



**UNIVERSIDAD DEL ISTMO**

**Facultad de Arquitectura y Diseño**

**CAMPAÑA INFORMATIVA**

**SOBRE DESHIDRATACIÓN DE ALIMENTOS**

**Y PROGRAMA DE AYUDA A COMUNIDADES DE AGRICULTORES**



**MARIA JOSÉ PORRAS MORA**

**Guatemala 17 de julio 2010**





**UNIVERSIDAD DEL ISTMO**

**Facultad de Arquitectura y Diseño**

**CAMPAÑA INFORMATIVA**

**SOBRE DESHIDRATACIÓN DE ALIMENTOS**

**Y PROGRAMA DE AYUDA A COMUNIDADES DE AGRICULTORES**

**TESIS**

**Presentada al consejo Directivo de la**

**Facultad de Arquitectura y Diseño**

**por**

**MARIA JOSÉ PORRAS MORA**

**Al confierírsele el título de**

**LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO EN COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD**

**Guatemala 17 de julio 2010**



Guatemala, 17 de julio de 2010

Señores Facultad de Arquitectura y Diseño  
UNIVERSIDAD DEL ISTMO  
Presente

Estimados Señores:

Sirva la presente para comunicarles que he asesorado y revisado el trabajo de tesis titulado "CAMPAÑA INFORMATIVA SOBRE DESHIDRATACIÓN DE ALIMENTOS Y PROGRAMA DE AYUDA A COMUNIDADES DE AGRICULTORES", en el cual se desarrolla el proyecto propuesto por la alumna Maria José Porras Mora, correspondiente a la facultad de Arquitectura. Lo encuentro satisfactorio y listo para ser presentado.

Atentamente,



---

Licda. Erika Grajeda  
Colegiado no. 3



UNIVERSIDAD  
DEL ISTMO

FACULTAD DE  
ARQUITECTURA Y  
DISEÑO

Guatemala, 14 de junio de 2010

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD  
DE ARQUITECTURA Y DISEÑO DE LA UNIVERSIDAD DEL ISTMO

Tomando en cuenta la opinión vertida por el asesor y considerando que el trabajo presentado, satisface los requisitos establecidos, autoriza a **MARÍA JOSÉ PORRAS MORA**, la impresión de su tesis titulada:

**"CAMPAÑA INFORMATIVA SOBRE DESHIDRATACIÓN  
DE ALIMENTOS Y PROGRAMA DE AYUDA A COMUNIDADES DE  
AGRICULTORES"**

Previo a optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico en Comunicación y Publicidad.



Arq. Ana María Cruz de García  
Decana Facultad de Arquitectura y Diseño

INTRODUCCIÓN	1
1. Marco de Referencia	3
1.1. Descripción de Guatemala	3
1.2. Descripción del departamento de Escuintla	3
1.3. Descripción del Municipio de Escuintla	4
1.4. Tema de Estudio	4
1.4.1. ¿Qué es la Deshidratación de Alimentos?	4
1.4.2. ¿Qué aspectos positivos trae consigo la Deshidratación de Alimentos?	5
1.4.3. Procesos para deshidratar alimentos	6
1.4.4. ¿Qué tipo de alimentos se pueden deshidratar?	7
1.4.5. ¿Desde que época comenzaron a deshidratar o se vieron indicios de método mencionado?	7
1.4.6. Principales productos que Frudesa deshidrata?	7
1.4.7. Guatemala, el comercio exterior y nacional	8
2. Marco Metodológico	9
2.1. Método Científico	9
2.2. Universo o Población	9
2.3. Muestra	9
2.4. Instrumentos de investigación	10
2.5. Procedimiento	10
3. Análisis de datos y presentación de resultados de investigación de campo	11
4. Identificación del problema de Diseño	17
5. Objetivo de Diseño	17
6. Definición del Grupo Objetivo	17
7. Cliente	17
8. Propuesta de Diseño	18
Bocetaje de Logotipos	21
Bocetaje de Personajes	22
Bocetaje de Piezas	23
Piezas Finales	26
Vallas	26
Prensa	26
Afiches	28
Calendario	29
Volantes	30



T-Shirts	30
Bolsa Promocional	31
Validación	31
Validación con Especialistas	31
Validación con Diseñadores Gráficos	33
Radio	35
Piezas	36
Selección de Medios	36
Presupuesto de Diseño	36
Presupuesto de Reproducción	37
Especificaciones Artes Finales	37
9. Conclusiones	38
10. Recomendaciones	38
Glosario	39
Bibliografía	39
Anexos	40





# INTRODUCCIÓN

Un informe publicado en mayo de 2006 por la empresa llamada Genciencia titulado “Conservación y deshidratación de alimentos mediante ultrasonidos” revela que la deshidratación por medio de ultrasonido permite eliminar hasta el 99% del agua de los vegetales sin dañar su calidad. También revelan que es un método prometedor que siguen desarrollándose con la vista puesta en una futura comercialización.

En Guatemala, existe un pequeño grupo de plantas de deshidratación y que muchas veces trabajan en conjunto con otras fincas o productoras de vegetales y frutas para poder hacer una fusión y así producir más y elevar el nivel y porcentaje de producción del país.

El secado o la deshidratación de los alimentos es uno de los métodos más antiguos que ha utilizado el hombre para conservar sus alimentos. En la antigüedad se utilizaba la energía solar para secar los alimentos al aire libre, pero actualmente la deshidratación de frutas y hortalizas es un proceso industrial muy importante para la preservación de la calidad de los productos agrícolas.

El nivel de agua deseado en algún producto lo determina el tipo de productos que es. Cuando la humedad final está por debajo de la humedad del aire normal o del medio ambiente, es cuando se realiza un proceso controlado de secado utilizando aire calentado por cualquier fuente de energía, ya sea solar, eléctrica, por combustión de la madera y otros combustibles que se derivan del petróleo.

El secador solar, es un alternativa barata en regiones tropicales secas y no en regiones tropicales húmedas por el cambio o aumento repentino de la humedad relativa en el medio ambiente por las lluvias y la depresión.

Según el Ing. Gerardo Urruela, dirigente de una de las plantas más importantes de deshidratación

de alimentos en Guatemala, cuentan con programas de ayuda para el campesino pero es necesaria la mayor ayuda posible, ya que les dan trabajo indirectamente de la empresa para que las personas se superen y logren un trabajo digno y sólo de ellos.<sup>3</sup>

Por razones anteriores, se ha escogido dentro de los problemas detectados en la ciudad de Guatemala que no es claro el desarrollo que la industria de la deshidratación de alimentos está teniendo. Este proceso es de mucha ayuda para el transporte de alimentos, ya que al deshidratarlos reducen su peso, para la mano de obra, para la exportación, entre muchas otras cosas.

En las cifras oficiales, no se logra determinar el porcentaje total y real de los alimentos que se deshidratan y se exportan o se quedan en el país. Se necesita de mucho mercado para poder llegar a las cifras deseadas y ser una parte importante en el mercado internacional.

Como consecuencia de este problema, se pierde mucho comercio fuera y dentro del país, por la falta de comunicación visual, ya que la mayoría de las veces, las cosas entran y se venden por los ojos y luego por lo que ofrecen. La clave es la promoción del producto o con términos de mercadeo, aplicando las cuatro P's, producto, precio, plaza y promoción.

Todo lo anterior lleva a plantear los siguientes objetivos de investigación:

Por razones anteriores, se ha escogido dentro de los problemas detectados en la ciudad de Guatemala, que no es claro el desarrollo que la industria de la deshidratación de alimentos está teniendo. Este proceso es de mucha ayuda para el transporte de alimentos, ya que al deshidratarlos reducen su peso, para la mano de obra, para la exportación, entre muchas otras cosas.

1. Informe sobre la Conservación y deshidratación de alimentos de Genciencia.

2. Programa de apoyo a la microempresa rural de América Latina y El Caribe. Cápsula Técnica. Procedimientos generales.

3. Entrevista realizada al Ing. Gerardo Urruela acerca la deshidratación de alimentos.



En las cifras oficiales, no se logra determinar el porcentaje total y real de los alimentos que se deshidratan y se exportan o se quedan en el país. Se necesita de mucho mercado para poder llegar a las cifras deseadas y ser una parte importante en el mercado internacional.

Como consecuencia de este problema, se pierde mucho comercio fuera y dentro del país, por la falta de comunicación visual, ya que la mayoría de las veces, las cosas entran y se venden por los ojos y luego por lo que ofrecen. La clave es la promoción del producto o con términos de mercadeo, aplicando las cuatro P's, producto, precio, plaza y promoción.

Todo lo anterior nos lleva a plantear los siguientes objetivos de investigación:

- Investigar cómo se maneja la información y publicidad sobre la deshidratación de alimentos.
- Analizar el campo que se tiene para trabajar en cuanto a opiniones de los trabajadores hacia la empresa.
- Fortalecer a la población sobre la deshidratación de alimentos y las ventajas que esto trae.
- Promover en la población el ahorro que los alimentos deshidratados ofrecen tanto en espacio como en económico.

Lo importante del estudio del problema ya planteado se debe a la evidencia y realidad que existe en la falta de cultura e información sobre la deshidratación de alimentos, ya que es un proceso que no se conoce a totalidad y la población desconoce sus ventajas. Esto lo único que hace es un retroceso al desarrollo del país y del comercio en sí.

Por tanto, al estudiar e investigar esta necesidad a fondo, se podría ayudar facilitando el traslado de información para empresarios, consumistas, productores, proveedores, etc. Esto con el fin de aportar más a la sociedad y al desarrollo económico y social de Guatemala.







# I. MARCO DE REFERENCIA

## I.1 DESCRIPCIÓN DE GUATEMALA

Guatemala es un país de América Central, el más septentrional del istmo. Limita al Norte y Occidente con México, al nororiente con Belice y el Mar Caribe, al sur con el Océano Pacífico y al suroriente con Honduras y El Salvador. Su geografía física es gran parte montañosa. Posee suaves playas en su litoral del Pacífico y planicies bajas al norte del país. Es atravesado en su parte central por la Sierra Madre del Sur.

Su diversidad ecológica y cultural, la posiciona como una de las áreas de mayor atractivo turístico en la región. Su topografía hace que posea una variedad de paisajes y climas distintos, por ende una riqueza de flora y fauna abundante.

En una de las ediciones del Periódico Prensa Libre, uno de los diarios importantes que circula en el país, se mencionó que la población total del área metropolitana era de 5,174,000 habitantes.

Debido a que no se tiene un área metropolitana definida, sino que sólo se considera como Ciudad a los límites municipales de esta; los reportes de la población de la ciudad pueden variar bastante de fuente en fuente.

Excepto por las áreas costeras, Guatemala es en su mayoría montañosa, con un clima cálido tropical, más templado en el altiplano. La mayoría de las ciudades principales están situadas en la parte sur del país; las ciudades principales son la capital Guatemala, Quetzaltenango y Escuintla. El gran Lago de Izabal está situado cerca de la costa Caribeña.

Más de la mitad de guatemaltecos son descendientes de naciones indígenas Mayas. Los mayas occidentalizados y los mestizos (de linaje mezclado [Europa|europeo] e indígena) son conocidos como ladinos. La mayoría de la población guatemalteca es rural, aunque el proceso de urbanización se acelera. La religión predominante es

el Catolicismo Romano, al que muchos indígenas guatemaltecos han agregado formas adicionales de adoración. El Protestantismo y las religiones tradicionales mayas son practicadas por un estimado del 30% y 1% de la población, respectivamente.

Aunque el idioma oficial es el Español, éste no es universalmente entendido entre la población indígena. Sin embargo, los Acuerdos de Paz firmados en diciembre de 1996 aseguran la traducción de algunos documentos oficiales y del material de votación a varios idiomas indígenas.

## I.2 DESCRIPCIÓN DEL DEPARTAMENTO DE ESCUINTLA

Escuintla es el nombre de un departamento de Guatemala, así como también el de la tercera ciudad más grande del país. Otra ciudad importante en Escuintla es Puerto San José, al lado de Puerto Quetzal. El departamento Escuintla tiene un clima tropical. Es una región con muchas fincas grandes. Escuintla esta bañada por las aguas del pacífico, y produce cerca del 43 por ciento del producto interno bruto guatemalteco, es estadísticamente el departamento, provincia o región en mesoamerica con menor índice de desempleo y pobreza extrema, datos que contrastan con la realidad economico-social de Guatemala. Su nombre proviene etimológicamente de Itzicuintlan que significa tierra de perros, por la confusión de los conquistadores españoles, entre los perros y los tepescuintles, autóctonos y abundantes en la región.

El Departamento de Escuintla se encuentra situado en la región V o región Central, su cabecera departamental es Escuintla, limita al Norte con los departamentos de Chimaltenango, Sacatepéquez y Guatemala; al Sur con el Océano Pacífico; al Este con Santa Rosa; y al Oeste con Suchitepéquez. Se ubica en la latitud 14° 1' encuentra en la cabecera departamental, a una altura de 346.91 metros sobre el nivel del mar 8' 03" y longitud 90° 47' 08", y cuenta con una extensión territorial de 4,384 kilómetros cuadrados. El monumento de



elevación se encuentra en la cabecera departamental, a una altura de 346.91 metros sobre el nivel del mar por lo que generalmente su clima es cálido en casi todo su territorio. Esta cabecera se encuentra a una distancia de 58 kilómetros de la ciudad capital.

Este departamento está integrado por 13 municipios que son: 1. Escuintla 2. Santa Lucía Cotzumalguapa 3. La Democracia 4. Siquinalá 5. Masagua 6. Tiquisate 7. La Gomera 8. Guanagazapa 9. San José 10. Iztapa 11. Palín 12. San Vicente Pacaya 13. Nueva Concepción.

### **1.3 DESCRIPCIÓN DEL MUNICIPIO O COMUNIDAD**

El municipio de Escuintla es irrigado por la vertiente de varios ríos, entre los que sobresalen: el Michatoya, Guacalate, María Linda, Coyolate, Nahualate y el Madre Vieja, que son afluentes que recorren grandes extensiones de su territorio, lo que causa que sus tierras sean fértiles y muy aptas para las actividades agropecuarias.

Como algo muy especial, se encuentra el canal de Chiquimulilla que se forma en este lugar, el cual es navegado por varias embarcaciones, facilitando la comunicación con varias comunidades de este departamento y del departamento de Santa Rosa.

Se le llama zona de vida a la unidad climática natural en que se agrupan diferentes asociaciones correspondientes a determinados ámbitos de temperatura, precipitación y humedad.

Asociación: Se define para esta terminología como una comunidad de especies más o menos homogéneas caracterizadas por dos especies o más, dominantes.

Clasificación de las Zonas de Vida de Guatemala: Se basa en el sistema de clasificación de HOLDRIDGE, que considera fundamentalmente tres aspectos del ambiente:

a. La biotemperatura: (puede calcularse suman

do las temperaturas sobre cero grados hasta 30 grados centígrados de cada mes y se divide entre 12). Estas temperaturas se toman ya que se considera que debajo de cero grados centígrados y sobre treinta grados centígrados no existe vida vegetativa activa.

b. Precipitación Pluvial: Se refiere al total promedio anual de agua expresada en milímetros que cae de la atmósfera, ya sea como lluvia, nieve o granizo.

c. Humedad: Esta determinada por la relación entre temperatura y precipitación.

Partiendo de estos conceptos HOLDRIDGE identificados para Guatemala Once Zonas de Vida, identificándose cada una de ellas por medio de una simbología específica, por ejemplo monte espinoso subtropical se representa por me-S, bosque seco subtropical por bs-S bosque húmedo subtropical (cálido) por bh-S(c).

En Escuintla se pueden apreciar claramente dos zonas de vida vegetal: la zona bh-S(c) que es bosque húmedo sub-tropical cálido y la zona bmh-S(c) que es bosque muy húmedo sub-tropical cálido.

En Escuintla, en gran parte de su territorio, se pueden encontrar aluviones cuaternarios; así como en áreas pequeñas, se encuentran rocas volcánicas, que incluye coladas de lava, material lahárico y edificios volcánicos; en el área circunvecina al volcán de Pacaya se encuentran rocas volcánicas sin dividir. Predominantemente Mio-Piloceno. Incluye tobas, coladas de lava, material lahárico y sedimentos volcánicos.

### **1.4 TEMA DE ESTUDIO**

#### **1.4.1. ¿QUÉ ES LA DESHIDRATACIÓN DE ALIMENTOS?**

Es el método de conservación de los alimentos que consisten en reducir a menos de un por ciento (%) su contenido de agua. Existen diversos tipos de deshidratación. Puede ser por secado, desecación natural y una técnica artificial basada en la



exposición a una corriente de aire caliente. La deshidratación es la forma mas rápida, sencilla y económica para conservar alimentos.

### **1.4.2. ¿QUÉ ASPECTOS POSITIVOS TRAE CONSIGO LA DESHIDRATACIÓN DE ALIMENTOS?**

Su mayor objetivo es el reducir el peso y espacio de un producto. Prolonga la vida de un alimento. Se puede ahorrar mucho en transporte porque ya los alimentos deshidratados no tienen el peso del agua y eso es lo que hace el peso del producto, por consiguiente se ahorra gasolina y tiempo. La deshidratación implica el control sobre las condiciones climatológicas dentro de la cámara o el control de un micromedio circulante. Esta técnica genera una gran ventaja en los cuales los alimentos secos y deshidratados son mas concentrado que cualquier otra forma de productos alimenticios preservados, ellos son menos costosos de producir; el trabajo requerido es mínimo, el equipo de proceso es limitado.

#### **OBJETIVOS**

- Preservar el alimento
- No acarrear agua
- Reducir costos

Los requerimientos de almacenamiento del alimento seco son mínimos y los costos de distribución son reducidos.

Hay fuerzas biológicas y químicas que actúan sobre el suministro de alimentos que el hombre desea. El hombre controla las fuerzas químicas del alimento deshidratado con el empaque y ciertos aditivos químicos.

Las fuerzas biológicas son controladas reduciendo el contenido de agua libre y por calentamiento. Para ser el sustrato adecuado para el desarrollo de microorganismos, reduciendo el contenido de agua libre, aumentando con eso las presiones osmóticas, el crecimiento microbiano puede ser controlado.<sup>4</sup>

### **1.4.3. PROCESOS PARA DESHIDRATAR ALIMENTOS**

La principal fuente de calor y la mas barata para la deshidratación es el sol. Existen otras formas alternas para la producción de calor:

#### **Fuentes vegetales**

- Quemar leña
- Quemar carbón

#### **Fuentes minerales**

- Diesel
- Gasolina
- Gas natural
- Coke (carbón mineral)

El secado se utilizaba ya en la prehistoria para conservar los alimentos. En el caso de carnes o pescado utilizaban otros métodos como el ahumado o la salazón porque mejoraba el sabor del producto.

El uso de calor para secar los alimentos se comenzó a utilizar por muchos hombres del nuevo y viejo mundo. En 1795 fue inventado el cuarto de deshidratación de agua caliente.

Otro método ya mencionado es el de la liofilización. Este proceso es un método de conservación de alimentos el cual los deshidrata por medio de el vacío. Este metodo se usa mas que todo en leche infantil, sopas, café, infusiones y hasta en productos farmacéuticos. Todo alimento liofilizado solo tiene un 2% de agua. Tiene tres fases:

- Sobre congelación.
- Desecación primaria.
- Desecación secundaria.

Un gran ejemplo de la liofilización son las fresas que vienen dentro de los cereales de Special K. El proceso se da de esta forma:

- Se congela la fruta.
- Se rodajea la fruta.

4. Normas W. Desrosier pág 157



- Se mete en una cámara que le succiona toda el agua restante.

A este proceso también se le puede llamar “freezedry”. Muchas veces las frutas y verduras no logran conservar su estructura celular y pierden su forma a la hora de tratar de convertirlas en rodajas.

Le llamaremos método por evaporación a otro método de deshidratación. Por ejemplo a la hora que uno quisiera hacer una salsa de tomate, primero se ponen a hervir las verduras requeridas y cuando ya evaporo toda su agua o la mayoría se licua y se obtiene una salsa espesa. Otro producto que se puede deshidratar para obtener beneficios con este método es la flor amarilla con la cual obtenemos el betacaroten que muchas veces se las dan de comer a las gallinas para que las yemas de los huevos salgan mas amarillas. Muchos de los tintes naturales que utilizan para nuestros trajes típicos salen por este método de las frutas, verduras y flores. Por ejemplo del achiote sale el rojo # 1.

La deshidratación de alimentos se da conforme la demanda de los consumidores. El secreto esta en el mercado. ¿Qué se puede deshidratar? Según lo que requiere el publico.

#### **I.4.4. ¿QUÉ TIPO DE ALIMENTOS SE PUEDE DESHIDRATAR?**

Las verduras son el primer grupo importante en las exportaciones, tanto frescas, congeladas y deshidratadas. Con el aumento de su demanda en los mercados internacionales, gozan de buenas perspectivas. Las mas importantes son:

- arveja china
- brócoli
- espárrago
- ejotes
- calabacines
- coliflor
- entre otros

La perspectiva de la exportación de los vegetales es muy buena siempre y cuando se mantengan

las ofertas del mercado a nivel de sus consumidores y su alta calidad.

Las frutas también destacan en el mercado de exportación siendo las mas importante:

- melón
- plátano
- mango
- piñas
- berries
- limones
- manzanas
- entre otros

Las frutas tiene mayores expectativas para este año ya que se logro el acceso de Peten hacia el mercado de Estados Unidos.

Todo este crecimiento en las expectativas se da debido a la gran demanda que el mundo tiene sobre nuestros productos y que teniendo mas competencia de otros países se logra mejorar la calidad y excelencia de ellos. Los mayores competidores son el producto peruano y mexicano en el mercado estadounidense y de África en Europa. Otro elemento seria el costo alto del transporte, pero este se logra reducir ya que los productos deshidratados como ya lo hemos mencionado no llevan agua. También ayuda mucho la oferta interna que tienen nuestros productos en Guatemala, se mejora la organización de productores y los encadenamientos. Se logran impulsar los productos con mayor valor agregado.

En general los alimentos son perecederos, por lo que necesitan ciertas condiciones de tratamiento, conservación y manipulación. Su principal causa de deterioro es el ataque por diferentes tipos de microorganismos (bacterias, levaduras y mohos). Esto tiene implicaciones económicas evidentes, tanto para los fabricantes (deterioro de materias primas y productos elaborados antes de su comercialización, pérdida de la imagen de marca, etc.) como para distribuidores y consumidores (deterioro de productos después de su adquisición y antes de su consumo).



Se calcula que más del 20% de todos los alimentos producidos en el mundo se pierden por acción de los microorganismos.

Por otra parte, los alimentos alterados pueden resultar muy perjudiciales para la salud del consumidor. La toxina botulínica, producida por una bacteria, *Clostridium botulinum*, en las conservas mal esterilizadas, embutidos y en otros productos, es una de las sustancias más venenosas que se conocen (miles de veces más tóxica que el cianuro). Otras sustancias producidas por el crecimiento de ciertos mohos son potentes agentes cancerígenos. Existen pues razones poderosas para evitar la alteración de los alimentos. A los métodos físicos, como el calentamiento, deshidratación, irradiación o congelación, pueden asociarse métodos químicos que causen la muerte de los microorganismos o que al menos eviten su crecimiento.

Las técnicas de conservación han permitido que alimentos estacionales sean de consumo permanente.

#### **I.4.5. ¿DESDE QUE ÉPOCA COMENZARON A DESHIDRATAR O SE VIERON INDICIOS DEL MÉTODO MENCIONADO?**

El secado se utilizaba ya en la prehistoria para conservar numerosos alimentos, como los higos u otras frutas. En el caso de la carne y el pescado se preferían otros métodos de conservación, como el ahumado o la salazón, que mejoran el sabor del producto. La liofilización, ideada a principios del siglo XX, no se difundió hasta después de la II Guerra Mundial. Limitada inicialmente al campo de la sanidad (conservación de medicamentos, por ejemplo), no se aplicó hasta 1958 al sector alimentario. Es una técnica costosa y enfocada a unos pocos alimentos, como la leche, la sopa, los huevos, la levadura, los zumos de frutas o el café.

Nicolas Appert (1750-1840) fué el primer elaborador de latas de conserva, tal como se realizan hoy en día en el hogar. Utilizó el baño maría para conservar alimentos cocinados, guardados en botellas de cristal que luego tapaba con corchos ence-

rrados. El descubrimiento de Appert, ideado para la despensa de los ejércitos de Napoleón le valió el reconocimiento del Emperador, pero no fue utilizado por la Grande Armée en la campaña de Rusia, quizás por la fragilidad del envase, o porque, de quedar aire en el interior, tal como sucede en las conservas caseras, el contenido se arruina, pudiendo ser colonizado por las bacterias causantes del botulismo.

Bryan Donkin utilizó botes de hojalata en lugar de cristal. A partir de 1818, las latas de Donkin tenían el aspecto de las actuales, recubiertas por un barniz interior, protector. La carne, las galletas y las harinas conservadas en lata formaron parte de la dieta del rey Jorge III y de la marina británica.

La leche no se podía enlatar, dada la fragilidad de su conservación. En 1856, Gail Borden consiguió evaporar la leche en una caldera de vacío. Hasta la divulgación de los trabajos de Pasteur fue la leche en conserva más segura y digestiva.

A partir de estas experiencias, y una vez conocidos los procesos microbiológicos que condicionan la esterilización, la evolución de las técnicas de conservación fue rapidísima. De las experiencias de Sir Benjamin Thompson, elaborador de los primeros concentrados de carne, se llegó a la liofilización, mientras que la aplicación de la congelación permitió la conservación de alimentos frigorizados, congelados y ultracongelados. Más tarde surgieron las teorías de Frederic Tudor, un empresario de Boston que fue el primero en aunar la cadena de frío, conseguida con hielo y paja, con la velocidad de los entonces modernos medios de locomoción.

#### **I.4.6. PRINCIPALES PRODUCTOS QUE FRUDESA DESHIDRATA**

- Piña
- Papaya
- Tomate
- Chile pimiento
- Mango



### **I.4.7. GUATEMALA. EL COMERCIO EXTERIOR Y NACIONAL**

FRUDESA durante todos los años que ha existido ha tenido una variante muy fuerte en sus porcentajes de exportación. El rango que tenemos es desde el año 2004 al 2006.

Año 2004

Se exportó el 60%  
Se importó el 40%

Año 2005

Se exportó el 50%  
Se importó el 50%

Año 2006

Se exportó el 10%  
Se importó el 90%

Este porcentaje de importación subió extraordinariamente el año 2006 ya que en Guatemala surgió un consumidor muy grande. La mayoría del producto (hojuelas) se utilizan más que todo para la producción de frutas y salsas. El proceso es:

- se elimina toda el agua del producto
- se saca propiamente la pulpa del producto
- se pasa en las máquinas para que salga concentrado
- se llega al producto final (hojuelas)

El comercio mundial en los últimos años ha tenido a la regionalización, debido principalmente a la conveniencia geográfica y a los acuerdos comerciales multilaterales y regionales que se han suscrito. En orden internacional, los acuerdos más importantes son:

- La Organización Mundial del Comercio (OMC)
- La Unión Europea (UE)
- Tratado de Libre Comercio de América de Norte (NAFTA)
- La Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN)
- La Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)

- MERCOSUR

Guatemala en este sentido forma parte del Mercado Común Centroamericano (MCCA) y ha firmado Acuerdos de Alcance Parcial con México, Colombia y Venezuela. Goza de tratamiento preferencial a través del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) con la Unión Europea, los Estados Unidos de América, Japón y Australia y de la Iniciativa de la Cuenca del Caribe (CBI), la cual aplica únicamente para los Estados Unidos de América.

Actualmente Guatemala mantiene negociaciones comerciales con el propósito de suscribir un Tratado de Libre Comercio e Inversión con México conjuntamente con El Salvador y Honduras; se negocia la creación de una Unión Aduanera con El Salvador; se suscribió en abril del corriente año un Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y la República Dominicana, se participa en las reuniones de trabajo y negociaciones del Tratado de Libre Comercio de las Américas (ALCA), y se es miembro de la Asociación de Estados del Caribe (AEC), cuyo propósito a largo plazo es la implementación de un Acuerdo de Libre Comercio con los países del Caribe.



## 2. MARCO METODOLÓGICO

### 2.1 MÉTODO CIENTÍFICO

El argumento deductivo se contrapone al método inductivo, en el sentido de que se sigue un procedimiento de razonamiento inverso. En el método deductivo, se suele decir que se pasa de lo general a lo particular, de forma que partiendo de unos enunciados de carácter universal y utilizando instrumentos científicos, se infieren enunciados particulares, pudiendo ser axiomático-deductivo, cuando las premisas de partida están constituidas por axiomas, es decir, proposiciones no demostrables, o hipotéticos-deductivo, si las premisas de partida son hipótesis contrastables.

Dada la dificultad para contrastar empíricamente las hipótesis básicas, se da cada vez un mayor grado de abstracción de las teorías construidas a partir de este procedimiento, lo que conlleva la construcción de modelos como representación simplificada de la realidad, con el consiguiente riesgo de separación entre modelo y realidad. Sin embargo, es preciso señalar, como apunta Pheby (1988, pág. 14), que existe una clara separación entre deductivismo y los procedimientos de deducción que habitualmente se emplean en economía. La deducción, sea axiomática o matemática, puede ser empleada para facilitar los análisis estadísticos y test de hipótesis, en cambio el deductivismo postula que el conocimiento estadístico y empírico es transitorio, un primer análisis deductivo puede proporcionar mejor comprensión de los fenómenos.

Por método o proceso científico se entiende aquellas prácticas utilizadas y ratificadas por la comunidad científica como válidas a la hora de proceder con el fin de exponer y confirmar sus teorías. Las teorías científicas, destinadas a explicar de alguna manera los fenómenos que observamos, pueden apoyarse o no en experimentos que certifiquen su validez.

Francis Bacon definió el método científico de la siguiente manera:

1. Observación: Observar es aplicar atentamente los sentidos a un objeto o a un fenómeno, para estudiarlos tal como se presentan en realidad.
2. Inducción: La acción y efecto de extraer, a partir de determinadas observaciones o experiencias particulares, el principio particular de cada una de ellas.
3. Hipótesis: Planteamiento mediante la observación siguiendo las normas establecidas por el método científico.
4. Probar la hipótesis por experimentación.
5. Demostración o refutación (antítesis) de la hipótesis.
6. Tesis o teoría científica (conclusiones).

Así queda definido el método científico tal y como es normalmente entendido, es decir, la representación social dominante del mismo. Esta definición se corresponde sin embargo únicamente a la visión de la ciencia denominada positivismo en su versión más primitiva. Empero, es evidente que la exigencia de la experimentación es imposible de aplicar a áreas de conocimiento como la vulcanología, la astronomía, la física teórica, etcétera. En tales casos, es suficiente la observación de los fenómenos producidos naturalmente.

### 2.2 UNIVERSO O POBLACIÓN

El universo o población a la cual se observará y analizará será a todos los agricultores que desempeñan el trabajo de cortar los cultivos, cargar camions, etc. Se trabajará con estas personas ya que ellos son el elemento principal del proceso de deshidratación.

El total de universo con el que se trabajó fue de 110 agricultores.

También se realizarán encuestas a agricultores y trabajadores y entrevistas a los dueños de las fincas en las cuales se trabajaran y a los trabajadores y dueños de la empresa FRUDESA (planta encargada de la deshidratación de alimentos).

### 2.3 MUESTRA

Muestreo aleatorio simple: Es aquel en que cada elemento de la población tiene la misma probabi-



lidad de ser seleccionado para integrar la muestra.

Una muestra simple aleatoria es aquella en que sus elementos son seleccionados mediante el muestreo aleatorio simple.

En la práctica no nos interesa el individuo o elemento de la población seleccionado en general, sino solo una característica que mediremos u observaremos en él y cuyo valor será el valor de una variable aleatoria que en cada individuo o elemento de la población puede tomar un valor que será un elemento de cierto conjunto de valores.

La muestra total a entrevistar es de 85 personas.

## **2.4 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

Para la investigación y trabajo de campo los instrumentos que se utilizaron son:

- Encuestas (85 agricultores)
- Entrevistas (2 propietarios)

El primer instrumento que se utilizó fue de encuestas con preguntas cerradas a los agricultores y trabajadores de la planta con el objetivo de obtener su opinión y su respuesta sobre la capacitación que se les da para realizar su trabajo y como trabajan y bajo que circunstancias. (ver anexos)

El Segundo, tercer y cuarto instrumento utilizados fueron las entrevistas a propietarios de las fincas y la planta. Este con el objetivo de obtener su opinión acerca del manejo de la deshidratación de Guatemala y el manejo de la publicidad que se le da a este proceso.

El tercer método es por observación el cual nos ayuda a observar el comportamiento de la población según el tema investigado.

## **2.5 PROCEDIMIENTO**

El estudio de campo fue desarrollado en el departamento de Escuintla y en la planta de deshidratación FRUDESA. Este estudio se basó en los diferentes métodos utilizados como lo fueron las

encuestas, entrevistas y por observación, lo cual sirvió para definir las necesidades que se encontraron y para definir objetivos los cuales se quieren llegar a cumplir.

Los primeros días que se estuvo en las fincas y en la planta, se observó el trabajo el cual el universo realiza y en base a eso se desarrollaron las encuestas para conocer más de ellos y su trabajo.

Al estar compartiendo con la población se pudo captar la falta de información y publicidad que ellos tienen acerca de su trabajo. Es un trabajo el cual la población lo llega a realizar por medio de costumbre sin tener un manual formal donde se explique mediante letras o gráficas lo que ellos deben realizar o a donde llega su trabajo.

Esto llevo a un interés más en este proyecto, el cual la población debe estar informada acerca de lo que realizan diariamente.







### 3. ANÁLISIS DE DATOS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN DE CAMPO

¿Sabe leer?

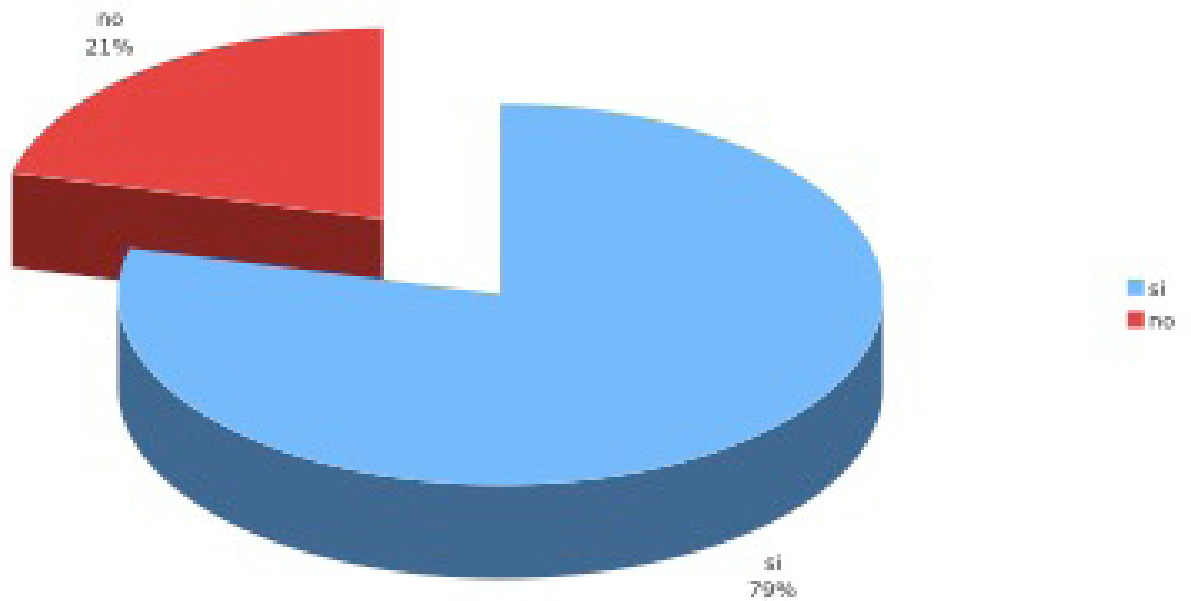


Tabla # 1

El 79% de la población encuestada si sabe leer y el 21% de la población no sabe leer. Esto indica que la mayoría de la población es alfabeto.<sup>5</sup>

5. Fuente: Trabajo de campo. Encuestas a agricultores.



¿Sabe escribir?

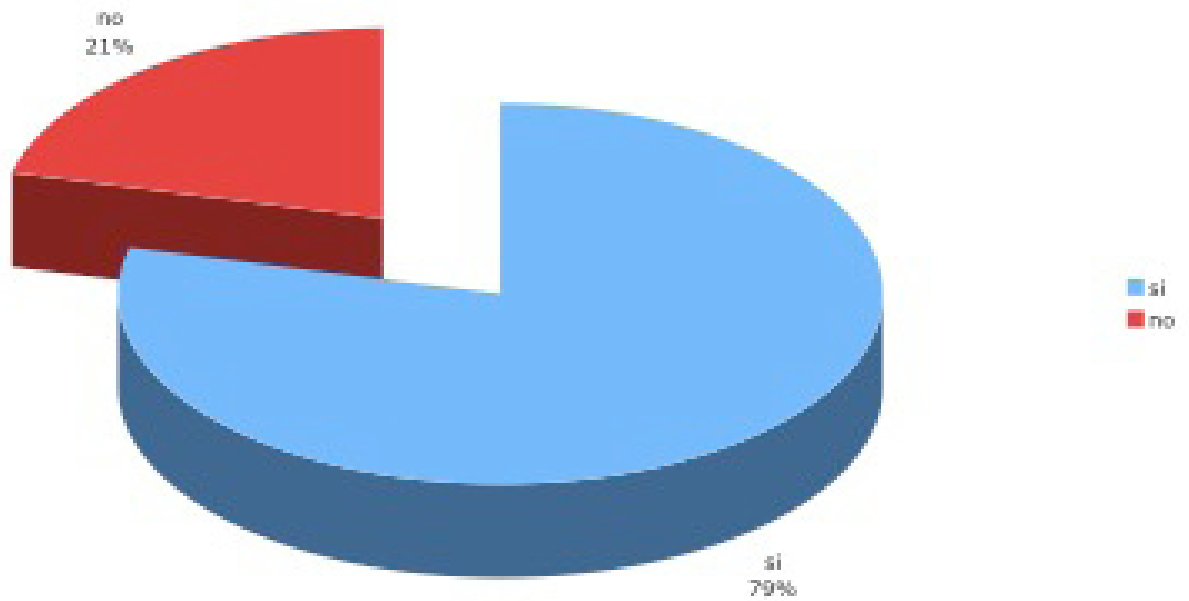


Tabla # 2

El 79% de la población encuestada si sabe escribir y el 21% de la población no sabe escribir. Esto indica que la mayoría de la población es alfabeta.<sup>6</sup>

6. Fuente: Trabajo de campo. Encuestas a agricultores.



¿Recibe alguna capacitación?

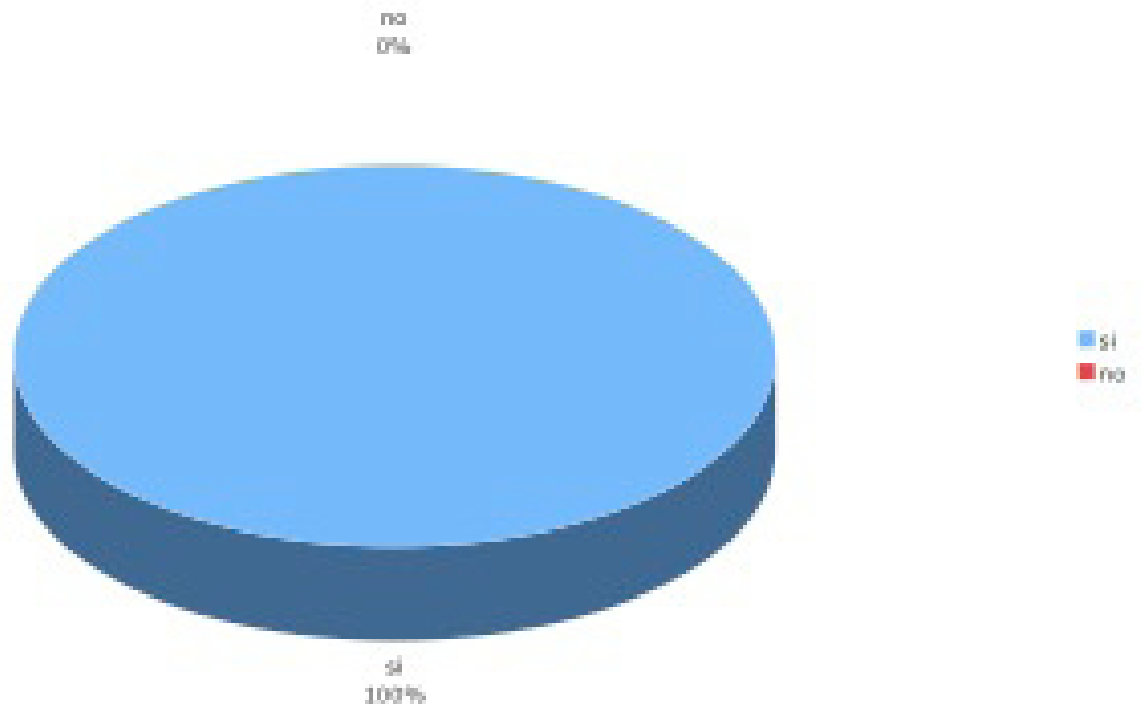


Tabla # 3

El 100% de la población si recibe una capacitación para el trabajo que deben desempeñar. Esto indica que si se puede dar un buen desarrollo en el área de deshidratación de alimentos y cultivos.<sup>7</sup>

7. Fuente: Trabajo de campo. Encuestas a agricultores.



¿En qué consiste su capacitación?

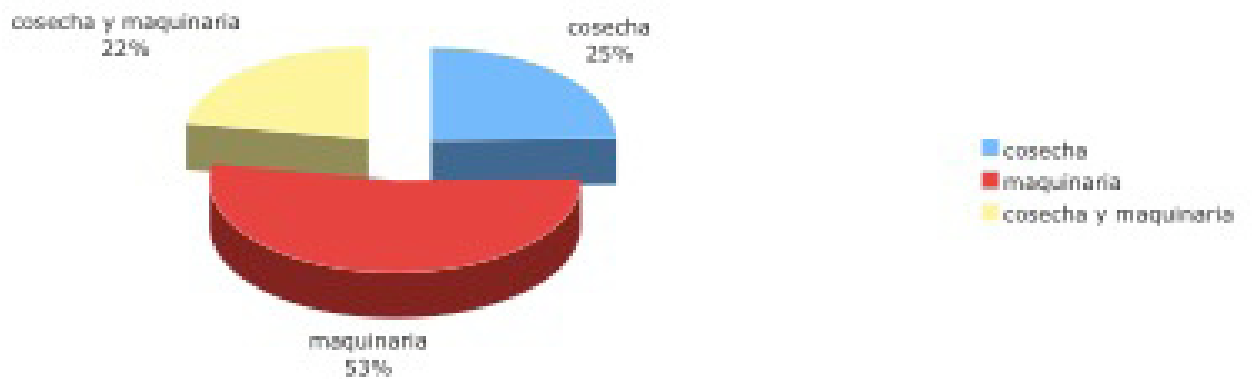


Tabla # 4

El mayor porcentaje de la población encuestada recibe capacitación en maquinaria, luego le sigue la población que recibe capacitación en cosecha y por último la población que recibe capacitación en cosecha y maquinaria.<sup>8</sup>

8. Fuente: Trabajo de campo. Encuestas a agricultores.



## ¿Cómo le enseñan a desempeñar su trabajo?



Tabla # 5

El 100% de la población aseguró que la capacitación se las dan por medio de material didáctico con dibujos, a color y por medio de pláticas. Esto indica que la relación dueño/empleador es cercana y que si hay preocupación por un mejor desarrollo y desempeño.<sup>9</sup>

9. Fuente: Trabajo de campo. Encuestas a agricultores.



### ¿Cuanto dura la capacitación?

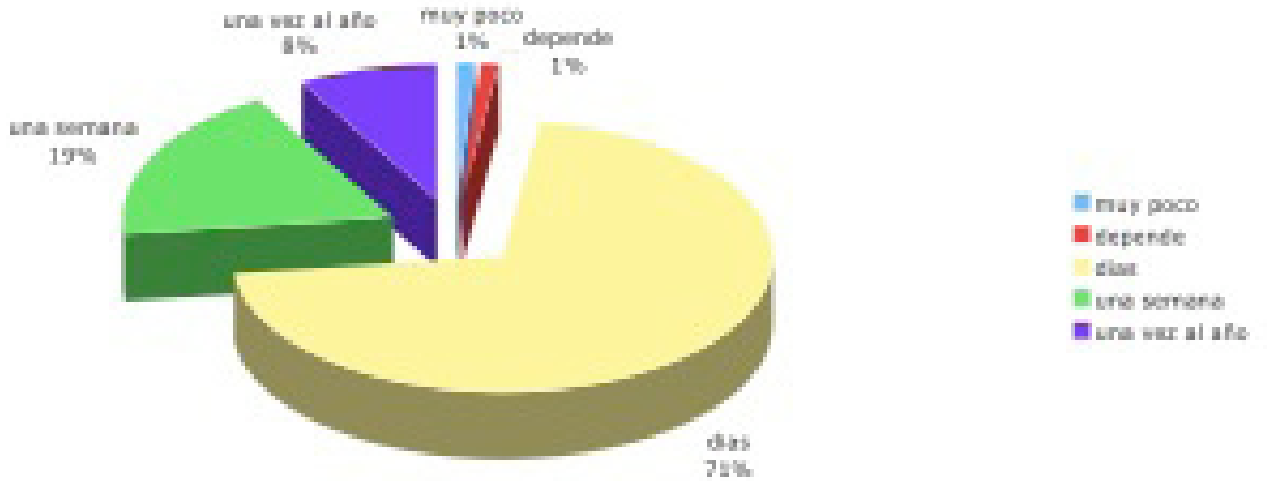


Tabla # 6

Esta gráfica indica que la población tiene distintos términos para referirse a una misma cosa. Pero el mayor porcentaje indica que el 71% asegura que la capacitación dura unos días.<sup>10</sup>

10. Fuente: Trabajo de campo. Encuestas a agricultores.



## 4. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DE DISEÑO

En la ciudad de Guatemala, no es claro el desarrollo que la industria de la deshidratación de alimentos está teniendo. Este proceso es de mucha ayuda para el transporte de alimentos, ya que al deshidratarlos reducen su peso, para la mano de obra, para la exportación, entre muchas otras cosas.

Como consecuencia de este problema, se pierde mucho comercio fuera y dentro del país, por la falta de comunicación visual, ya que la mayoría de las veces, las cosas entran y se venden por los ojos y luego por lo que ofrecen. La clave es la promoción del producto o con términos de mercadeo, aplicando las cuatro P's, producto, precio, plaza y promoción.

## 5. OBJETIVO DE DISEÑO

Crear un material informativo que facilite el acceso de la información sobre la deshidratación de alimentos a las personas del departamento de Escuintla.

## 6. DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

### - DESCRIPCIÓN DEMOGRÁFICA

La mayoría de hogares son hechos de block y lámina. Habitan una zona muy cálida. La mayoría de personas utilizan bus para transportarse. Viven un promedio de 4 a 5 personas por casa. Tienen entre 15 y 50 años. Sexo: masculino y femenino. Más que todo masculino. Nivel Socioeconómico: C y D

### - DESCRIPCIÓN ANTROPOLÓGICA

Son personas trabajadoras que siempre están buscando labores, principalmente por sustento económico. Su día comienza muy temprano, ya que metidos en las cosechas, deben de empezar el trabajo a tempranas horas de la mañana.

Prefieren escuchar radio y/o ver televisión cuando terminan de trabajar. Acostumbran a comer dentro del campo y en las tardes/noches llegan a sus casas a compartir un rato con su familia o bien a compartir con sus amigos en la tienda más cercana. Su comportamiento se reduce a trabajar, descansar y compartir. No existen muchos “hobbies”, pero lo más común sería el juntarse a platicar o en la mayoría de veces, observar partidos de football en la televisión propia o de algún establecimiento cercano.

## 7. CUENTE

### a. DESCRIPCIÓN DEL CLIENTE (MISIÓN, VISIÓN, OBJETIVOS, ETC.)

No creen en este sistema. Creen que es una “moda” de Estados Unidos y es por eso que no cuentan con misión, visión, objetivos y demás.

### b. IDENTIDAD GRÁFICA ACTUAL



### c. POSICIONAMIENTO

En el mundo existen 4 empresas que se dedican específicamente a la deshidratación de alimentos:

Alemania  
Filipinas (banano)  
Costa Rica (Gerber)  
Guatemala

Lo que produce FRUDESA son materias primas únicas para la industria alimenticia. Por esto tienen un único posicionamiento y trabaja con países tales como:

Korea  
Japón  
California  
Guatemala  
El Salvador  
Alemania

Las frutas y verduras que exportan del trópico son para materias primas. Estos países las consumen para siempre tener sus productos con la calidad, sabor y aroma todo el año.



Es un mercado poco estable ya que ahora que se trata de darse a conocer más y dar a conocer sus ventajas tales como sustituir productos frescos por variaciones (deshidratados) de cada país.

#### d. RECURSOS FINANCIEROS

Por el momento no los necesitan. Si los llegarán a necesitar, utilizarían capital aportado por los socios o por medio de endeudamiento bancario nacional.

#### e. ÁREA DE COBERTURA

Todo el mundo. Toda industria alimentaria que necesite frutas y verduras estandarizadas a través del tiempo.

Lo pueden despachar a cualquier lado del mundo.

- ¿Cómo es el proceso de la deshidratación de alimentos?

• Beneficios de la deshidratación de alimentos  
- Cosas positivas o beneficios sobre la deshidratación de alimentos.

- ¿Cómo puede ayudar los alimentos deshidratados a las personas y empresas?

- ¿Qué alimentos se pueden deshidratar?

• Campaña Publicitaria

- Ábrele la puerta a la deshidratación de alimentos.



## 8. PROPUESTA DE DISEÑO

### a. CONCEPTUALIZACIÓN

El concepto final que se escogió fue:

“Ábrele la puerta a la deshidratación de alimentos”.

Éste fue escogido, ya que abarca totalmente el objetivo de la campaña, informar a las personas sobre las ventajas que tiene la deshidratación de alimentos. Es una frase que dice mucho y ayuda al desarrollo gráfico de tal.

### b. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA GRÁFICA

El tipo de material que se manejará es un material informativo. Esto se debe a que el material informativo es el documento clave para el conocimiento de lo que uno está adquiriendo y como utilizarlo o manejarlo.

El material informativo es una publicación distribuida de forma regular, generalmente centrada en un tema principal que es del interés de los consumidores.

### DESCRIPCIÓN DEL MENSAJE

#### i. Contenido de texto

Material Informativo:

• Deshidratación de Alimentos

- ¿Qué es la deshidratación de alimentos?





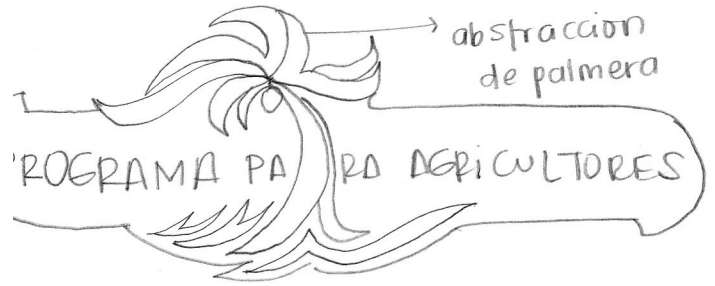
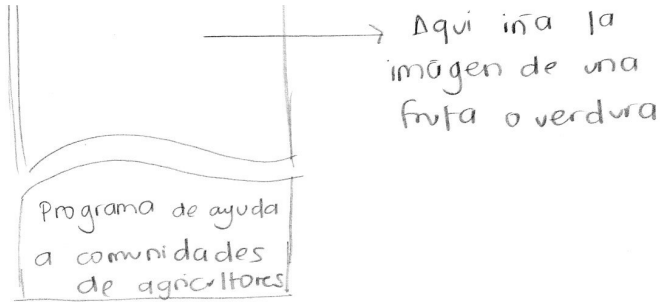
ELEMENTO DE COMUNICACIÓN Y/O DISEÑO	FUNCIÓN	TECNOLOGÍA	EXPRESIÓN
Color	División de la información en el folleto informativo.	Se utilizará una combinación de colores cálidos y fríos, colores primario, secundarios y terciarios con niveles de saturación y sombras. Diseños a full color.	Atracción
Tipografía	Diferencias entre contenidos, como información, títulos, datos curiosos, etc.	Tipografía palo seco con espaciado normal, como Futura.	Originalidad
Diagramación	Atraer al lector e invitarlo a leer la información.	Márgenes de 0.25" y 0.5". Layout con columnas.	Orden
Formato	Atracción	Medidas no estandarizadas, Brochures con un mínimo de 6"x14" y un máximo de 8"x14". Afiches con un mínimo de 5"x17" y un máximo de 14"x32".	Interés
Sustrato	Resistencia	Sustrato blanco, gramaje 180 matte.	Confianza
Imagen	Atraer al consumidor por medio de imágenes.	Fotografías. Ilustraciones. Montajes.	Singularidad



PIEZAS QUE SE TRABAJARÁN	PROPÓSITO DE LA PIEZA	DURACIÓN	LUGAR
Folleto Informativo	Informar a la población sobre la deshidratación de alimentos y así crear una mayor aceptación.	Los folletos se estarán cambiando trimestralmente para poder difundir más información.	Supermercados, Tiendas de conveniencia, Centros comerciales, Correo directo.
Vallas	Atraer al consumidor a conocer el proceso de la deshidratación de alimentos.	Se trabajarán trimestralmente durante un año completo y luego se cambiará.	Arterias importantes de la ciudad. Carretera al Pacífico. Carretera al Atlántico.
Afiches	Informar a la población y proporcionarle más información sobre la deshidratación de alimentos.	Los afiches se trabajarán trimestralmente durante un año completo.	Supermercados, Mercados, Tiendas, Casas patronales.
T-shirts	Promover la deshidratación de alimentos y hacer parte del movimiento a las personas que trabajan en el campo.	Cuando hayan ferias o actividades en los departamentos y municipios.	Se les darán a cada uno por individual en ferias, fincas, fábricas, etc.
Bolsas Supermercados	Informar y mantenerse en la mente del consumidor cada vez que se utilice.	Anualmente.	Supermercados, Mercados, Tiendas.



# BOCETAJE DE LOGOTIPOS

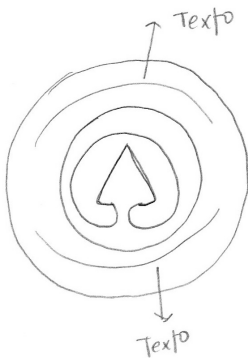


## Opción 3

En el bocetaje del logo se llevo mucho tiempo, ya que con el cliente no se lograba llegar a una conclusión final y les gustaron muchas opciones de las presentadas.

En la opción número uno, es un cuadrado dividido a la mitad por una ola, donde arriba va una imagen y abajo el nombre de la campaña.

## Opción 1

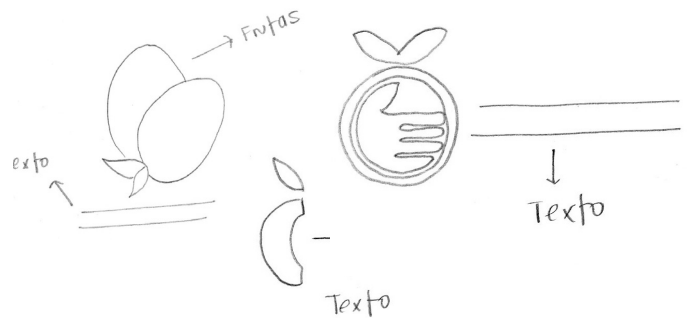


En la opción número dos se presentó la abstracción de un árbol (sugerido por el cliente) rodeado de un círculo, pero tampoco era lo que esperaban. Por ésto, se realizó otro logo con abstracción de árbol, pero investigando sobre el tema, no todas las frutas y verduras salen de los árboles por eso se rechazó la opción de utilizar un árbol.

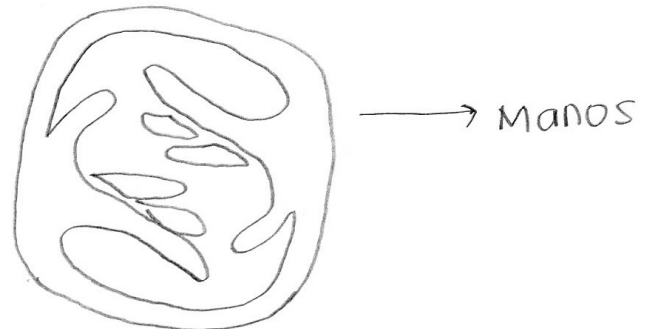
## Opción 2



Luego se pasó a realizar un boceto con palmeras, ya que el primer municipio donde se trabajará es Escuintla y se realizó en forma horizontal por cuestiones de espacio, pero esto tampoco convenció como logo final.



Al mismo tiempo, por cuestiones de ideas platicadas con el cliente, se realizaron bocetos utilizando abstracciones o ilustraciones de frutas y verduras. Pero lógicamente no se puede utilizar la ilustración de una fruta o verdura en específico ya que lo que se quiere es abarcar todo el mercado de frutas y verduras que existe y que se puedan deshidratar.



Después de muchas prácticas e investigación con el cliente, se llegó a la conclusión de utilizar manos que simbolizan ayuda y apoyo entre personas. Por eso, se realizó un boceto de manos casi tocándose y siempre encerradas ya que el cliente ese era su único requisito. Probando con varios bocetos y abstracciones de mano, se logró llegar a esta solución que era todo lo que el cliente esperaba. Luego se probó color y diagramación para el texto, hasta que se llegaron a estas dos soluciones finales.



**PROGRAMA DE AYUDA  
A COMUNIDADES AGRICULTORAS**



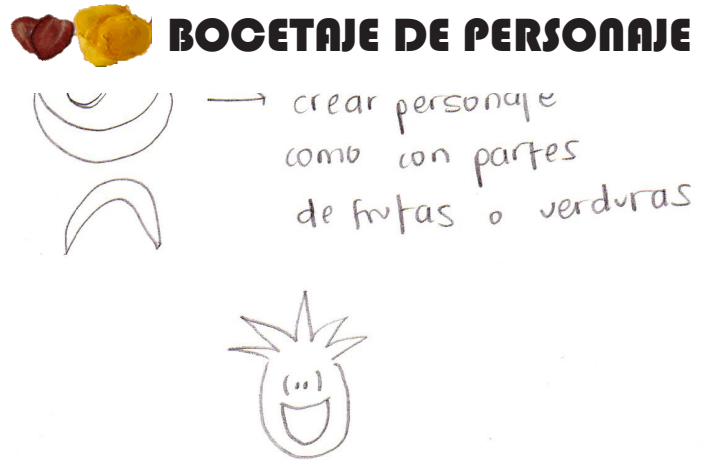
El logo se puede utilizar de las dos formas,  
1. Isotipo arriba y nombre de la campaña abajo.  
2. Isotipo de lado izquierdo y nombre de la campaña a un lado.

Se utilizó el color naranja, ya que es un color dinámico, entusiasta, ardor, incandescencia, euforia y lo más importante, actúa para facilitar la digestión. El naranja siendo un color cálido sugiere amabilidad, hospitalidad, estabilidad y regocijo.

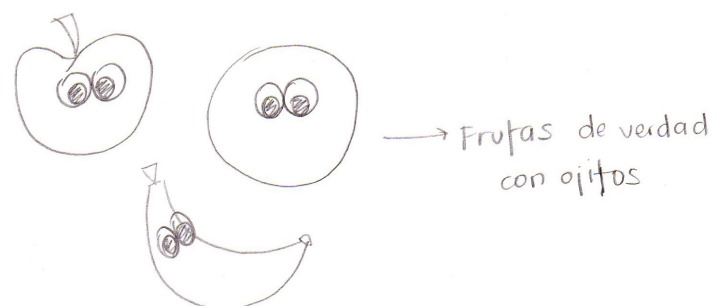
De ésta misma forma, es como FRUDESА utiliza su logotipo con color naranja.



**BOCETAJE DE PERSONAJE**

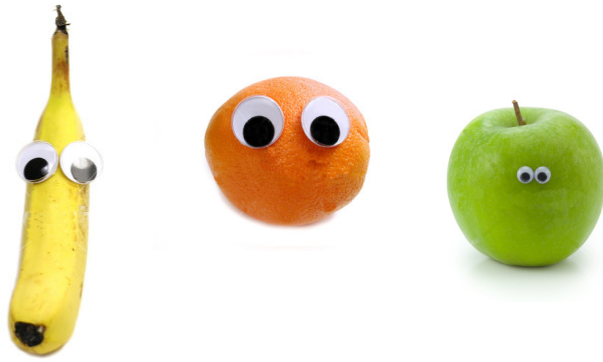


En la etapa de realizar un personaje para la campaña, se dió como opción principal, un personaje caricaturesco que al mismo tiempo tuviera forma o fuera elaborado con forma de frutas y verduras. Esta idea no desagradó al cliente, pero tampoco le entusiasmó.



Luego se pensó en utilizar a las mismas frutas y verduras con un par de ojos como personajes. Esto sí le gustó al cliente y por ello se realizaron unas fotografías con la idea.





El bocetaje de las piezas comenzó con la decisión de utilizar fotografías de frutas y verduras con imágenes de como quedan deshidratadas para que el mensaje se entienda a la totalidad.

Primero se pensó en utilizar la mitad de la fotografía de una fruta o verdura y la otra mitad de como es la fruta o verdura deshidratada. Esto gustó al cliente pero no lo convenció de algo claro.

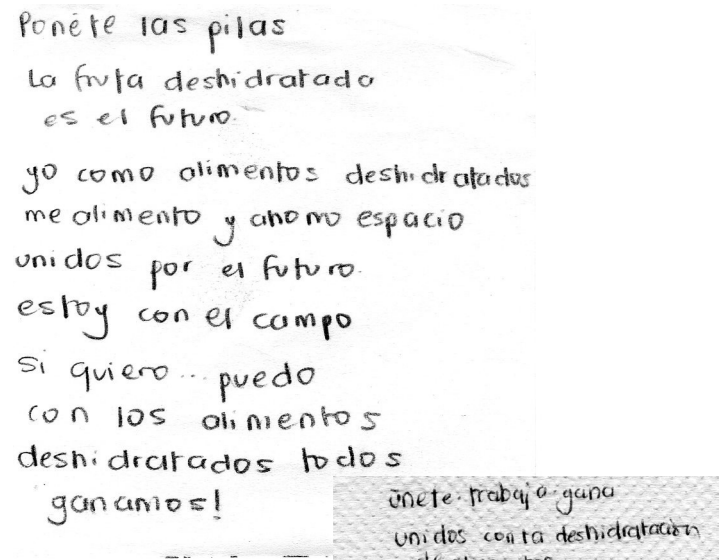
Luego se empezó el boceto de una valla. Este boceto, se estableció con el cliente que se utilizarían frases de las ventajas que las frutas y verduras deshidratadas ofrecen. Al mismo tiempo se dejó como idea final, el utilizar las imágenes reales de los productos.

Al observar las imágenes y consultarlo con el cliente, le pareció una idea muy original y divertida, pero a la hora de incorporar las imágenes a la campaña, no daban el mensaje que se quiere transmitir con la campaña.

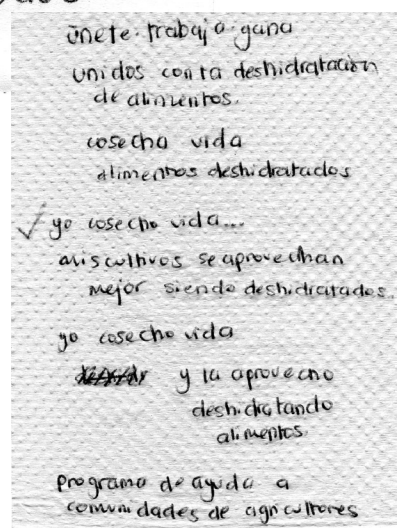
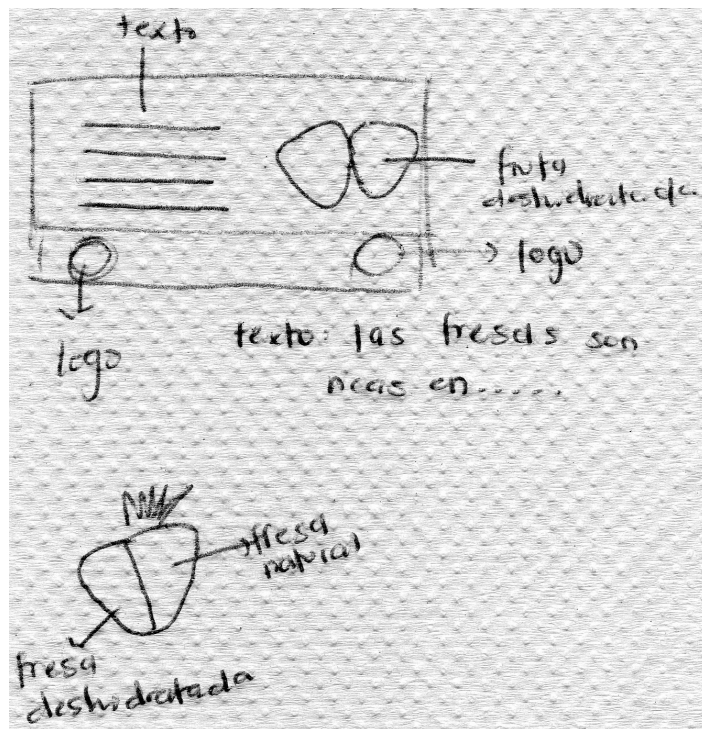
Por esto, se le sugirió al cliente eliminar la idea de un personaje, ya que esto puede provocar una confusión hacia el grupo objetivo sobre el mensaje y a lo que se quiere llegar.

A confusión, se refiere a que se puede confundir la campaña como campaña para niños y que el grupo objetivo no crea que es dirigido hacia ellos.

Cuando se investigó sobre las ventajas de las frutas y verduras deshidratadas, se tenía que llegar a una frase común que diera unión a la campaña y que empezara a transmitir el mensaje deseado.



**BOCETAJE DE PIEZAS**

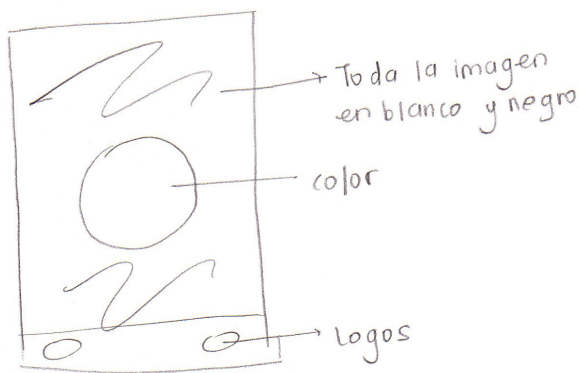


Después de realizar algunos ejercicios de conceptualización tales como lluvia de ideas, tríos o parejas, lo más lejano, lo más cercano y opuestos se llegó a un acuerdo, entre los resultados obtenidos, en utilizar la frase:

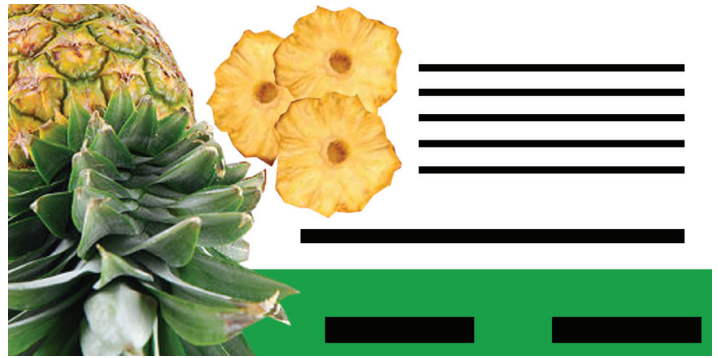
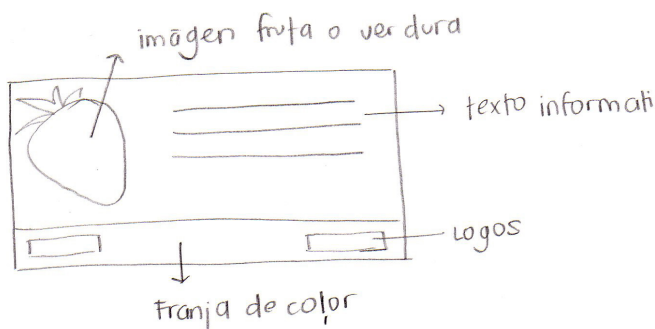
“Yo cosecho vida... mis cultivos se aprovechan mejor cuando son deshidratados”

Esta frase, gusto mucho al cliente, ya que se puede jugar con ella de varias formas sin que pierda su significado.

Cuando se presentaron los primeros bocetos de como se vería la campaña, se dieron opciones con bocetos a mano y en blanco y negro, de los cuales el cliente quiso ver como quedaban con imágenes reales y colores.

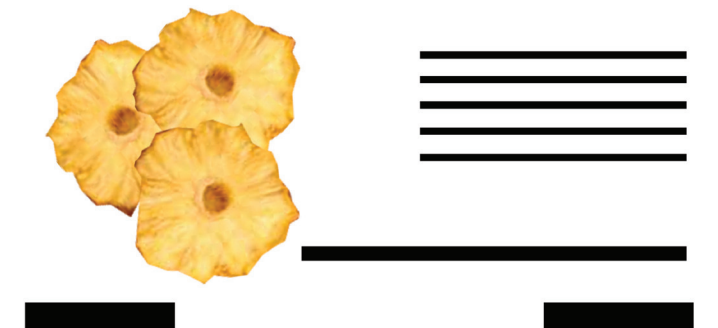
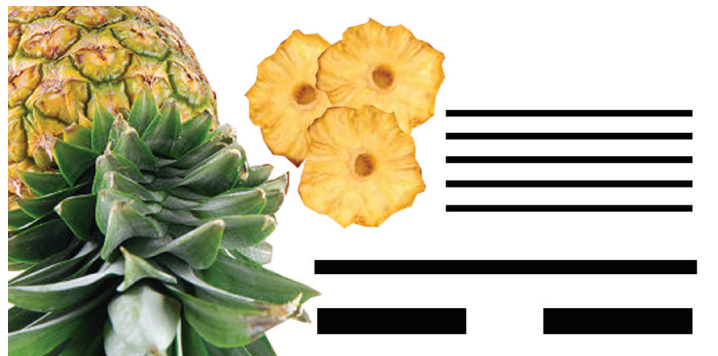


La primera opción, no agrado mucho al cliente, ya que todo el fondo en blanco y negro y solo la imagen de la fruta o verdura al centro y a color, hacía perder mucho significado a la pieza y la hacía aburrida.



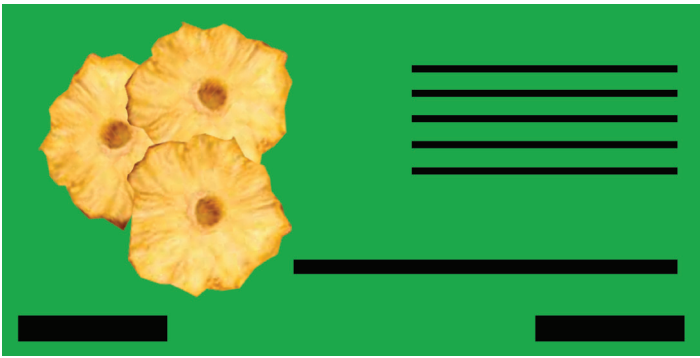
La siguiente opción le agrado mucho con respecto a las imágenes y la composición. Le pareció muy buena idea la franja de color abajo enfatizando los logos pero evaluando las opciones, se investigó sobre psicología del color para que diera un efecto de más contraste, lo cual no daba el color verde con las hojas de la piña.

Al mismo tiempo, el cliente solicitó un boceto de la misma composición sin la imagen de la fruta, solo con la imagen de la fruta deshidratada y sin la franja de color abajo.



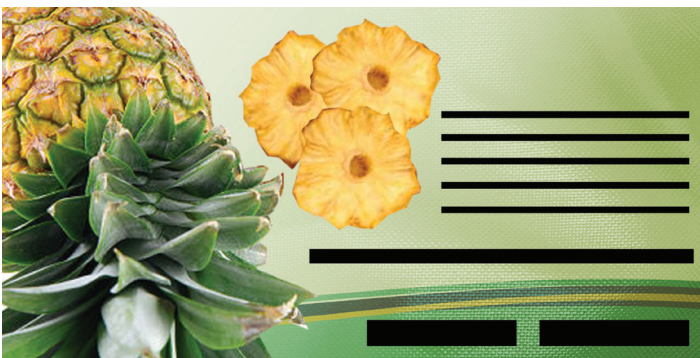
Le gustó la idea también, pero no tanto como la opción con la franja de color ya que las imágenes daban sensación de volar en el formato y perdía atención.





Se sugirió la opción de utilizar un fondo de color sólido, lo cual al cliente no le desagradó la idea, pero al ver el boceto y como era de suponerse, el color sólido cansa a la vista.

Debido a esto, se trabajó otro tipo de fondo con más textura y al cliente le encantó la idea.



El fondo se trabajó en tres colores principales:

- Naranja
- Verde
- Azul

Se escogieron estos colores ya que representan dinamismo, naturaleza, agua, tranquilidad, seriedad, confianza y estimula la digestión.



## PIEZAS FINALES

Cuando ya se estableció y se llegó a un acuerdo sobre las piezas y la composición de las mismas, el cliente sugirió y demandó una opción simple (sin fondo) y una opción con fondo y textura.

Por ésto se trabajó la campaña en dos formas diferentes, siempre conservando las frases e información, ya que eso fue lo único que el cliente quizó que quedara.

## VALLAS

**LA PIÑA DESHIDRATADA  
AYUDA A PREVENIR  
CALAMBRES  
MUSCULARES**

*y además cosechamos vida*

PROGRAMA DE AYUDA  
A COMUNIDADES AGRICULTORAS

**FRUDES**  
FRUTAS DESHIDRATADAS, S.A.

**LA PIÑA DESHIDRATADA  
AYUDA A PREVENIR  
CALAMBRES  
MUSCULARES**

*y además cosechamos vida*

PROGRAMA DE AYUDA  
A COMUNIDADES AGRICULTORAS

**FRUDES**  
FRUTAS DESHIDRATADAS, S.A.

**LAS FRESAS DESHIDRATADAS  
SON UNA GRAN FUENTE  
DE FIBRA**

*y además cosechamos vida*

PROGRAMA DE AYUDA  
A COMUNIDADES AGRICULTORAS

**FRUDES**  
FRUTAS DESHIDRATADAS, S.A.

**LA MANZANA DESHIDRATADA  
FORTALECE EL REVESTIMIENTO  
DEL ESTOMAGO**

*y además cosechamos vida*

Teléfono 2421-5800

PROGRAMA DE AYUDA  
A COMUNIDADES AGRICULTORAS

**FRUDES**  
FRUTAS DESHIDRATADAS, S.A.

## PRENSA

**A TODOS LOS  
AGRICULTORES**

**Si ya no sabes que hacer con tus cosechas  
llama a FRUDES y nosotros llegamos por ellos**

*porque en Frudes cosechamos vida  
y tus frutas y verduras se aprovechan mejor  
cuando son deshidratadas*

Teléfono 2421-5800

PROGRAMA DE AYUDA  
A COMUNIDADES AGRICULTORAS

**FRUDES**  
FRUTAS DESHIDRATADAS, S.A.







## A TODOS LOS AGRICULTORES



Si ya no sabes que hacer con tus cosechas  
llama a FRUDESA y nosotros llegamos por ellos

*porque en Frudesa cosechamos vida  
y tus frutas y verduras se aprovechan mejor  
cuando son deshidratadas*

Teléfono 2421-5800



PROGRAMA DE AYUDA  
A COMUNIDADES AGRÍCOLAS



**FRUDESA**  
FRUTAS DESHIDRATADAS, S.A.



## A TODOS LOS AGRICULTORES



Si ya no sabes que hacer con tus cosechas  
llama a FRUDESA y nosotros llegamos por ellos

*porque en Frudesa cosechamos vida  
y tus frutas y verduras se aprovechan mejor  
cuando son deshidratadas*

Teléfono 2421-5800



PROGRAMA DE AYUDA  
A COMUNIDADES AGRÍCOLAS



**FRUDESA**  
FRUTAS DESHIDRATADAS, S.A.





## A TODOS LOS AGRICULTORES

Si ya no sabes que hacer con tus cosechas  
y quieres un dinerito extra  
llama a FRUDESА y nosotros llegamos por ellos

*porque en Frudesa cosechamos vida  
y tus frutas y verduras se aprovechan mejor  
cuando son deshidratadas*

Teléfono 2421-5800



**FRUDESА**  
FRUTAS DESHIDRATADAS, S.A.



**PROGRAMA DE AYUDA  
A COMUNIDADES AGRICULTORAS**



## A TODOS LOS AGRICULTORES

Si ya no sabes que hacer con tus cosechas  
llama a FRUDESА y nosotros llegamos por ellos

*porque en Frudesa cosechamos vida  
y tus frutas y verduras se aprovechan mejor  
cuando son deshidratadas*

Teléfono 2421-5800



**PROGRAMA DE AYUDA  
A COMUNIDADES AGRICULTORAS**



**FRUDESА**  
FRUTAS DESHIDRATADAS, S.A.



Se trabajarán volantes para repartirles a las personas para que tengan acceso a la información y al teléfono a donde se pueden comunicar.

Este método es para llegar a alcanzar a la mayor cantidad de gente posible y que lo conserven con ellos a la hora de tener productos para vender y llamar a FRUDESA para que lleguen a recojer el producto.

Se imprimirán camisas y bolsas para repartira a todas las personas que esten interesadas en el Programa. El cliente desea que cada región tenga la camisa de acuerdo a la fruta o verdura que se produce en cada lugar determinado. Como estamos empezando con Escuintla, se realizó la camisa con la fruta mango.

## VOLANTE FULL COLOR



**A TODOS LOS AGRICULTORES**

Si ya no sabes que hacer con tus cosechas

Llama a FRUDESA y nosotros llegamos por ellos

*porque en Frudesa cosechamos vida y tus frutas y verduras se aprovechan mejor cuando son deshidratadas*

Teléfono 2421-5800

PROGRAMA DE AYUDA A COMUNIDADES AGRICULTORAS

**FRUDESA**  
FRUTAS DESHIDRATADAS, S.A.



## VOLANTE MÁS ECONÓMICO



**A TODOS LOS AGRICULTORES**

Si ya no sabes que hacer con tus cosechas

Llama a FRUDESA y nosotros llegamos por ellos

*porque en Frudesa cosechamos vida y tus frutas y verduras se aprovechan mejor cuando son deshidratadas*

Teléfono 2421-5800

**FRUDESA**  
FRUTAS DESHIDRATADAS, S.A.

PROGRAMA DE AYUDA A COMUNIDADES AGRICULTORAS



## BOLSA PROMOCIONAL



proporcionadas apoyan el mensaje que se quiere transmitir.

El señor Fuentes realizó unas observaciones sobre la frase que se utilizó en toda la campaña “Si ya no sabes que hacer con tus cosechas llama a FRUDESA y nosotros llegamos por ellos”. Aconsejó que se completara o redactara mejor, ya que las personas al leer ésto y no tener o saber si hay una recompensa, no lo harán. Por ésto se decidió cambiar la frase a “Si ya no sabes que hacer con tus cosechas y quieres un dinerito extra llama a FRUDESA y nosotros llegamos por ellos” ya que la frase sin ese último gancho no funcionará como se tiene pensado.

### ANTES



## VALIDACIÓN

A continuación se realiza una síntesis de las conclusiones obtenidas mediante las validaciones realizadas.

### VALIDACION CON ESPECIALISTAS

Se presentó la campaña a dos especialistas en el tema, propietario de finca, el señor Guillermo Fuentes y al Gerente General de la empresa FRUDESA, el señor Gerardo Urruela. Con ellos se obtuvieron varias opiniones sobre el contenido de las piezas. Tanto el señor Fuentes como el señor Urruela, están de acuerdo que la campaña es apta para el tema tratado y que las piezas en combinación con las fotografías

## DESPUÉS



**A TODOS LOS AGRICULTORES**

Si ya no sabes que hacer con tus cosechas  
y quieres un dinerito extra  
llama a FRUDESA y nosotros llegamos por ellos

*porque en Frucesa cosechamos vida  
y tus frutas y verduras se aprovechan mejor  
cuando son deshidratadas*

FRUDESA  
FRUTAS Y VERDURAS S.A.

PROGRAMA DE AYUDA  
A COMUNIDADES AGRARIAS

Teléfono 2421-5800

El señor Urruela sugirió en las piezas donde no se utilizó el fondo completo de color, quitar en la parte de abajo donde está la onda de color, todo el fondo y solo dejar la onda, para que así les bajaran los costos a la hora de decidir a utilizar esas piezas en la campaña. Esto sí se tomo en cuenta, ya que así como cuentan con presupuesto alto para realizar todo con altos contenidos de color, también quieren tener una opción más barata de la campaña.

## ANTES



**LA PIÑA DESHIDRATADA  
AYUDA A PREVENIR  
CALAMBRES  
MUSCULARES**

*y además cosechamos vida*

PROGRAMA DE AYUDA  
A COMUNIDADES AGRARIAS

FRUDESA



**LAS FRESAS DESHIDRATADAS  
SON UNA GRAN FUENTE  
DE FIBRA**

*y además todos ganamos...*

PROGRAMA DE AYUDA  
A COMUNIDADES AGRARIAS

FRUDESA



**LA MANZANA DESHIDRATADA  
FORTALECE EL REVESTIMIENTO  
DEL ESTOMAGO**

*y además todos ganamos...*



# DESPUÉS



## VALIDACION CON DISEÑADORES GRAFICOS

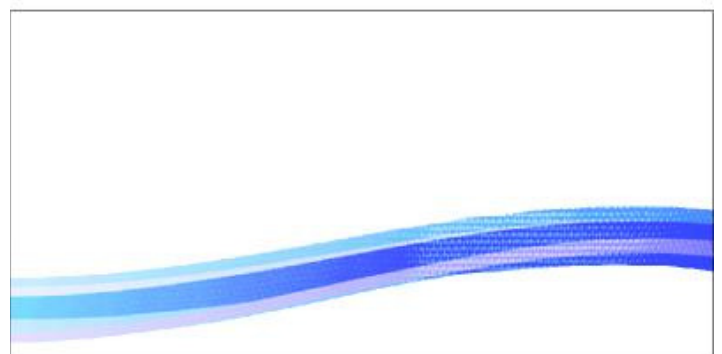
Se mostraron las piezas a varios diseñadores gráficos y personal del medio. De las observaciones que ellos hicieron, se pudo concluir que la imagen dada a la campaña, sí llama la atención y va de acuerdo con el grupo objetivo.

Una mayoría estuvo de acuerdo al cambio en las piezas de bajo contenido de color a quitar el fondo de abajo de la pieza y solo dejar la onda de color. Por ésto, es que se toma la decisión también de quitar el fondo de la parte de abajo de la pieza. También, es parte importante dejar la onda de color, ya que la barra de color sólido no tenía unión con las demás piezas.

ANTES



DESPUES



El 100% de las personas que realizaron la entrevista, dijeron que el concepto era ideal y correcto para la campaña, al igual que el nombre que se escogió para la campaña.

Hicieron la observación también que la frase utilizada como gancho, se veía incompleta, por ésto, también se decidió cambiarla y agrandar un poco la parte de “y quieres un dinerito extra” para enfatizar en la ayuda que estan dando a las comunidades.

ANTES



DESPUES



Estuvieron de acuerdo todos que la idea de realizar las piezas con fotografías de frutas y verduras de cada región y utilizar cada región (cuando la campaña se lance a nivel nacional) da una mejor identidad de ello.

La mayoría recomendó que se pusiera un glow o un fondo blanco en la parte donde van los logos, más que todo en las piezas que se utiliza el color naranja, ya que los logos son de color naranja tanto de la empresa como de la campaña. Esto se tomó mucho en cuenta, ya que si necesita que resalte ésta parte.

ANTES



DESPUES



En cuanto a los colores, estuvieron de acuerdo que los colores utilizados en los fondos, son los correctos. Transmiten la naturaleza con el verde, aire y agua con el azul y provoca pasión y representa alimento con el naranja.





Se recomendó incluir radio a la campaña, ya que el grupo objetivo es el medio de comunicación que más utiliza y todo el día los escuchan. Por esto, se trabajaron menciones y anuncios completos que dan información sobre la campaña.



Ejemplo:

“Y ahora nos vamos con la canción de los Tigres del Norte, y recuerden Con mis frutas y verduras cosecho vida y FRUDESА lo hace para que todos ganemos. Y los dejo con los Tigres del Norte y esto que dice...”

Mención 1: Con mis frutas y verduras cosecho vida y FRUDESА lo hace para que todos ganemos.

Mención 2: Porque yo cosecho vida y mis frutas y verduras se aprovechan mejor cuando son deshidratadas. Un mensaje de FRUDESА y su nuevo programa de “Ayuda a Comunidades Agricultoras”.

#### SPOT

Tema: Spot YO COSECHO VIDA

Fecha: 19 de octubre

Nombre: El encuentro de dos amigos

Duración: 30 segundos

Locutores

Productora

Control: sfx. Comienza canción ranchera.

Loc 1: Hola Pedro ¿cómo estas?

Loc 2: ¿Bien y vos Juan?

Loc 1: Pues yo muy contento porque con el nuevo programa de ayuda a comunidades agricultoras que FRUDESА tiene, gano más dinero con mis cosechas y así compuse el techo de mi casa.

Loc 2: ¿Y eso como es pues?

Loc 1: Pues vos cosechas lo que podas y cuando ya este listo llamas al 2421-5800 y la gente de FRUDESА llega a recoger todo lo que sacaste y te pagan.

Loc 2: Uy, que bueno está eso y ahora que tengo que comprar otra cama porque el Jorgito ya esta grande. Ahorita me voy para mi casa a cosechar. Ay te veo pues.

Loc Institucional: Porque con FRUDESА cosechamos vida y tus frutas y verduras se aprovechan mejor cuando son deshidratadas.

#### VALIDACION GRUPO OBJETIVO

El validar con el grupo objetivo, fue una experiencia muy satisfactoria, ya que todas las personas mostraron mucho interes por la idea y les llamó mucho la atención, tanto las piezas como la idea del programa.

Todos estuvieron de acuerdo que las fotografías utilizadas eran las correctas y que las ayudaban mucho más a entender que era sobre cosechas más que otras cosas.

Todos los entrevistados, estuvieron de acuerdo que les interesaba mucho recibir una “ayudadita extra” ya que el dinero no le cae mal a nadie y que sería de mucha ayuda para la mayoría y así lograrían salir de deudas y comprar cosas que tienen en mente.

En general se pudo concluir que todas las piezas cumplen bien su función ya que la mayoría opinó sobre las fotografías (que son la parte principal para promocionar un mensaje claro) y sobre la ayuda que FRUDESА como empresa proporcionará con su Programa de Ayuda a Comunidades Agricultoras.

Esta validación, sirvió para confirmar que las piezas están bien distribuidas, que llaman la atención y que cumplen con sus objetivos.



Todas las personas entrevistadas del grupo objetivo, recalcaron que se sentían identificados e importantes al referirse a ellos como agricultores también, y no solo seguir con el prototipo de una persona con más capacidad monetaria y educativa, los cuales se han proporcionado el término de “agricultor”, ya que como muchos expresaron, “todos somos iguales y hasta más trabajadores”.



## SELECCIÓN DE MEDIOS

Pieza	Cantidad	Soporte	Medidas	Sistema de Impresión
Afiches (3)	500 unidades iniciales	Texcote, 14	18*24"	Litografía
Prensa	1 página completa semanal	Papel Periódico		Prensa
Vallas (3)	15 unidades iniciales	Lona Vinílica de 13 oz.	15*8m.	Digital
Calendario	500 unidades iniciales	Texcote, 14	8.5*11"	Litografía
Volantes (2)	1000 unidades iniciales	Couché, 80	5.5*8.5"	Litografía
Radio	Anuncio de 30" y Menciones	Radio		Radio
Camisas	500 unidades iniciales	Camisa Blanca	Se adaptan a la medida.	Serigrafía
Bolsas	500 unidades iniciales	Bolsa Blanca o Beige	Medida Standard	Serigrafía



## PIEZAS

Pieza	Medios de Distribución	Quien está involucrado	Tiempo de Distribución	Lugar
Afiches	Paredes de Tiendas, Cartelera, Entrada a Centros Comerciales	Erudesa	Trimestral	Tiendas de Escuintla, Centro Comercial Plaza Palmeras, Centro Comercial Pradera
Prensa	Suscripción o venta individual	Erudesa	Anual	Casas de las personas o puntos de ventas
Vallas	Estructuras sobre la carretera a Escuintla	Erudesa	Trimestral	Entradas principales a Escuintla y la Costa Sur
Calendario	Individual, Ferias, Centros Comerciales	Erudesa	Principio de Año	Tiendas, Ferias, Casas, Centros Comerciales
Volantes	Tiendas a orillas de las carreteras, personas ambulantes dentro del departamento	Erudesa	1 año	Escuintla, Fincas, Casas, Ferias
Radio	Radios: La Cañonera, Tropicana y Ritmo	Erudesa	1 año	Departamento de Escuintla
Camisas	Stands en Ferias y Centros Comerciales	Erudesa	1 día (por evento)	Escuintla, Fincas, Tiendas, Centros Comerciales
Bolsas	Stands en Ferias y Centros Comerciales	Erudesa	1 día (por evento)	Escuintla, Fincas, Tiendas, Centros Comerciales



## PRESUPUESTO DE DISEÑO

Pieza	Costo de Diseño (por unidad)	Total
Logotipo	Q 3,000.00	Q 3,000.00
Afiches (3 diseños)	Q 500.00	Q 1,500.00
Calendario	Q 700.00	Q 700.00
Prensa (2 diseños)	Q 500.00	Q 1000.00
Vallas (3 diseños)	Q 1,500.00	Q 4,500.00
Volantes (2 diseños)	Q 600.00	Q 1,200.00
Camisa	Q 400.00	Q 400.00
Bolsa	Q 400.00	Q 400.00
Radio (textos)	Q 3,000.00	Q 3,000.00
		Q15,700.00





## PRESUPUESTO DE REPRODUCCIÓN

Pieza	Costo de Reproducción (por unidad)	Cantidad	Total
Afiches (3)	Q 3.00	500	Q 1,500.00
Calendario	Q 6.00	1,000	Q 6,000.00
Prensa	Q 2.00	1,000	Q 2,000.00
Vallas (3)	Q 5,400.00 (con instalación)	15	Q 81,000.00 (con instalación)
Volantes (2)	Q 1.90	1,000	Q 1,900.00
Camisa	Q 20.00	500	Q 10,000.00
Bolsa	Q 15.00	500	Q 7,500.00
Radio (inst. y jingle)	Q 22,112.75	-	Q22,112.75
			Q 132,012.75



## ESPECIFICACIONES ARTES FINALES

Nombre del Archivo	Medida	Material	Formato	Resolución	CMYK/ RGB	Excesos
afiche_simple.tif afiche_simple2.tif afiche_simple3.tif	18*24"	Texcote 14	TIFF	200 dpi.	CMYK	1/8" por lado
afiche.tif afiche2.tif afiche3.tif	18*24"	Texcote 14	TIFF	200 dpi.	CMYK	1/8" por lado
bolsa.tif	Se adaptan según montaje	Manta	TIFF	300 dpi.	CMYK	
camisa.tif	Se adaptan según montaje	Tela	TIFF	300 dpi.	CMYK	
prensa.tif prensa2.tif	8.5*11"	Papel Periodico	TIFF	100 dpi.	CMYK	
Valla.tif Valla2.tif Valla3.tif	15*6m.	Lona Vinilica	TIFF	300 dpi.	CMYK	-
volante_simple.tif volante.tif	5.5*8.5"	Bond	PSD	300 dpi.	CMYK	-





## 9. CONCLUSIONES

Se ha concluido que la campaña realizada cumple con los objetivos establecidos ya que logra informar de manera clara el proceso de deshidratación de alimentos.

Se logró que el grupo objetivo comprenda y sienta deseo de participar en el programa de ayuda.

Con la ayuda de fotografías se puede entender mejor el tema tratado y darse una idea del proceso de deshidratación de alimentos.

Se pudo llegar a la conclusión, por medio de la validación del grupo objetivo que les interesa mucho el programa y el proceso para más adelante implementarlo o utilizarlo.

Al utilizar diferentes colores y diagramación, pero unir las piezas con ciertos elementos gráficos, ayuda al grupo objetivo a seguir con el proceso y que llama la atención.

Al validar las piezas, ayudó a confirmar que cada una de las propuestas logra cumplir su función con la información y elementos gráficos escogidos. Por esto se puede concluir que, la campaña será funcional y que cumple el objetivo de informar.



## 10. RECOMENDACIONES

Al haber definido las conclusiones, se recomienda que la campaña se expanda al resto de departamentos y convertirla en una campaña nacional. Esto es para poder lograr una mayor cobertura y ayudar a más comunidades.

Se recomienda también, darle seguimiento a la campaña después del año establecido. Es recomendable seguir informando a las personas sobre el proceso de deshidratación de alimentos y recordar la importancia que éste proceso puede tener en la vida de cualquier persona.

Se recomienda utilizar siempre la misma línea de diseño para no perder unidad y no confundir a las personas. Se pueden cambiar colores, pero es recomendable utilizar mismas tipografías, diagramación, fotografías y tipo de información.





## GLOSARIO

### SUSTRATO

Son las sustancias sobre la cual actúa una enzima modificando su morfología y liberándola como producto.

### MICROORGANISMO

También llamado microbio u organismo microscópico, es un ser vivo que sólo puede visualizarse con el microscopio. La ciencia que estudia a los microorganismos es la microbiología.

### TOXINA BOTULÍNICA

Representa la toxina biológica más potente conocida hasta hoy; es producida por el Clostridium botulinum, una bacteria anaeróbica Gram positiva. La toxina botulínica tipo A es la más ampliamente utilizada en ensayos terapéuticos en humanos, y se ha convertido en el tratamiento de elección para el blefarospasmo, el espasmo hemifacial, la distonía cervical y la distonía laríngea

### LIOFILIZACIÓN

Proceso utilizado para la eliminación del agua mediante desecación al vacío y a muy bajas temperaturas. Utilizado principalmente en la industria alimentaria y farmacéutica, aunque también se puede utilizar para fabricar materiales como el aerogel.

### CONSERVACIÓN

La utilización humana de la biosfera para que rinda el máximo beneficio sostenible, a la vez que mantiene el potencial necesario para las aspiraciones de futuras generaciones.



## BIBLIOGRAFÍA

- Libro INE. Censos 2002
- [www.ine.gob.gt](http://www.ine.gob.gt)
- AGEXPRONT (Asociación Gremial de Exportadores de Productos no Tradicionales)
- Diccionario "El Pequeño Larousse Ilustrado"
- Geografía Visualizada de Guatemala. Piedra Santa
- [www.google.com.gt](http://www.google.com.gt)
- [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com)
- [www.expogua.com](http://www.expogua.com)
- [www.monografias.com](http://www.monografias.com)
- Revista ExpoActual
- Artículos Prensa Libre
- Artículos Siglo XXI
- Láminas Ilustradas
- Encuestas a agricultores de la Finca Santa María
- Entrevista al Ing. Gerardo Urruela (FRUDESA)
- Entrevista a Licda. Carolina de Valdez





**ANEXOS**

