

Más que un trabajo.

Guía de la Campaña de Empleo y Capacitación del Programa de Asistencia Nutricional Suplementaria (SNAP E&T, por sus siglas en inglés) del Servicio de Alimentos y Nutrición (FNS, por sus siglas en inglés) del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA, por sus siglas en inglés) para uso de los estados y territorios



Alimentos Saludables
a Su Alcance

USDA
Supplemental
Nutrition
Assistance
Program

FNS-1041S • Enero de 2024 • El Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA, por sus siglas en inglés) es un proveedor, empleador y prestamista que ofrece igualdad de oportunidades

Más que un trabajo es una campaña nacional de la Oficina de Empleo y Capacitación (OET, por sus siglas en inglés) del Programa de Asistencia Nutricional Suplementaria (SNAP) del Servicio de Alimentos y Nutrición (FNS) del USDA, diseñada para generar conciencia acerca de los servicios y las oportunidades de Empleo y Capacitación de SNAP (SNAP E&T), así como para instar a los participantes de SNAP a inscribirse. Esta campaña orientada por la comunidad se desarrolló a través de una serie de sesiones para escuchar y poner a prueba los conceptos con el personal del programa, las partes interesadas y los participantes de SNAP E&T.

El lema de la campaña, **Más que un trabajo**, se basa en la idea de que SNAP E&T ofrece una amplia gama de servicios. Diariamente, en todo el país, los programas de SNAP E&T empoderan a los participantes de SNAP para que adquieran nuevas destrezas, regresen a la escuela, exploren oportunidades de trabajo bien remuneradas o se encaminen rumbo a una carrera profesional. Nuestros servicios y recursos pueden ser un catalizador que ayude a los participantes de SNAP a aumentar su movilidad económica y reducir su necesidad de recibir la asistencia de SNAP con el tiempo.

El programa SNAP E&T lo administran 53 agencias estatales de SNAP, que abarcan los 50 estados, el Distrito de Columbia, Guam y las Islas Vírgenes, y presta servicios de desarrollo de la fuerza laboral, como capacitación ocupacional o ayuda para encontrar un trabajo. SNAP E&T

“En el campo del desarrollo de la fuerza laboral, sabemos que simplemente crear empleos no es suficiente. Tenemos que crear caminos para salir de la pobreza y ayudar a las personas a recorrer esos caminos.”

- **Stacy Dean**, subsecretaria adjunta del Servicio de Alimentos y Nutrición del USDA

también presta servicios para demoler las muchas barreras a la obtención de un empleo o dar el siguiente paso en la carrera profesional, tales como pagar el costo de útiles o uniformes, y acceder a servicios transporte y de guardería confiables.

OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA

- + Comunicar los resultados positivos del programa SNAP E&T, y establecer una conexión entre el programa y una vía hacia la movilidad económica ascendente.
- + Centrar las experiencias y testimonios de los participantes de SNAP E&T en los materiales de la campaña, y compartir historias auténticas de éxito.
- + Crear nuevas oportunidades de encuentro entre el programa y los participantes de SNAP en su vida diaria.
- + Generar conciencia a nivel nacional sobre la amplia gama de servicios que ofrece SNAP E&T, y promover el enfoque personalizado del programa para la asistencia y la gestión de casos.
- + Empoderar a los participantes de SNAP para que alcancen sus objetivos personales y profesionales.
- + Usar un conjunto coherente de imágenes de marketing y comunicaciones en todos los programas estatales de SNAP E&T para aumentar la visibilidad del programa entre los participantes de SNAP, las agencias estatales de SNAP (incluido el Distrito de Columbia, Guam y las Islas Vírgenes) y los prestadores de servicios de desarrollo de la fuerza laboral.

MARKETING + ACERCAMIENTO

Uno de los objetivos de la campaña **Más que un trabajo** es el de proporcionar más oportunidades para que los participantes de SNAP encuentren información sobre el programa SNAP E&T en su vida diaria. A continuación se describen los materiales fundamentales de la campaña y cómo usarlos.

+ Carteles

- + Los carteles están diseñados para ser impresos, pero también se pueden distribuir digitalmente. Para obtener información sobre cómo imprimir los carteles de la campaña, utilice la guía de impresión que publicamos en el sitio web de Más que un trabajo.
- + Los carteles no están diseñados para personalizarse.
- + Recomendamos distribuir los carteles en lugares donde los posibles participantes pudieran reunirse:
 - Oficinas de servicios sociales tanto locales como estatales
 - Lavanderías
 - Centros comunitarios
 - Salas de espera de centros de salud
 - Comedores populares
 - Albergues para personas sin hogar
 - Centros de estudiantes universitarios
 - Iglesias



+ Gráficos y Videos de redes sociales

- + Visite la [página web de la campaña](#) para descargar gráficos con el logotipo de **Más que un trabajo** de tamaño adecuado para usar en las redes sociales y archivos .mp4 de video para distribuir en las plataformas sociales.
- + Visite la [página web de la campaña](#) para acceder a nuestra Guía de redes sociales y obtener una copia del modelo para publicación que puede usar al publicar los gráficos de Más que un trabajo en las redes sociales.



MARKETING + ACERCAMIENTO (cont.)

+ Volantes

- + Las plantillas para volantes tienen gráficos similares a los gráficos de los carteles de la campaña. Los volantes son de 8.5 x 11 pulgadas (21.5 x 28 cm). Los volantes vienen en dos versiones: una personalizable para los estados y la otra una versión del USDA no personalizable.
- + El folleto puede ser una pieza complementaria al aviso de trabajo consolidado. Considere la posibilidad de enviar por correo el aviso junto con un volante impreso.

+ Personalización

- + Las plantillas para los volantes personalizables están diseñadas para que los estados o territorios las personalicen con el fin de promocionar los servicios que ofrece su programa SNAP E&T específico. Usted puede personalizar estos materiales de la siguiente manera:
 - Use Adobe Acrobat Pro (no Adobe Reader) para modificar el archivo PDF y la Arial como fuente de letra.
 - Todo el texto entre [corchetes] está dispuesto para su personalización.
 - Añada un llamado a la acción, como "Hable con alguien sobre SNAP E&T hoy", e incluya un número de teléfono para llamar o enviar un mensaje de texto.

- Inserte el código QR de su agencia estatal de SNAP (incluido el Distrito de Columbia, Guam o las Islas Vírgenes) que lleve directamente a la página de su programa.
- Inserte el logotipo de su agencia estatal de SNAP (incluido el Distrito de Columbia, Guam o las Islas Vírgenes).

Cómo insertar el código QR de su estado o territorio:

- + Abra el archivo PDF en Adobe Acrobat Pro.
- + Seleccione "Edit PDF" (Modificar archivo PDF) en la barra de herramientas del lado derecho.
- + Encuentre el código QR en el cartel, selecciónelo y elimínelo.
- + Descargue su código QR personalizado desde la página web de la campaña Más que un trabajo. Una vez descargado, haga clic con el botón derecho para copiar el archivo .png del código QR y luego péguelo en donde estaba el código QR anterior en el volante.
- + Asegúrese de eliminar el texto de instrucción, "Insert State QR code below" (Inserte el código QR del estado), que aparece arriba del código.

GUÍA PARA LA CAMPAÑA

+ Colores

- + Al distribuir los materiales de la campaña de **Más que un trabajo** (gráficos en redes sociales, videos, carteles, volantes, folletos, anuncios, etc.), use los colores de la paleta de colores de la campaña.



#6142a3 C: 74
R: 98 M: 87
G: 67 Y: 0
B: 164 K: 0



#40ba61 C: 72
R: 64 M: 0
G: 187 Y: 84
B: 97 K: 0



#bf2124 C: 18
R: 192 M: 99
G: 33 Y: 100
B: 35 K: 0



#f57317 C: 0
R: 245 M: 68
G: 115 Y: 100
B: 23 K: 0



#00adf0 C: 69
R: 0 M: 15
G: 173 Y: 0
B: 240 K: 0



#034d36 C: 90
R: 3 M: 42
G: 77 Y: 82
B: 54 K: 45

Leyenda: C=Turquesa
R=Rojo M=Magenta
G=Verde Y=Amarillo
B=Azul K=Negro

Usar los colores del logotipo de SNAP en los materiales de la campaña establece una conexión importante para los participantes entre SNAP E&T y SNAP. En las sesiones para escuchar a los participantes, aprendimos que esto establece credibilidad y reconocimiento de marca.

+ Fuentes

Uso de fuentes de alta calidad

Más (Mundial Bold)
que un trabajo. (Mundial Regular)

Mundial está disponible para su compra en sitios de fuentes de alta calidad y para su descarga desde Adobe Fonts.

Uso de fuente predeterminada / en la web

Más (Arial Black)
que un trabajo. (Arial Regular)

Use Arial como la fuente predeterminada de respaldo si Mundial no está disponible, así como para las páginas web en línea.

+ Testimonios

Muchos de nuestros materiales de marketing listos para imprimir incluyen testimonios de participantes de SNAP E&T. Considere la posibilidad de usar estos testimonios en textos para redes sociales u otros materiales promocionales, a fin de humanizar el programa, y presentar los resultados y logros a los participantes de SNAP.



Visite la [página web de la campaña](#) para acceder a nuestra guía de redes sociales y ver ejemplos de cómo usar citas de los testimonios en los textos a publicar en las redes sociales.

Considere la posibilidad de recopilar testimonios adicionales de personas que hayan participado en el programa SNAP E&T de su estado y utilizarlos como parte de sus iniciativas de marketing. Los testimonios deben ser cortos, de menos de 50 palabras. En el lado derecho de esta página se detalla un resumen de la información que podría recopilar para

el testimonio, incluyendo algunas solicitudes de información de muestra. Los testimonios no deben compartirse si el participante no ha firmado un permiso de divulgación.

+ Datos biográficos:

- Nombre (confirmar con los participantes si su nombre y ocupación se pueden incluir en el testimonio; si no, puede aparecer como "Participante de SNAP E&T". No use los apellidos).
- ¿Está actualmente empleado, o participa en un programa educativo o de capacitación?
 - Si es así, ¿cuál es su trabajo, o el programa educativo o de capacitación en el que participa?

+ Solicitudes de información:

- ¿Por qué empezó a participar en SNAP E&T?
- Describa su experiencia con el programa SNAP E&T y cómo ha impactado en su vida.
- ¿Qué diría para animar a alguien interesado en participar en SNAP E&T?

El uso de testimonios en marketing es poderoso. En nuestras sesiones para escuchar a los participantes de SNAP, estos señalaron las historias de la vida real como una de las tácticas de marketing más convincentes.

+ Lenguaje

Al hablar de SNAP E&T, evite usar palabras que se puedan recibir como negativas o condescendientes, tales como: autosuficiente, ayuda, solución, etc. Use un lenguaje positivo y respetuoso que se centre en las experiencias de los participantes y los beneficios del programa. Mantenga el lenguaje y los mensajes directos, y use un lenguaje sencillo.

Palabras positivas que los participantes de SNAP y el personal del programa asocian con SNAP E&T:

- + Opportunity
- + Support
- + Accessible
- + Flexible
- + Uplift
- + Educational
- + Success

+ Códigos QR

Añada el código QR personalizado de su estado o territorio a los materiales de marketing de la campaña. SNAP ha creado un banco de códigos QR que llevan directamente a los sitios web del programa SNAP E&T. El uso de códigos QR en los volantes permitirá a los participantes acceder a la información que sea relevante para ellos.

A los participantes de SNAP les gusta recibir comunicaciones sobre su participación en el programa SNAP en su teléfono celular. Los códigos QR son fáciles de acceder y de usar en dispositivos móviles.