énfasis en poblaciones vulnerables. En los últimos tres años, en áreas únicamente rurales vulnerables, APROFAM ha entregado:

Fotografía de apoyo → c) Lecciones aprendidas Como lecciones aprendidas en acceso se tienen las siguientes:

- Toda entrega de servicio debe estar basada en la equidad de género y pertinencia cultura.
- Se recomienda que los comunicados estén basados en la estrategia C-Change, Comunicación para el Cambio Social y de Comportamiento, la cual ha sido validada en el Occidente del país y actualmente aplicada en toda la nación con los servicios de APROFAM.

Tipo de material y fecha → APROFAM cuenta con el invaluable apoyo de:

- 27 clínicas y hospitales
- 1 unidad mínima de salud
- 5 unidades móviles de salud
- 30 educadores comunitarios
- Más de 1,900 promotores voluntarios en las comunidades- PVs

HOJA INFORMATIVA / Programa de Acceso 2013

APROFAM lleva acceso a servicios de salud, con énfasis en servicios de Planificación Familiar a las poblaciones más vulnerables del país.



7.3.4.3 Digitalización del boceto del material impreso del programa de Adolescentes

TIRO ÚNICAMENTE (tamaño 8.5x11")

Logo → 

Foto principal → 

Título del documento → **es adolescentes para Guatemala**

PROGRAMA ADOLESCENTES Y JÓVENES

APROFAM prioriza el trabajar Atención Diferenciada y Amigable para Adolescentes y Jóvenes de todo el país, para el empoderamiento en sus Derechos Sexuales y Derechos Reproductivos que contribuya a la toma de decisiones autónomas e informadas sobre su Salud Sexual y Reproductiva, con el objeto de que disfruten de su sexualidad integralmente: sin riesgos, sin infectarse y afectarse por las ITS, el VIH avanzado y los embarazos no esperados.

APROFAM cree que las personas jóvenes son el presente y futuro de Guatemala

Subtítulos y contenido →

Área para contenido introductorio del programa

Frase importante del programa

Contenido de respaldo →

Fotografía de apoyo → 

Tipo de material y fecha → **HOJA INFORMATIVA / Programa de Adolescentes 2013**

a) Objetivos Específicos del Programa

1. Aumentar la cobertura nacional de Servicios Amigables y Diferenciados para Adolescentes y Jóvenes que incremente el número de personas jóvenes con acceso a un Paquete Esencial de Servicios Amigables en las diferentes sedes de APROFAM.
2. Implementar la Red Nacional de Educadoras y Educadores Pares, basada en los pilares de la Educación Integral en Sexualidad, sensible al género y basada en derechos tanto para quienes están incorporadas/os al sistema educativo como para quienes no lo están, a través de fortalecimiento de los liderazgos locales.
3. Aumentar la Red de APROFAM **Jóvenes Sin Censura** que genera acciones estratégicas en el marco de la incidencia política para que se dé cumplimiento a la normativa nacional en materia de derechos, priorizando las necesidades de salud sexual y reproductiva de las personas jóvenes, para la asignación presupuestaria dentro de los sistemas de salud y educación en Guatemala.
4. Movilizar recursos para asegurar la sostenibilidad financiera, y en el tiempo adecuado, de la estrategia global del componente de Adolescentes.

b) Implementación
El Programa de Adolescentes se gestiona a través de los Programas:

- Simuladores de Embarazo
- Bebés Electrónicos
- Vida Familiar
- Multiplicadoras y Multiplicadores Juveniles que incluye **Jóvenes Sin Censura**

c) Resultados Primer Semestre 2013

1. 516 blíster de anticonceptivos orales y 7,578 condones distribuidos por educadoras/es pares en 6 departamentos del país. (Jutiapa, Zacapa, Sacatepéquez, Chimaltenango, Cobán y Guatemala).
2. 300 adolescentes y jóvenes participantes en Diplomado "Juventud y Desarrollo".
3. 85 charlas facilitadas en el Departamento de Guatemala
4. 1,836 adopciones de bebés electrónicos y simuladores de embarazo en el Departamento de Guatemala con cobertura a 1,210 mujeres y 626 hombres.
5. Participación juvenil, como representantes institucionales, en las instancias: Campaña Nacional por la Educación Integral en Sexualidad y Mesa de Coordinación Interinstitucional a favor de las niñas y adolescentes.
6. Q. 153,332.00 en servicios subsidiados en clínicas Cobán, Adolescentes Guatemala, Jutiapa, Zacapa, Chimaltenango y Sacatepéquez.
7. Red de jóvenes Multiplicadoras y Multiplicadores Juveniles con la participación en 6 departamentos de 462 adolescentes y jóvenes.

7.3.4.4 Digitalización del boceto del material impreso del programa de ITS y VIH

TIRO ÚNICAMENTE (tamaño 8.5x11”)

Logo → 

Foto principal → 

Título del documento → **es atención de ITS y VIH para Guatemala**

PROGRAMA DE ITS Y VIH

El programa de ITS y VIH da inicio en el año 2013 por medio de la Gerencia de Programas Sociales, pero desde los incios de APROFAM se ha abordando el tema de ITS/VIH/SIDA en las 27 clínicas de que tiene en Guatemala, a través de los Derechos Sexuales y Reproductivos. Estos derechos se refuerzan en cada consejería pre y post prueba de detección de anticuerpos al VIH/ITS, por medio de paquetes prenatales, preoperatorios y a toda la población en general que los solicite, haciendo la entrega de servicios con calidad y calidez, sin estigma y discriminación.

Subtítulos y contenido →

Área para contenido introductorio del programa →

Frase importante del programa →

Contenido de respaldo →

Fotografía de apoyo → 

Tipo de material y fecha → **HOJA INFORMATIVA / Programa de ITS y VIH**

a) **Objetivos Especificos**

1. Proporcionar información a la población en general en cuanto a la prevención de Infecciones de transmisión sexual, virus del VIH.
2. Incentivar a la población guatemalteca en la adecuada utilización y consistencia del condón, para ir disminuyendo la proliferación de las Infecciones de Transmisión Sexual y VIH/SIDA.
3. Realizar coordinaciones con organizaciones que trabajen la temática para poder llegar a más hogares con la información de la transmisión de las ITS y VIH.

b) **Implementación**

1. Se brinda el servicio de pruebas a mujeres en gestación por medio de paquetes prenatales, población en general por medio de paquetes de laboratorio preoperatorio, de paternidad responsable y a toda aquella población que lo requiera según sus necesidades.
2. Por medio de rotafolios, trifoliales, videos y charlas en las salas de espera de las clínicas y hospitales de APROFAM, brindando información breve y concisa sobre la forma de transmisión, etapas de las ITS y VIH, formas de prevención y realización de pruebas para poder detectar las infecciones y virus.
3. Participación en reuniones con organizaciones, grupos y ONGs que trabajan el tema para poder conocer las acciones que se han estado trabajado en Guatemala para la prevención y disminución de las infecciones y virus de VIH, para que esta infección no avance ya que en Guatemala el virus de VIH se encuentra concentrado en las poblaciones de mayor riesgo: HSH, TRANS y TSF.

c) **Resultados Primer Semestre 2013**

1. Contactos locales de instituciones que trabajan la temática de ITS/VIH/SIDA para conocer la realidad nacional.
2. Fortalecimiento de las capacidades y conocimiento de los proveedores de cada una de las clínicas participantes, para brindar una atención con calidad y calidez, sin estigma ni discriminación hacia la población guatemalteca.
3. Socialización e involucramiento de los educadores y promotores de salud que brindan sus servicios a poblaciones tanto del área rural como urbana.
5. Participación activa y constante en actividades como "Candlelight", semana "Hazte la Prueba" y caminata en el día internacional de VIH/SIDA.

4. Brindar conocimientos sobre la temática a los jóvenes que están asistiendo a diplomado de Juventud impulsado por el Programa de Adolescentes de APROFAM.

5. Abogacía en el tema de ITS/VIH/SIDA, para poder realizar incidencia dentro del país para el bienestar de la población guatemalteca, solicitando que se pongan en práctica los protocolos y convenios que ya existen.

7.3.4.5 Digitalización del boceto del material impreso del programa de Abogacía (violencia sexual)

TIRO ÚNICAMENTE (tamaño 8.5x11”)

Logo → 

Foto principal → 

Título del documento → **es abogacía para Guatemala**

PARA ERRADICAR LA VIOLENCIA SEXUAL

El proyecto Advocacy para erradicar la Violencia Sexual, es parte de un proyecto regional donde el propósito de la estrategia es contribuir a la reducción de la violencia sexual en América Latina y el Caribe (ALC) mediante el fortalecimiento de las políticas, programas y servicios de los Estados nacionales y la sociedad civil para la prevención y atención integral del problema.

Actualmente el proyecto se sostiene con fondos propios de APROFAM con el fin de que la erradicación de la VS aporte a la igualdad de género.

Subtítulos y contenido

Área para contenido introductorio del programa

Contenido de respaldo

Frase importante del programa

Fotografía de apoyo

Tipo de material y fecha

a) **Meta**
Al año 2013 el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social ha hecho efectivo el acuerdo interinstitucional de actuación para la atención a víctimas de VS asegurando los fondos necesarios para contar con el personal capacitado, insumos y medicamentos.

b) **Implementación**
El proyecto se centra en las acciones de abogacía identificando, a través del mapeo de actores y política, los escenarios favorables que están generando procesos de comunicación para el cambio y gestión de conocimiento los cuales han permitido hacer talleres de sensibilización y conversatorios. En estos talleres el análisis del marco legal nacional e internacional, permite ver los vacíos y los avances en materia de implementación de leyes que protegen a las personas sobrevivientes de VS.

c) **Resultados de procesos**

- APROFAM inicia con la creación de la Alianza Contra la Violencia Sexual y su acta de constitución con acuerdos entre las instituciones que la integran, continuando hasta ahora con el liderazgo de la misma.
- Fortalecimiento programático y financiero de la Alianza Contra la Violencia Sexual.
- Integración de red de redes para articular esfuerzos de incidencia.
- Integración de la mesa técnica-política coordinada por el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social y la Secretaría de Violencia Sexual.
- Diseño, impresión y socialización de ley 9-2009, protocolos de Violencia Sexual y tríptico de qué hacer en casos de Violencia Sexual.

d) **Lecciones aprendidas**
Hasta hoy el Estado, los gobiernos pasados y actuales han logrado avances en legislación y provisión de servicios y limitado acceso a la justicia. Sin embargo, las respuestas institucionales a la VS no han logrado el alcance necesario para producir los grandes cambios políticos esperados y en los factores estructurales que la determinan. Se ha identificado la necesidad de evaluar continuamente el ambiente político favorable o desfavorable que apoye a las acciones de incidencia. Así como el relacionamiento continuo con redes y alianzas estratégicas.

Así también, ha comprendido actuar en diferentes ámbitos para lograr el impacto esperado, establecimiento de alianzas estratégicas, integración en redes, mapeo político, cabildeo con los tomadores de decisiones y con líderes de opinión, participación ciudadana en el desarrollo de monitoreo de leyes y políticas públicas o planes del Estado y campañas.

El proyecto de Abogacía de APROFAM busca principalmente el respeto a los Derechos Humanos



HOJA INFORMATIVA / Programa de Abogacía 2013

7.4 Propuesta Preliminar

Se presenta a continuación la propuesta de diseño preliminar previo a proceso de validación. Se presentan 5 piezas de material impreso para el Departamento de Programas Sociales de la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala. Este material impreso será presentado en carpetas institucionales al momento de tener reunión con potencial donante o actual donante. El material tendrá la función de respaldar la información proporcionada durante la reunión, fortalecer la credibilidad y aumentar la visibilidad de la institución y el trabajo en la sociedad guatemalteca a favor de las personas más vulnerables.

PIEZA No. 1

La siguiente pieza es la única que cuenta con tiro y retiro de las opciones sugeridas. El tamaño del material es de 8.5x11”, impresión a full color, en papel couché 80 gramos. La pieza cuenta con dos mapas que muestran el área de cobertura de la institución, sección de ¿Sabías que...?, reconocimientos importantes y datos relevantes.

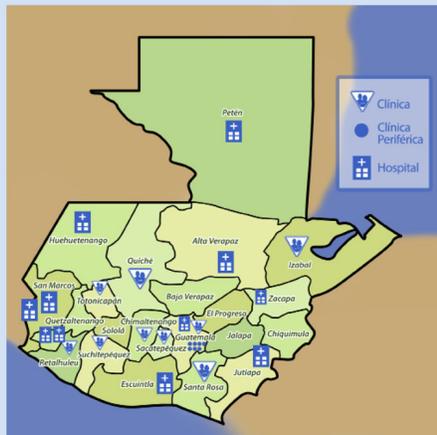
TIRO (tamaño 8.5”x11”)



La Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala, APROFAM, llega a 48 años de servir a la comunidad guatemalteca en forma ininterrumpida, brindando servicios clínicos, preventivos y curativos a toda la familia, así como programas de desarrollo, educación e información a la población en general, trabajando con especial énfasis en el área rural, marginal y de difícil acceso.

Con cooperación financiera de donantes nacionales e internacionales, así como con fondos provenientes de los/las pacientes por el pago de los servicios recibidos a precios accesibles, se logra entregar servicios con calidad, en educación para la salud, planificación familiar y salud sexual y reproductiva para adolescentes, jóvenes hombres y mujeres, en áreas rurales, urbanas, periféricas y en poblaciones mayas.

APROFAM cuenta con 27 centros de atención y 5 unidades móviles.



La calidad es muy importante para nosotros/as, por ello contamos con:

- Personal altamente calificado y capacitado en todas las áreas.
- Equipo médico y de diagnóstico de alta tecnología.
- Inmuebles propios y ambientes agradables.
- Supervisión a través del cumplimiento de los manuales y protocolos de atención.
- Continua evaluación a través del sistema de auditorías, supervisión y certificaciones médicas a nivel nacional e internacional.
- Evaluación periódica de la calidad de atención del cliente interno y externo.
- Investigaciones específicas de mercado, valor de marca y factibilidad entre otras.

Acceso a Servicios de Salud Sexual y Reproductiva

ACCESO A PLANIFICACIÓN FAMILIAR: con modelos innovadores de atención de salud que son económicamente eficientes y viables en las zonas rurales y urbanas con enfoque en poblaciones más vulnerables.

ABOGACÍA: Generar un cambio político, para la implementación de las políticas públicas y leyes relacionadas a Derechos Sexuales y Reproductivos y lograr mejoras a nivel local, nacional e internacional.

ITS y VIH / SIDA: Desarrollar programas que integran la prevención y el tratamiento de VIH/SIDA a los servicios existentes de Salud sexual y Reproductiva, enfocándonos en la educación y la entrega de servicios de calidad.

MORTALIDAD MATERNA: Fortalecer la Salud integral con la entrega de servicios y sistemas educativos, información y técnicas contra el Cáncer Cervical y APA. Enfoque en medicina preventiva.

ADOLESCENTES: Ofrecer servicios de Salud Sexual y Reproductiva de alta calidad, bajo costo y confiables para jóvenes enfocados en sus derechos:

- La educación integral en sexualidad
- El acceso a servicios de salud
- El desarrollo de sus habilidades para luchar por su propia cuenta y obtener estos derechos

Total de Servicios Entregados en Clínicas y Hospitales APROFAM en los últimos 3 años

3,755,099

Misión

“En APROFAM nuestro compromiso es el bienestar integral de las personas”.

Visión

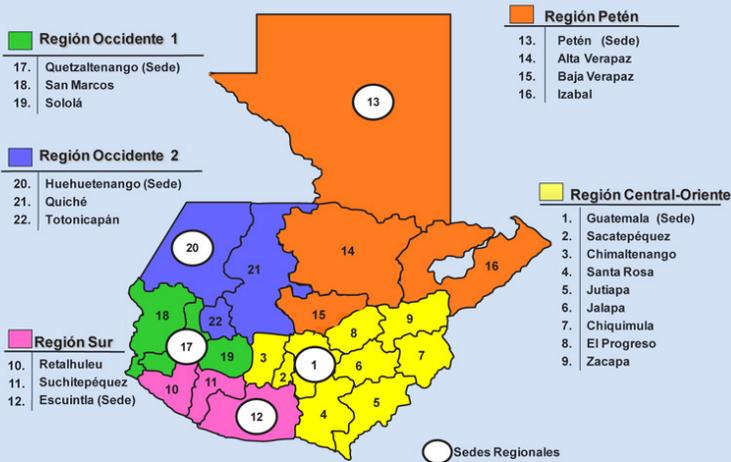
“Excelencia en servicios de salud para las personas, con énfasis en Salud Sexual y Reproductiva”.

RETIRO (tamaño 8.5"x11")

Población Meta de Programas Sociales

La población meta está compuesta por personas de bajos y medianos ingresos que viven en áreas urbanas y rurales que relativamente están desatendidas por los sectores público y privado de Salud. Usualmente, los/as usuarios/as de los servicios de APROFAM son la clase trabajadora de las áreas urbanas y rurales, del sector informal de la economía; así como, algunas del sector asalariado y sus familias.

5 Unidades Móviles de Salud - UMS



Servicios en áreas rurales

Cantidad de Servicios Entregados del 2010 al 2012

Servicios entregados por UMS	123,991
Primeras visitas en comunidades rurales	180,379
Visitas de seguimiento en comunidades	32,848
Charlas de educadores/as	7,413



¿Sabías que...?

- 1 APROFAM cuenta con **2,143** Promotores/as Voluntarios/as que apoyan y fortalecen el trabajo comunitario
- 2 Entre los programas más exitosos en relación a Educación, Información y Capacitación podemos mencionar:
 - Multiplicadores/as Juveniles
 - Embarazos Simulados
 - Bebés Electrónicos
 - Educación para la Vida Familiar
 - Mejorando la salud sexual y reproductiva de la niñez, adolescencia y juventud en situación de calle y en otras condiciones de alto riesgo en Guatemala
 - Fortalecimiento al proceso de detección, tratamiento y referencia de violencia hacia la mujer basada en género
- 3 TODOS Y TODAS, unidos; personal, colaboradores y colaboradoras, voluntarios y voluntarias, profesionales, cada uno con mística de servicio y alto sentido de responsabilidad para lograr el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la institución, hacemos que APROFAM se consolide como la institución privada, no lucrativa más reconocida de todo el país, por la calidad en la presentación de servicios integrales de salud a las familias guatemaltecas en especial a las menos atendidas

¿Cómo contactarnos?

5a. avenida 13-18 zona 1,
Guatemala, Guatemala
Centro América
(502) 2321-0000
info@aprofam.org.gt
www.aprofam.org.gt



Premio Mundial 2005 de Población, otorgado por Naciones Unidas



- Primer país certificado del mundo por IPPF
- Más de 15 premios otorgados por IPPF/Región del Hemisferio Occidental, Population Institute

PIEZA No. 2

La siguiente opción es la primera que se presenta para impresión tiro únicamente. Esta opción presenta el color institucional para el Programa de Acceso de la Gerencia de Programas Sociales, celeste aqua. El color del Programa está conjugado con fondo blanco para resaltar el texto y texto color negro. Se presentan recuadros con tonos celeste aqua, para mostrar la información más relevante del material. Se presentan dos fotografías relacionadas con la prestación de servicios de salud para aumentar el acceso.

TIRO ÚNICAMENTE (tamaño 8.5"x11")

es ACCESO para Guatemala

SERVICIOS DE PLANIFICACIÓN FAMILIAR EN NUESTRA POBLACIÓN GUATEMALTECA

Unidos, personal, colaboradores, voluntarios, profesionales, cada uno con mística de servicio y alto sentido de responsabilidad para lograr el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la institución, hacen que APROFAM se consolide como la institución privada, no lucrativa, más reconocida de todo el país, por la calidad en la presentación de servicios integrales de salud a las familias guatemaltecas en especial a las menos atendidas. De esta forma APROFAM contribuye al mejoramiento integral de salud de la población en general y busca constantemente ampliar el universo de servicios y programas que coadyuvan al logro de un mejor nivel de vida de los y las guatemaltecas.

a) APROFAM aumentado el acceso
Cumpliendo otro de los grandes compromisos de la Asociación, en 1975 se crea la unidad de distribución comunitaria para aumentar el acceso y alcanzar a las poblaciones más vulnerables del país, aquellas sin acceso a salud, con altos índices de pobreza y marginación social.

A estas poblaciones se les apoya con acciones educativas y de desarrollo comunitario y familiar.

APROFAM cuenta con el invaluable apoyo de:

- 27 clínicas y hospitales
- 1 unidad mínima de salud
- 5 unidades móviles de salud
- 30 educadores comunitarios
- Más de 1,900 promotores voluntarios en las comunidades- PVs

La fuerte cobertura de educadores y PVs caracteriza a APROFAM, ya que por medio de ella se fortalece la temática de Planificación Familiar y empodera a la población en los Derechos Humanos y Derechos Sexuales y Reproductivos.

b) Acceso en poblaciones vulnerables
APROFAM posee la más amplia cobertura a nivel nacional en el sector privado y con énfasis en poblaciones vulnerables. En los últimos tres años, en áreas únicamente rurales vulnerables, APROFAM ha entregado:

- Servicios de salud y PF por UMS: 123,991
- Visitas en comunidades rurales: 213,227
- Charlas educadores: 7,413

c) Lecciones aprendidas
Como lecciones aprendidas en acceso se tienen las siguientes:

- Toda entrega de servicio debe estar basada en la equidad de género y pertinencia cultura.
- Se recomienda que los comunicados estén basados en la estrategia C-Change, Comunicación para el Cambio Social y de Comportamiento, la cual ha sido validada en el Occidente del país y actualmente aplicada en toda la nación con los servicios de APROFAM.

APROFAM lleva acceso a servicios de salud, con énfasis en servicios de Planificación Familiar a las poblaciones más vulnerables del país.

HOJA INFORMATIVA / Programa de Acceso 2013

PIEZA No. 3

La siguiente opción es la segunda que se presenta para impresión tiro únicamente. Esta opción presenta el color institucional para el Programa de Adolescentes de la Gerencia de Programas Sociales, verde limón. El color del Programa está conjugado con fondo blanco para resaltar el texto y texto color negro. Se presentan recuadros con tonos verdes limón, para mostrar la información más relevante del material. Se seleccionan dos fotografías que representan adolescentes que apoyan el Programa de APROFAM.

TIRO ÚNICAMENTE (tamaño 8.5"x11")



es adolescentes para Guatemala



PROGRAMA ADOLESCENTES Y JÓVENES

APROFAM prioriza el trabajar Atención Diferenciada y Amigable para Adolescentes y Jóvenes de todo el país, para el empoderamiento en sus Derechos Sexuales y Derechos Reproductivos que contribuya a la toma de decisiones autónomas e informadas sobre su Salud Sexual y Reproductiva, con el objeto de que disfruten de su sexualidad integralmente: sin riesgos, sin infectarse y afectarse por las ITS, el VIH avanzado y los embarazos no esperados.

APROFAM cree que las personas jóvenes son el presente y futuro de Guatemala



a) Objetivos Específicos del Programa

1. Aumentar la cobertura nacional de Servicios Amigables y Diferenciados para Adolescentes y Jóvenes que incremente el número de personas jóvenes con acceso a un Paquete Esencial de Servicios Amigables en las diferentes sedes de APROFAM.

2. Implementar la Red Nacional de Educadoras y Educadores Pares, basada en los pilares de la Educación Integral en Sexualidad, sensible al género y basada en derechos tanto para quienes están incorporadas/os al sistema educativo como para quienes no lo están, a través de fortalecimiento de los liderazgos locales.

3. Aumentar la Red de APROFAM **Jóvenes Sin Censura** que genera acciones estratégicas en el marco de la incidencia política para que se dé cumplimiento a la normativa nacional en materia de derechos, priorizando las necesidades de salud sexual y reproductiva de las personas jóvenes, para la asignación presupuestaria dentro de los sistemas de salud y educación en Guatemala.

4. Movilizar recursos para asegurar la sostenibilidad financiera, y en el tiempo adecuado, de la estrategia global del componente de Adolescentes.

b) Implementación

El Programa de Adolescentes se gestiona a través de los Programas:

- Simuladores de Embarazo
- Bebés Electrónicos
- Vida Familiar
- Multiplicadoras y Multiplicadores Juveniles que incluye **Jóvenes Sin Censura**

c) Resultados Primer Semestre 2013

1. 516 blíster de anticonceptivos orales y 7,578 condones distribuidos por educadoras/es pares en 6 departamentos del país. (Jutiapa, Zacapa, Sacatepéquez, Chimaltenango, Cobán y Guatemala).
2. 300 adolescentes y jóvenes participantes en Diplomado "Juventud y Desarrollo".
3. 85 charlas facilitadas en el Departamento de Guatemala
4. 1,836 adopciones de bebés electrónicos y simuladores de embarazo en el Departamento de Guatemala con cobertura a 1,210 mujeres y 626 hombres.
5. Participación juvenil, como representantes institucionales, en las instancias: Campaña Nacional por la Educación Integral en Sexualidad y Mesa de Coordinación Interinstitucional a favor de las niñas y adolescentes.
6. Q. 153,332.00 en servicios subsidiados en clínicas Cobán, Adolescentes Guatemala, Jutiapa, Zacapa, Chimaltenango y Sacatepéquez.
7. Red de jóvenes Multiplicadoras y Multiplicadores Juveniles con la participación en 6 departamentos de 462 adolescentes y jóvenes.

PIEZA No. 4

La siguiente opción es la tercera que se presenta para impresión tiro únicamente. Esta opción presenta el color institucional para el Programa de ITS y VIH de la Gerencia de Programas Sociales, color rojo. El color del Programa está conjugado con fondo blanco para resaltar el texto y texto color negro. Se presentan recuadros con tonos rojos para mostrar la información más relevante del material. Las dos fotografías utilizadas representan actividades públicas organizadas por APROFAM durante el Día Mundial de la Lucha Contra el Sida.

TIRO ÚNICAMENTE (tamaño 8.5"x11")



a) Objetivos Específicos

1. Proporcionar información a la población en general en cuanto a la prevención de Infecciones de transmisión sexual, virus del VIH.
2. Incentivar a la población guatemalteca en la adecuada utilización y consistencia del condón, para ir disminuyendo la proliferación de las Infecciones de Transmisión Sexual y VIH/SIDA.
3. Realizar coordinaciones con organizaciones que trabajen la temática para poder llegar a más hogares con la información de la transmisión de las ITS y VIH.

b) Implementación

1. Se brinda el servicio de pruebas a mujeres en gestación por medio de paquetes prenatales, población en general por medio de paquetes de laboratorio preoperatorio, de paternidad responsable y a toda aquella población que lo requiera según sus necesidades.
2. Por medio de rotafolios, trífoliares, videos y charlas en las salas de espera de las clínicas y hospitales de APROFAM, brindando información breve y concisa sobre la forma de transmisión, etapas de las ITS y VIH, formas de prevención y realización de pruebas para poder detectar las infecciones y virus.
3. Participación en reuniones con organizaciones, grupos y ONGs que trabajan el tema para poder conocer las acciones que se han estado trabajando en Guatemala para la prevención y disminución de las infecciones y virus de VIH, para que esta infección no avance ya que en Guatemala el virus de VIH se encuentra concentrado en las poblaciones de mayor riesgo: HSH, TRANS y TSF.

PROGRAMA DE ITS Y VIH

El programa de ITS y VIH da inicio en el año 2013 por medio de la Gerencia de Programas Sociales, pero desde los inicios de APROFAM se ha abordando el tema de ITS/VIH/SIDA en las 27 clínicas de que tiene en Guatemala, a través de los Derechos Sexuales y Reproductivos. Estos derechos se refuerzan en cada consejería pre y post prueba de detección de anticuerpos al VIH/ITS, por medio de paquetes prenatales, preoperatorios y a toda la población en general que los solicite, haciendo la entrega de servicios con calidad y calidez, sin estigma y discriminación.

4. Brindar conocimientos sobre la temática a los jóvenes que están asistiendo a diplomado de Juventud impulsado por el Programa de Adolescentes de APROFAM.
5. Abogacía en el tema de ITS/VIH/SIDA, para poder realizar incidencia dentro del país para el bienestar de la población guatemalteca, solicitando que se pongan en práctica los protocolos y convenios que ya existen.

c) Resultados Primer Semestre 2013

1. Contactos locales de instituciones que trabajan la temática de ITS/VIH/SIDA para conocer la realidad nacional.
2. Fortalecimiento de las capacidades y conocimiento de los proveedores de cada una de las clínicas participantes, para brindar una atención con calidad y calidez, sin estigma ni discriminación hacia la población guatemalteca.
3. Socialización e involucramiento de los educadores y promotores de salud que brindan sus servicios a poblaciones tanto del área rural como urbana.
5. Participación activa y constante en actividades como "Candlelight", semana "Hazte la Prueba" y caminata en el día internacional de VIH/SIDA.



PIEZA No. 5

La siguiente opción es la cuarta que se presenta para impresión tiro únicamente. Esta opción presenta el color institucional para el Programa de Acceso de la Gerencia de Programas Sociales, violeta. El color del Programa está conjugado con fondo blanco para resaltar el texto y texto color negro. Se presentan recuadros con tonos violeta para mostrar la información más relevante del material. Las fotografías utilizadas presentan una conferencia de prensa y un medio escrito compartiendo el mensaje primordial del Programa de Abogacía.

TIRO ÚNICAMENTE (tamaño 8.5"x11")



es abogacía para Guatemala



PARA ERRADICAR LA VIOLENCIA SEXUAL

El proyecto Advocacy para erradicar la Violencia Sexual, es parte de un proyecto regional donde el propósito de la estrategia es contribuir a la reducción de la violencia sexual en América Latina y el Caribe (ALC) mediante el fortalecimiento de las políticas, programas y servicios de los Estados nacionales y la sociedad civil para la prevención y atención integral del problema.

Actualmente el proyecto se sostiene con fondos propios de APROFAM con el fin de que la erradicación de la VS aporte a la igualdad de género.

a) **Meta**
Al año 2013 el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social ha hecho efectivo el acuerdo interinstitucional de actuación para la atención a víctimas de VS asegurando los fondos necesarios para contar con el personal capacitado, insumos y medicamentos.

b) **Implementación**
El proyecto se centra en las acciones de abogacía identificando, a través del mapeo de actores y política, los escenarios favorables que están generando procesos de comunicación para el cambio y gestión de conocimiento los cuales han permitido hacer talleres de sensibilización y conversatorios. En estos talleres el análisis del marco legal nacional e internacional, permite ver los vacíos y los avances en materia de implementación de leyes que protegen a las personas sobrevivientes de VS.

Así también, ha comprendido actuar en diferentes ámbitos para lograr el impacto esperado, establecimiento de alianzas estratégicas, integración en redes, mapeo político, cabildeo con los tomadores de decisiones y con líderes de opinión, participación ciudadana en el desarrollo de monitoreo de leyes y políticas públicas o planes del Estado y campañas.

c) **Resultados de procesos**

- APROFAM inicia con la creación de la Alianza Contra la Violencia Sexual y su acta de constitución con acuerdos entre las instituciones que la integran, continuando hasta ahora con el liderazgo de la misma.
- Fortalecimiento programático y financiero de la Alianza Contra la Violencia Sexual.
- Integración de red de redes para articular esfuerzos de incidencia.
- Integración de la mesa técnica-política coordinada por el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social y la Secretaría de Violencia Sexual.
- Diseño, impresión y socialización de ley 9-2009, protocolos de Violencia Sexual y tríptico de qué hacer en casos de Violencia Sexual.

d) **Lecciones aprendidas**
Hasta hoy el Estado, los gobiernos pasados y actuales han logrado avances en legislación y provisión de servicios y limitado acceso a la justicia. Sin embargo, las respuestas institucionales a la VS no han logrado el alcance necesario para producir los grandes cambios políticos esperados y en los factores estructurales que la determinan. Se ha identificado la necesidad de evaluar continuamente el ambiente político favorable o desfavorable que apoye a las acciones de incidencia. Así como el relacionamiento continuo con redes y alianzas estratégicas.

El proyecto de Abogacía de APROFAM busca principalmente el respeto a los Derechos Humanos



HOJA INFORMATIVA / Programa de Abogacía 2013

CAPÍTULO VIII

CAPÍTULO VIII VALIDACIÓN TÉCNICA

El enfoque del trabajo de investigación es mixto, por cuanto se utilizará el enfoque cuantitativo y cualitativo. El primero servirá para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos y a través del enfoque cualitativo se intentará evaluar el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta del diseño.

8.1 Población y muestreo

8.1.1 Los cinco especialistas, licenciados de comunicación, diseño y/o publicidad para este proceso de validación, fueron seleccionados por profesar su carrera en el campo por más de 5 años y contar con amplia experiencia en el trabajo con material impreso informativo y diseño editorial.

Especialista 1:

Nombre: Lissette Pérez

Edad: 45 años

Profesión: Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Lugar de trabajo: Universidad Galileo

Puesto: Catedrática de diversos cursos en la temática de Comunicación

Años de experiencia en el campo: 23

Especialista 2:

Nombre: Wendy Franco

Edad: 42 años

Profesión: Licenciada en Comunicación para la Educación

Lugar de trabajo: Universidad Galileo

Puesto: Coordinadora Académica

Años de experiencia en el campo: 22

Especialista 3:

Nombre: Rolando Barahona

Edad: 44 años

Profesión: Licenciado en Diseño Gráfico

Lugar de trabajo: Universidad Galileo

Puesto: Catedrático de diversos cursos en el área de diseño

Años de experiencia en el campo: 19

Especialista 4:

Nombre: Carlos E. Franco R.

Edad: 52 años

Profesión: Licenciado Diseñador y Comunicador

Lugar de trabajo: Universidad Galileo

Puesto: Catedrático de diversos cursos de diseño

Años de experiencia en el campo: 30

Especialista 5:

Nombre: Sebastián Castillo

Edad: 31 años

Profesión: Licenciado en Comunicación

Lugar de trabajo: Banco G&T Continental

Puesto: Jefe de Comunicación

Años de experiencia en el campo: 5

8.1.2 Las cinco personas encuestadas que son parte del grupo de clientes para el material son integrantes de la institución APROFAM, para quien se está realizando el proyecto presente. Estos cinco miembros desempeñan el cargo de Gerentes de diversas categorías y el personal de la Gerencia de Programas Sociales, quienes directamente estarán utilizando el material creado en el proyecto, ya que tienen contacto directo con el grupo objetivo.

Ciente 1:

Nombre: Ana Cecilia Fajardo Andrade

Edad: 38 años

Profesión: Licenciada en Psicología

Lugar de trabajo: APROFAM

Puesto: Técnica Asesora Especialista en Adolescentes

Años de experiencia en el campo: 10

Ciente 2:

Nombre: Míriam de los Ángeles López Fernández

Edad: 27 años

Profesión: Licenciada Internacionalista

Lugar de trabajo: APROFAM

Puesto: Gerente de Programas Sociales

Años de experiencia en el campo: 8

Ciente 3:

Nombre: Silvia Palma de Ruiz

Edad: 59 años

Profesión: Doctora en Ginecología y Obstetricia

Lugar de trabajo: APROFAM

Puesto: Subdirectora Médica

Años de experiencia en el campo: 33

Ciente 4:

Nombre: Irma Aracely Tórtola

Edad: 43 años

Profesión: Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Lugar de trabajo: APROFAM

Puesto: Jefa de Relaciones Públicas

Años de experiencia en el campo: 14

Cliente 5:

Nombre: Edgar Mauricio Ortiz

Edad: 44 años

Profesión: Licenciado en Mercadeo

Lugar de trabajo: APROFAM

Puesto: Gerente de Mercadeo

Años de experiencia en el campo: 10

8.1.3 El grupo objetivo para quien se desarrolla el material de este proyecto

representa a los donantes internacionales. Para esta fase, se aplicará el instrumento de validación a 15 personas que laboren en la institución para la que se está elaborando el proyecto ya que tienen contacto directo con el grupo objetivo, y por los años de trabajo de campo en la institución ha llegado a conocer la percepción del mismo.

Grupo Objetivo / Cliente 1:

Nombre: Víctor E. Morales Morales

Edad: 28 años

Profesión: Ingeniero Industrial

Lugar de trabajo: APROFAM

Puesto: Gerente Administrativo

Años de experiencia en el campo: 5

Grupo Objetivo / Cliente 2:

Nombre: Carmen María Escribá

Edad: 30 años

Profesión: Licenciada en Química Farmacéutica

Lugar de trabajo: APROFAM

Puesto: Regente

Años de experiencia en el campo: 8

Grupo Objetivo / Cliente 3:

Nombre: Carlos Manual Hernández

Edad: 32 años

Profesión: Mercadólogo

Lugar de trabajo: APROFAM

Puesto: Coordinador de Mercadeo

Años de experiencia en el campo: 7

Grupo Objetivo / Cliente 4:

Nombre: Homero Abisaí Vásquez

Edad: 28 años

Profesión: Mercadólogo

Lugar de trabajo: APROFAM

Puesto: Coordinador de Mercadeo

Años de experiencia en el campo: 5

Grupo Objetivo / Cliente 5:

Nombre: Wendy González

Edad: 25 años

Profesión: Secretaria

Lugar de trabajo: APROFAM

Puesto: Secretaria de Mercadeo

Años de experiencia en el campo: 4

Grupo Objetivo / Cliente 6:

Nombre: Salan Stephanie Eguizabal

Edad: 33 años

Profesión: Mercadóloga

Lugar de trabajo: APROFAM

Puesto: Coordinadora de Mercadeo

Años de experiencia en el campo: 8

Grupo Objetivo / Cliente 7:

Nombre: Vera Alicia García Sánchez

Edad: 55 años

Profesión: Secretaria

Lugar de trabajo: APROFAM

Puesto: Secretaria de Subdirección Médica

Años de experiencia en el campo: 30

Grupo Objetivo / Cliente 8:

Nombre: Magdalena Chuc Ortiz

Edad: 64 años

Profesión: Licenciada en Enfermería

Lugar de trabajo: APROFAM

Puesto: Técnica Asesora en Enfermería

Años de experiencia en el campo: 30

Grupo Objetivo / Cliente 9:

Nombre: José Alfonso Mata

Edad: 65 años

Profesión: Médico y Cirujano

Lugar de trabajo: APROFAM

Puesto: Técnico Médico

Años de experiencia en el campo: 30

Grupo Objetivo / Cliente 10:

Nombre: Betsy Ayala

Edad: 30

Profesión: Abogada y Notaria

Lugar de trabajo: APROFAM

Puesto: Asesora Legal

Años de experiencia en el campo: 4

Grupo Objetivo / Cliente 11:

Nombre: Brenda Cardona

Edad: 34

Profesión: Secretaria Bilingüe

Lugar de trabajo: APROFAM

Puesto: Secretaria de Gerencia Administrativa

Años de experiencia en el campo: 14

Grupo Objetivo / Cliente 12:

Nombre: Carlos Amado Río

Edad: 41 años

Profesión: Arquitecto

Lugar de trabajo: APROFAM

Puesto: Jefe de Infraestructura

Años de experiencia en el campo: 10

Grupo Objetivo / Cliente 13:

Nombre: Izila Carolina Cruz Rivera

Edad: 30 años

Profesión: Perito Contador

Lugar de trabajo: APROFAM

Puesto: Auxiliar de Compras

Años de experiencia en el campo: 6

Grupo Objetivo / Cliente 14:

Nombre: Juan Alberto Román

Edad: 41 años

Profesión: Ingeniero Industrial

Lugar de trabajo: APROFAM

Puesto: Jefe de Logística

Años de experiencia en el campo: 15

Grupo Objetivo / Cliente 15:

Nombre: Bryseyda Zúñiga

Edad: 37 años

Profesión: Licenciada en Psicología

Lugar de trabajo: APROFAM

Puesto: Jefa de Educación

Años de experiencia en el campo: 10

8.2 Métodos e instrumentos

8.2.1 Método cuantitativo

Parra y Toro (2006) comentan que el método cuantitativo busca establecer resultados generales tipo ley, que se presentan siempre y cuando se construyan indicadores que operacionalicen fielmente los conceptos, y se cumpla con los requisitos de medición que exigen condiciones establecidas de representatividad y de rigurosidad en la recolección e interpretación de los datos.

8.2.1 Método cualitativo

El objetivo de la investigación cualitativa es profundizar en el fenómeno, comprenderlo e interpretarlo, y no necesariamente generalizar. Estos datos hacen referencia a la esencia de los fenómenos sin importar la frecuencia (Parra y Toro, 2006).

8.2.2 Instrumento de validación

Para realizar la validación, se desarrolla un instrumento de investigación específico que garantiza la objetividad de los resultados, permitiendo a través de la tabulación, codificación e interpretación de los mismos, proponer una solución viable a nivel funcional, tecnológico y expresivo.

8.2.2.1 Escala de Likert

Es una escala aditiva con un nivel ordinal. La construcción de la escala de Likert requiere de seis etapas: compilar ítems, administrar los posibles ítems, calcular la puntuación total, determinar el poder discriminativo, selección de ítems y prueba de confiabilidad (Naghi, 2000).

8.2.2.2 Selección múltiple

La pregunta de opción múltiple no permite que los individuos elaboren su posición verdadera, pero les pide que condensen su actitud compleja a una sola declaración, facilitando el proceso de tabulación y análisis de resultados.

8.2.2.3 Instrumento

A continuación se presenta el instrumento seleccionado para el proceso de validación. El instrumento cuenta con dos versiones: a) para personal experto en el área de diseño, comunicación y publicidad, b) para cliente y grupo objetivo del material impreso informativo.

8.2.2.3.1 Instrumento de validación para experto



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

UNIVERSIDAD GALILEO
Facultad de Comunicación

Proyecto de Graduación
Licenciatura en Comunicación y Diseño

ENCUESTA DE VALIDACIÓN EXPERTO

Nombre Completo: _____

Sexo:

F

M

Edad: _____ Profesión: _____

Puesto: _____ Años de experiencia: _____ No. Colegiado: _____

OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN: Diseño de materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el Departamento de Programas Sociales de la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala - APROFAM -

ANTECEDENTES: APROFAM es una institución privada, no lucrativa, fundada legalmente en el año de 1964. Su objetivo es prestar servicios integrales de salud, con calidad y equidad de género, con prioridad en la salud sexual y reproductiva. Ofrece servicios diversificados que permiten la recuperación de costos y el subsidio cruzado para servicios de planificación familiar. Sirviendo de esta forma, a personas de escasos recursos en todo el país. APROFAM no cuenta con materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales (Programas de Adolescentes, ITS y VIH, Acceso, Abogacía, y uno con información general de la institución) desde los inicios del mismo a principios del 2013. Por consiguiente, se establece el desarrollo del material presentado a su persona en este momento.

INSTRUCCIONES: A continuación encontrará una serie de enunciados con las cuales tendrá varias opciones. Seleccione la opción que más se asemeja a lo que el material impreso le transmite. Seleccione únicamente una opción.

No. PARTE OBJETIVA

No.	PARTE OBJETIVA	SÍ	NO
1	¿Considera que es necesario diseñar materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de programas sociales de la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala -APROFAM-?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	¿Considera que es necesario investigar acerca de la forma de los materiales impresos que se utilizan en programas de carácter social para fundamentar el desarrollo del proyecto?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	¿Considera que es necesario recopilar información acerca de los cinco diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales de APROFAM para crear material impreso con información específica de cada uno?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	¿Considera que es necesario diagramar contenido e imágenes de cada uno de los cinco diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales para darlos a conocer a actuales y futuros donantes?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

PARTE SEMIOLÓGICA

No.	Descripción	Mucha estabilidad	Estabilidad	Nada de Estabilidad
1	Considera usted que los colores de la línea gráfica seleccionada le transmiten...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Considera usted que la tipografía utilizada en los títulos transmiten...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Considera usted que la tipografía utilizada en el texto del contenido transmiten...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Considera usted que el tamaño de la tipografía utilizada en el título es...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Considera usted que el tamaño de la tipografía utilizada en el contenido del material es...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Considera usted que la posición del logo en el material transmiten...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	Considera usted que el orden y posicionamiento de los elementos le transmiten...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Considera usted que el nombre del material "APROFAM para Guatemala" le transmite...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	Considera usted que el tamaño 8.5x11" es para este tipo de material...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

PARTE OPERATIVA

No.	Descripción	Mucho	Poco	Nada
1	Considera usted que el material gráfico creado motivará al donante a invertir en Guatemala...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Considera usted que el material creado hará que APROFAM aumente sobre otras instituciones...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Considera usted que el material creado ayudará a APROFAM a informar sobre el impacto que tiene con los programas sociales en...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Considera usted que el material ayudará a aumentar el nivel de identificación del personal interno de...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

OBSERVACIONES

MUCHAS GRACIAS POR EL APOYO

8.2.2.3.2 Instrumento de validación para cliente y grupo objetivo



Galileo FACOM
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

UNIVERSIDAD GALILEO
Facultad de Comunicación

Proyecto de Graduación
Licenciatura en Comunicación y Diseño

ENCUESTA DE VALIDACIÓN / CLIENTE / GRUPO OBJETIVO

Nombre Completo: _____

Sexo:

F

M

Edad: _____ Profesión: _____

Puesto: _____ Años de experiencia: _____ No. Colegiado: _____

OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN: Diseño de materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el Departamento de Programas Sociales de la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala - APROFAM -

ANTECEDENTES: APROFAM es una institución privada, no lucrativa, fundada legalmente en el año de 1964. Su objetivo es prestar servicios integrales de salud, con calidad y equidad de género, con prioridad en la salud sexual y reproductiva. Ofrece servicios diversificados que permiten la recuperación de costos y el subsidio cruzado para servicios de planificación familiar. Sirviendo de esta forma, a personas de escasos recursos en todo el país. APROFAM no cuenta con materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales (Programas de Adolescentes, ITS y VIH, Acceso, Abogacía, y uno con información general de la institución) desde los inicios del mismo a principios del 2013. Por consiguiente, se establece el desarrollo del material presentado a su persona en este momento.

INSTRUCCIONES: A continuación encontrará una serie de enunciados con las cuales tendrá varias opciones. Seleccione la opción que más se asemeja a lo que el material impreso le transmite. Seleccione únicamente una opción.

No. PARTE OBJETIVA

No.	PARTE OBJETIVA	SÍ	NO
1	¿Considera que es necesario diseñar materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de programas sociales de la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala -APROFAM-?		
2	¿Considera que es necesario investigar acerca de la forma de los materiales impresos que se utilizan en programas de carácter social para fundamentar el desarrollo del proyecto?		
3	¿Considera que es necesario recopilar información acerca de los cinco diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales de APROFAM para crear material impreso con información específica de cada uno?		
4	¿Considera que es necesario diagramar contenido e imágenes de cada uno de los cinco diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales para darlos a conocer a actuales y futuros donantes?		

PARTE SEMIOLÓGICA

No.	Descripción	Mucha estabilidad	Estabilidad	Nada de Estabilidad
1	Considera usted que los colores utilizados en el material le transmiten...			
2	Considera usted que el tipo de letra utilizada en los títulos transmiten...			
3	Considera usted que el tipo de letra utilizada en el texto del contenido transmiten...			
4	Considera usted que el tamaño de la letra utilizada en el título es...			
5	Considera usted que el tamaño de la letra utilizada en el contenido del material es...			
6	Considera usted que la posición del logo en el material transmiten...			
7	Considera usted que el orden y posicionamiento de los elementos le transmiten...			
8	Considera usted que el nombre del material "APROFAM para Guatemala" le transmite...			
9	Considera usted que el tamaño hoja carta es para este tipo de material...			

PARTE OPERATIVA

No.	Descripción	Mucho	Poco	Nada
1	Considera usted que el material gráfico creado motivará al donante a invertir en Guatemala...			
2	Considera usted que el material creado hará que APROFAM aumente sobre otras instituciones...			
3	Considera usted que el material creado ayudará a APROFAM a informar sobre el impacto que tiene con los programas sociales en...			
4	Considera usted que el material ayudará a aumentar el nivel de identificación del personal interno de...			

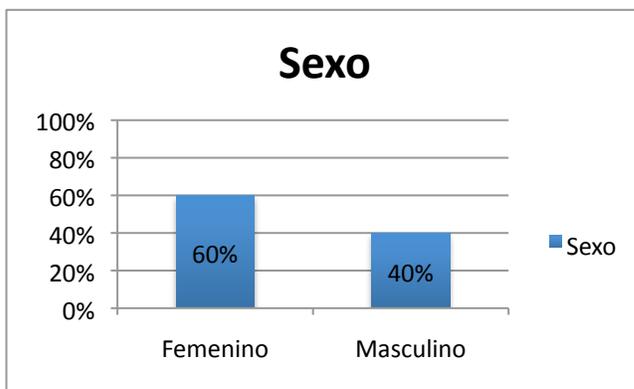
OBSERVACIONES

MUCHAS GRACIAS POR EL APOYO

8.3 Resultados e interpretación de resultados

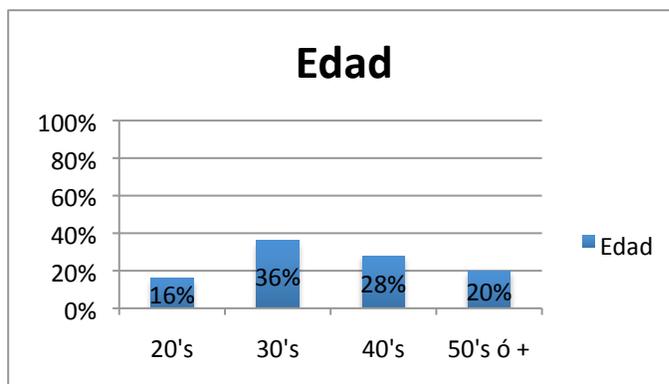
8.3.1 Tabla, gráfica e interpretación de resultados en base a las características de los encuestados.

		Femenino	Masculino	Total
1	Sexo	60%	40%	100%



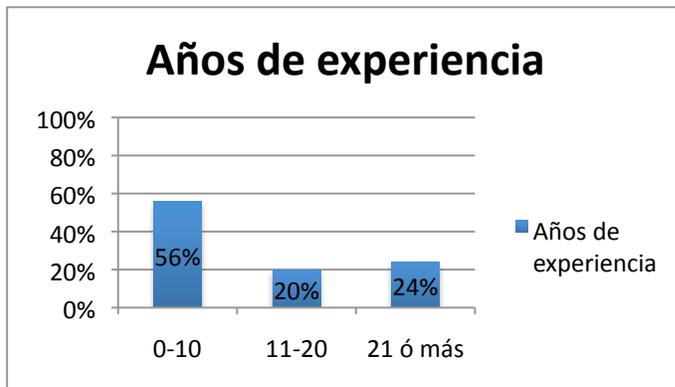
El 60% de los encuestados expertos para el proceso de validación del proyecto son de sexo femenino.

		20's	30's	40's	50's ó +	Total
2	Edad	16%	36%	28%	20%	100%



El 36% de los encuestados durante el proceso tienen entre 30 a 39 años de edad, que representa la mayoría de la población encuestada. El 16% de los encuestados tiene entre 20 a 29 años de edad, siendo la minoría de la población encuestada.

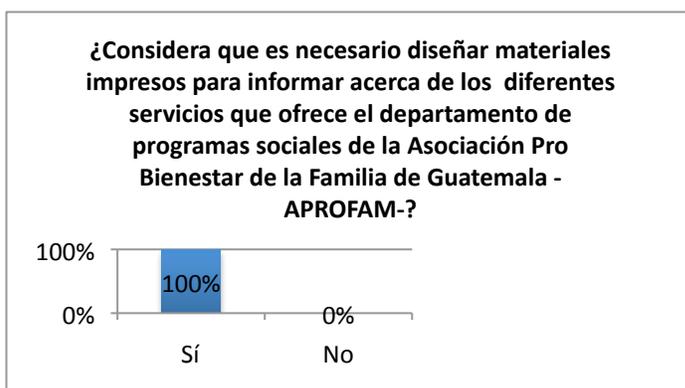
		0-10	11-20	21 ó más	Total
3	Años de experiencia	56%	20%	24%	100%



El 56% de los encuestados tiene de 0 a 10 años de experiencia, siendo la mayoría de encuestados entre este rango. El rango siguiente de los encuestados es de 21 ó más años de experiencia y la minoría de 11 a 20 años de experiencia en el campo de su profesión.

8.3.2 Tabla, gráfica e interpretación de resultados en base a la parte objetiva del instrumento.

		Sí	No	Total
1	¿Considera que es necesario diseñar materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de programas sociales de la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala -APROFAM-?	100%	0%	100%



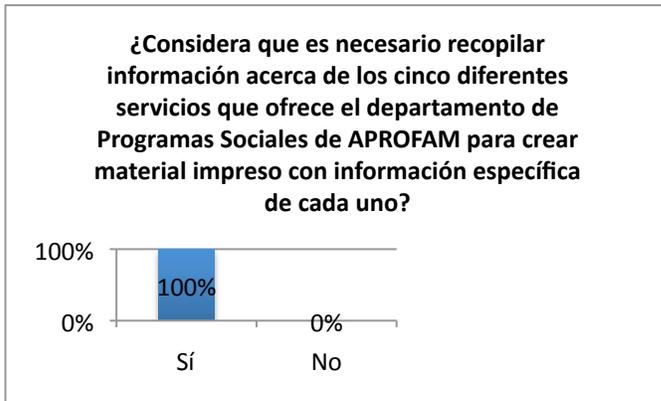
El 100% de los encuestados considera que es necesario diseñar material impreso para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales de APROFAM.

		Sí	No	Total
2	¿Considera que es necesario investigar acerca de la forma de los materiales impresos que se utilizan en programas de carácter social para fundamentar el desarrollo del proyecto?	96%	4%	100%



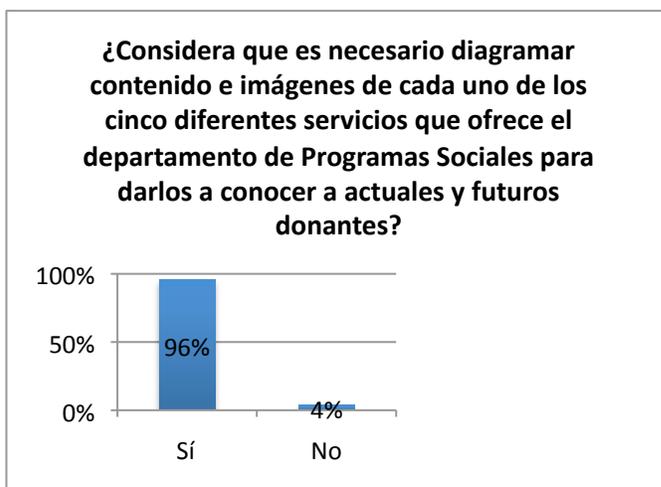
El 96% de los encuestados considera que es necesario investigar información sobre material impreso a través del contacto directo con otras instituciones para la selección de datos relevantes que conformará el contenido del material del departamento de Programas Sociales de APROFAM.

		Sí	No	Total
3	¿Considera que es necesario recopilar información acerca de los cinco diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales de APROFAM para crear material impreso con información específica de cada uno?	100%	0%	100%



El 100% de los encuestados considera que es necesario recopilar información acerca de los cinco diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales de APROFAM para crear material impreso con información específica de cada uno.

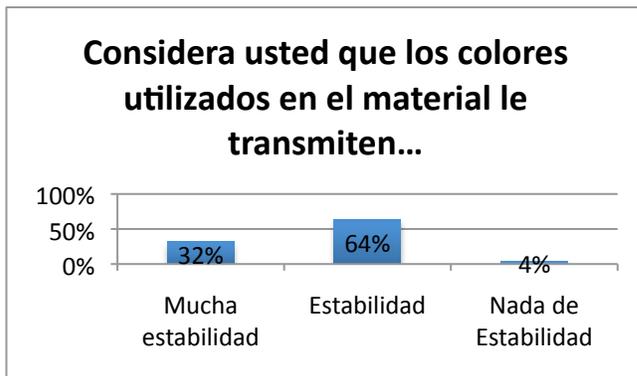
		Sí	No	Total
4	¿Considera que es necesario diagramar contenido e imágenes de cada uno de los cinco diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales para darlos a conocer a actuales y futuros donantes?	96%	4%	100%



El 96% de los encuestados considera que es necesario diagramar contenido e imágenes de cada uno de los cinco diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales para darlos a conocer a actuales y futuros donantes.

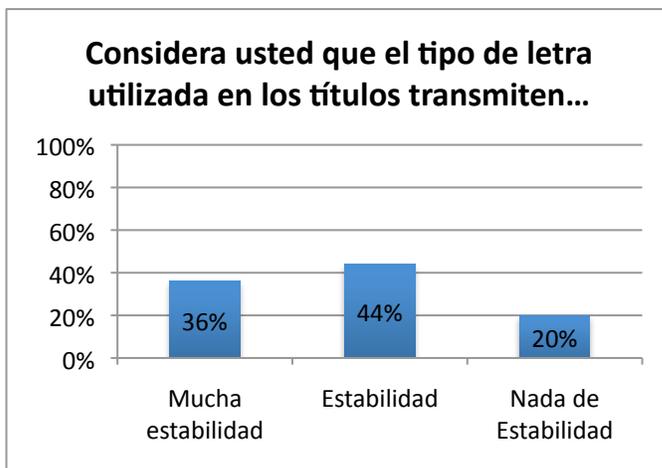
8.3.3 Tabla, gráfica e interpretación de resultados en base a la parte semiológica del instrumento.

		Mucha estabilidad	Estabilidad	Nada de Estabilidad	Total
1	Considera usted que los colores utilizados en el material le transmiten...	32%	64%	4%	100%



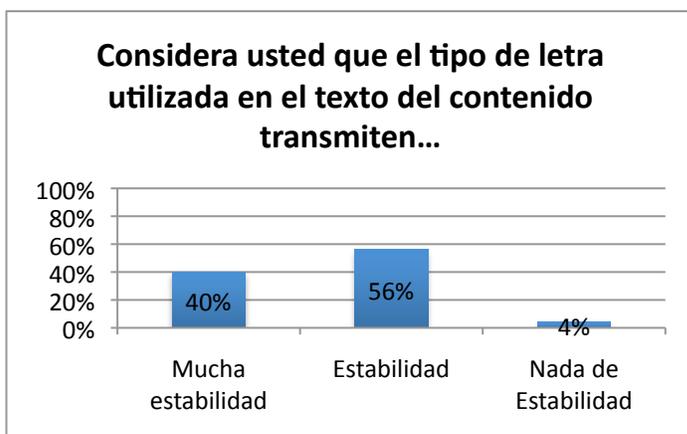
El 64% los encuestados considera que los colores utilizados en el material le transmiten estabilidad. El 4% considera que los colores del material no le transmiten estabilidad.

		Mucha estabilidad	Estabilidad	Nada de Estabilidad	Total
2	Considera usted que el tipo de letra utilizada en los títulos transmiten...	36%	44%	20%	100%



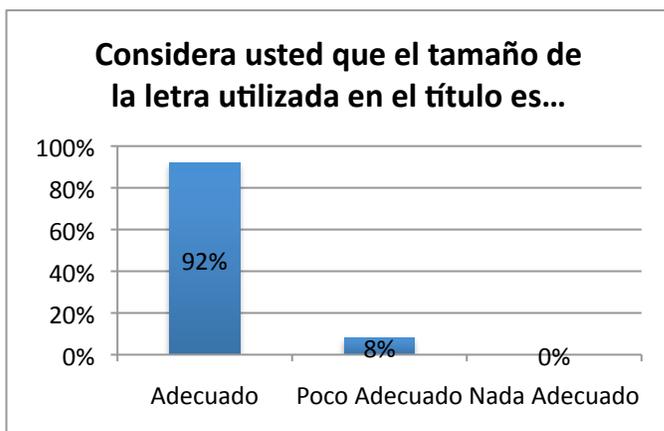
El 44% de los encuestados considera que el tipo de letra utilizado en los títulos le transmiten estabilidad, 36% comenta que le transmite mucha estabilidad y 20%, nada de estabilidad.

		Mucha estabilidad	Estabilidad	Nada de Estabilidad	Total
3	Considera usted que el tipo de letra utilizada en el texto del contenido transmiten...	40%	56%	4%	100%



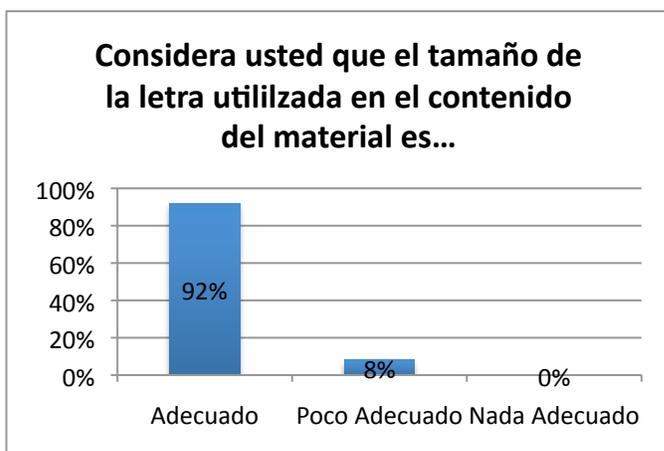
El 56% de los encuestados considera que el tipo de letra utilizada en el texto del contenido del material le transmite estabilidad, luego un 40% considera que le transmiten mucha estabilidad y por último, únicamente el 4% considera que no le transmite estabilidad.

		Adecuado	Poco Adecuado	Nada Adecuado	Total
4	Considera usted que el tamaño de la letra utilizada en el título es...	92%	8%	0%	100%



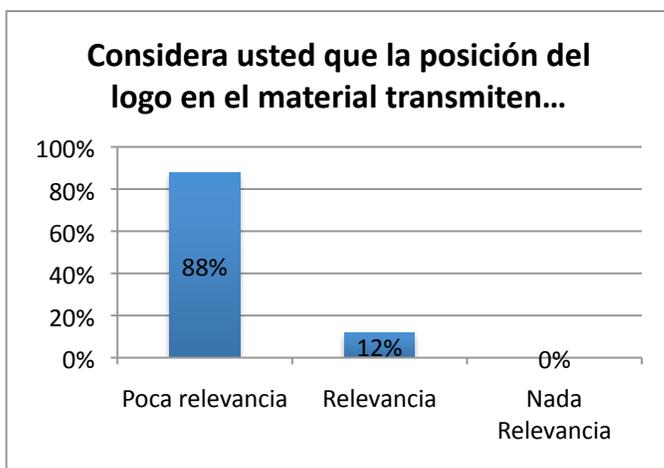
El 92% de los encuestados considera que el tamaño de la letra utilizada en el título es el adecuado. El 8% considera que no es nada adecuado para el material propuesto.

		Adecuado	Poco Adecuado	Nada Adecuado	Total
5	Considera usted que el tamaño de la letra utilizada en el contenido del material es...	92%	8%	0%	100%



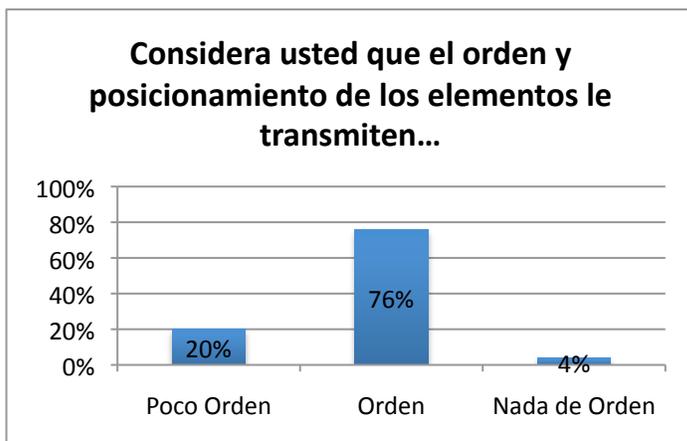
El 92% de los encuestados considera que el tamaño de la letra utilizado en el contenido del material es el adecuado. Ningún participante en el proceso de validación considera que el tamaño de letra no es el adecuado.

		Poca relevancia	Relevancia	Nada Relevancia	Total
6	Considera usted que la posición del logo en el material transmiten...	88%	12%	0%	100%



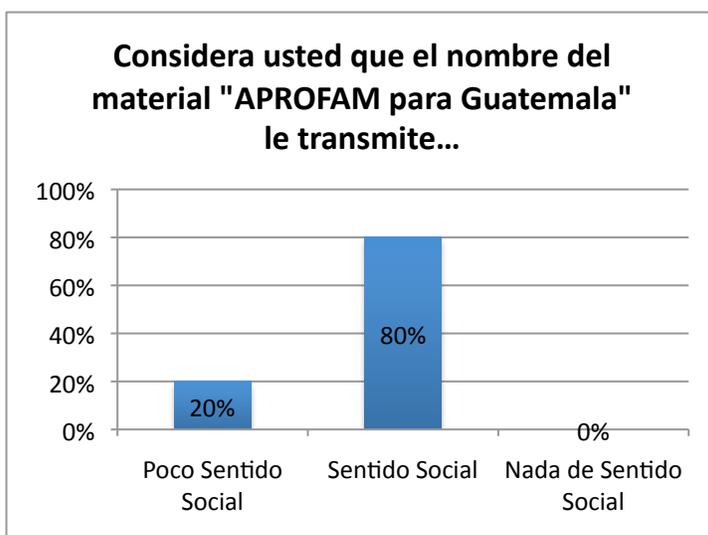
El 88% de los encuestados considera que la posición del logo en el material le transmiten poca relevancia. El 12% considera que la posición del mismo transmite relevancia en el material.

		Poco Orden	Orden	Nada de Orden	Total
7	Considera usted que el orden y posicionamiento de los elementos le transmiten...	20%	76%	4%	100%



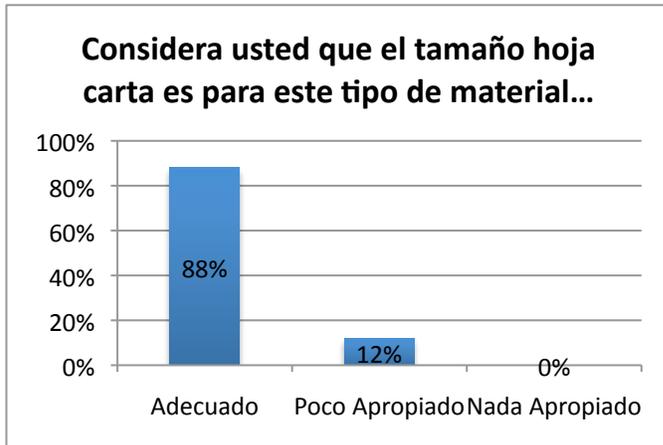
El 76% de los encuestados considera que el posicionamiento de los elementos en el material transmiten orden. Únicamente el 4% considera que no hay orden en el posicionamiento de los elementos.

		Poco Sentido Social	Sentido Social	Nada de Sentido Social	Total
8	Considera usted que el nombre del material "APROFAM para Guatemala" le transmite...	20%	80%	0%	100%



El 80% de los encuestados considera que el nombre del material "APROFAM para Guatemala" transmite sentido social. El resto considera que el nombre transmite poco sentido social y nadie considera que no se transmite sentido social con el nombre del material.

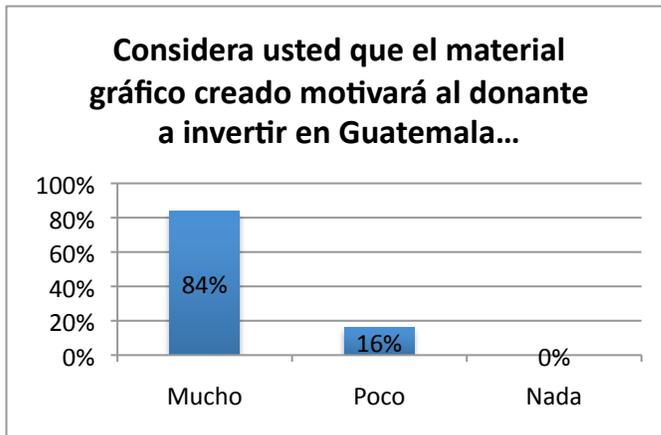
		Adecuado	Poco Apropiado	Nada Apropiado	Total
9	Considera usted que el tamaño hoja carta es para este tipo de material...	88%	12%	0%	100%



El 88% de los encuestados considera que el tamaño hoja carta (8.5x11") es para este tipo de material el adecuado. Luego, únicamente el 12% responde que es poco adecuado.

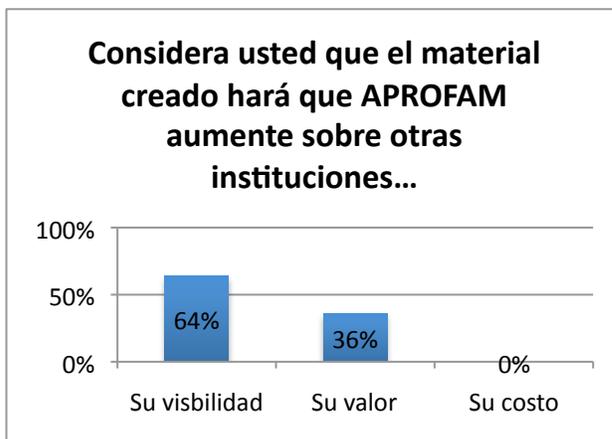
8.3.4 Tabla, gráfica e interpretación de resultados en base a la parte operativa del instrumento.

		Mucho	Poco	Nada	Total
1	Considera usted que el material gráfico creado motivará al donante a invertir en Guatemala...	84%	16%	0%	100%



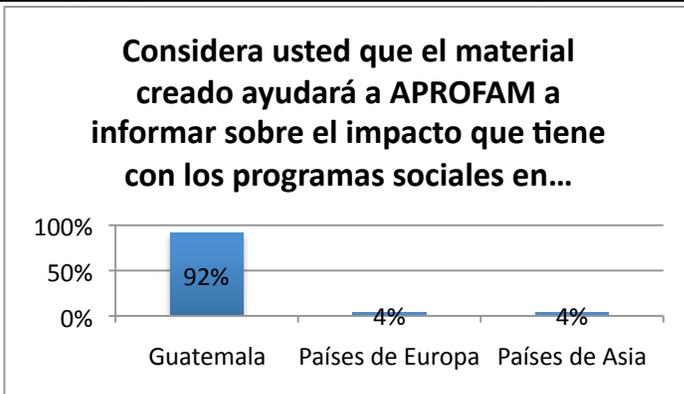
El 84% de los encuestados considera que el material gráfico creado motivará mucho al donante a invertir en Guatemala. Únicamente el 16% considera que el material motivará poco a la inversión.

		Su visibilidad	Su valor	Su costo	Total
2	Considera usted que el material creado hará que APROFAM aumente sobre otras instituciones...	64%	36%	0%	100%



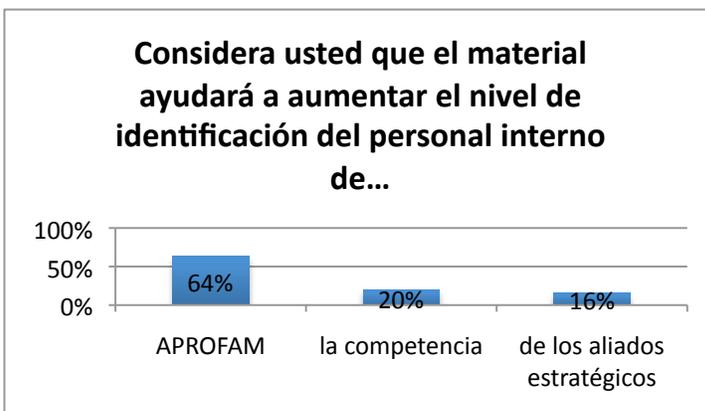
El 64% de los encuestados considera que el material creado hará que APROFAM aumente su visibilidad sobre otras instituciones, siendo la mayoría. El resto, considera que el material ayudará a aumentar su valor.

		Guatemala	Países de Europa	Países de Asia	Total
3	Considera usted que el material creado ayudará a APROFAM a informar sobre el impacto que tiene con los programas sociales en...	92%	4%	4%	100%



El 92% de los encuestados considera que el material creado ayudará a APROFAM a informar sobre el impacto que tiene en la región de Guatemala. El resto considera que se informará sobre países de Europa o Asia.

		APROFAM	la competencia	de los aliados estratégicos	Total
4	Considera usted que el material ayudará a aumentar el nivel de identificación del personal interno de...	64%	20%	16%	100%



El 64% de los encuestados considera que el material ayudará a aumentar el nivel de identificación del personal interno de APROFAM. El resto considera que el material aumentará el nivel de identificación en la competencia y en los aliados estratégicos.

8.3.5 Observaciones compartidas durante el proceso de validación

Experto 1	Presentar resultados en cuadros.
Experto 2	Tipografía de títulos, tamaño de letra de la hoja informativa 1 es muy pequeño.
Experto 3	Mejorar viñetas y tabulaciones.
Experto 4	Mejorar la presentación por ser material a entregar a donantes quienes invertirán gran cantidad de recursos en la institución.

Cliente 3	El fondo de las fotos está oscuro.
-----------	------------------------------------

Grupo Objetivo 2	Realizar el material en tiro y retiro. Incluir en el tiro de las hojas informativas, el título en grande, una ilustración impactante y las gráficas relevantes del programa.
Grupo Objetivo 9	Más organización, precisión, está amontonado, estático. Faltan fuentes bibliográficas.
Grupo Objetivo 15	Actualmente no se cuenta con el insumo.

8.4 Cambios en base a los resultados

El proceso de validación con personal experto en el área de comunicación, diseño y publicidad, cliente y grupo objetivo, aporta sugerencias que son tomadas en cuenta para mejorar la presentación del material impreso informativo para la Gerencia de Programas Sociales de la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala – APROFAM -.

A continuación se presenta la propuesta original presentada en proceso de validación (Antes), los cambios realizados en base a resultados del proceso de validación y observaciones (Después) y análisis con razonamiento y justificación de los cambios empleados.

8.4.1 Hoja informativa 1 – Información General de la Institución

ANTES

Tiro (tamaño 8.5"x11")

APROFAM para Guatemala

La Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala, APROFAM, llega a 48 años de servir a la comunidad guatemalteca en forma voluntaria, brindando servicios técnicos, preventivos y educativos a toda la familia, así como programas de desarrollo, educación e información a la población en general, integrados con especial énfasis en el área rural, marginada y de difícil acceso.

Con cooperación financiera de donaciones nacionales e internacionales, así como con fondos provenientes de los hogares por el pago de los servicios médicos que presta en centros de salud, se logra entregar servicios con calidad en educación para la salud, planificación familiar y salud sexual y reproductiva para adolescentes, jóvenes hombres y mujeres, en áreas rurales, urbanas, periféricas y poblaciones marginadas.

APROFAM cuenta con 37 centros de atención y 5 unidades móviles.

Total de Servicios Entregados en Centros y Hospitales APROFAM en los últimos 3 años: 3,755,099

Misión: "En APROFAM nuestro compromiso es el bienestar integral de las personas".

Visión: "Excelencia en servicios de salud para las personas, con énfasis en Salud Sexual y Reproductiva".

Retiro (tamaño 8.5"x11")

Población Meta de Programas Sociales

La población meta está compuesta por personas de bajos y medianos ingresos que viven en áreas urbanas y rurales que enfrentan altos niveles de pobreza en las zonas pobres y rurales de Salud Urbana y Rural, del sector informal de la economía, así como algunas del sector estudiantil y sus familias.

5 Unidades Móviles de Salud - UMS

Región Occidental 1: Peten, Alta Verapaz, Guatemala, Baja Verapaz, Quiché, Totonicapán, Uspulután.

Región Occidental 2: Guatemala, Peten, Alta Verapaz, Guatemala, Baja Verapaz, Quiché, Totonicapán, Uspulután.

Región Central-Oriente: Guatemala, Peten, Alta Verapaz, Guatemala, Baja Verapaz, Quiché, Totonicapán, Uspulután.

Región Sur: Guatemala, Peten, Alta Verapaz, Guatemala, Baja Verapaz, Quiché, Totonicapán, Uspulután.

Servicios en áreas rurales

Cantidad de Servicios Entregados del 2010 al 2012

Servicios entregados por UMS	123,991
Primeras visitas en comunidades rurales	108,379
Visitas de seguimiento en comunidades rurales	32,848
Clínicas de educadoras	7,413

¿Sabías que...?

- 1 APROFAM cuenta con 2,143 voluntarios que apoyan y fortalecen el trabajo comunitario.
- 2 Entre los programas más exitosos en relación a Educación, Información y Capacitación podemos mencionar:
 - Multiplicadoras Asesoras
 - Empresas Simbólicas
 - Bases Familiares
 - Educación para la Vida Familiar
 - Mejorando la salud sexual y reproductiva de la mujer, adolescentes y jóvenes en situación de alto riesgo en Guatemala
 - Fortalecimiento al proceso de detección, tratamiento y referencia de violencia hacia la mujer basada en género
- 3 TODOS Y TODAS, unidos, personales, colaboradores y colaboradoras, voluntarios y voluntarias, profesionales, cada uno con su propia capacidad de servicio y alto sentido de responsabilidad para lograr el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la institución, hacemos que APROFAM se convierta como la institución privada, no lucrativa más reconocida de todo el país, por la calidad en la prestación de servicios integrados de salud a las familias guatemaltecas en especial a las zonas rurales.

¿Cómo contactarnos?
 Av. Avenida 13-18 Zona 1, Guatemala, Guatemala
 Centro América
 (502) 2321-0000
 info@aprofam.org.gt
 www.aprofam.org.gt

Premio Mundial 2009 de Población, otorgado por Naciones Unidas

Primer país certificado del mundo por IPPF. Más de 15 premios otorgados por IPPF, Región del Hemisferio Occidental, Población Institute

DESPUÉS

Tiro (tamaño 8.5"x11")

Conociendo un poco más de...

La Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala, APROFAM, llega a 48 años de servir a la comunidad guatemalteca en forma voluntaria, brindando servicios técnicos, preventivos y educativos a toda la familia, así como programas de desarrollo, educación e información a la población en general, integrados con especial énfasis en el área rural, marginada y de difícil acceso.

Con cooperación financiera de donaciones nacionales e internacionales, así como con fondos provenientes de los hogares por el pago de los servicios médicos que presta en centros de salud, se logra entregar servicios con calidad en educación para la salud, planificación familiar y salud sexual y reproductiva para adolescentes, jóvenes hombres y mujeres, en áreas rurales, urbanas, periféricas y poblaciones marginadas.

APROFAM cuenta con 37 centros de atención y 5 unidades móviles.

Total de Servicios Entregados en Centros y Hospitales APROFAM en los últimos 3 años: 3,755,099

Misión: "En APROFAM nuestro compromiso es el bienestar integral de las personas".

Visión: "Excelencia en servicios de salud para las personas, con énfasis en Salud Sexual y Reproductiva".

Retiro (tamaño 8.5"x11")

Población Meta de Programas Sociales

La población meta está compuesta por personas de bajos y medianos ingresos que viven en áreas urbanas y rurales que enfrentan altos niveles de pobreza en las zonas pobres y rurales de Salud Urbana y Rural, del sector informal de la economía, así como algunas del sector estudiantil y sus familias.

5 Unidades Móviles de Salud - UMS

Región Occidental 1: Peten, Alta Verapaz, Guatemala, Baja Verapaz, Quiché, Totonicapán, Uspulután.

Región Occidental 2: Guatemala, Peten, Alta Verapaz, Guatemala, Baja Verapaz, Quiché, Totonicapán, Uspulután.

Región Central-Oriente: Guatemala, Peten, Alta Verapaz, Guatemala, Baja Verapaz, Quiché, Totonicapán, Uspulután.

Región Sur: Guatemala, Peten, Alta Verapaz, Guatemala, Baja Verapaz, Quiché, Totonicapán, Uspulután.

Servicios en áreas rurales

Cantidad de Servicios Entregados del 2010 al 2012

Servicios entregados por UMS	123,991
Primeras visitas en comunidades rurales	108,379
Visitas de seguimiento en comunidades rurales	32,848
Clínicas de educadoras	7,413

¿Sabías que...?

- 1 APROFAM cuenta con 2,143 voluntarios que apoyan y fortalecen el trabajo comunitario.
- 2 Entre los programas más exitosos en relación a Educación, Información y Capacitación podemos mencionar:
 - Multiplicadoras Asesoras
 - Empresas Simbólicas
 - Bases Familiares
 - Educación para la Vida Familiar
 - Mejorando la salud sexual y reproductiva de la mujer, adolescentes y jóvenes en situación de alto riesgo en Guatemala
 - Fortalecimiento al proceso de detección, tratamiento y referencia de violencia hacia la mujer basada en género
- 3 TODOS Y TODAS, unidos, personales, colaboradores y colaboradoras, voluntarios y voluntarias, profesionales, cada uno con su propia capacidad de servicio y alto sentido de responsabilidad para lograr el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la institución, hacemos que APROFAM se convierta como la institución privada, no lucrativa más reconocida de todo el país, por la calidad en la prestación de servicios integrados de salud a las familias guatemaltecas en especial a las zonas rurales.

¿Cómo contactarnos?
 Av. Avenida 13-18 Zona 1, Guatemala, Guatemala
 Centro América
 (502) 2321-0000
 info@aprofam.org.gt
 www.aprofam.org.gt

Premio Mundial 2009 de Población, otorgado por Naciones Unidas

Primer país certificado del mundo por IPPF. Más de 15 premios otorgados por IPPF, Región del Hemisferio Occidental, Población Institute

Justificación: Los cambios realizados se enmarcan en el color de fondo y el color base del material, que es sustituido por aqua, color institucional de apoyo y se agrega el logo de las Naciones Unidas, en reconocimientos.

8.4.2 Hoja informativa 2 – Programa de Acceso

ANTES

Tiro únicamente (tamaño 8.5"x11")



DESPUÉS

Tiro (tamaño 8.5"x11")



Retiro (tamaño 8.5"x11")



Justificación: Por la cantidad de texto y datos relevantes a utilizar, se decide realizar el material en tiro y retiro, para obtener espacio para graficar la información más relevante a presentar. El tamaño del texto del contenido se agranda un punto y se agrega área con información de contacto. Se cambian las fotografías por unas de mejor resolución y representativas al programa.

8.4.3 Hoja informativa 3 – Programa de Adolescentes

ANTES

Tiro únicamente (tamaño 8.5"x11")



DESPUÉS

Tiro (tamaño 8.5"x11")



Retiro (tamaño 8.5"x11")



Justificación: Por la cantidad de texto y datos relevantes a utilizar, se decide realizar el material en tiro y retiro, para obtener espacio para graficar la información más relevante a presentar. El tamaño del texto del contenido se agranda un punto y se agrega área con información de contacto. Se cambian las fotografías por unas de mejor resolución y representativas al programa.

8.4.4 Hoja informativa 4 – Programa de ITS y VIH

ANTES

Tiro únicamente (tamaño 8.5"x11")



DESPUÉS

Tiro (tamaño 8.5"x11")



Retiro (tamaño 8.5"x11")



Justificación: Por la cantidad de texto y datos relevantes a utilizar, se decide realizar el material en tiro y retiro, para obtener espacio para graficar la información más relevante a presentar. El tamaño del texto del contenido se agranda un punto y se agrega área con información de contacto. Se cambian las fotografías por unas de mejor resolución y representativas al programa.

8.4.5 Hoja informativa 5 – Programa de Abogacía

ANTES

Tiro únicamente (tamaño 8.5"x11")



DESPUÉS

Tiro (tamaño 8.5"x11")



Retiro (tamaño 8.5"x11")



Justificación: Por la cantidad de texto y datos relevantes a utilizar, se decide realizar el material en tiro y retiro, para obtener espacio para graficar la información más relevante a presentar. El tamaño del texto del contenido se agranda un punto y se agrega área con información de contacto. Se cambian las fotografías por unas de mejor resolución y representativas al programa.

CAPÍTULO IX

CAPÍTULO IX

PROPUESTA FINAL GRÁFICA

9.1 Hoja informativa 1 – Información General de la Institución Tiro (tamaño 8.5"x11")



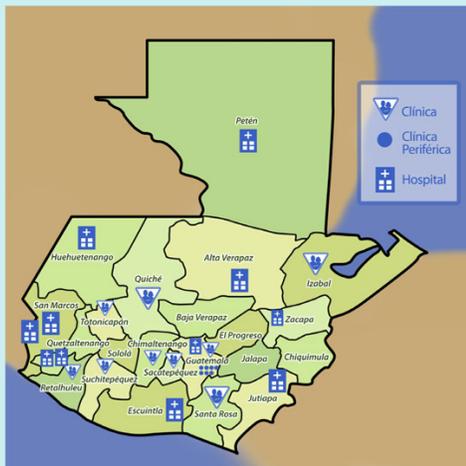
Conociendo un poco más de ...



La Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala, APROFAM, llega a 48 años de servir a la comunidad guatemalteca en forma ininterrumpida, brindando servicios clínicos, preventivos y curativos a toda la familia, así como programas de desarrollo, educación e información a la población en general, trabajando con especial énfasis en el área rural, marginal y de difícil acceso.

Con cooperación financiera de donantes nacionales e internacionales, así como con fondos provenientes de los/las pacientes por el pago de los servicios recibidos a precios accesibles, se logra entregar servicios con calidad, en educación para la salud, planificación familiar y salud sexual y reproductiva para adolescentes, jóvenes hombres y mujeres, en áreas rurales, urbanas, periféricas y en poblaciones mayas.

APROFAM cuenta con 27 centros de atención y 5 unidades móviles.



Total de Servicios Entregados en Clínicas y Hospitales APROFAM en los últimos 3 años

3,755,099

Acceso a Servicios de Salud Sexual y Reproductiva

ACCESO A PLANIFICACIÓN FAMILIAR: con modelos innovadores de atención de salud que son económicamente eficientes y viables en las zonas rurales y urbanas con enfoque en poblaciones más vulnerables.

ABOGACÍA: Generar un cambio político, para la implementación de las políticas públicas y leyes relacionadas a Derechos Sexuales y Reproductivos y mejoren a nivel local, nacional e internacional.

ITS y VIH / SIDA: Desarrollar programas que integran la prevención y el tratamiento de VIH/SIDA a los servicios existentes de Salud sexual y Reproductiva, enfocándonos en la educación y la entrega de servicios de calidad.

MORTALIDAD MATERNA: Fortalecer la Salud integral con la entrega de servicios y sistemas educativos, información y técnicas contra el Cáncer Cervical y APA. Enfoque en medicina preventiva.

ADOLESCENTES: Ofrecer servicios de Salud Sexual y Reproductiva de alta calidad, bajo costo y confiables para jóvenes enfocados en sus derechos:

- La educación integral en sexualidad
- El acceso a servicios de salud
- El desarrollo de sus habilidades para luchar por su propia cuenta y obtener estos derechos

La calidad es muy importante para nosotros/as, por ello contamos con:

- Personal altamente calificado y capacitado en todas las áreas.
- Equipo médico y de diagnóstico de alta tecnología.
- Inmuebles propios y ambientes agradables.
- Supervisión a través del cumplimiento de los manuales y protocolos de atención.
- Continua evaluación a través del sistema de auditorías, supervisión y certificaciones médicas a nivel nacional e internacional.
- Evaluación periódica de la calidad de atención del cliente interno y externo.
- Investigaciones específicas de mercado, valor de marca y factibilidad entre otras.

Misión

"En APROFAM nuestro compromiso es el bienestar integral de las personas".

Visión

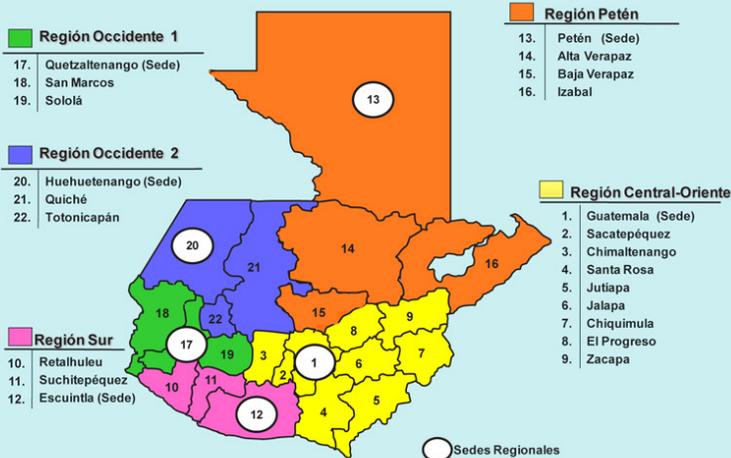
"Excelencia en servicios de salud para las personas, con énfasis en Salud Sexual y Reproductiva".

Retiro (tamaño 8.5"x11")

Población Meta de Programas Sociales

La población meta está compuesta por personas de bajos y medianos ingresos que viven en áreas urbanas y rurales que relativamente están desatendidas por los sectores público y privado de Salud. Usualmente, los/as usuarios/as de los servicios de APROFAM son la clase trabajadora de las áreas urbanas y rurales, del sector informal de la economía; así como, algunas del sector asalariado y sus familias.

5 Unidades Móviles de Salud - UMS



Servicios en áreas rurales

Cantidad de Servicios Entregados del 2010 al 2012

Servicios entregados por UMS	123,991
Primeras visitas en comunidades rurales	180,379
Visitas de seguimiento en comunidades	32,848
Charlas de educadores/as	7,413



¿Cómo contactarnos?

5a. avenida 13-18 zona 1,
Guatemala, Guatemala
Centro América
(502) 2321-0000
info@aprofam.org.gt
www.aprofam.org.gt



Premio Mundial 2005 de Población, otorgado por Naciones Unidas



- Primer país certificado del mundo por IPPF
- Más de 15 premios otorgados por IPPF/Región del Hemisferio Occidental, Population Institute

¿Sabías que...?

1 APROFAM cuenta con **2,143** Promotores/as Voluntarios/as que apoyan y fortalecen el trabajo comunitario

2 Entre los programas más exitosos en relación a Educación, Información y Capacitación podemos mencionar:

- Multiplicadores/as Juveniles
- Embarazos Simulados
- Bebés Electrónicos
- Educación para la Vida Familiar
- Mejorando la salud sexual y reproductiva de la niñez, adolescencia y juventud en situación de calle y en otras condiciones de alto riesgo en Guatemala
- Fortalecimiento al proceso de detección, tratamiento y referencia de violencia hacia la mujer basada en género

3 TODOS Y TODAS, unidos; personal, colaboradores y colaboradoras, voluntarios y voluntarias, profesionales, cada uno con mística de servicio y alto sentido de responsabilidad para lograr el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la institución, hacemos que APROFAM se consolide como la institución privada, no lucrativa más reconocida de todo el país, por la calidad en la prestación de servicios integrales de salud a las familias guatemaltecas en especial a las menos atendidas

Material impreso No. 1, tiro y retiro, tamaño hoja carta (8.5"x11"), couché 90 grs

9.2 Hoja informativa 2 – Programa de Acceso

Tiro (tamaño 8.5"x11")



¿Sabías que...



...APROFAM cuenta con 28 clínicas y hospitales en toda Guatemala



...APROFAM cuenta con 5 Unidades Móviles de Salud



...APROFAM tiene 30 educadores comunitarios



...APROFAM tiene el apoyo de más de 1,900 promotores voluntarios comunitarios

Programa de Acceso



SERVICIOS DE PLANIFICACIÓN FAMILIAR EN NUESTRA POBLACIÓN

APROFAM contribuye al mejoramiento integral de salud de la población en general y busca constantemente ampliar el universo de servicios y programas que coadyuven al logro de un mejor nivel de vida de los guatemaltecos. APROFAM desde 1964 se ha enfocado en las poblaciones más necesitadas del país y en reducir la demanda insatisfecha en salud con énfasis en Salud Sexual y Reproductiva.

a) Objetivo

Aumentar el acceso a servicios de salud con énfasis en Salud Sexual y Reproductiva cumpliendo uno de los grandes compromisos de la Asociación.

b) Implementación

En 1975 se crea la unidad de distribución comunitaria para aumentar el acceso y alcanzar a las poblaciones más vulnerables del país, aquellas sin acceso a salud, con altos índices de pobreza y marginación social.

A estas poblaciones se les apoya con acciones educativas y de desarrollo comunitario y familiar como charlas y visitas domiciliarias.

La fuerte cobertura comunitaria caracteriza a APROFAM, ya que por medio de ella se fortalece la temática de Planificación Familiar y empodera a la población en los Derechos Humanos y Derechos Sexuales y Reproductivos.

b) Acceso en poblaciones vulnerables

APROFAM posee la más amplia cobertura a nivel nacional en el sector privado y con énfasis en poblaciones vulnerables.

En los últimos tres años, en áreas únicamente rurales vulnerables, APROFAM ha entregado:

1 123,991 servicios de salud a través de las UMS

2 213,227 visitas en comunidades rurales

3 7,413 charlas educativas

c) Unidades Móviles de Salud - UMS

APROFAM es la única institución en Guatemala que cuenta con unidades móviles de salud. Las UMS son vehículos que cuentan con equipo médico y personal altamente calificado que llevan servicios de planificación familiar a las comunidades sin acceso y más necesitadas del país.

¿Cómo contactarnos?

(502) 2321-0146

info@aprofam.org.gt

www.aprofam.org.gt

5a. avenida 13-18 zona 1,

Guatemala, Guatemala

Centro América



9.3 Hoja informativa 3 – Programa de Adolescentes

Tiro (tamaño 8.5"x11")



es servicios amigables para
adolescentes
en Guatemala

¿Sabías que

el Programa de Adolescentes en APROFAM se lleva a través de..



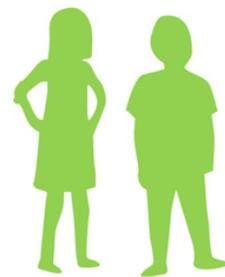
...Simuladores de Embarazo



...Bebés Electrónicos



...Vida Familiar



...Multiplicadores Juveniles

Programa de Adolescentes



PROGRAMA ADOLESCENTES Y JÓVENES

APROFAM prioriza el trabajar Atención Diferenciada y Amigable para Adolescentes y Jóvenes de todo el país, para el empoderamiento en sus Derechos Sexuales y Derechos Reproductivos que contribuya a la toma de decisiones autónomas e informadas sobre su Salud Sexual y Reproductiva, con el objeto de que disfruten de su sexualidad integralmente: sin riesgos, sin infectarse y afectarse por las ITS, el VIH avanzado y los embarazos no esperados.

APROFAM cree que las personas jóvenes son el presente y futuro de Guatemala

a) Objetivos

1. Aumentar la cobertura nacional de Servicios Amigables y Diferenciados para Adolescentes y Jóvenes que incremente el número de personas jóvenes con acceso a un Paquete Esencial de Servicios Amigables en las diferentes sedes de APROFAM.

2. Implementar la Red Nacional de Educadoras y Educadores Pares, basada en los pilares de la Educación Integral en Sexualidad, sensible al género y basada en derechos tanto para quienes están incorporadas/os al sistema educativo como para quienes no lo están, a través de fortalecimiento de los liderazgos locales.

3. Aumentar la Red de APROFAM Jóvenes Sin Censura que genera acciones estratégicas en el marco de la incidencia política para que se dé cumplimiento a la normativa nacional en materia de derechos, priorizando las necesidades de salud sexual y reproductiva de las personas jóvenes, para la asignación presupuestaria dentro de los sistemas de salud y educación en Guatemala.

4. Movilizar recursos para asegurar la sostenibilidad financiera, y en el tiempo adecuado, de la estrategia global del componente de Adolescentes.

b) Resultados en 6 meses durante 2013

1

516 blíster de anticonceptivos orales y 7,578 condones distribuidos por educadoras/es pares en 6 departamentos del país

2

300 adolescentes y jóvenes participantes en Diplomado "Juventud y Desarrollo"

3

85 charlas facilitadas en el Departamento de Guatemala

4

1,836 adopciones de bebés electrónicos y simuladores de embarazo en el Departamento de Guatemala

¿Cómo contactarnos?

(502) 2321-0146

info@aprofam.org.gt

www.aprofam.org.gt

5a. avenida 13-18 zona 1,
Guatemala, Guatemala
Centro América



9.4 Hoja informativa 4 – Programa de ITS y VIH

Tiro (tamaño 8.5"x11")



es prevención de
ITS y VIH
para Guatemala

¿Sabías que

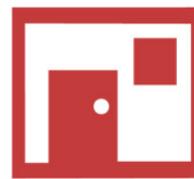
el Programa de ITS y VIH en APROFAM se lleva a través de..



Contactos locales de instituciones que trabajan la temática de ITS y VIH para conocer la realidad nacional



Fortalecimiento de proveedores de cada una de las clínicas, para brindar una atención con calidad y calidez, sin estigma ni discriminación



Educadores y promotores de salud que brindan sus servicios a poblaciones tanto del área rural como urbana



Participación activa y constante en actividades públicas y de incidencia política

Programa de ITS y VIH



PROGRAMA DE ITS Y VIH

El programa de ITS y VIH da inicio en el año 2013 por medio de la Gerencia de Programas Sociales, aunque desde los incios de APROFAM se ha abordando el tema de ITS y VIH en las 28 clínicas que tiene en Guatemala, empoderando en Derechos Sexuales y Reproductivos. Estos derechos se refuerzan en cada consejería pre y post prueba de detección de anticuerpos de ITS y VIH, por medio de paquetes prenatales, preoperatorios a toda la población que los solicite, haciendo la entrega de servicios con calidad y calidez, sin estigma y discriminación.

a) Objetivos

1. Proporcionar información a la población en general en cuanto a la prevención de Infecciones de transmisión sexual, virus del VIH.
2. Incentivar a la población guatemalteca en la adecuada utilización y consistencia del condón, para ir disminuyendo la proliferación de las Infecciones de Transmisión Sexual y VIH.
3. Realizar coordinaciones con organizaciones que trabajen la temática para poder llegar a más hogares con la información de la transmisión de las ITS y VIH.

b) Implementación

1. Se brinda el servicio de pruebas a mujeres en gestación por medio de paquetes prenatales, población en general por medio de paquetes de laboratorio preoperatorio, de paternidad responsable y a toda aquella población que lo requiera según sus necesidades.
2. Por medio de rotafolios, trifoliales, videos y charlas en las salas de espera de las clínicas y hospitales de APROFAM, brindando información breve y concisa sobre la forma de transmisión, etapas de las ITS y VIH, formas de prevención y realización de pruebas para poder detectar las infecciones y virus.

3. Participación en reuniones con organizaciones, grupos y ONGs que trabajan el tema para poder conocer las acciones que se han estado trabajado en Guatemala para la prevención y disminución de las infecciones y virus de VIH, para que esta infección no avance ya que en Guatemala el virus de VIH se encuentra concentrado en las poblaciones de mayor riesgo: HSH, TRANS y TSF.
4. Brindar conocimientos sobre la temática a los jóvenes que están asistiendo a diplomado de Juventud impulsado por el Programa de Adolescentes de APROFAM.
5. Abogacía en el tema de ITS y VIH, para poder realizar incidencia dentro del país para el bienestar de la población guatemalteca, solicitando que se pongan en práctica los protocolos y convenios que ya existen.

¿Cómo contactarnos?

(502) 2321-0146
info@aprofam.org.gt
www.aprofam.org.gt
5a. avenida 13-18 zona 1,
Guatemala, Guatemala
Centro América



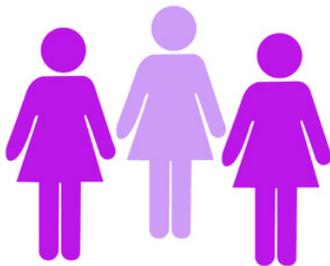
9.5 Hoja informativa 5 – Programa de Abogacía

Tiro (tamaño 8.5"x11")

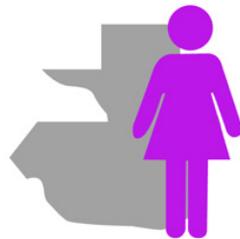


es *abogacía*
contra la violencia
sexual para Guatemala

¿Sabías que...



...1 de cada 3 mujeres es abusada más de alguna vez en su vida (OMS)



...Guatemala tiene la segunda tasa más alta de muertes violentas de mujeres (ONU)



...2,395 casos cometidos contra niñas y adolescentes y mujeres llevados por Delitos Sexuales en el 2012 (CENADO)

Programa de Abogacía



PARA ERRADICAR LA VIOLENCIA SEXUAL

El proyecto Advocacy para erradicar la Violencia Sexual, es parte de un proyecto regional donde el propósito de la estrategia es contribuir a la reducción de la violencia sexual en América Latina y el Caribe (ALC) mediante el fortalecimiento de las políticas, programas y servicios de los Estados nacionales y la sociedad civil para la prevención y atención integral del problema.

a) Objetivo

Al año 2013 el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social ha hecho efectivo el acuerdo interinstitucional de actuación para la atención a víctimas de VS asegurando los fondos necesarios para contar con el personal capacitado, insumos y medicamentos.

b) Implementación

El proyecto se centra en las acciones de abogacía identificando, a través del mapeo de actores y política, los escenarios favorables que están generando procesos de comunicación para el cambio y gestión de conocimiento los cuales han permitido hacer talleres de sensibilización y conversatorios. En estos talleres el análisis del marco legal nacional e internacional, permite ver los vacíos y los avances en materia de implementación de leyes que protegen a las personas sobrevivientes de violencia sexual.

Así también, ha comprendido actuar en diferentes ámbitos para lograr el impacto esperado, establecimiento de alianzas estratégicas, integración en redes, mapeo político, cabildeo con los tomadores de decisiones y con líderes de opinión, participación ciudadana en el desarrollo de monitoreo de leyes y políticas públicas o planes del Estado y campañas.

c) Resultados de procesos

1

Creación y liderazgo de la Alianza Contra la Violencia Sexual con acuerdos entre las instituciones que la integran

2

Fortalecimiento programático y financiero de la Alianza Contra la Violencia Sexual

3

Integración de red de redes para articular esfuerzos de incidencia

4

Integración de la mesa técnica-política coordinada por el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social y la Secretaría de Violencia Sexual

5

Diseño, impresión y socialización de ley 9-2009, protocolos de Violencia Sexual y tríptico de qué hacer en casos de Violencia Sexual

¿Cómo contactarnos?

(502) 2321-0146

info@aprofam.org.gt

www.aprofam.org.gt

5a. avenida 13-18 zona 1,
Guatemala, Guatemala
Centro América



CAPÍTULO X

CAPÍTULO X

PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Este inciso especifica todos los requerimientos económicos, técnicos y tecnológicos de la propuesta: diseño de materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de programas sociales de La Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala – APROFAM –.

10.1 Plan de costos de elaboración

El presente plan de costos de elaboración contiene el proceso creativo y elaboración de la propuesta de diseño de materiales impresos, para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de programas sociales de La Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala – APROFAM –.

Proceso creativo, elaboración de propuesta, recopilación de información, así como edición de fotografía de la institución	De abril a diciembre
Total de meses empleados en la realización del material impreso informativo	9 meses
Total de semanas empleadas en la realización del material impreso informativo	36 semanas
Total de días trabajados	180 días (5 días a la semana)
Total de horas trabajadas	540 horas (3 horas al día)
	Tomando en cuenta que un diseñador

	gráfico promedio tiene un salario mensual de Q. 6,000.00 según Agencias de Publicidad y empresas privadas que tienen su departamento de diseño, el pago del día de trabajo es de Q. 200.00 y la hora tiene un valor de Q. 25.00
Precio por hora	Q. 25.00
El costo total de elaboración del material impreso informativo es de:	540 horas trabajadas x Q. 25.00 c/u = Q. 13,500.00

10. 2 Plan de costos de producción

Realización de artes finales tomando en cuenta las siguientes actividades.

El Proceso consistió en la digitalización de bocetos de artes finales, validación de la propuesta y realización de cambios para la propuesta final:	De octubre a diciembre
Total de meses empleados en la realización del material impreso informativo	3 meses
Total de semanas empleadas en la realización del material impreso informativo	8 semanas
Total de días trabajados	40 días (5 días a la semana)
Total de horas trabajadas	80 horas (2 horas al día)
	Tomando en cuenta que un diseñador

	gráfico promedio tiene un salario mensual de Q. 6,000.00 según Agencias de Publicidad y empresas privadas que tienen su departamento de diseño, el pago del día de trabajo es de Q. 200.00 y la hora tiene un valor de Q. 25.00
Precio por hora	Q. 25.00
El costo total de elaboración del material impreso informativo es de:	80 horas trabajadas x Q. 25.00 c/u = Q. 2,000.00

10.3 Plan de costos de reproducción

El plan de costos de reproducción de material impreso informativo está en base a trabajo de imprenta. Este incluye los siguientes elementos por el lapso de un año:

CANTIDAD	MATERIAL	COSTO UNITARIO	TOTAL
500	Sets de material impreso informativo (5 hojas informativas, tiro y retiro)	Q. 6.25	Q. 3,125.00
3	Copias digitales en CD	Q. 3.00	Q. 9.00
3	Impresión de etiqueta de CD con estuche	Q. 5.00	Q. 15.00
	TOTAL		Q. 3,149.00

La distribución del material impreso informativo será de forma personal en reuniones gerenciales, por ende, la distribución del mismo no tendrá ningún costo adicional.

10.4 Plan de costos de distribución

A continuación se desglosa el único aspecto que influye en la distribución del material impreso informativo en versión digital.

MATERIAL ELABORADO	TIEMPO ESTIMADO DE ELABORACIÓN
Costo de internet de 5Mbps para subir al servidor los archivos del material impreso informativo y/o envío por correo electrónico	Costo por mes: Q. 800.00

10.5 Cuadro con resumen general de costos

PROCESO	COSTO
Elaboración	Q. 13,500
Producción	Q. 2,000.00
Reproducción	Q. 3,149.00
Distribución	Q. 800.00
COSTO TOTAL	Q. 19,449.00

CAPÍTULO XI

CAPÍTULO XI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

11.1 Conclusiones

- Se diseñaron materiales impresos que informa acerca de los servicios que ofrece el Departamento de Programas Sociales de APROFAM con fotografías, infografías y texto para lograr el objetivo.
- Se diseñaron materiales impresos para APROFAM para aumentar su nivel de visibilidad institucional y dar a conocer el impacto de su trabajo en Guatemala.
- Se investigó información de material impreso de otras instituciones para la selección de datos que conforma el contenido del material del departamento de Programas Sociales de APROFAM.
- Se analizó el material de instituciones similares a APROFAM para orientar al Comunicador y Diseñador sobre lo que espera encontrar y leer el futuro donante en este tipo de material impreso informativo.
- Se recopiló información acerca de los cinco diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales de APROFAM para tener información actualizada, relevante e impactante.
- Se tuvo acceso a información institucional con apoyo de Gerencias dentro de APROFAM en la creación de material veraz y confiable.
- Se diagramó contenido e imágenes de cada uno de los cinco diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales para la creación de un material profesional y amigable a la lectura.
- Se diagramó el contenido e imágenes para tener siempre presente las características del grupo objetivo a quien va dirigido el material.

11.2 Recomendaciones

- Para el diseño de material impreso informativo se debe contar con el apoyo de fotografías, infografías y poco texto para presentar un diseño llamativo y que sea rápido y fácil de comprender.
- Para aumentar la visibilidad de una institución, la creación de material informativo con datos relevantes como la misión, visión, valores e impacto en la sociedad guatemalteca es necesaria.
- Al momento de crear material informativo se debe estudiar el material que ya fue entregado al mismo grupo objetivo e intentar superar en calidad de información, calidad de contenido, y calidad de diseño.
- Es importante, antes de comenzar a bocetar y digitalizar, contar con todo el contenido para el material a crear. Sin ello, la búsqueda de este contenido en el camino tomará más tiempo y creará distracciones.
- Se debe buscar tener aliados dentro de la institución que posea la información necesaria para tener acceso a la misma al momento de necesitarla.
- La lectura sobre la institución sobre la que se creará el material, la convivencia con personal operativo y gerencial, el conocimiento sobre los servicios y calidad de servicios que la institución ofrece, ayuda a sensibilizar al Comunicador y Diseñador para la creación de un material más representativo.
- Antes de la publicación del contenido del material, se debe comprobar que todos los datos son verdaderos y la institución tiene el derecho de utilizarlo.
- Al momento de seleccionar la diagramación utilizada en el material, se debe contar con conocimiento sobre la psicología de forma y posición, para determinar si los elementos a utilizar apoya a alcanzar el objetivo de comunicación.

CAPÍTULO XII

Licenciatura en Comunicación y Diseño

La **Comunicación** muestra la importancia que debemos de tener con cada uno de sus elementos, cómo éstos pueden influenciar en la creación de un mensaje idóneo o distorsionar el mismo. Este curso apoyó en el análisis y la buena elección de los mensajes a utilizar en el material impreso informativo.

El curso de **Publicidad** permite abrir la mentalidad sobre las diversas herramientas que se pueden aplicar para alcanzar al grupo objetivo alcanzando el propósito comunicacional del material a diseñar.

La **Interpretación de Textos** apoya a ampliar el análisis de cada fragmento y a descubrir mensajes que en una simple lectura no se absorberían. Estas habilidades apoyaron en la selección idónea de las palabras para generar los mensajes del material propuesto.

La **Administración del Diseño** muestra los procedimientos y procesos correctos que se deben de cumplir al momento de ofrecer los servicios como Comunicador y/o Diseñador, procedimientos que se vieron manifestados al momento de cotizar la propuesta presentada.

El curso de **Análisis Final** ayuda a explicar y a entender al ser humano, sus concepciones, el entorno donde fue criado y el entorno que le rigió al momento de crear un mensaje o recibirlo. Algunos de estos factores deben ser tomados en cuenta al momento de lanzar un mensaje público.

La **Sociología** apoya en el diseño del material estudiando al grupo objetivo en su contexto social, económico, y geográfico, entre otros, para la selección del enfoque cultural y basado en derechos que se transmite en el material que representa los Programas Sociales institucionales.

La **Comunicación Social** enseña a descubrir las necesidades de cada sociedad, departamento y/o comunidad, para implementar estrategias comunicacionales que permitan un cambio de comportamiento utilizando los componentes que mejor apoyarán en la recepción del material.

El curso de **Psicología del Consumidor** apoya en el entender al consumidor o receptor del mensaje, en conocer sus intereses, gustos, hábitos y costumbres. La Psicología del Consumidor, durante el proceso de esta propuesta, ayuda a desarrollar material impreso llamativo e interesante.

La **Investigación de Mercados** instruye en las actividades que se deben desarrollar para la recolección de datos, tabulación y análisis de los mismos, los cuales sirven para la toma de decisiones en la creación de materiales impresos informativos. La Investigación de Mercados, en este proyecto ayuda a guiar y a seleccionar los elementos en base a los gustos del cliente, grupo objetivo o donante.

La **Comunicación Corporativa** es aquella que brinda una visión empresarial sobre los proyectos y servicios que se ofrecen de una forma profesional, garantizando la calidad de lo que se entrega al consumidor final, llevando procesos de manera organizada, planificada y bien administrada. Esta visión se mantiene en la creación del material propuesto.

Los cursos de **Paquetes de Software** brindan las herramientas para la creación gráfica para cumplir los requerimientos de los clientes o grupos objetivos. Estos cursos apoyan brindando opciones diversas al Diseñador para crear opciones innovadoras y creativas.

La **Expresión Gráfica** fomenta el trabajo previo a la ejecución de los diseños, iniciando desde una lluvia de ideas creativas a mano alzada, dejando fluir las expresiones del artista. Este curso ayuda a crear bocetos y consolidar ideas antes de llevarlas a lo digital, ahorrando tiempo y recursos como se realizó en la creación de este material.

El **Dibujo Técnico** desarrolla habilidades espaciales y destrezas en el Diseñador que agilizan su trabajo y permiten un orden sistemático, respetando los espacios propios de los elementos y posiciones diversas.

El curso de **Diagramación** enseña a posicionar elementos, textos e imágenes, a jugar con ellas y sus espacios, para crear material llamativo, fácil de digerir, amigable y que refuerce el contenido del mismo. La Diagramación fue puesta en consideración en el diseño del material propuesto para lograr el impacto esperado en el grupo objetivo.

El **Diseño Gráfico**, al ser la esencia del material creado y propuesto, enseña a manejar los colores, formas, texturas, letras y estructuras para crear un producto que cumpla los objetivos, tanto del artista como del cliente o grupo objetivo.

El curso de **Manejo de Campañas Publicitarias** influye en la selección del medio de comunicación a seleccionar para transmitir un mensaje. Este conocimiento ayuda a seleccionar material impreso informativo para la propuesta, el cual puede ser adaptado en un futuro a vallas publicitarias, pautas radiales, o segmentos en periódicos.

El **Diseño Gráfico Electrónico** provee más opciones a los Diseñadores y Comunicadores que les permite ser creativos y contar con herramientas que ayudan a proveer un servicio y producto eficiente y que llene las expectativas del cliente.

Los cursos de **Fotografía** abren una mentalidad más amplia al creativo que le permite observar el entorno con un enfoque natural, simplista, artístico, o comercial, presentando en un cuadro la esencia del producto o servicio que se ofrece. Las fotografías seleccionadas y aplicadas en este material fueron debidamente seleccionadas, tomando en cuenta los lineamientos presentados en los cursos.

El **Diseño Interactivo** toma las ventajas que la tecnología presenta en relación al tiempo, lugar y trabajo en conjunto con el cliente y el proveedor del servicio o producto. El curso de Diseño interactivo muestra las amplias opciones que se tienen para captar la atención del cliente, mantenerlo en la presentación y dejarlo con la información relevante.

CAPÍTULO XII CONOCIMIENTO GENERAL

CAPÍTULO XIII

CAPÍTULO XIII

REFERENCIAS

A

Alcaldía Mayor de Bogotá, Salud materno infantil comunitaria. (2013) Recuperado de http://saludpublicabogota.org/wiki/index.php?title=Salud_materno_infantil_comunitaria

APROFAM. (2013) Manual de Consejería en Salud Sexual y Reproductiva. Guatemala. APROFAM

Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala – APROFAM. (2005) Manual de Promotora Voluntaria y Promotor Voluntario. Guatemala. Editorial propia de APROFAM

B

Bermudez, Gustavo. (2010) ¿Qué es Educación? Estados Unidos. Author House.

C

Carbó, Esteve. 2000. Manual de Psicología Aplicada a la Empresa, II. España. Ediciones Granica, S. A.

Comisión Europea. 2001. Manual Gestión del Ciclo del Proyecto. Europa. Editado por la Comisión Europea

D

De la Mora, José. (1979) Psicología del Aprendizaje. México. Editorial Progreso, S.A. de C.V.

F

Frascara, Jorge. (2004). Diseño gráfico para la gente. Comunicaciones de masa y cambio social. Argentina. Ediciones Infinito Buenos Aires.

Francoise, Roland. 1991. Diccionario Akal de Psicología. España. Ediciones Akal, S. A.

G

Gil Estallo, MARÍA DE Los Ángeles. (2010) Cómo crear y hacer funcionar una empresa. España: ESIC Editorial

González, Ma. Ángeles. Carrero, Enrique. (2008) Manual de Planificación de Medios. España. Esic Editorial.

H

Hatcher, Robert. Rinehart, Ward. Blackburn, Richard. Geller, Judith. Shelton, James. (2002) Lo Esencial de la Tecnología Anticonceptiva, Manual para Personal Clínico. Estados Unidos. Population Reports

I

International Planned Parenthood Federation – IPPF. (2008) Derechos Sexuales: una declaración de IPPF. Inglaterra. Editorial propia de IPPF

Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas. (1973) Segundo Curso Sobre Comunciación Social. Colombia. IICA CIRA.

IPPF. (2008) Caja de Herramientas sobre Diversidad Sexual. Estados Unidos. IPPF

IPPF. (2009) Manual de Planeación en Advocacy. México. IPPF
INDEXMUNDI. Recuperado el 18 de marzo 2014. Recuperado de
<http://www.indexmundi.com/es/guatemala/>

J

Jiménez de Cisneros Cid. (19987) Los Organismos autónomos en el Derechos Público español: tipología y régimen jurídico. Colección: Monografías. España: Instituto Nacional de Administración Pública

L

Lisbona Guillén, Miguel. (2005) La Comunidad a Debate, Reflexiones sobre el concepto de comunidad en el México contemporáneo. México. El Colegio de Michoacán y Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas.

M

MAG, SEPSA, MIDEPLAN, IICA. (1991) Programas de Políticas diferenciadas para el desarrollo regional rural en áreas marginadas. Costa Rica: Editorial propia

McLean, Ruari, (1993) Manual de Tipografía. España. Hermann Blume Ediciones.

Mucchielli, Alex. (1998) Psicología de la Comunicación. España. Editorial Paidós Iberica.

N

Naciones Unidas. (2003), Manual sobre las instituciones sin fines de lucro en el sistema de cuentas Nacionales. Estados Unidos: Edición por Naciones Unidas

Naghi, M. (2000) Metodología de la investigación. México. Editorial Limusa.

O

Organización Mundial de la Salud. (2013) Mortalidad Materna recuperado de <http://www.who.int/es/index.html>

P

Padrero. Tendencia Técnica. Recuperado el 16 de junio 2014-06-17

<http://www.paredro.com/5-tendencias-de-diseno-grafico-para-no-perder-de-vista-en-el-2014/>

Parra, D., Toro, I. (2006) Método y conocimiento. Metodología de la Investigación. Colombia. Universidad EAFIT

¿Qué son los Derechos Humanos? En Procurador de los Derechos Humanos. Recuperado el 16 de julio 2013 de <http://www.pdh.org.gt/derechos-humanos/que-son-los-derechos-humanos>

¿Qué es Desarrollo Humano? En Programa de Informes Nacionales de Desarrollo Humano y Objetivos de Desarrollo del Milenio. Recuperado el 23 de julio

2013 de <http://www.desarrollohumano.org.gt/content/%C2%BFque-es-desarrollo-humano>

R

Real Academia Española (s.f.). Diccionario de la lengua española. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=administraci%C3%B3n>

Real Academia Española (s.f.). Diccionario de la lengua española. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=aldea>

Real Academia Española (s.f.). Diccionario de la lengua española. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=antropologia>

Real Academia Española (s.f.). Diccionario de la lengua española. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=CASER%C3%8DO>

Real Academia Española (s.f.). Diccionario de la lengua española. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=color>

Real Academia Española (s.f.). Diccionario de la lengua española. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=diagramaci%C3%B3n>

Real Academia Española (s.f.). Diccionario de la lengua española. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=dise%C3%B1o>

Real Academia Española (s.f.). Diccionario de la lengua española. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=distribuidor>

Real Academia Española (s.f.). Diccionario de la lengua española. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=donante>

Real Academia Española (s.f.). Diccionario de la lengua española. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=economia>

Real Academia Española (s.f.). Diccionario de la lengua española. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=filosof%C3%ADa>

Real Academia Española (s.f.). Diccionario de la lengua española. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=fotografia>

Real Academia Española (s.f.). Diccionario de la lengua española. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=ilustracion>

Real Academia Española (s.f.). Diccionario de la lengua española. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=impresion>

Real Academia Española (s.f.). Diccionario de la lengua española. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=informaci%C3%B3n>

Real Academia Española (s.f.). Diccionario de la lengua española. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=ginecologia>

Real Academia Española (s.f.). Diccionario de la lengua española. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=logotipo>

Real Academia Española (s.f.). Diccionario de la lengua española. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=medicina>

Real Academia Española (s.f.). Diccionario de la lengua española. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=obstetricia>

Real Academia Española (s.f.). Diccionario de la lengua española. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=pedagogia>

Real Academia Española (s.f.). Diccionario de la lengua española. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=psicologia>

Real Academia Española (s.f.). Diccionario de la lengua española. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=sociedad>

Real Academia Española (s.f.). Diccionario de la lengua española. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=sociologia>

Real Academia Española (s.f.). Diccionario de la lengua española. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=tecnologia>

Ricupero, Sergio. (2007) Diseño Gráfico en el Aula. Argentina. Nobuko.

Rodríguez, Verónica. (2008) Comunicación Corporativa: (un derecho y un deber). Chile. RIL Editores.

Ruiz de Velasco y del Valle, Adolfo. (2007) Manual de Derecho Mercantil. España: Universidad Pontificia Comillas

S

Sainz, José María. (2003). El Plan Estratégico en la Práctica. España. Esic Editorial.

SEPREM. (2005) Ley de Acceso Universal y Equitativo de Servicios de Planificación Familiar y su Integración en el Programa Nacional de Salud Sexual y Reproductiva Decreto No. 87-2005. Guatemala. SEPREM.

Serrano, Sebastián. (1981) La Semiótica, una introducción a la teoría de los signos. España. Montesinos Editor.

Siliceo, Alfonso. (2004) Capacitación y desarrollo de personal. México. Editorial Limusa, S. A. Grupo Noriega Editores.

U

UNFPA. (2009) Herramientas de Salud Sexual y Reproductiva para Adolescentes en Contextos Humanitarios. Estados Unidos. Edición por Stephanie Borise.

USAID, FHI 360. (2012) Guía de Implementación de la Estrategia Global de comunicación para el Cambio Social y de Comportamiento en el Altiplano de Guatemala. Guatemala. Edición privada.

V

Van-Der Hofstadt, Carlos. (2005) El libro de las habilidades de Comunicación. Cómo mejorar la comunicación personal. España. Ediciones Díaz de Santos, S. A.

W

Wikipedia. Colegio del Mundo Unido Costa Rica. (s.f) En Recuperado el 16 de julio 2013
http://es.wikipedia.org/wiki/Colegio_del_Mundo_Unido_Costa_Rica#Programa_de_Salud_Integral

Wikipedia. Dibujo. Recuperado el 16 de Junio 2014

http://es.wikipedia.org/wiki/Arte#Disciplinas_art.C3.ADsticas

Wikipedia. Teoría del Color. Recuperado el 16 de Junio 2014

http://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa_del_color

Wikipedia. Teoría de las Formas. Recuperado el 16 de Junio 2014

http://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa_de_las_Formas

Z

Zanón, David. (2007). Introducción al Diseño Editorial. España. Editorial Vision Net.

CAPÍTULO XIV

ANEXOS

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias de la Comunicación

UNIVERSIDAD GALILEO
Facultad de Comunicación

Proyecto de Graduación
Licenciatura en Comunicación y Diseño

ENCUESTA DE VALIDACIÓN EXPERTO

Nombre Completo: _____

Sexo:

F

M

Edad: _____ Profesión: _____

Puesto: _____ Años de experiencia: _____ No. Colegiado: _____

OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN: Diseño de materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el Departamento de Programas Sociales de la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala - APROFAM -

ANTECEDENTES: APROFAM es una institución privada, no lucrativa, fundada legalmente en el año de 1964. Su objetivo es prestar servicios integrales de salud, con calidad y equidad de género, con prioridad en la salud sexual y reproductiva. Ofrece servicios diversificados que permiten la recuperación de costos y el subsidio cruzado para servicios de planificación familiar. Sirviendo de esta forma, a personas de escasos recursos en todo el país. APROFAM no cuenta con materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales (Programas de Adolescentes, ITS y VIH, Acceso, Abogacía, y uno con información general de la institución) desde los inicios del mismo a principios del 2013. Por consiguiente, se establece el desarrollo del material presentado a su persona en este momento.

INSTRUCCIONES: A continuación encontrará una serie de enunciados con las cuales tendrá varias opciones. Seleccione la opción que más se asemeja a lo que el material impreso le transmite. Seleccione únicamente una opción.

No. PARTE OBJETIVA

No.	PARTE OBJETIVA	SÍ	NO
1	¿Considera que es necesario diseñar materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de programas sociales de la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala -APROFAM-?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	¿Considera que es necesario investigar acerca de la forma de los materiales impresos que se utilizan en programas de carácter social para fundamentar el desarrollo del proyecto?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	¿Considera que es necesario recopilar información acerca de los cinco diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales de APROFAM para crear material impreso con información específica de cada uno?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	¿Considera que es necesario diagramar contenido e imágenes de cada uno de los cinco diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales para darlos a conocer a actuales y futuros donantes?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

PARTE SEMIOLÓGICA

No.	Descripción	Mucha estabilidad	Estabilidad	Nada de Estabilidad
1	Considera usted que los colores de la línea gráfica seleccionada le transmiten...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Considera usted que la tipografía utilizada en los títulos transmiten...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Considera usted que la tipografía utilizada en el texto del contenido transmiten...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Considera usted que el tamaño de la tipografía utilizada en el título es...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Considera usted que el tamaño de la tipografía utilizada en el contenido del material es...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Considera usted que la posición del logo en el material transmiten...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	Considera usted que el orden y posicionamiento de los elementos le transmiten...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Considera usted que el nombre del material "APROFAM para Guatemala" le transmite...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	Considera usted que el tamaño 8.5x11" es para este tipo de material...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

PARTE OPERATIVA

No.	Descripción	Mucho	Poco	Nada
1	Considera usted que el material gráfico creado motivará al donante a invertir en Guatemala...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Considera usted que el material creado hará que APROFAM aumente sobre otras instituciones...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Considera usted que el material creado ayudará a APROFAM a informar sobre el impacto que tiene con los programas sociales en...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Considera usted que el material ayudará a aumentar el nivel de identificación del personal interno de...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

OBSERVACIONES

MUCHAS GRACIAS POR EL APOYO



ENCUESTA DE VALIDACIÓN / CLIENTE / GRUPO OBJETIVO

Nombre Completo: _____

Sexo:

F

M

Edad: _____ Profesión: _____

Puesto: _____ Años de experiencia: _____ No. Colegiado: _____

OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN: Diseño de materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el Departamento de Programas Sociales de la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala - APROFAM -

ANTECEDENTES: APROFAM es una institución privada, no lucrativa, fundada legalmente en el año de 1964. Su objetivo es prestar servicios integrales de salud, con calidad y equidad de género, con prioridad en la salud sexual y reproductiva. Ofrece servicios diversificados que permiten la recuperación de costos y el subsidio cruzado para servicios de planificación familiar. Sirviendo de esta forma, a personas de escasos recursos en todo el país. APROFAM no cuenta con materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales (Programas de Adolescentes, ITS y VIH, Acceso, Abogacía, y uno con información general de la institución) desde los inicios del mismo a principios del 2013. Por consiguiente, se establece el desarrollo del material presentado a su persona en este momento.

INSTRUCCIONES: A continuación encontrará una serie de enunciados con las cuales tendrá varias opciones. Seleccione la opción que más se asemeja a lo que el material impreso le transmite. Seleccione únicamente una opción.

No. PARTE OBJETIVA

1	¿Considera que es necesario diseñar materiales impresos para informar acerca de los diferentes servicios que ofrece el departamento de programas sociales de la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala - APROFAM-?	SÍ	NO
2	¿Considera que es necesario investigar acerca de la forma de los materiales impresos que se utilizan en programas de carácter social para fundamentar el desarrollo del proyecto?	SÍ	NO
3	¿Considera que es necesario recopilar información acerca de los cinco diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales de APROFAM para crear material impreso con información específica de cada uno?	SÍ	NO
4	¿Considera que es necesario diagramar contenido e imágenes de cada uno de los cinco diferentes servicios que ofrece el departamento de Programas Sociales para darlos a conocer a actuales y futuros donantes?	SÍ	NO

PARTE SEMIOLÓGICA

1	Considera usted que los colores utilizados en el material le transmiten...	Mucha estabilidad	Estabilidad	Nada de Estabilidad
2	Considera usted que el tipo de letra utilizada en los títulos transmiten...	Mucha estabilidad	Estabilidad	Nada de Estabilidad
3	Considera usted que el tipo de letra utilizada en el texto del contenido transmiten...	Mucha estabilidad	Estabilidad	Nada de Estabilidad
4	Considera usted que el tamaño de la letra utilizada en el título es...	Adecuado	Poco Adecuado	Nada Adecuado
5	Considera usted que el tamaño de la letra utilizada en el contenido del material es...	Adecuado	Poco Adecuado	Nada Adecuado
6	Considera usted que la posición del logo en el material transmiten...	Poca relevancia	Relevancia	Nada Relevancia
7	Considera usted que el orden y posicionamiento de los elementos le transmiten...	Poco Orden	Orden	Nada de Orden
8	Considera usted que el nombre del material "APROFAM para Guatemala" le transmite...	Poco Sentido Social	Sentido Social	Nada de Sentido Social
9	Considera usted que el tamaño hoja carta es para este tipo de material...	Adecuado	Poco Apropiado	Nada Apropiado

PARTE OPERATIVA

1	Considera usted que el material gráfico creado motivará al donante a invertir en Guatemala...	Mucho	Poco	Nada
2	Considera usted que el material creado hará que APROFAM aumente sobre otras instituciones...	Su visibilidad	Su valor	Su costo
3	Considera usted que el material creado ayudará a APROFAM a informar sobre el impacto que tiene con los programas sociales en...	Guatemala	Países de Europa	Países de Asia
4	Considera usted que el material ayudará a aumentar el nivel de identificación del personal interno de...	APROFAM	la competencia	de los aliados estratégicos

OBSERVACIONES

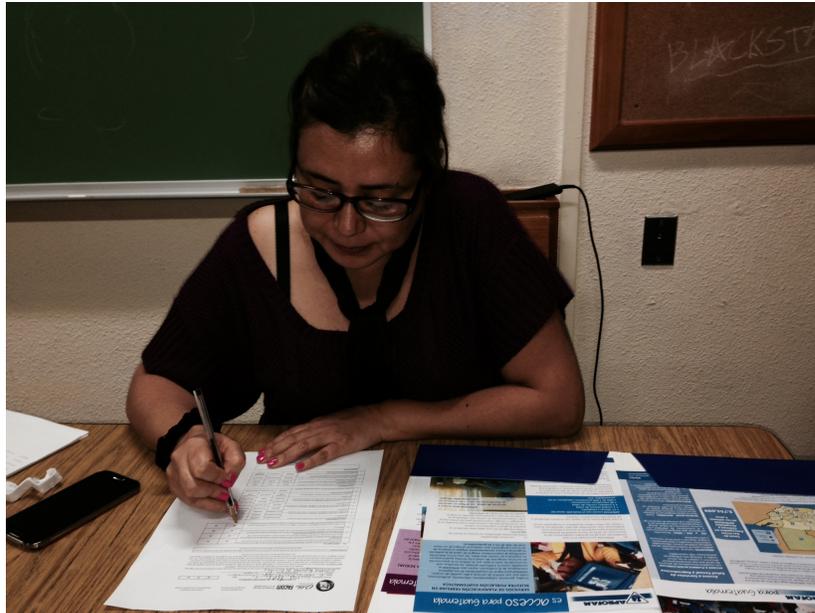
MUCHAS GRACIAS POR EL APOYO

**FOTOGRAFÍAS PROCESO DE
VALIDACIÓN
ESPECIALISTAS EN COMUNICACIÓN,
DISEÑO Y/O PUBLICIDAD**

ESPECIALISTA 1

Lcda. Lissette Pérez

Catedrática Universidad Galileo



ESPECIALISTA 2

Lcda. Wendy Franco

Catedrática Universidad Galileo



ESPECIALISTA 3

Lic. Rolando Barahona

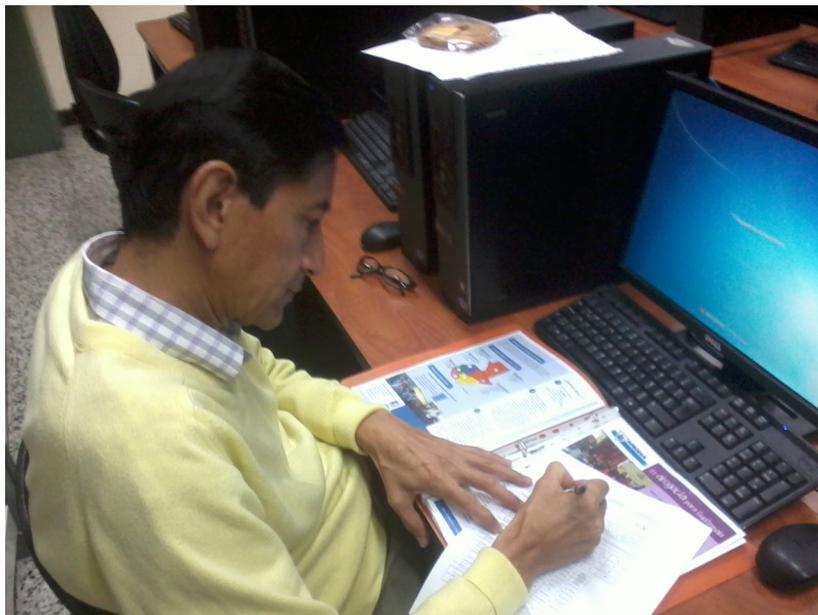
Catedrático Universidad Galileo



ESPECIALISTA 4

Lic. Carlos Franco

Catedrático Universidad Galileo



ESPECIALISTA 5

Lic. Sebastián Castillo

Licenciado en Comunicación



COTIZACIONES

Guatemala, 20 de Noviembre de 2013

Señor(es): Aprofam

Pte.

Por este medio le envío la cotización del material solicitado:

COTIZACION No. 0744

Cantidad:	Descripción:	Precio Total
2500	Hojas impresas a fullcolor tiro y retiro, en papel couche 80 gramos, tamaño carta. Ref. 5 diseños diferentes	Q 4150.00
Observaciones	Precio incluye IVA	

Agradeciendo su interés por nuestros servicios y esperando que nuestra cotización sea de su agrado, me suscribo atentamente,

Guillermo Solís
Departamento de Ventas
Cel. 5019-6212



Av. Reforma 13-70 z.9 Edificio Real Reforma
 1er. Nivel of.10-11, Tel. 2331-2476
 Guatemala, C. A.
 E-mail: sandrapubli@gmail.com

COTIZACIÓN

CLIENTE:	VICTOR MORALES	FECHA:	20 de Noviembre de 2013	
EMPRESA:	APROFAM	TEL.:		
REFERENCIA		FAX:		
		E-MAIL		
CANT.	DESCRIPCIÓN	P. U.	TOTAL	
2.500	<p>IMPRESIONES, FULL COLOR TIRO Y RETIRO, EN COUCHE 80 TAMAÑO CARTA.</p> <p>SON 5 DISEÑOS DIFERENTES , 500 IMPRESIONES DE CADA DISEÑO, PARA UN TOTAL DE 2,500</p> <p>al autorizar esta cotizacion 50% anticipo y 50% contra entrega</p>		3,800.00	
Total			3,800.00	
FORMA DE PAGO:			ACEPTACIÓN DEL CLIENTE	
<p>50 % Adelantado y 50% contra entrega</p> <p>Precios vigentes por 15 días</p> <p>Dibujos, Diseños, Negativos, Placas, Grabados, Etc. Hechos por la empresa son de su propiedad. La empresa garantiza la calidad de su trabajo y materias primas.</p> <p>En la suspensión de una orden por el cliente serán cobrados los gastos incurridos hasta el momento.</p> <p>No nos responsabilizamos por materiales defectuosos proporcionados por el cliente.</p>			<p>_____</p> <p>Firma</p>	<p>_____</p> <p>Fecha</p>
<p><i>Nota:</i></p> <div style="border: 1px solid black; width: 150px; height: 40px; margin: 5px;"></div>			<p><i>sandra lopez</i></p> <p>_____</p> <p>Sandra Lopez</p>	<p>_____</p> <p>Facturar a Nombre de:</p>
			<p>_____</p> <p>Dirección de la Factura</p>	<p>_____</p> <p>NIT</p>
			<p>_____</p> <p>5895-0283</p>	