



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



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

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



## **Diseño de material informativo**

para el Observatorio en Salud Sexual y Reproductiva - OSAR - Juvenil Guatemala acerca del uso del misoprostol para evitar la muerte materna.

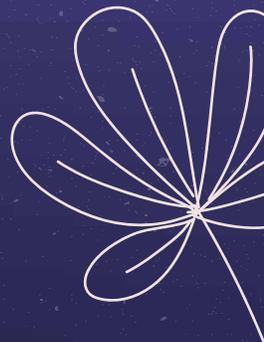
Proyecto elaborado por:

**Andrea Elizabeth Aguilar Andrade**

para optar al título de:

**Licenciada en Diseño Gráfico**

Guatemala, mayo de 2024







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



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

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

**Diseño de material informativo**  
para el Observatorio en Salud Sexual y  
Reproductiva - OSAR - Juvenil Guatemala  
acerca del uso del misoprostol para evitar  
la muerte materna.

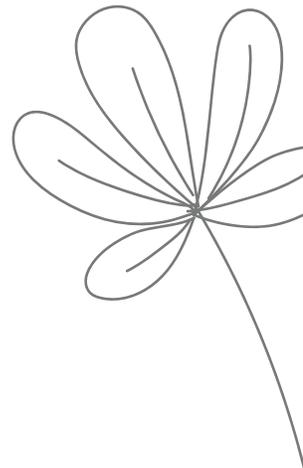
Proyecto elaborado por:

**Andrea Elizabeth Aguilar Andrade**

para optar al título de:

**Licenciada en Diseño Gráfico**

Guatemala, mayo de 2024





## Junta Directiva

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini.  
**Decano.**

MSc. Lcda. Ilma Judith Prado Duque.  
**Vocal II.**

Arqta. Mayra Jeanette Díaz Barrillas.  
**Vocal III.**

Br. Oscar Alejandro La Guardia Arriola.  
**Vocal IV.**

Br. Laura del Carmen Berganza Pérez.  
**Vocal V.**

M.A. Arq. Juan Fernando Arriola Alegría.  
**Secretario.**

## Tribunal Examinador

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini.  
**Decano.**

M.A. Arq. Juan Fernando Arriola Alegría.  
**Secretario.**

MSc. Lic. Luis Gustavo Jurado Duarte.  
**Asesor Metodológico.**

MSc. Lcda. Ileana Reina.  
**Asesora Gráfica.**

Médica y cirujana, Mirna Jeaneth Montenegro Rangel.  
**Tercera Asesora.**



## Agradecimientos

**A Dios:** por protegerme todos los días de mi vida, por darme la sabiduría y el conocimiento necesario para superar los obstáculos; por permitirme crecer en una familia llena de amor y por darme la oportunidad de continuar con las promesas que tiene para mi vida. "Y todo lo que hagan, de palabra o de obra, háganlo en el nombre del Señor Jesús, dando gracias a Dios el Padre por medio de Él." - Colosenses 3:17

**A mi mamá, Kathy Andrade:** por su inquebrantable fe en mí y su apoyo constante en cada paso de mi vida. Sus consejos y su amor son fundamentales en el logro de esta meta, y sin ellos, no habría sido posible. Gracias por estar siempre presente.

**A mi papá, Milton Aguilar y Marina Martínez:** por ser mi fuente de inspiración y despertar mi creatividad. Su apoyo incondicional y su amor son invaluable. Gracias por estar siempre presentes, por sus sabios consejos y por creer en mí en todo momento.

**A mis abuelos, Hilda y José:** quienes han sido mucho más que simples abuelos para mí. Su constante cuidado, apoyo inquebrantable y amor incondicional han sido un pilar en mi vida. Gracias por siempre estar ahí para mí, por sus sabios consejos y por la positiva influencia que han tenido en mi desarrollo. Su presencia ha significado mucho y estoy eternamente agradecida.

**A mi abuelo Víctor Andrade:** por todo lo que ha hecho en mi vida. Su amor, apoyo y sabiduría han sido un regalo inmenso. Ha sido una fuente constante de inspiración y enseñanza, y cada momento a su lado ha sido invaluable. Gracias por compartir sus experiencias, por sus consejos sabios y por su amor incondicional.

**A mis hermanos, Sophia, Saraí y Joshua:** su apoyo y amor incondicional me han brindado las fuerzas necesarias para seguir adelante en mi camino. Espero ser un ejemplo de lucha y perseverancia para cada uno de ustedes. Siempre quiero que sepan que estaré a su lado en cualquier momento que lo necesiten. Que este logro sea un recordatorio de que nunca deben dejar de soñar, aprender y esforzarse por alcanzar sus metas.

**A Jackeline Aguilar:** gracias por ser un ejemplo a seguir en mi vida, siempre motivándome a esforzarme por ser la mejor en todo lo que emprendo. Tus consejos y apoyo incondicional han sido invaluable para mí. Gracias por ser una fuente constante de aliento y orientación en mi vida.

**A Luis Osbaldo Aguilar:** gracias por estar siempre presente en mi vida, por cuidar de mi bienestar y felicidad, y por motivarme a perseguir y alcanzar mis metas y sueños. Tu constante apoyo y amor significan el mundo para mí, y estoy agradecida por tenerte en mi vida.

**A Banner David Aguilar (+):** agradezco profundamente el tiempo que compartimos en esta tierra, donde siempre me brindaste tu amor incondicional y apoyo. Tu creencia en mí y tu inspiración constante para perseguir mis sueños son un legado que aprecio enormemente. Aunque tu ausencia se siente, sé que hoy compartimos la alegría de terminar una meta más.

**A Thiago, Lucca y Emanuel:** porque me dan alegrías y amor, que esta dedicación sea un recordatorio de que nunca deben dejar de soñar, aprender y esforzarse. Siempre estaré aquí para apoyarlos en su camino hacia el éxito.

**A Saúl y Thalia:** gracias por formar parte de mi familia, su apoyo, amistad y cariño han sido un regalo invaluable para mi vida. Aprecio profundamente todos los momentos compartidos y las experiencias vividas.

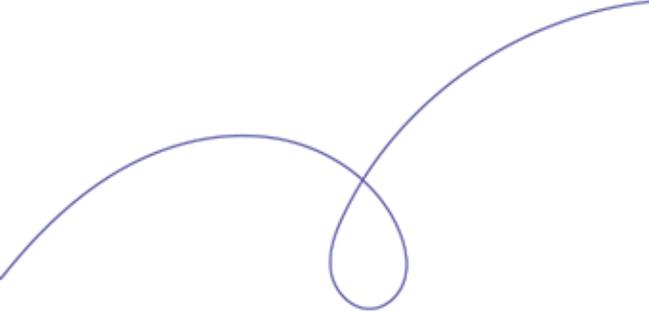
**A Byron Gómez:** quiero agradecerle profundamente por tu amor y tu apoyo a lo largo de estos años, tu constante ánimo, paciencia y amor han sido fuente de inspiración y fortaleza en este camino. Gracias por estar a mi lado, motivándome a dar lo mejor de mí. Tu presencia ha hecho que este logro sea aún más especial y significativo y estoy agradecida por tenerte a mi lado y compartir este viaje juntos.

**A mis amigos:** gracias por compartir durante todo este proceso, por las enseñanzas y el apoyo para seguir siendo mejores cada día. Cada uno de ustedes ha sido una fuente constante de motivación y alegría. Juntos, hemos superado desafíos, celebrado éxitos y creado recuerdos que atesoraré para siempre.

**A mis asesores:** Msc. Lic. Gustavo Jurado, MSc. Lcda. Ileana Reina y doctora Mirna Montenegro, por su apoyo, paciencia y dedicación durante todo el proceso, sin el cual no hubiera sido posible este logro.

**A la institución OSAR Guatemala:** por brindarme la oportunidad de llevar este proyecto a cabo, por su interés y su apoyo en todo el proceso, gracias a Sebastián Cabrera y a la doctora Mirna Montenegro por su apoyo.

**A la Universidad de San Carlos de Guatemala:** por brindarme la extraordinaria oportunidad de continuar con mis estudios superiores, por darme experiencias únicas dentro de sus instalaciones y el poder conocer a personas que marcaron mi vida significativamente.



# Índice

## 01 | Introducción

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| 1.1. Antecedentes del problema | 17 |
| 1.2. Definición del problema   | 19 |
| 1.3. Justificación             | 20 |
| 1.4. Objetivos                 | 22 |

## 02 | Perfiles

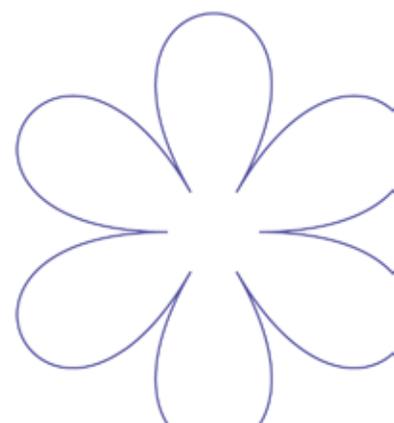
|                               |    |
|-------------------------------|----|
| 2.1 Perfil de la institución  | 26 |
| 2.2 Perfil del grupo objetivo | 35 |

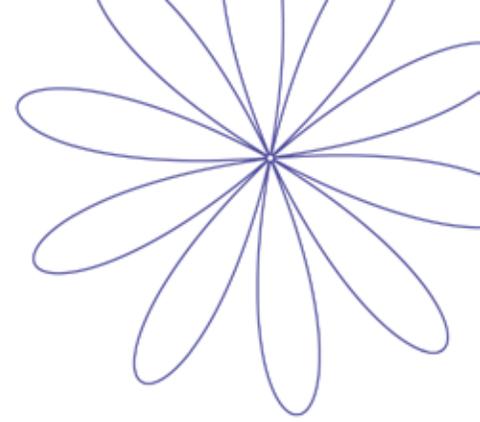
## 03 | Planeación operativa

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 3.1 Flujograma           | 40 |
| 3.2 Cronograma           | 42 |
| 3.3 Prevención de costos | 44 |

## 04 | Marco teórico

|  |    |
|--|----|
| 4.1. Crecer y florecer, la maternidad, las comadronas y su rol importante en la sociedad.      | 48 |
| 4.2. Creando cambios visuales  | 54 |
| 4.3. Construyendo puentes visuales, diseño de material editorial y diseño para redes sociales. | 56 |





## **05** Definición creativa

|  |    |
|--|----|
| 5.1 Brief  | 62 |
| 5.2 Recopilación de referencias visuales                         | 63 |
| 5.3 Descripción de la estrategia de las piezas de diseño gráfico | 65 |
| 5.4 Definición del concepto creativo                             | 68 |
| 5.5 Premisas de diseño   | 72 |

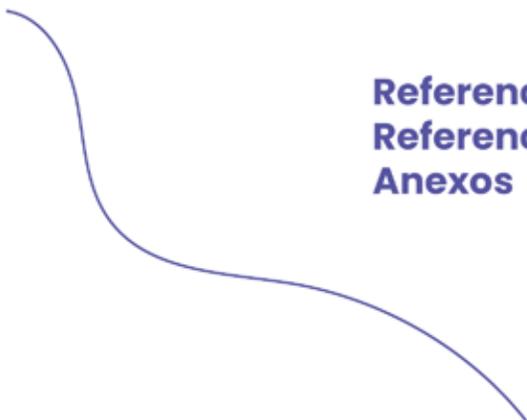
## **06** Producción gráfica

|  |     |
|--|-----|
| 6.1 Nivel de visualización 1                         | 76  |
| 6.2 Nivel de visualización 2                         | 83  |
| 6.3 Nivel de visualización 3                         | 88  |
| 6.4 Propuesta final                                  | 93  |
| 6.5 Fundamentación                                   | 101 |
| 6.6 Lineamientos para la puesta en práctica          | 111 |
| 6.7 Aporte económico del estudiante a la institución | 114 |

## **07** Síntesis del proceso

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 7.1 Conclusiones         | 118 |
| 7.2 Recomendaciones      | 119 |
| 7.3 Lecciones aprendidas | 120 |

|                                   |            |
|-----------------------------------|------------|
| <b>Referencias bibliográficas</b> | <b>122</b> |
| <b>Referencias en línea</b>       | <b>123</b> |
| <b>Anexos</b>                     | <b>126</b> |





## Presentación

El presente proyecto tiene como objetivo apoyar a OSAR Guatemala en la promoción del uso seguro y efectivo del misoprostol como una herramienta para prevenir la muerte materna entre las comadronas que facilitan el parto en casa en los departamentos del territorio nacional en Guatemala.

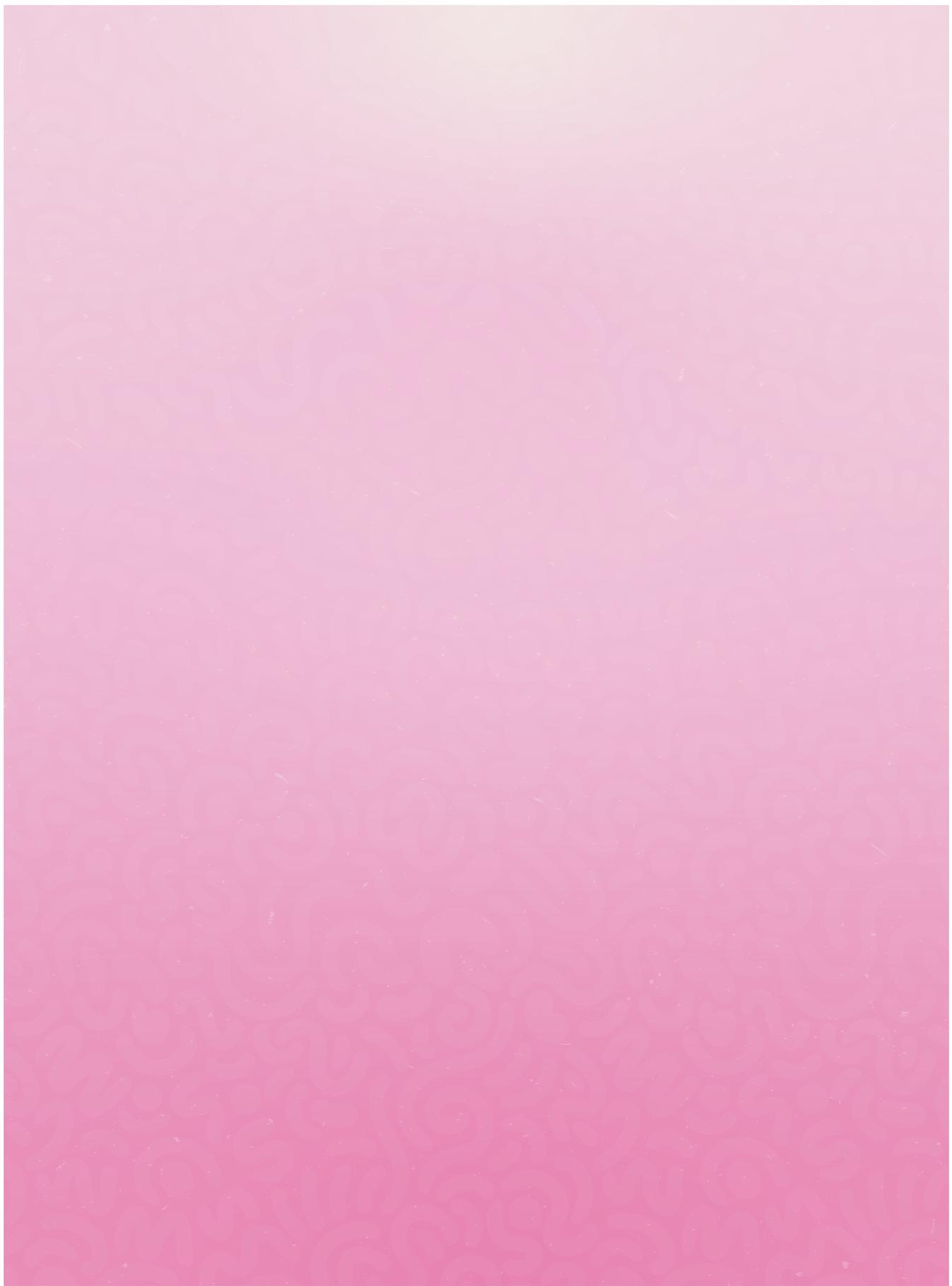
Esto se realizará mediante el diseño de material informativo para comadronas de las cabeceras municipales de Alta Verapaz y Huehuetenango con información y recomendaciones sobre el uso del misoprostol para prevenir la muerte materna. Adaptando así la información brindada por el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, a materiales que sean entendibles, llamativos y fáciles de reproducir.

A través de este proyecto se explicará la justificación de la investigación realizada, resaltando los logros obtenidos y los potenciales beneficios del mismo.

El contenido del proyecto está organizado en los siguientes capítulos: capítulo uno, Introducción; capítulo dos, perfiles; capítulo tres, planeación operativa; capítulo cuatro, marco teórico; capítulo cinco, definición creativa; capítulo seis, producción gráfica y capítulo siete; síntesis del proceso.

Cada capítulo de este proyecto se centra en el proceso e investigación detrás de la producción gráfica, así como en su fundamentación, usos, reproducción y el aporte económico que representa para la institución.

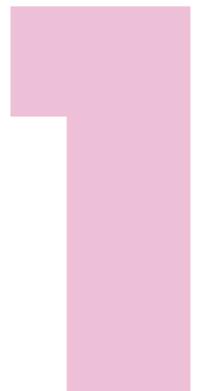
Quiero expresar mi agradecimiento a todas las personas que contribuyeron en la elaboración de este proyecto. Su invaluable participación ha sido fundamental para su desarrollo y éxito.



## Capítulo I: introducción

**Antecedentes | Definición Problema | Justificación | Objetivos**

En este capítulo se presentará la institución con la cual se realizará el proyecto, sus antecedentes y la definición del problema que se abordará, resaltando su importancia. Se explica la justificación de la investigación, destacándose su relevancia y beneficios potenciales. Finalmente, se establecen los objetivos que guiarán el desarrollo del proyecto.



El Observatorio en Salud Reproductiva fundamenta su trabajo sobre la base del seguimiento sistemático y la aplicación de herramientas para la construcción de indicadores y recolección de datos que permitan contar con información oportuna y de calidad sobre el avance y desafíos de los procesos de implementación de las políticas.<sup>1</sup>

El Observatorio en Salud Sexual y Reproductiva – OSAR – abre en 2008, con sede en la 6a calle 1-36, zona 10, Edificio Valsari. Oficina 702, de la Ciudad de Guatemala, con el trabajo en coordinación con participantes jóvenes. Esta serie de acciones inicia a partir de la primera Carta Acuerdo “Prevenir con Educación” entre el Ministerio de Educación y el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social. En seguimiento a estos procesos impulsados con involucramiento de personas jóvenes, durante 2016 nace el Observatorio en Salud Sexual y Reproductiva – OSAR – Juvenil Guatemala como una alianza de jóvenes para jóvenes con el objetivo de colocar como prioridad los derechos sexuales y reproductivos de las y los adolescentes y jóvenes, prevenir embarazos en adolescentes, prevenir la violencia sexual, erradicar el VIH y el VIH avanzado, empoderar a las niñas y adolescentes para que decidan sobre su cuerpo y sus vidas, exigir que se brinde Educación Integral en Sexualidad y que se cuenten con servicios de atención diferenciados para adolescentes y jóvenes.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Observatorio en Salud Sexual y Reproductiva – OSAR- “Informe Anual”, Guatemala, Consultado el 22 de mayo de 2023, <https://osarguatemala.org/wp-content/uploads/2020/04/Informe-anual-2018-ISDM-OSAR-.pdf>

<sup>2</sup> Observatorio en Salud Sexual y Reproductiva – OSAR- “Quiénes Somos”, Guatemala, Consultado el 22 de mayo de 2023, <https://osarguatemala.org/quienes-somos/>

## 1.1 Antecedentes del problema

En todo el mundo, la mayoría de las muertes maternas ocurre en países en desarrollo, donde las mujeres tienen poco o ningún acceso a los servicios de salud.<sup>1</sup> La reducción de la mortalidad y la morbilidad maternas es una prioridad para muchos departamentos nacionales de salud y para organizaciones internacionales, incluida la Organización Mundial de la Salud (OMS).

Guatemala se encuentra entre los 11 países con los más altos índices de mortalidad materna de Latinoamérica. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) una mujer embarazada en un país en vías de desarrollo tiene 100 a 200 veces más riesgo de morir que una mujer en un país desarrollado.<sup>3</sup>

Diferentes estudios destacan la influencia que los factores sociodemográficos y obstétricos ejercen sobre la ocurrencia de la muerte materna, como son la edad, etnia, estado civil, escolaridad, número de gestaciones, periodo del embarazo, lugar del parto y persona que lo asiste, accesibilidad a los servicios de salud y su utilización .

La muerte materna sigue siendo una problemática de salud pública en Guatemala que afecta gravemente a las mujeres y a sus familias, especialmente en las zonas rurales y marginadas del país. Según datos del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, se estima que cada año mueren alrededor de 180 mujeres debido a complicaciones relacionadas con el embarazo, el parto y el puerperio.

Las causas principales de muerte materna en Guatemala incluyen la hemorragia postparto, la eclampsia, la sepsis puerperal y la obstrucción del trabajo de parto. Además, la falta de acceso a servicios de atención médica de calidad, la desigualdad social y económica, y la discriminación hacia las mujeres son factores que contribuyen significativamente a esta problemática.<sup>4</sup>

Las áreas de salud de Huehuetenango, Alta Verapaz, en Quiché reportaron 36.6% de muertes maternas a nivel nacional, siendo las áreas más afectadas por número y proporción junio de 2022 el número de muertes maternas tuvo incremento de 5.1% respecto al año anterior, el grupo de pertenencia maya presentó la mayor proporción de muertes maternas.

Según datos preliminares, más del 88.5% de las muertes probablemente fueron prevenibles.<sup>5</sup>

<sup>3</sup> Cristian M. Aroche, Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, "Situación Epidemiológica de muerte materna de enero hasta junio de 2022, Guatemala", Consultado el 22 de mayo del 2023, <https://epidemiologia.mspas.gob.gt/phocadownload/userupload/muerte-materna/mm-enero-junio-2022.pdf>

<sup>4</sup> Petersen, E. E., Davis, N. L., Goodman, D., Cox, S., Mayes, N., E., Syverson, C., & Barfield, W. "Pregnancy-related deaths, and Strategies for prevention", Consultado el 22 de mayo de 2023, <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31071074/>

<sup>5</sup> Oficina de Comunicaciones, "¿Se puede prevenir la morbilidad y la mortalidad maternas?", Consultado el 22 de mayo de 2023, <https://espanol.nichd.nih.gov/salud/temas/maternal-morbidity-mortality/informacion/prevenir>

Este se ha vuelto un problema social debido a múltiples factores interrelacionados que influyen en su incidencia. Uno de los principales factores es la falta de acceso a servicios de salud materna de calidad, especialmente en las zonas rurales y marginadas del país. En estas áreas, las mujeres enfrentan barreras económicas, geográficas, culturales y lingüísticas que dificultan su acceso a atención prenatal, atención médica durante el parto y el puerperio, y atención de emergencia en caso de complicaciones. Además, las desigualdades sociales y económicas son un factor determinante en la mortalidad materna en Guatemala. Las mujeres más pobres y con menor educación tienen mayor riesgo de morir por causas relacionadas con el embarazo y el parto. Esto se debe a que la pobreza limita el acceso a alimentos nutritivos, agua potable, saneamiento y otros recursos que son esenciales para una buena salud materna.<sup>6</sup>

La discriminación de género también es un factor que contribuye a la mortalidad materna en Guatemala, esta limita el acceso de las mujeres a recursos y servicios de salud, y también limita su capacidad para tomar decisiones informadas sobre su propia salud. La muerte materna en Guatemala es un problema social

complejo que requiere de un enfoque multidimensional para abordarlo de manera efectiva.<sup>7</sup>

En 2019, se introdujo el uso de misoprostol en el parto domiciliario el cual es administrado por comadronas. Ellas recibieron un proceso de capacitación, estrategia que se implementó en 6 municipios de Huehuetenango: Santa Eulalia, San Mateo Ixtatán, San Miguel Acatán, San Juan Ixcoy, Santa Cruz Barillas y San Pedro Soloma. Se priorizaron estos territorios debido a los altos porcentajes de parto domiciliario, número de muertes maternas por retención placentaria y atonía uterina y por el acceso que dificultan el traslado de las mujeres a un servicio de salud.<sup>8</sup>

Todo esto fue desarrollado e implementado a través del Programa Nacional en Salud Reproductiva del Ministerio de Salud y Asistencia Social (MSPAS), el Observatorio de Salud Sexual y Reproductiva (OSAR), Asociación de Ginecología y Obstetricia de Guatemala (AGOG) y las asociaciones LUNA y FUNDAECO. En

6 MINEDUC, y UNESCO. "Compendio de investigaciones: Educación Integral en Sexualidad desde la perspectiva de diferentes actores", Consultado el 22 de mayo del 2023, [https://www.mineduc.gob.gt/digeduca/documents/investigaciones/2015/Compendio\\_de\\_investigaciones\\_sobre\\_sexualidad.pdf](https://www.mineduc.gob.gt/digeduca/documents/investigaciones/2015/Compendio_de_investigaciones_sobre_sexualidad.pdf).

7 Melo, María José, y Nelson Zicava. "Competencias Parentales En Educación Sexual", Consultado el 22 de mayo de 2023, <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=459545417003>.

8 Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, Ministerio de Educación. "Guía de uso de Misoprostol en el postparto domiciliario asistido por comadrona", Consultado el 22 de mayo de 2023, <https://osarguatemala.org/PNSR/Normativa/Componente%20de%20Materno/Guia-Misoprostol.pdf>

conjunto se realizaron las capacitaciones a las comadronas, además de proveerles dosis de misoprostol para utilizarse con mujeres después del parto de acuerdo a las condiciones establecidas.

### 1.2 Definición del problema

El Observatorio en Salud Sexual y Reproductiva – OSAR – Juvenil Guatemala es una institución de jóvenes para jóvenes, como institución tienen la necesidad de brindar información a la población sobre el embarazo adolescente, la salud sexual, las ITS, diversidad sexual, la salud maternay otros.

Entre ellos cuentan con un programa dirigido a comadronas para informarles y recomendarles sobre nuevos métodos para el cuidado de la salud de las madres.

Entre estos programas se encuentra el problema de la desinformación sobre el uso del misoprostol para la prevención de la muerte materna, esta falta de conocimiento preciso y completo sobre las características, indicaciones, dosificación y efectos del misoprostol en la prevención de la muerte materna ha llevado a malentendidos, miedos infundados, decisiones incorrectas y, en última instancia, puede contribuir a un uso inadecuado o subutilización de esta herramienta médica importante para la salud materna.

### 1.3 Justificación del proyecto

#### Transcendencia

OSAR Guatemala ha trabajado como agente de cambio social en Guatemala, constituyéndose con el propósito de monitorear el cumplimiento del Estado en la implementación del marco legal, convenios e instrumentos internacionales a favor de la salud reproductiva en Guatemala. Se constituye como un foro permanente en respuesta a la creciente necesidad de información de calidad y análisis para la toma de decisiones, generación de alianzas, en el seguimiento a políticas públicas sobre salud sexual y reproductiva que demanda la ciudadanía guatemalteca.

Como diseñadores se busca intervenir para transmitir estos proyectos con una calidad gráfica que facilite la comunicación entre el grupo objetivo y la asociación, ayudando así que los programas, campañas y proyectos lleguen al 62.4% de la población guatemalteca que vive en pobreza.

Así benefician a largo plazo con el acceso a la información a comadronas que facilitan el parto en casa en los departamentos del territorio nacional.

### **Incidencia**

El diseño incidirá en la aportación de identidad visual e institucional en campañas de alto impacto para la fundación OSAR Guatemala, esto por medio de la creación de una línea gráfica, con paletas de color, normas de diagramación, elementos visuales e imágenes que sean reconocibles como parte de la campaña de la asociación. Así se aporta al conocimiento sobre el uso del misoprostol para la prevención de la muerte materna a comadronas que facilitan el parto en casa en los departamentos del territorio nacional.

### **Factibilidad**

El proyecto cuenta con el apoyo de parte de la institución, principalmente para los coordinadores del proyecto; ya que están de acuerdo con la falta de material que se tiene para brindar las recomendaciones dadas por los doctores en las capacitaciones. Se llegó al acuerdo con la institución que el material trabajado les será entregado digitalmente para que ellos sean los encargados de su reproducción, así mismo tanto la Escuela de Diseño Gráfico como la institución llegaron al acuerdo de trabajar el EPS a distancia debido a la situación que en ese momento atravesaba la Universidad de San Carlos de Guatemala, otorgándole a la epesista comunicación directa con el coordinador juvenil.

### 1.4 Objetivos

#### Objetivo General

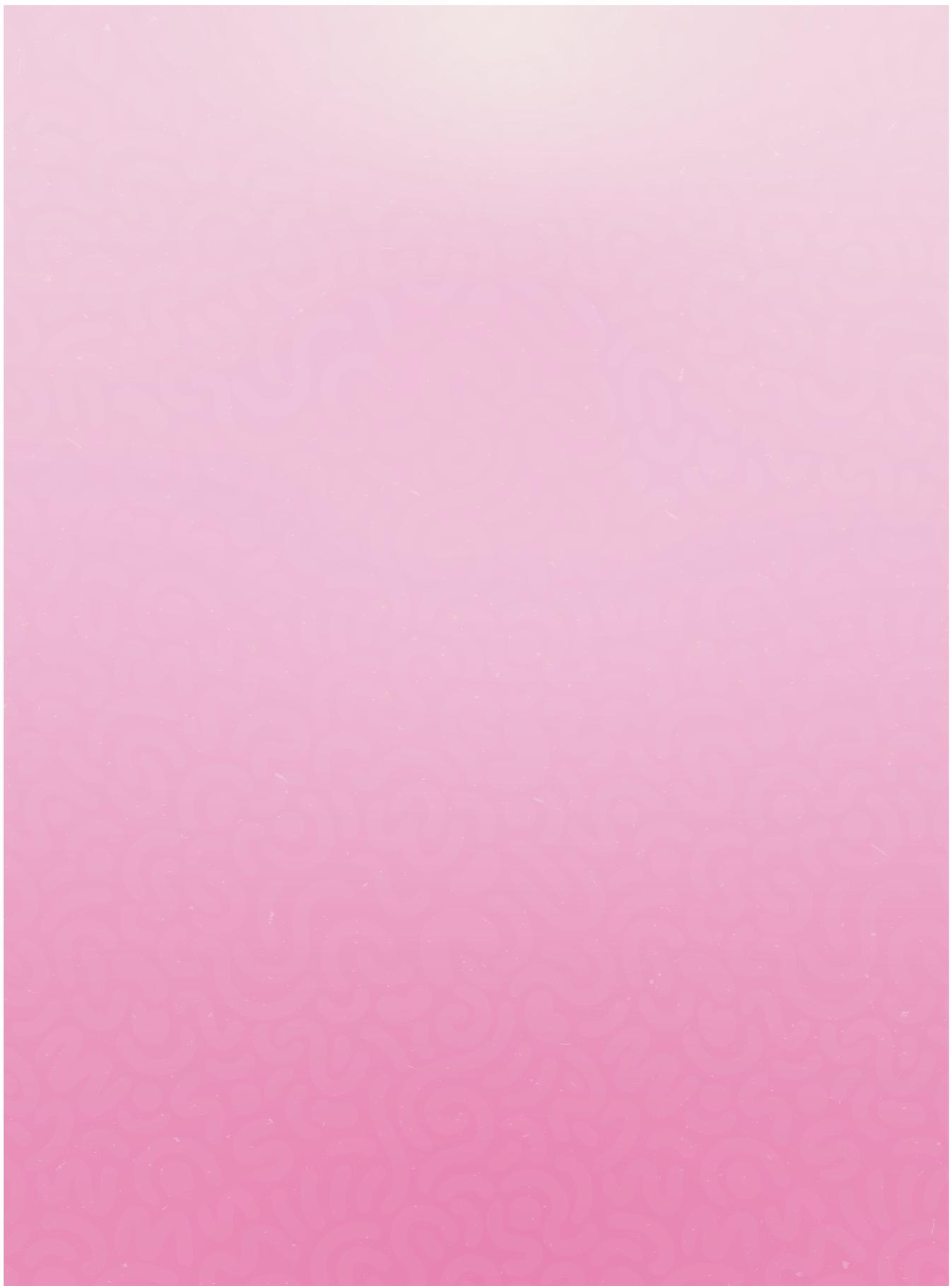
Apoyar a OSAR Guatemala en la promoción del uso seguro y efectivo del misoprostol como una herramienta para prevenir la muerte materna entre las comadronas que facilitan el parto en casa en los departamentos del territorio nacional en Guatemala.

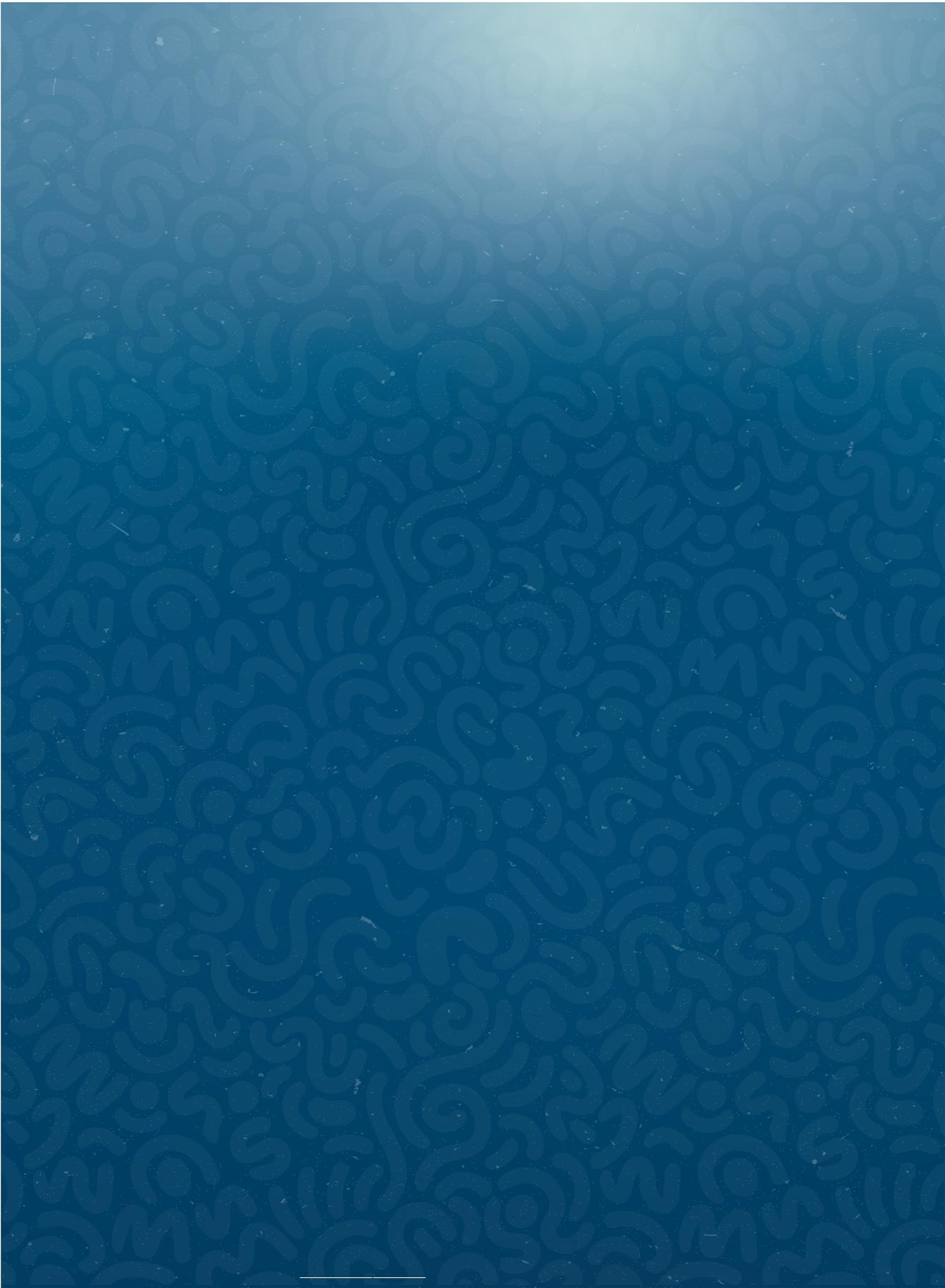
#### Objetivo de Comunicación

Facilitar al proceso de conocimiento de las comadronas sobre el uso del misoprostol para prevenir la muerte materna, por medio del material brindando con la información y recomendaciones del Ministerio de Salud y el Observatorio de Salud Sexual y reproductiva.

#### Objetivo de Diseño

Diseñar material informativo para comadronas de las cabeceras municipales de Alta Verapaz y Huehuetenango con información y recomendaciones sobre el uso del misoprostol para prevenir la muerte materna. Adaptando así la información brindada por el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, a materiales que sean entendibles, llamativos y fáciles de reproducir.





## Capítulo II: perfiles

### Perfil del cliente | Perfil del Grupo Objetivo

En este capítulo, se proporciona una descripción de la institución, incluyendo sus necesidades, áreas de trabajo y más. Se presentan los antecedentes gráficos, tales como datos visuales y representaciones con los cuales cuenta la institución. Además, se detalla el perfil del grupo objetivo, resaltando sus características demográficas y psicográficas, con el propósito de definir claramente la audiencia a la que se dirige el proyecto.

# 2

### 2.1 Perfil de la institución

#### ¿Quiénes son?

El Observatorio de Salud Sexual y Reproductiva - OSAR - Guatemala es una alianza para el monitoreo de la implementación de políticas en salud sexual y reproductiva.<sup>9</sup>

Buscan promover, orientar y velar por el cumplimiento de los derechos reproductivos y sexuales por medio de diferentes programas a través de una red departamental de observatorios, los cuales son una oportunidad para la participación de mujeres, sociedad civil, profesionales e investigadores, que contribuyan a generar información para reducir las desigualdades en el sistema de salud, principalmente en la salud reproductiva

#### Marco histórico de la institución

El Congreso de la República de Guatemala, en cumplimiento de su función de fiscalización, en alianza con la Facultad de Ciencias Médicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Ciencias Médicas y de la Salud de la Universidad Mariano Gálvez, el Instituto Universitario de la Mujer de la USAC, la Instancia por la Salud y el Desarrollo de las Mujeres, el Colegio de Médicos y Cirujanos, la Asociación Guatemalteca de Mujeres Médicas y la Asociación de Ginecología y Obstetricia de Guatemala impulsa la formación de un Observatorio en Salud Reproductiva, con el fin de monitorear y fiscalizar la implementación de las políticas públicas relacionadas con la salud reproductiva.

Es así como nace El Observatorio en Salud Sexual y Reproductiva - OSAR - en 2008, con el trabajo en coordinación

con participantes jóvenes. Esta serie de acciones inicia a partir de la primera Carta Acuerdo “Prevenir con Educación” entre el Ministerio de Educación y el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.

En seguimiento a estos procesos impulsados con involucramiento de personas jóvenes, durante 2016 nace el Observatorio en Salud Sexual y Reproductiva – OSAR – Juvenil Guatemala como una alianza de jóvenes para jóvenes con el objetivo de colocar como prioridad los derechos sexuales y reproductivos de las y los adolescentes y jóvenes.

El Observatorio en Salud Reproductiva fundamenta su trabajo sobre la base del seguimiento sistemático y la aplicación de herramientas para la construcción de indicadores y recolección de datos que permitan contar con información oportuna y de calidad sobre el avance y desafíos de los procesos de implementación de las políticas. Cuenta con el apoyo de la Embajada de Suecia a través de PASMO Consorcio Ixoquib. Proyecto HEP plus USAID, Farmamundi, PATH.<sup>10</sup>

### **Misión**

Somos un espacio de integración intersectorial, en alianza con el Congreso de la República de Guatemala, que promueve acciones políticas a partir del análisis y manejo de la información estratégica, sobre la situación de la salud reproductiva.

### **Visión**

Ser el referente en salud reproductiva, que orientará la formulación de políticas públicas y el cumplimiento del marco legal vigente para la equidad en salud y la reducción de la mortalidad materna y neonatal.

### **Líneas de trabajo**

- Uso estratégico de la información.
- Incidencia política y auditoría social.
- Investigación.
- Participación ciudadana.

<sup>10</sup> Observatorio en Salud Sexual y Reproductiva – OSAR – “Quiénes Somos”, Guatemala, 2022. <https://osarguatemala.org/quienes-somos/>

### Objetivos organizacionales

- Promover permanentemente el ejercicio de los Derechos Sexuales y Reproductivos en la población con especial énfasis en grupos vulnerables en áreas donde la ISDM (Instancia por la Salud y el Desarrollo de las Mujeres) desarrolla incidencia.
- Contribuir con el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social para asegurar de forma sistemática y a través de las Direcciones de Área de Salud, se brindan a la población, especialmente a las más vulneradas en las áreas de influencia del proyecto con información veraz, oportuna y sencilla sobre los servicios de salud sexual y reproductiva a través de convenios, acuerdos y leyes, mediante abogacía, incidencia y diálogo político.

### Obsevatorios departamentales

- Alta Verapaz.
- Baja Verapaz.
- Sololá.
- Izabal.
- Petén.
- Quetzaltenango.
- Quiché.
- Jutiapa.
- Jalapa.
- Chimaltenango.
- Huehuetenango.
- San Marcos.
- Totonicapán.
- Guatemala.

### Datos de la organización.

- Nombre: Observatorio de Salud Sexual y Reproductiva - OSAR - Juvenil Guatemala
- Dirección: 6a calle 1-36, zona 10, Edificio Valsari; Oficina 702
- Persona de contacto: Sebastián Cabrera
- Correo electrónico: osarjuvenil@osarguatemala.org
- Teléfono: 23623572 / 23342408
- Facebook: Osar Juvenil Guatemala
- Instagram: @osarjuvenilguatemala
- Twitter: @juvenilosar
- Sitio web: www.osarguatemala.org

### ¿Qué hacen?

- Incidencia política.
- Participación en mesas de trabajo interinstitucionales (PLANEA, SCAA, Bi ministerial).
- Alianzas estratégicas.
- Procesos formativos (talleres, capacitaciones, diplomados, cursos).
- Campañas de comunicación.
- Programa de voluntariado.
- Programa de empoderamiento de niñas y adolescentes.
- Programa de prevención de la violencia.
- Procesos de monitoreo y auditoría social.
- Ferias de la salud sexual y reproductiva.
- Expresión y participación juvenil (obras de teatro).

## Organigrama

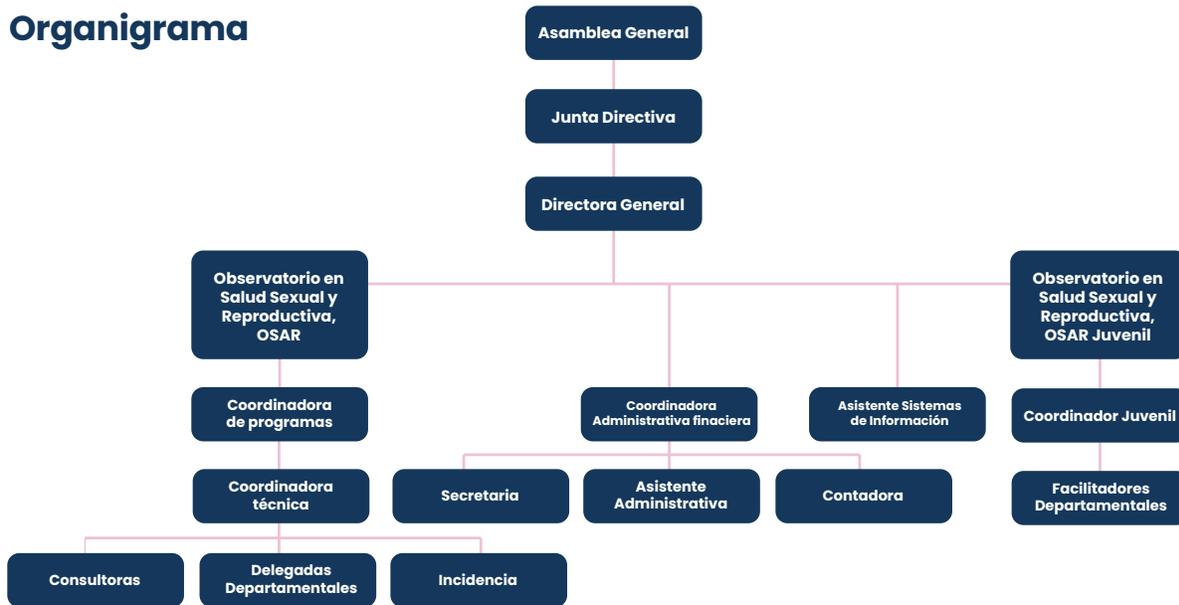


Figura 1. Organigrama OSAR guatemala

## Características de la institución

### Perfil demográfico

- Ubicados en zona 10 de la Ciudad de Guatemala en la sede principal que se encuentra en el Edificio Valsari; Oficina 702.
- La mayoría de los trabajadores de OSAR Juvenil, hombres y mujeres en la etapa de joven y joven adulto.
- Osar trabaja con distintos ministerios de gobernación en el apoyo y la difusión de los derechos de salud sexual y reproductiva.
- Cuentan con distintos programas en distintos departamentos del territorio nacional.

### Perfil psicográfico

- Su objetivo es ser una fuente de información sobre los derechos de salud sexual y reproductiva.
- Cuentan con una jornada de trabajo de 7:00 a 17:00 horas de lunes a viernes.
- Cuentan con oficinas reducidas y un espacio de trabajo pequeño.
- Se encuentran en constante actualización tecnológica.

### Perfil de comportamiento

- Apoyan a distintos institutos, escuela, colegios en la difusión de programas de salud sexual.
- Buscan la constante capacitación de mujeres y hombres con el fin de formar una red de apoyo en temas de derechos sexuales.
- Trabajan distintos programas con instituciones como el MSPAS, MCD, MINEDUC, MINDESCO y la Secretaría de Bienestar Social y más.

### Antecedentes de diseño



Figura 2. Inicio de la página web, <https://osarguatemala.org>



Figura 3. Campaña del día mundial contra el cáncer, tomado de la página web <https://osarguatemala.org>

### ¿Por qué una ley de vacunación EN GUATEMALA?

La vacunación es una de las intervenciones de salud más sencillas y costo efectivas, salva vidas.

#### 01 La vacunación en Guatemala

| La vacunación   | Guatemala  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Alta cobertura de vacunación</li> <li>Alta calidad de la vacuna</li> <li>Alta calidad de la vacuna</li> <li>Alta calidad de la vacuna</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Cobertura de vacunación: 95% y 90% de cobertura</li> </ul> |

Cobertura de vacunación con SPM, GPe y Pentavalente en febrero de 1 año, Guatemala, 2018-2021

| País         | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|--------------|------|------|------|------|
| SPM          | 95%  | 95%  | 95%  | 95%  |
| GPe          | 90%  | 90%  | 90%  | 90%  |
| Pentavalente | 90%  | 90%  | 90%  | 90%  |

#### 02 La ley de vacunación

##### Garantiza

- El acceso universal y gratuito a la vacunación
- La calidad de la vacunación
- El cumplimiento de los requisitos de vacunación

##### Establece el MSPAS (PNI)

- El cumplimiento de los requisitos de vacunación

Figura 4. Campaña de la ley de vacunación, tomado de la página web <https://osarguatemala.org>



Figura 5. Campaña sobre el abuso sexual, tomado de la página web <https://osarguatemala.org>

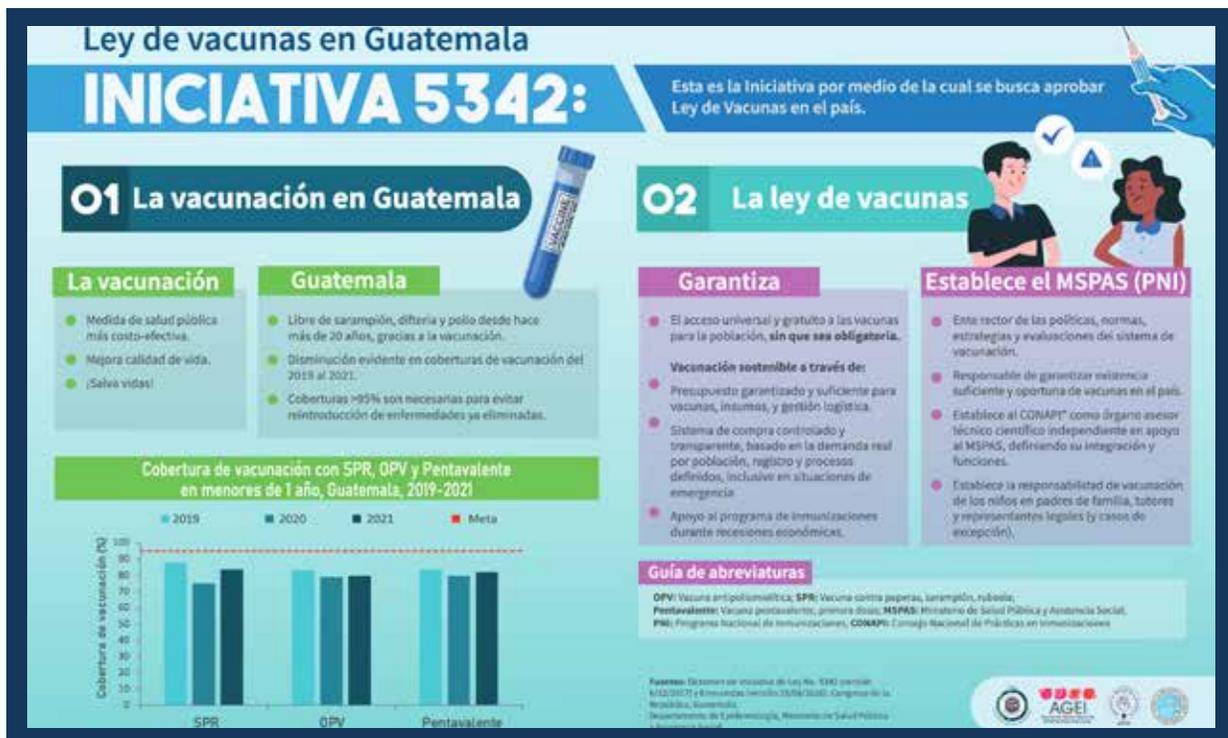


Figura 6. Ley de Vacuna, información digital, <https://osarguatemala.org>

## Perfiles



Figura 7. El libro de Sebas, libro digital, <https://osarguatemala.org/el-libro-de-sebas-2/>



Figura 8. El libro de Tere, libro digital, <https://osarguatemala.org/el-libro-de-tere/>

Figura 9. Campaña del día internacional de la mujer, tomado de la página web-<https://osarguatemala.org>



### 2.2 Perfil del Grupo Objetivo

Comadronas del interior del país de Guatemala, certificadas por el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, con interés en informarse sobre la prevención de la muerte materna con el uso del misoprostol.

#### Características geográficas

- País: Guatemala
- Departamento y municipio: Huehuetenango: Santa Eulalia, San Mateo Ixtatán, San Miguel Acatán, San Juan Ixcay, Santa Cruz Barillas y San Pedro Soloma.

#### Características sociodemográficas

- Edad: entre 40 - 60 años
- Género: femenino
- Etnia: ladina, indígena.
- Idiomas: español
- Escolaridad: grado primario, básico o diversificado
- Ocupación: comadronas, amas de casa.
- Responsabilidad familiar: madres, amas de casa

#### Características socioeconómicas

El grupo objetivo está conformado por personas pertenecientes a un bajo nivel socioeconómico, en su mayoría al nivel D2 (con ingresos mensuales aproximadamente de Q3,400.00).

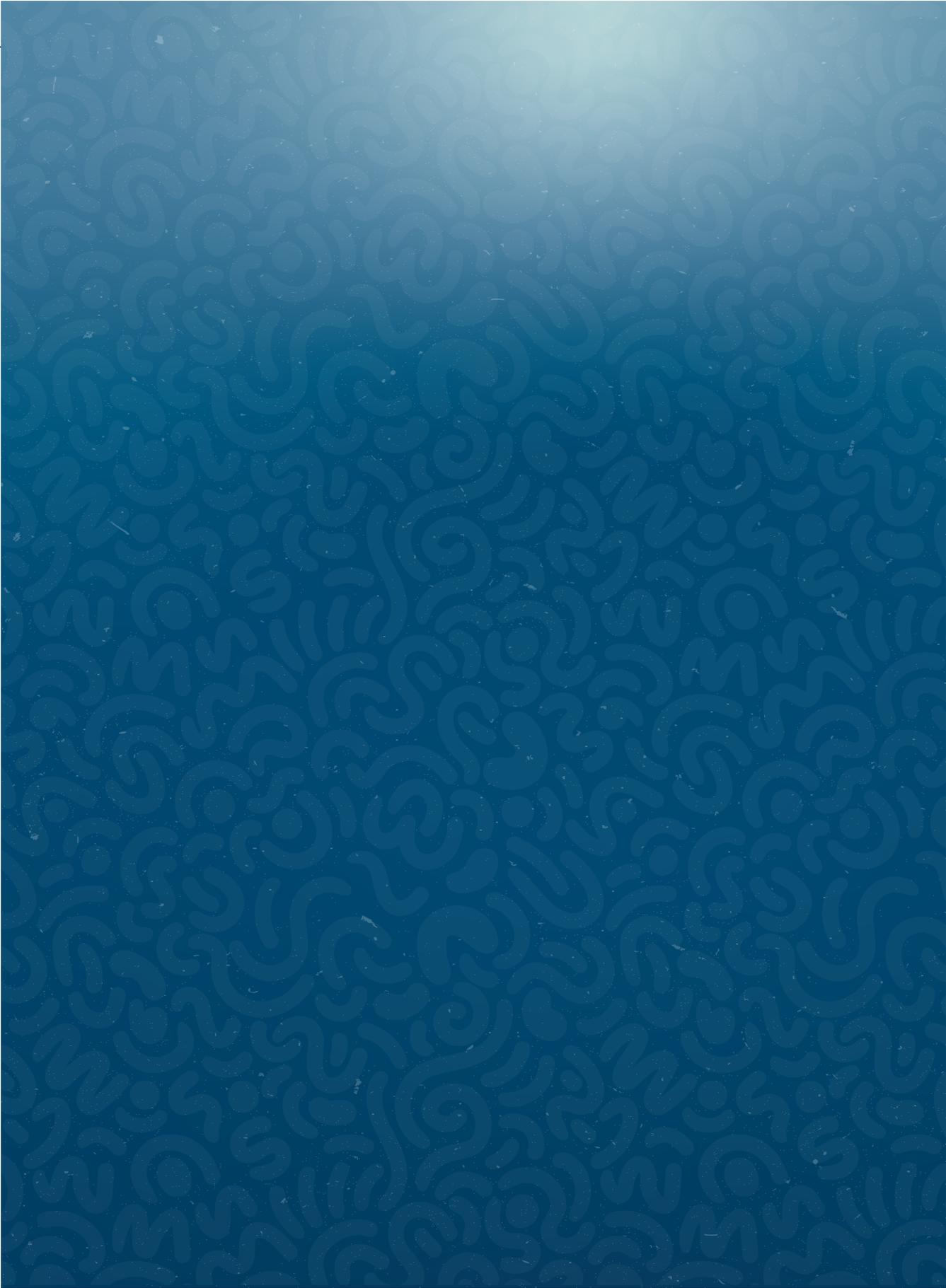
Responsabilidad económica: quienes trabajan utilizan sus ingresos para cubrir gastos familiares y del hogar, debido a que cuentan con personas que son dependientes económicamente de ellos.

### **Características psicográficas**

Mujeres que recibieron escasa formación educativa, principalmente madres de familia, y parteras. Buscan constantemente actualizarse en temas de interés sobre maternidad y partos asistidos. Utilizan medios de comunicación como redes sociales y televisión, son muy visuales y comprenden los mensajes que son cortos y claros.

### **Relación entre el grupo objetivo y la institución**

El grupo objetivo busca cómo actualizarse constantemente en temas de interés sobre maternidad saludable, consumiendo material informativo de OSAR Guatemala y apoyando a las campañas de información en lugares de escasos recursos económicos. Así mismo, buscan el bienestar social de las madres gestantes.





## Capítulo III: planeación operativa

### Flujograma | Cronograma | Prevención de costos

En este capítulo se ejecutará la planeación operativa, la cual es esencial para la realización de las actividades del proyecto y así alcanzar los objetivos propuestos.

Incluye la creación de un flujograma que permitirá visualizar el proceso del proyecto, un cronograma detallado para establecer plazos y la gestión de costos que ayudarán a evidenciar el presupuesto previsto.



### 3.1 Flujograma

A continuación se presenta el flujograma del proyecto, consiste en una figura o gráfico que representa una serie de procesos o un grupo de actividades por medio de símbolos<sup>11</sup>

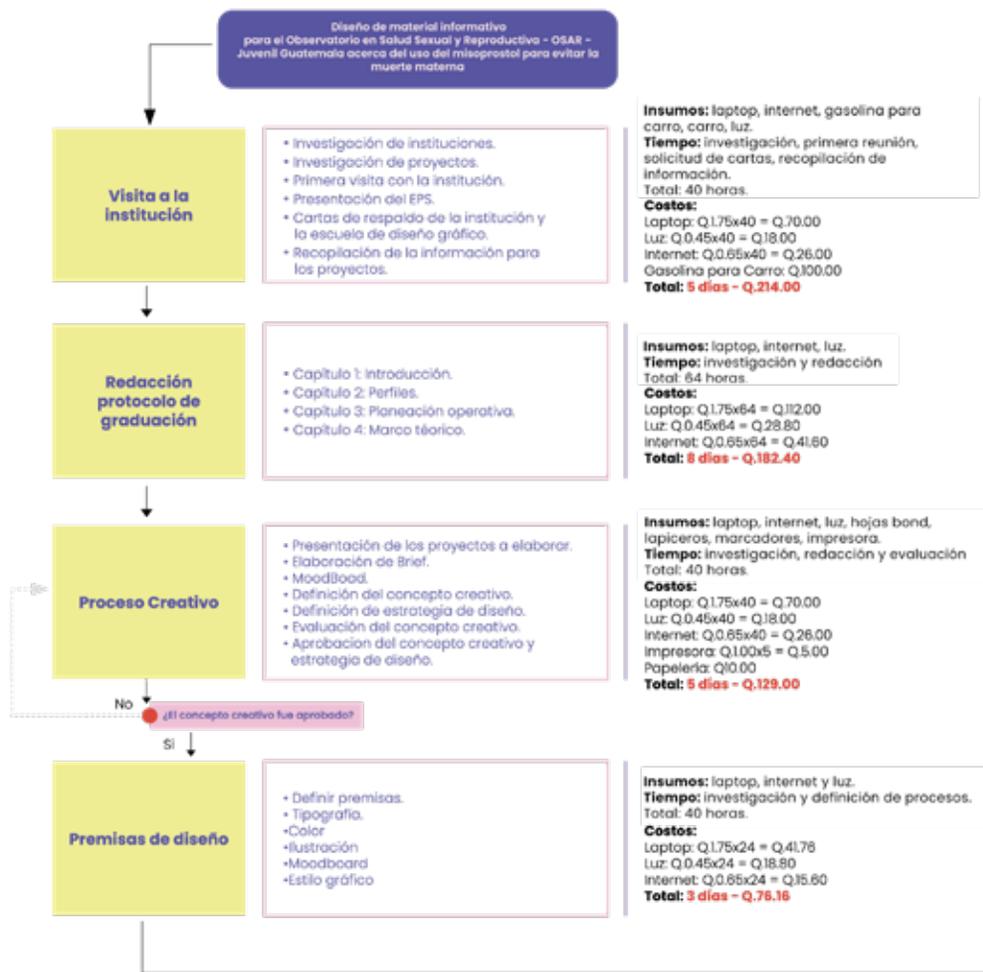




Figura 10. Flujoograma de proyecto de graduación. Elaboración propia.

### 3.2 Cronograma

Un cronograma de trabajo es una representación gráfica y detallada de las actividades, tareas y eventos que deben realizarse en un proyecto, sirve como una hoja de ruta para saber cuándo se espera que estén disponibles las actividades y para que el equipo adquiera claridad sobre cuándo estará trabajando cada uno de los integrantes.<sup>12</sup>

Se utilizará el diagrama de Gantt, ya que este proporciona una representación visual clara y fácil de entender de las tareas y actividades, ayudando a que las personas involucradas en el proyecto tengan una fácil comprensión de cómo se está desarrollando.

| Actividades                                 | Agosto                  |   |   |   |   | Septiembre |   |   |   | Octubre |   |   |   | Noviembre |   |   |   |   |
|---|-------------------------|---|---|---|---|------------|---|---|---|---------|---|---|---|-----------|---|---|---|---|
|   | 1                       | 2 | 3 | 4 | 5 | 1          | 2 | 3 | 4 | 1       | 2 | 3 | 4 | 1         | 2 | 3 | 4 | 5 |
|   | • Ajustes de protocolo. | ■ | ■ |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| • Planteamiento del problema.               |                         | ■ |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| • Justificación.                            |                         | ■ |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| • Objetivos.                                |                         | ■ |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| • Perfil del cliente.                       |                         |   | ■ |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| • Perfil del grupo objetivo.                |                         |   | ■ |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| • Planeación operativa.                     |                         |   | ■ | ■ |   |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| • Marco teórico, ensayo 1.                  |                         |   |   | ■ |   |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| • Marco teórico, ensayo 2.                  |                         |   |   | ■ |   |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| • Marco teórico, ensayo 3.                  |                         |   |   |   | ■ |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| • Definición y técnicas creativas.          |                         |   |   |   | ■ |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| • Concepto creativo.                        |                         |   |   |   |   | ■          |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| • Premisa de diseño.                        |                         |   |   |   |   | ■          |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| • Moodboard y línea gráfica.                |                         |   |   |   |   | ■          |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| • Nivel de visualización 1.                 |                         |   |   |   |   | ■          |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| • Bocetaje nivel 1.                         |                         |   |   |   |   | ■          |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| • Autoevaluación.                           |                         |   |   |   |   | ■          |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| • Nivel de visualización 2.                 |                         |   |   |   |   |            | ■ |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| • Definición nivel de visualización 2.      |                         |   |   |   |   |            | ■ |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| • Bocetaje digital.                         |                         |   |   |   |   |            | ■ |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| • Validación nivel de visualización 2.      |                         |   |   |   |   |            |   | ■ |   |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| • Correcciones nivel de visualización 2.    |                         |   |   |   |   |            |   | ■ |   |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| • Nivel de visualización 3.                 |                         |   |   |   |   |            |   |   | ■ |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| • Creación de prototipos.                   |                         |   |   |   |   |            |   |   | ■ |         |   |   |   |           |   |   |   |   |
| • Validación con grupo objetivo.            |                         |   |   |   |   |            |   |   |   | ■       |   |   |   |           |   |   |   |   |
| • Preparación de artes finales.             |                         |   |   |   |   |            |   |   |   |         | ■ |   |   |           |   |   |   |   |
| • Informe final.                            |                         |   |   |   |   |            |   |   |   |         |   | ■ |   |           |   |   |   |   |
| • Diagramación del protocolo de graduación. |                         |   |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   | ■ |           |   |   |   |   |
| • Entrega de artes finales.                 |                         |   |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   | ■         |   |   |   |   |
| • Presentación ante institución.            |                         |   |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |           | ■ |   |   |   |
| • Entrega de protocolo de graduación.       |                         |   |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   | ■ |   |   |

Figura 11. Cronograma de trabajo del proyecto de graduación. Elaboración propia.

### 3.2 Prevención de costos

El presupuesto es una herramienta empleada para planificar, coordinar y mantener controladas las acciones que realizarán. Esto con el objetivo de que los recursos sean invertidos de forma productiva y se eviten gastos que no contribuyan al proyecto.<sup>13</sup>

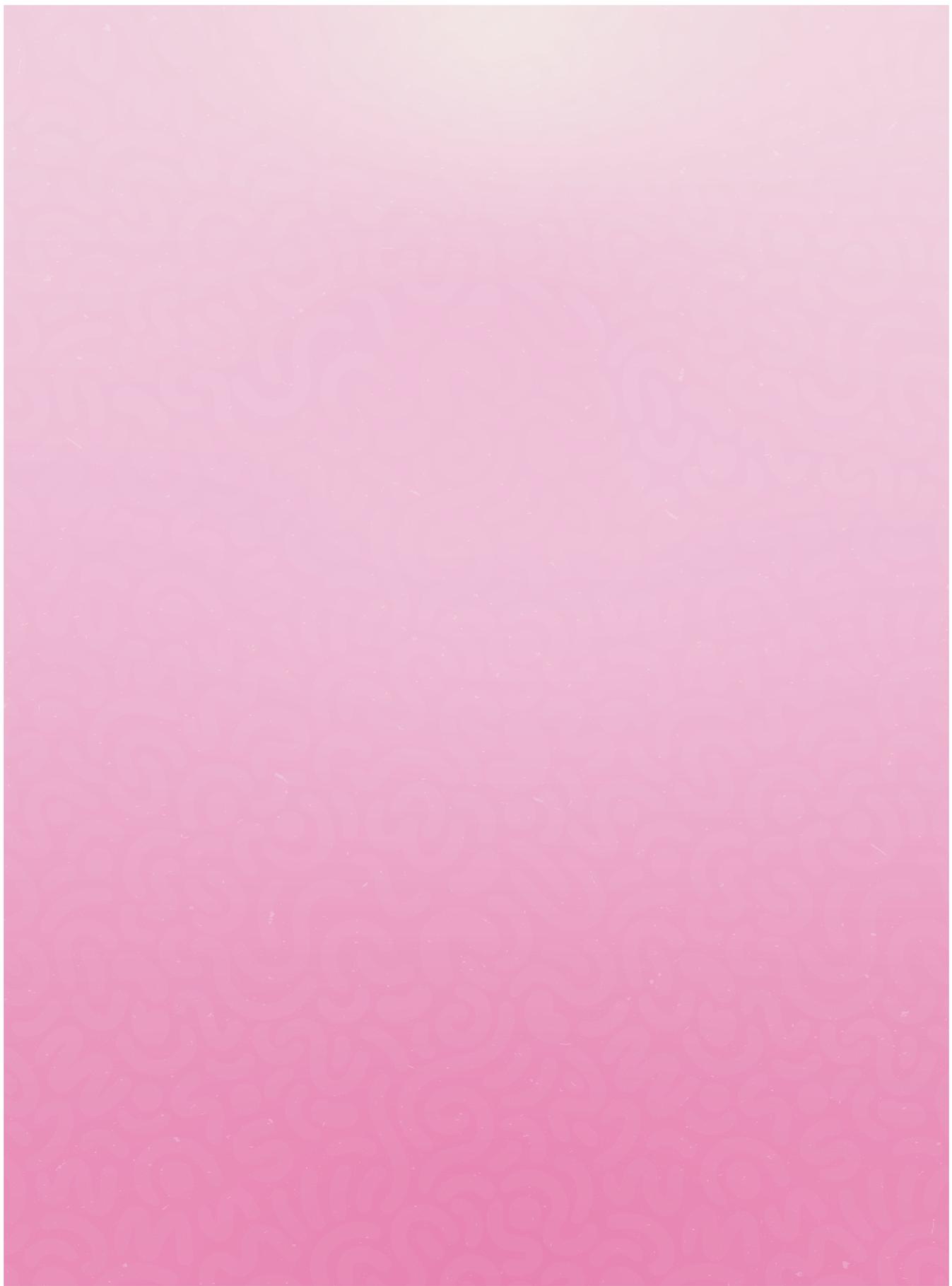
A continuación se presenta un presupuesto de los costos del proyecto de graduación, el cual consiste de costos fijos y variables, los servicios profesionales de diseño prestados durante los 3 meses o 500 horas de trabajo del proyecto, los impuestos y el total del presupuesto.

---

<sup>13</sup> Conexión Esan, "Importancia de realizar un presupuesto para alcanzar objetivos", Consultado el 14 de septiembre de 2023, <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/importancia-de-realizar-un-presupuesto-para-alcanzar-objetivos#:~:text=En%20t%C3%A9rminos%20generales%2C%20se%20puede,no%20contribuyan%20a%20su%20crecimiento..>

| Insumos  | Costo               |
|--|---------------------|
| Luz  | Q.1,050.00          |
| Internet   | Q. 870.00           |
| Agua   | Q. 210.00           |
| Creative Cloud   | Q. 467.16           |
| Visitas a la institución   | Q. 600.00           |
| Lapiceros, crayones, marcadores, sketchbook y hojas bond.        | Q. 275.00           |
| Tinta de impresora   | Q. 379.96           |
| Impresión del material gráfico                                   | Q. 340.00           |
| Impresión de los informes de graduación                          | Q. 450.00           |
| 500 horas de servicios profesionales de diseño gráfico. (75 p/h) | Q. 37,500           |
| <b>Subtotal</b>  | <b>Q. 42,142.12</b> |
| Imprevisto (10%)   | Q. 4,214.20         |
| IVA (5%)   | Q. 2,107.11         |
| ISR (5%)   | Q. 2,107.11         |
| <b>Total</b>   | <b>Q. 50,570.54</b> |

Figura 12. Tabla prevención de costos. Elaboración propia.



## Capítulo IV: Marco teórico

**Crecer y florecer, la maternidad y su rol importante en la sociedad | Construyendo puentes vitales, diseño de material editorial y diseño para redes sociales.**

En el siguiente capítulo se explora el marco teórico, donde se presentan tres ensayos que demuestran el problema y el significado de la maternidad en la estructura social, el valioso papel de las comadronas como preservadoras de las raíces culturales en Guatemala, la influencia transformadora del diseño gráfico y una perspectiva diferente de los materiales a trabajar. Cada uno de estos ensayos brinda una perspectiva única de estos temas que contribuyen al cambio y al enriquecimiento de la sociedad.



### 4.1. Crecer y florecer, la maternidad y su rol importante en la sociedad.

La maternidad desempeña un papel fundamental en la sociedad, ya que representa el cimiento de la vida humana y la base de la continuidad de las comunidades. Más allá de su importancia biológica, la maternidad también conlleva un significado cultural, emocional y social profundo. Es esencial para el futuro de la sociedad, la cual ha generado derechos de la mujer que deben ser reconocidos: "el derecho a tener el apoyo de la sociedad; a la no interferencia del Estado en la vida reproductiva; a una vida laboral sin discriminaciones; y a educar a los propios hijos, a través de la libre elección de los centros escolares y de la educación en cuestiones básicas de moral y sexualidad."<sup>14</sup>

Las madres son nuestras primeras protectoras y guías en la vida, desempeñan un rol esencial al transmitir valores, sabiduría y vivencias que enriquecen el desarrollo de las sociedades. La maternidad, caracterizada por su compromiso inquebrantable, representa una responsabilidad fundamental, cuyos impactos y logros se reflejan en la estructura de la sociedad. Citando a Eugenia Zicavo : "La maternidad es un terreno para explorar los modos en que se reproducen en distintas épocas las estructuras populistas, por ejemplo, a través de aspectos como la desigualdad, distribución de tareas, responsabilidades e incluso sentimientos socialmente esperables asociados a las tareas de crianza y cuidado de los hijos."<sup>15</sup>

La maternidad ha experimentado cambios a lo largo de la historia, estos han sido influenciados por cambios sociales, culturales y tecnológicos. En épocas pasadas, se asociaba principalmente a las mujeres con roles de ama de casa y madres, pero la expansión de oportunidades educativas y profesionales ha llevado a que muchas retrasen su maternidad.

<sup>14</sup> Foro cultura 21, "Maternidad: trascendencia personal y social", Consultado el 22 de septiembre del 2023, <https://www.forocultura21.com/feminismo/maternidad-trascendencia-personal-social/#:~:text=La%20maternidad%20es%20esencial%20para,hijos%2C%20a%20trav%C3%A9s%20de%20la>

<sup>15</sup> Eugenia Zicavo, "Dilemas de la maternidad en la actualidad: Antiguos y nuevos mandatos en mujeres profesionales de la ciudad de Buenos Aires", Consultado el 22 de septiembre de 2023, [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1405-94362013000200004#:~:text=La%20maternidad%20es%20un%20terreno,y%20cuidado%20de%20los%20hijos%2C](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-94362013000200004#:~:text=La%20maternidad%20es%20un%20terreno,y%20cuidado%20de%20los%20hijos%2C)

Según la filósofa francesa Elisabeth Badinter: “El amor maternal no es un instinto innato que proviene de una naturaleza femenina, sino más bien un comportamiento histórico y social que varía según épocas y costumbres.”<sup>16</sup>

En el contexto de la actualidad, la maternidad no se ve como la única fuente de identidad y satisfacción para las mujeres, sino como una decisión opcional muy importante a tomar en sus vidas, pero no necesaria para su satisfacción personal o profesional. En la sociedad contemporánea, las mujeres han alcanzado notables avances en el ámbito de los derechos humanos, incluyendo el acceso a la educación universitaria, el derecho al voto, la igualdad en las jornadas laborales y la salud. Estos logros también han influido positivamente en la percepción y el rol de las mujeres en la sociedad.

Anteriormente dicho, todo esto se refleja en una evolución de la forma en que las sociedades comprenden y valoran la maternidad, reconociendo los derechos de las mujeres en su capacidad de elección y desarrollo personal. En última instancia, la maternidad sigue siendo un tema crucial que influye en la estructura de la sociedad y en la evolución de las relaciones.

Así mismo, existe el debate de la maternidad, dentro del marco de las corrientes ideológicas feministas. Si bien el feminismo ha abogado por los derechos y la autonomía de las mujeres en relación con la maternidad, también se ha encargado de debatirlo e incluso catalogarlo como: “la base de la opresión de las mujeres o como una alternativa para su emancipación”.<sup>17</sup>

La maternidad es un período de crecimiento y autodescubrimiento en la vida de una mujer. No obstante, en medio de los múltiples problemas abordados anteriormente desde una perspectiva social, surge una dolorosa y a menudo inesperada realidad: la muerte materna. Este fenómeno arroja una sombra de tragedia sobre las mujeres dispuestas a dar vida.

<sup>16</sup> Badinter, Elisabeth. ¿Existe el instinto maternal?: historia del amor maternal, siglos XVII al XX. Paidós, 1991.

<sup>17</sup> Irékani Alarcón Acosta “La madre como sujeto político: una revisión histórica de las posturas feministas en torno a la maternidad”, Consultado el 22 de septiembre del 2023, <https://www.cide.edu/pev/2021/10/11/la-madre-como-sujeto-politico-una-revision-historica-de-las-posturas-feministas-en-torno-a-la-maternidad/#:~:text=Dentro%20del%20feminismo%20a%20maternidad,una%20alternativa%20para%20su%20emancipaci%C3%B3n>.

A pesar de los avances tecnológicos y médicos, la muerte materna persiste como un problema en las comunidades guatemaltecas, impactando no solo a las familias, sino también a la sociedad. Guatemala se encuentra entre los 11 países con los más altos índices de mortalidad materna de Latinoamérica. Según la Organización Mundial de la Salud —“OMS” una mujer embarazada en un país en vías de desarrollo tiene 100 a 200 veces más riesgo de morir que una mujer en un país desarrollado.<sup>18</sup>

La muerte materna sigue siendo una problemática de salud pública en Guatemala que afecta gravemente a las mujeres y a sus familias, especialmente en las zonas rurales y marginadas del país. Según datos del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, se estima que cada año mueren alrededor de 180 mujeres debido a complicaciones relacionadas con el embarazo, el parto y el puerperio.

Las causas principales de muerte materna en Guatemala incluyen la hemorragia postparto, la eclampsia, la sepsis puerperal y la obstrucción del trabajo de parto. Además, la falta de acceso a servicios de atención médica de calidad, la desigualdad social y económica, y la discriminación hacia las mujeres son factores que contribuyen significativamente a esta problemática.<sup>19</sup>

Este se ha vuelto un problema social debido a múltiples factores interrelacionados que influyen en su incidencia. Uno de los principales factores es la falta de acceso a servicios de salud materna de calidad, especialmente en las zonas rurales y marginadas del país. Tenemos que enfatizar que la maternidad es un proceso desafiante y complejo, no todas las maternidades son iguales. La realidad de la maternidad varían

18 Cristian M. Aroche, Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, “Situación Epidemiológica de muerte materna de enero hasta junio de 2022, Guatemala”, Consultado el 22 de mayo del 2023, <https://epidemiologia.mspas.gob.gt/phocadownload/userupload/muerte-materna/mm-enero-junio-2022.pdf>

19 Petersen, E. E., Davis, N. L., Goodman, D., Cox, S., Mayes, N., E., Syverson, C., & Barfield, W. “Pregnancy-related deaths, and Strategies for prevention”, Consultado el 22 de mayo de 2023, <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31071074/>

ampliamente, mientras que algunas mujeres pueden disfrutar del proceso, otras enfrentan complicaciones como las mencionadas anteriormente.

Por lo tanto, como sociedad; se debe respetar que la maternidad sea una elección consciente que las mujeres tomen considerando su contexto y circunstancias actuales. Cada experiencia es única y debe ser respetada como tal. La maternidad es uno de los pilares fundamentales de la sociedad, siendo el origen de valores y principios importantes para la vida social. Es importante recordar, que la maternidad es un derecho; más no una obligación. Sobre todo esto debe prevalecer el principio de que la maternidad no debe condicionar a las mujeres, sino, más bien; servir como fuente de inspiración y empoderamiento.

Según el Blog, Connecticut children, “el término “comadrona” proviene del latín *commater*, compuesto por *cum*, que significa “conjuntamente”, y *mater*, que significa “madre”. Las comadronas han ayudado a las mujeres a dar a luz desde el principio de la historia. Hay referencias a las comadronas en los antiguos escritos hindúes, en manuscritos de la Grecia y la Roma clásicas y en la misma Biblia.”<sup>20</sup>

En el altiplano de Guatemala, las comadronas desempeñan un papel clave durante el embarazo y el nacimiento de los bebés, ya que siguen siendo el primer punto de referencia en la búsqueda de servicios de salud de embarazadas en las comunidades indígenas.<sup>21</sup>

Las comadronas emergen como figuras fundamentales en la vida de muchas comunidades guatemaltecas. A lo largo de la historia y hasta la actualidad, estas mujeres desempeñan un papel crucial en el apoyo y la atención a las embarazadas, así mismo como consejeras sociales y familiares. Ellas representan un papel fundamental en la sociedad actual, están desde los primeros pasos de la maternidad y el embarazo; poseen conocimientos que

20 Connecticut Children, “Comadronas”, Consultado el 22 de septiembre del 2023, <https://www.connecticutchildrens.org/health-library/es/parents/midwives-esp/#:~:text=La%20historia%20de%20las%20comadronas&text=Hay%20referencias%20a%20las%20comadronas,de%20C3%ADn%20seguir%20unas%20pr%C3%ADcticas%20normativas>.

21 Cristina Maldonado, Felipe López y Gustavo Barrios, “Las comadronas: guías para el embarazo de madres y bebés saludables en el occidente de Guatemala”, Consultado el 22 de septiembre del 2023, <https://msh.org/story/las-comadronas-guias-para-el-embarazo-de-madres-y-bebes-saludables-en-el-occidente-de-guatemala/#:~:text=En%20el%20altiplano%20de%20Guatemala,embarazadas%20en%20las%20comunidades%20ind%C3%ADgenas>.

transmiten de generación en generación, “son el vínculo entre la familia y el servicio de salud, orientan y aconsejan a las mujeres sobre cómo cuidarse durante el embarazo, prácticas para proteger su salud y la del niño.”<sup>22</sup>

En Guatemala hay más de 23.000 comadronas registradas en el Ministerio de Salud Pública, según Nim Alaxik, una organización no gubernamental que aboga por el bienestar de estas lideresas a nivel nacional.<sup>23</sup>

El parto en casa es una práctica que a lo largo de los años sigue presente en las comunidades; sin embargo, es importante reconocer que en ciertos escenarios puede conllevar riesgos para la salud de la mujer gestante y del recién nacido. Por esta razón, el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social de Guatemala colabora estrechamente con las comadronas de los cuatro pueblos del país para abordar esta cuestión.

Para ofrecer una atención segura y efectiva, las comadronas deben mantenerse actualizadas en cuanto a prácticas, protocolos y evidencia médica más reciente. Además, la educación continua les permite adaptarse a las distintas realidades y desafíos de las mujeres embarazadas y sus familias, contribuyendo así a una maternidad más segura y satisfactoria.

En la actualidad, la muerte materna relacionada con el desangramiento durante el parto es un desafío crítico. Para abordar esta problemática, el Ministerio de Salud ha implementado una estrategia que involucra el uso del Misoprostol en el posparto domiciliario, con el objetivo de reducir la morbilidad y mortalidad materna debido a hemorragias posparto en partos realizados en el hogar.<sup>24</sup> En Guatemala, el misoprostol, un metil análogo sintético de la Prostaglandina E1, aparece en el Manejo Activo de la Tercera Etapa del Parto –MATEP– y en el tratamiento de la hemorragia posparto en

22 Cristina Maldonado, Felipe López y Gustavo Barrios, “Las comadronas: guías para el embarazo de madres y bebés saludables en el occidente de Guatemala”, Consultado el 22 de septiembre de 2023, <https://msh.org/story/las-comadronas-guias-para-el-embarazo-de-madres-y-bebes-saludables-en-el-occidente-de-guatemala/#:~:text=En%20el%20Altiplano%20de%20Guatemala,embarazadas%20en%20las%20comunidades%20Ind%C3%ADgenas>.

23 OMS, “Una tradición ancestral al rescate: comadronas mayas disipan los temores a la vacuna contra la COVID-19” Consultado el 22 de septiembre de 2023, <https://www.paho.org/es/historias/tradicion-ancestral-al-rescate-comadronas-mayas-disipan-temores-vacuna-contra-covid-19#:~:text=En%20Guatemala%20hay%20m%C3%AAs%20de,estas%20lideresas%20a%20nivel%20nacional>.

24 Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, “Estrategia de uso de Misoprostol en el posparto domiciliario, Plan para la reducción de la morbi mortalidad materna por hemorragia posparto en parto domiciliario, en Municipios del Norte de Huehuetenango”, Consultado el 22 de septiembre de 2023, <https://www.isdmguatemala.org/wp-content/uploads/2019/03/Plan-de-misoprostol-agosto-2018.pdf>

el 2011. El MATEP con uso de útero tónicos inyectados no es aplicable en parto domiciliario atendido por comadrona, ya que se necesita saber inyectar y en el caso de la oxitocina o metilergonovina, la potencia del medicamento se afecta por factores ambientales, como la temperatura, no controlable en la comunidad. En cambio, el misoprostol puede usarse por vía oral y es estable en el medio ambiente.<sup>25</sup>

Tanto en el personal de salud, comadronas, la gestante y su familia, debe resaltarse y promoverse la importancia del parto institucional (ya sea en embarazo con o sin riesgo) y a referencia a unidad de mayor nivel si existen factores de riesgo.

En última instancia, es innegable que las comadronas representan un pilar invaluable en las comunidades, merecen un profundo respeto por su vasto conocimiento y sabiduría como guardianas de la vida. Su compromiso inquebrantable con la salud de las personas gestantes y los recién nacidos es evidente y digno de reconocimiento. Sin embargo, es crucial seguir promoviendo programas de capacitación continua para que estas expertas puedan continuar desempeñando su vital rol en la preservación de la vida materna e infantil con eficacia y actualización constante.

---

25. Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, "Estrategia de uso de Misoprostol en el posparto domiciliario, Plan para la reducción de la morbi mortalidad materna por hemorragia posparto en parto domiciliario, en Municipios del Norte de Huehuetenango", Consultado el 22 de septiembre de 2023. <https://www.isdmguatemala.org/wp-content/uploads/2019/03/Plan-de-misoprostol-agosto-2018.pdf>

## 4.2. Creando cambios visuales

El diseño gráfico ha estado presente en diversos aspectos de la vida cotidiana, este desempeña un papel esencial en la comunicación visual y en cómo se perciben los mensajes del entorno. En una época marcada por la predominancia de lo visual y lo digital, es crucial comprender cómo aprovechar estas herramientas emergentes para potenciar y evolucionar las prácticas tradicionales del diseño gráfico que han perdurado a lo largo de siglos.

Este ha revolucionado la manera de la comunicación visual, a través de la creación de logotipos, carteles, folletos y sitios web, los diseñadores gráficos han logrado transmitir mensajes de manera efectiva y memorable, gracias a las distintas combinaciones de tipografías, colores, composiciones e incluso sonido,<sup>26</sup> esta se ha convertido en una herramienta esencial para comunicar de manera efectiva en el mundo actual.

La llegada de las nuevas tecnologías, en particular las redes sociales, ha catapultado al diseño gráfico a un nivel superior. No solo se trata de una herramienta creativa, también es un precursor de movimientos sociales y un marcador de tendencias que trascienden las fronteras y barreras del lenguaje. La creación de contenido visual atractivo y compartible se ha convertido en una estrategia esencial para las empresas y creadores de contenido.<sup>27</sup>

El diseño gráfico, como arte y disciplina, continuará siendo fundamental en las formas de comunicarse y en la percepción que se tiene del entorno. Es esencial comprender su impacto y conocerlo desde todos los elementos de la comunicación, ya que su influencia abarca desde el emisor, hasta el receptor.

El objetivo del diseñador consiste en efectuar cambios visuales que lleguen de manera impactante al público objetivo, con la finalidad de generar beneficios a largo plazo. Se busca no solo el reconocimiento de la comunidad, sino también la utilidad de la obra, contribuyendo al cambio en la perspectiva de quienes la experimentan. Por este motivo, resulta importante que el diseñador gráfico posea un profundo conocimiento del grupo al que se dirige.

Según Lia Schüler "El público objetivo o target es un recorte demográfico, socioeconómico y comportamental de un grupo compuesto por los futuros consumidores del producto o servicio de la empresa. Es para esta muestra que van dirigidas las acciones de Marketing y Ventas."<sup>28</sup>

El público objetivo, definido como un grupo demográfico, socioeconómico y comportamental de futuros consumidores, es la piedra angular de cualquier estrategia de diseño gráfico y mercadeo, por lo cual es de suma importancia que, el diseñador gráfico, conozca bien la audiencia a la cual se dirige.

Según el blog, Rockcontent; existe una serie de pasos que llevan a conocer al grupo objetivo, estos son: "investigar a nuestra audiencia, analizar las redes sociales, realizar estudios de competencia, ver el valor del producto o servicio en el mercado, declarar el mercado meta, realizar prueba de anuncios publicitarios y tener un seguimiento constante de los resultados."<sup>29</sup>

Como diseñadores, una de las cosas fundamentales al momento de diseñar, es conectar con el grupo objetivo, pensar como ellos; ver que es lo que consumen, cómo se comportan socialmente y otros aspectos.

---

<sup>28</sup> Lia Schüler, "Público objetivo, cliente ideal y buyer persona: ¿cuáles son las diferencias?", Consultado el 22 de septiembre de 2023, <https://www.rdstation.com/blog/es/publico-objetivo-cliente-ideal-buyer-persona/#:~:text=El%20P%C3%BAblico%20objetivo%20o%20target,acciones%20de%20Marketing%20y%20Ventas>.

<sup>29</sup> Rockcontent, "Público Objetivo: Qué es, cómo definirlo y cuál es su importancia en las estrategias de Marketing", Consultado el 22 de septiembre de 2023, <https://rockcontent.com/es/blog/como-definir-el-publico-objetivo/>

Este enfoque no solo permite la creación de diseños visualmente atractivos, sino también, la transmisión de mensajes que sean relevantes y significativos para la audiencia.

Además, al tener en cuenta las características demográficas y socioculturales del grupo objetivo, se pueden evitar estereotipos o malentendidos que podrían resultar en un impacto negativo.

Es importante recordar que se debe dejar que los desafíos impidan buscar el bien social a través de los diseños. Cada pieza creada tiene el potencial de generar un impacto visual, y el diseñador, es responsables de asegurar que ese impacto sea positivo y significativo en la vida de los consumidores.

Hay que ser conscientes de la influencia que se tiene y esforzarse por utilizar el talento y creatividad para promover cambios positivos en la sociedad. Cada diseño es una oportunidad de marcar la diferencia y contribuir al bienestar de las personas y de la comunidad en general.

### **4.3. Construyendo puentes visuales, diseño de material editorial y diseño para redes sociales**

Es ampliamente reconocido que el material informativo a menudo se presenta en documentos que carecen de una estructura de diseño, lo que resulta en una presentación visual poco atractiva y que dificulta la lectura. El diseño de materiales informativos es desarrollar estrategias y organizar la presentación de información de manera que sea comprensible y de fácil uso.

Es importante recalcar que este se puede presentar en distintos formatos como trifoliales, volantes, presentaciones, entre otros. El diseño editorial es una de las especialidades del diseño gráfico, se enfoca en la maquetación y diagramación de todo tipo de publicaciones impresas, y material destinado al entorno digital.<sup>30</sup> Como en todas las disciplinas del diseño gráfico, el diseño de material editorial presenta elementos característicos, entre los que destacan el formato, la retícula, el color, la tipografía y los elementos gráficos. Estos elementos contribuyen a que el diseño del material sea impactante, de fácil lectura y memorable. En los últimos años, con la llegada del Internet y las nuevas herramientas tecnológicas, el diseño editorial ha experimentado un proceso de modernización, abriendo paso a la edición digital como una destacada tendencia en el diseño actual. Cualquier medio de comunicación que quiera hacerse un hueco en el competitivo mundo de la comunicación visual debe tener su versión digital. A esto se une la aparición de muchas revistas y periódicos que se difunden exclusivamente a través de la red, ya que es una forma mucho más sencilla y económica de iniciar un proyecto.<sup>31</sup> Así mismo, en esta era de la tecnología entra el diseño gráfico para redes sociales, los “social media” tienen unos formatos y lenguaje visual propios y hay que saber como ponerlos en práctica. Desde la creación hasta la puesta en marcha, el diseño para redes sociales es un mundo relativamente nuevo, se necesitan crear estrategias de comunicación visual para que el diseño alcance la meta propuesta. La conexión del diseño editorial y el diseño de redes sociales, abre paso a la creación de un mundo nuevo, el diseño editorial desempeña un papel fundamental en la generación de contenido para plataformas de redes sociales.

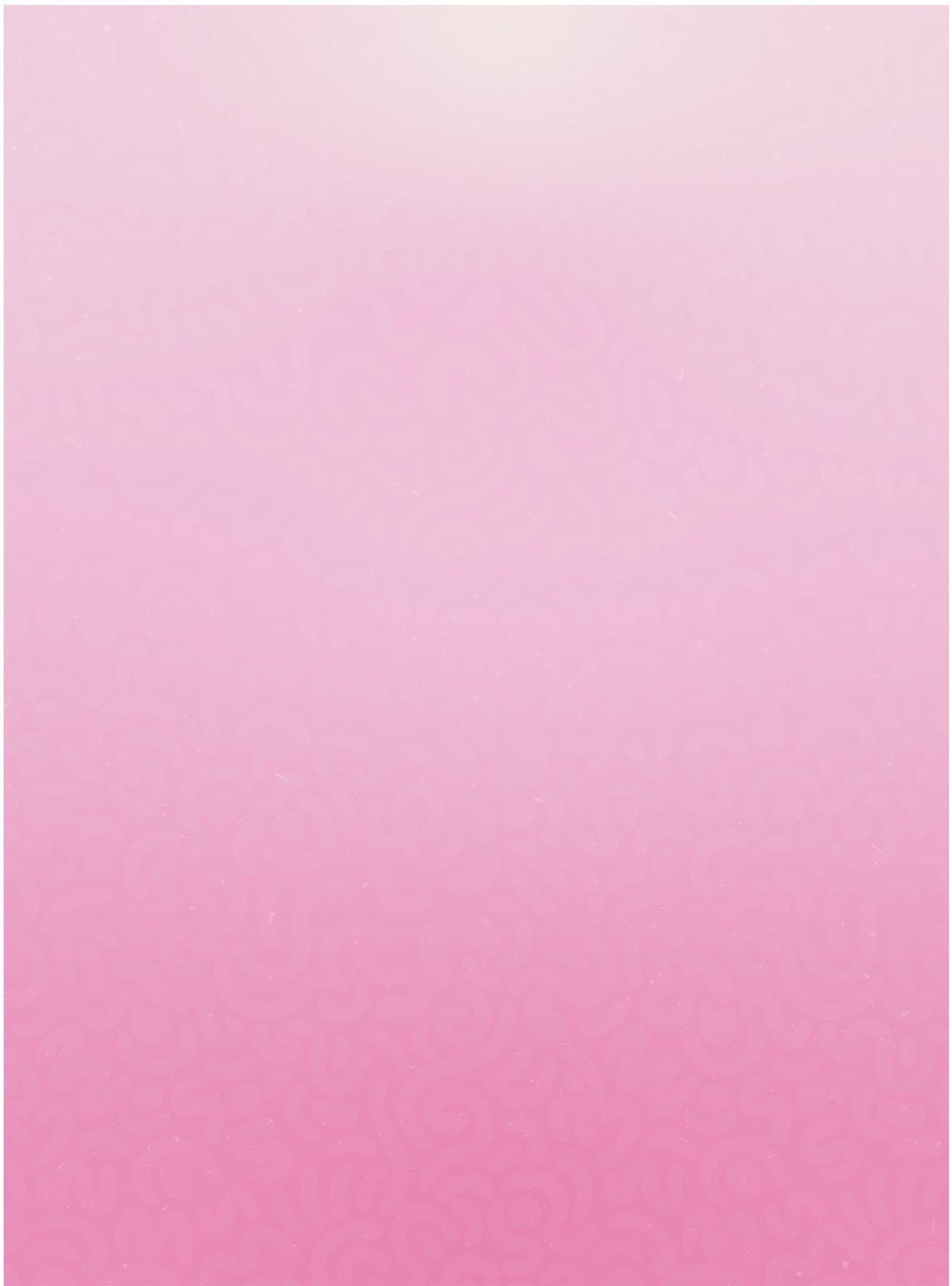
<sup>30</sup> Elisava, "Diseño editorial: Todo lo que debes saber", Consultado el 22 de septiembre de 2023, <https://www.elisava.net/diseño-editorial-todo-lo-que-debes-saber/#:-:text=El%20dise%C3%B1o%20editorial%20es%20la,de%20cualquier%20tipo%20de%20publicaci%C3%B3n>.

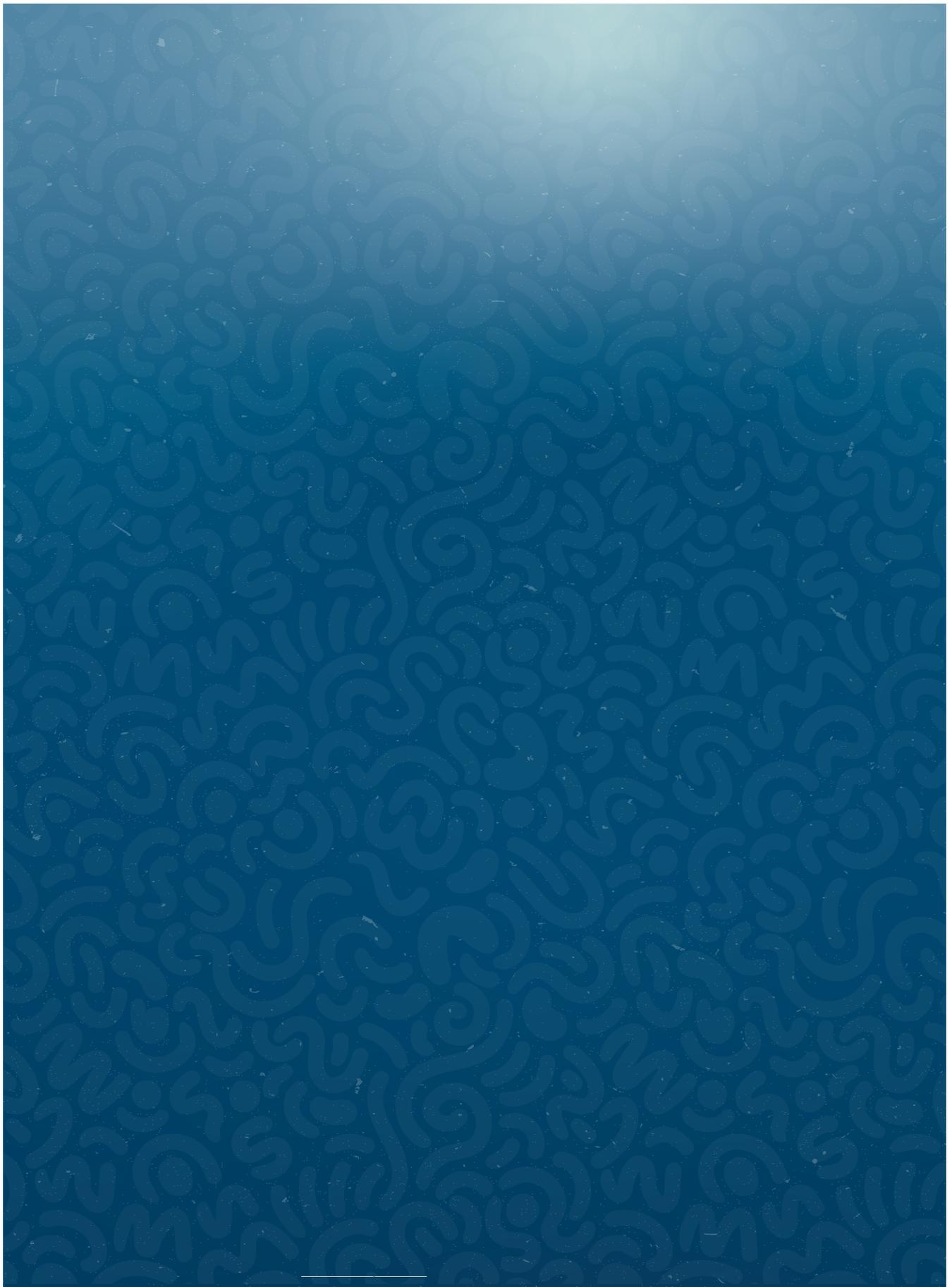
<sup>31</sup> Elisava, "Diseño editorial: Todo lo que debes saber", Consultado el 22 de septiembre de 2023, <https://www.elisava.net/diseño-editorial-todo-lo-que-debes-saber/#:-:text=El%20dise%C3%B1o%20editorial%20es%20la,de%20cualquier%20tipo%20de%20publicaci%C3%B3n>.

<sup>32</sup> Factoryfy, "DISEÑO GRÁFICO PARA REDES SOCIALES: CLAVES Y EJEMPLOS" <https://factoryfy.es/diseño-gráfico-redes-sociales/>

El diseño de las redes sociales debe ser resultón, es decir, tiene que lanzar una propuesta que, como poco, sea algo visual y llame la atención al usuario.<sup>32</sup>

En resumen, el diseño de material editorial y el diseño para redes sociales brindan la capacidad de forjar puentes visuales. Ambas disciplinas son esenciales en la era digital y se complementan mutuamente, lo que resulta en una comunicación efectiva y visualmente atractiva. Ya sea en páginas impresas o en plataformas digitales, la transformación de la información subraya la versatilidad y relevancia del diseño en la sociedad en constante cambio, al trascender las fronteras de lo convencional y abrazar lo digital, el diseño se erige como un poderoso medio para conectar, informar y cautivar al público, construyendo así un camino hacia un futuro visualmente enriquecedor y dinámico.





## Capítulo V: Definición creativa

**Brief | Recopilación de referencias visuales | Descripción de la estrategia de las piezas de diseño | Definición del concepto creativo y premisas de diseño.**

En este capítulo, se presentará la definición creativa del proyecto, que abarcará la descripción del Brief del proyecto, las estrategias de diseño, el proceso creativo y las referencias visuales. Estos elementos serán de vital importancia para el desarrollo del próximo capítulo.



### 5.1 Brief

El brief de diseño es un documento que describe los detalles centrales y las expectativas de un proyecto de diseño para una marca. Un buen brief de diseño marca la pauta para un proyecto de diseño exitoso, ya que establece los objetivos, la calidad y los entregables.<sup>33</sup>

**Fecha:**

Agosto - noviembre de 2023

**Cliente:**

Observatorio en Salud Sexual y Reproductiva  
- OSAR - Juvenil Guatemala.

**Responsable cliente:**

Coordinador Sebastián Cabrera.

**Proyecto:**

Diseño de material informativo acerca del uso del misoprostol para evitar la muerte materna.

**Objetivo:**

Apoyar a OSAR Guatemala en la promoción del uso seguro y efectivo del misoprostol como una herramienta para prevenir la muerte materna entre las comadronas que facilitan el parto en casa en los departamentos del territorio nacional en Guatemala.

**Necesidad detectada:**

OSAR cuenta con programas sobre salud sexual, maternidad, reproducción y más. Entre ellos está el programa de apoyo a comadronas en actualizaciones en temas de salud, la falta de conocimiento preciso y completo sobre las características, indicaciones, dosificación y efectos del misoprostol en la prevención de la muerte materna ha llevado a malentendidos, miedos infundados, decisiones incorrectas y, en última instancia, puede contribuir a un uso inadecuado o sub utilización de esta herramienta médica importante para la salud materna. El Observatorio en Salud Sexual y Reproductiva - OSAR - Juvenil Guatemala es una organización dedicada a velar por los derechos sexuales y reproductivos de la población guatemalteca, entre los programas que tiene están el de actualización y capacitación a comadronas en temas de salud maternal. Como organización se tiene la necesidad de capacitar a las comadronas, brindarles información, medicamento y herramientas nuevas que les apoyen en la prevención de la muerte materna en parto domiciliar.

### En qué consiste el proyecto

El proyecto por realizar es el diseño de una campaña publicitaria con presencia en cuatro medios de alcance integral, los cuales serán: una campaña para la red social Facebook, cuatro diseños de afiches informativos, estilo, infografías, cuatro trifoliales y cuatro volantes informativos. Se trabajará con la información dividida encontrada en el material brindado por la asociación.

### Insight

Pongo en práctica mis conocimientos para ayudar a las mujeres embarazadas.

## 5.2 Recopilación de referencias visuales.

Se realiza una recopilación de referencias visuales para inspirar la creatividad y agilizar el proceso creativo, también conocido como moodboard el cual es una herramienta visual que puede ser física o digital. Es un collage hecho con intención, con estrategia y como síntesis de las ideas.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Anna Simonet, "Qué es un moodboard, de qué sirve y cómo se hace", enero 2021, <https://annaand.co/post/que-es-un-moodboard-de-que-sirve-como-se-hace>

Definición creativa

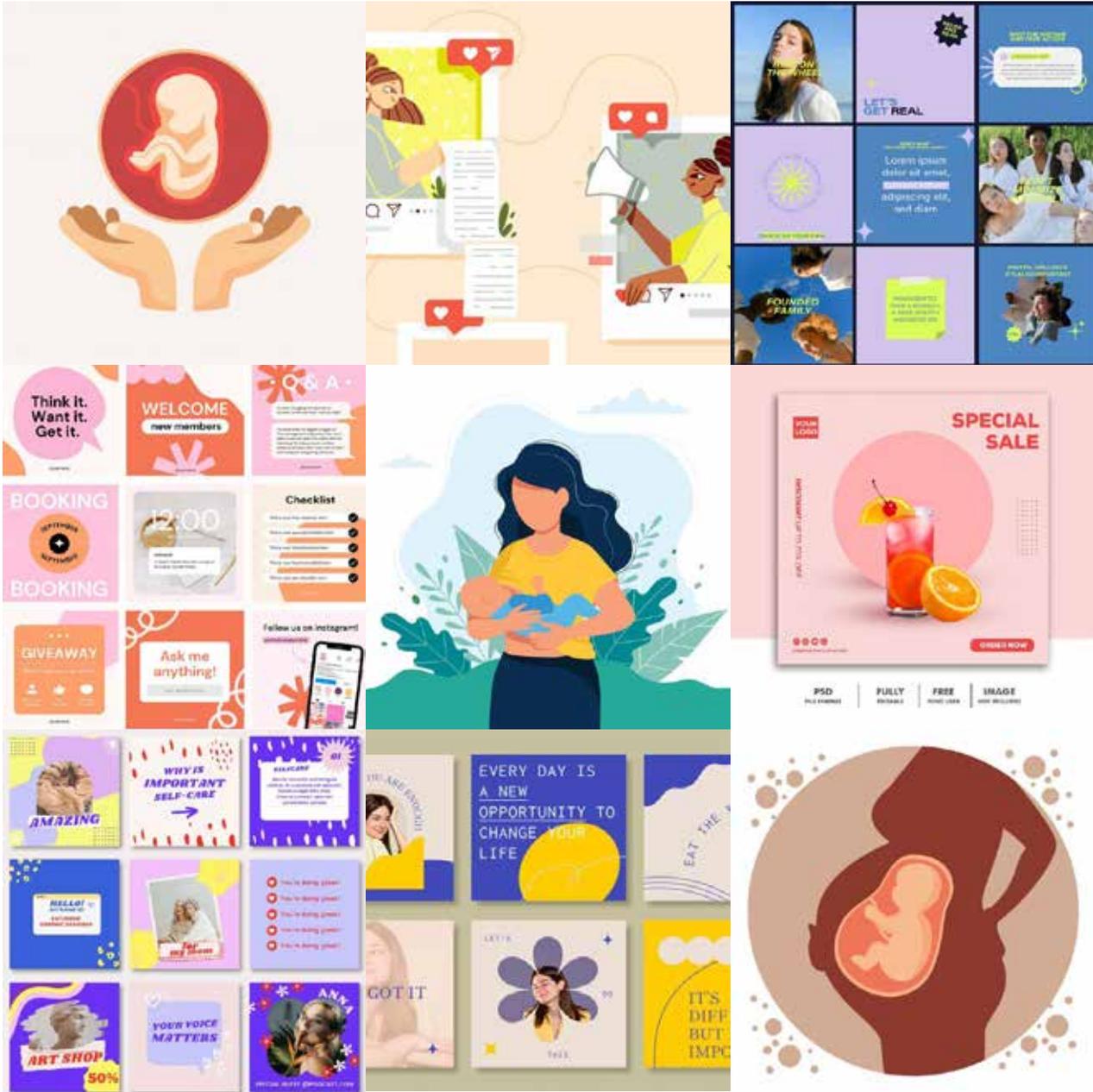


Figura 13. Moodboard.



## 5.3. Descripción de la estrategia de las piezas de diseño

### ¿Quién?

Comadronas del interior del país de Guatemala, certificadas por el Ministerio de Salud Pública y asistencia Social, con interés en informarse sobre la prevención de la muerte materna con el uso del misoprostol.

### ¿Qué?

Busca cómo actualizarse constantemente en temas de interés sobre maternidad saludable, consumiendo material informativo de OSAR Guatemala y apoyando a las campañas de información en lugares de escasos recursos económicos.

### ¿Dónde?

Observatorio en Salud Sexual y Reproductiva -OSAR- Juvenil Guatemala

### ¿Cuándo?

Dentro de los meses estipulados para el décimo semestre de la licenciatura en diseño gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, que comprende los meses de agosto a noviembre del 2023.

### ¿Por qué?

Por qué es importante brindarles el material informativo para que puedan seguir ejerciendo y adquiriendo mayor conocimiento en las nuevas áreas de salud materna que les ayude a brindar el mejor servicio posible y que aporte a sus conocimientos ancestrales.

### ¿Cómo?

Por medio del desarrollo del diseño de material informativo acerca del uso del misoprostol para evitar la muerte materna

### Las 6w:

Como primera estrategia de las piezas de diseño se utilizó las 6 W, esta técnica consiste en responder las preguntas: ¿quién?, ¿qué?, ¿dónde?, ¿cuándo?, ¿por qué? y ¿cómo?.

#### • ¿Quién?

Consiste en formular preguntas del tipo: "¿Quién es el cliente ideal?" o "¿Qué público se pretende que consuma el producto?". Esto ayuda a la empresa a conocer a su público objetivo. Para comprender lo que se quiere lograr, es necesario llevar a cabo un proceso de segmentación e identificación del nicho de mercado. Se debe realizar una investigación exhaustiva y recopilar toda la información disponible sobre este público, incluyendo datos como género, rango de edad, situación socioeconómica, intereses y hábitos de consumo.

#### • ¿Qué?

No solo se debe tener en cuenta cuáles son los intereses y aficiones del cliente, sino también conocer qué tipo de comunicaciones consume. Se debe determinar si leen prensa, escuchan radio, se informan a través de redes sociales o si solo consumen plataformas de streaming. Además, es fundamental conocer los dispositivos que maneja el cliente, ya que esta información desempeña un papel crucial en el desarrollo del contenido de sus comunicaciones.

#### • ¿Dónde?

¿En qué soportes se siente nuestro cliente más cómodo? ¿Utiliza redes sociales? ¿Ve noticieros? Se puede realizar tanto en estrategias online u offline.

#### • ¿Cuándo?

Se requiere establecer un plan de acciones que se realizaran, como calendarios de contenidos y cronogramas que definan el plan a poner en marcha.

#### • ¿Por qué?

El porqué fijará los objetivos. Son la parte fundamental de la estrategia. Sin definir este punto correctamente no se podrá saber cuáles son los siguientes pasos a seguir. Este punto marca el punto de partida como nuestra meta a conseguir.

#### • ¿Cómo?

La organización del trabajo y el tiempo que va a dedicar, planificar y otorgar responsabilidades, creando una línea de tiempo de trabajo, para preguntar, qué contenidos se van a generar y como los se van a realizar.<sup>36</sup>

36 Green Marketing, "La regla de las 6W's en la creación de una estrategia de marketing" 2020. <https://tierramarketing.es/creacion-de-una-estrategia-de-marketing/>

### Cuadro comparativo

El cuadro comparativo es una herramienta gráfica que sirve para comparar dos o más elementos de manera organizada. Nos permite vincular y establecer las características, diferencias o similitudes que existen entre dos o más conceptos, fenómenos o temas de investigación. También se conoce como tabla comparativa.<sup>37</sup>

| Ventajas   | Desventajas  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• El diseño del material garantiza que la información se presente de manera coherente y precisa.</li><li>• Un diseño visualmente atractivo puede aumentar el interés y la retención de la información.</li><li>• El material diseñado es de fácil acceso, lo que permite llegar a un público diverso y facilita el acceso a la información.</li><li>• Un diseño bien elaborado del material de capacitación puede hacer que la información sobre el uso del misoprostol sea más clara y fácil de entender para las comadronas, lo que facilita su aprendizaje.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• La creación de material de capacitación de alta calidad puede ser costosa.</li><li>• Puede haber dificultades en la comprensión y aceptación de la información.</li><li>• La actualización del material es necesario a lo largo del tiempo debido que la información médica y las pautas de uso de medicamentos como el misoprostol pueden cambiar con el tiempo</li></ul> |

Figura 14. Cuadro comparativo. Elaboración propia.

## Mapa de Empatía

Es una plantilla que organiza los comportamientos y sentimientos de un usuario para crear un sentido de empatía entre él y el diseñador. El mapa de empatía representa a un usuario principal y ayuda a los equipos a comprender mejor sus motivaciones, preocupaciones y experiencia de usuario.

Se realizan las siguientes preguntas: ¿qué piensa y qué siente? ¿qué ve? ¿qué oye? ¿qué hace? Esfuerzo y resultados.<sup>38</sup>

|  |  |
|--|--|
| <p><b>¿Qué piensa y qué siente?</b></p> <p>Siente la necesidad de actualizarse y obtener mayor conocimiento sobre las nuevas prácticas, además siente que sus conocimientos son invalidados por los nuevos estudios.</p> <p>Piensa que las tradiciones no deben desaparecer y deben ser respetadas, así como estudiadas.</p> | <p><b>¿Qué oye?</b></p> <p>Oye noticias para estar informado de la situación actual del país, escuchan música que pasan en la radio de la comunidad.</p>   |
| <p><b>¿Qué ve?</b></p> <p>Ve noticias, ve periódicos y publicidad que se les es entregada, algunas ven redes sociales como Facebook o videos en tiktok.</p>  | <p><b>¿Qué hace?</b></p> <p>Acompaña a las mujeres embarazadas en su proceso, está siempre pendiente de los partos y emergencias a cualquier hora, visita los centro de salud donde se actualiza en los nuevos medicamentos para ofrecer un mejor trabajo.</p> |
| <p><b>Esfuerzos</b></p> <p>Busca la forma de salir adelante y sacar adelante a su familia, se esfuerzan para poder, busca la superación de sus hijos en el área educativa</p>  | <p><b>Resultados</b></p> <p>Crecimiento personal y familiar y la adquisición de conocimiento innovadores.</p>  |

Figura 15. Tabla mapa de empatía. Elaboración propia.

38 Cristina Ortega, questionpro, "Mapa de empatía: Qué es, cómo crearlo e importancia", 2023, <https://www.questionpro.com/blog/es/mapa-de-empatia/>

### 5.4 Concepto creativo

El concepto creativo es una idea clara, diferente y coloquial que transmite la esencia de una marca o campaña a través de una frase impactante y altamente recordable, la misma que está compuesta por un referente inspiracional y un verdadero insight.<sup>39</sup>

### Técnica: relaciones forzadas

#### Descripción de técnica

Método creativo desarrollado por Charles S. Whiting en 1958. Su utilidad nace de un principio: combinar lo conocido con lo desconocido fuerza una nueva situación. De ahí pueden surgir ideas originales. Es muy útil para generar ideas que complementan al Brainstorming cuando ya parece que el proceso se estanca. Es una técnica muy común y a la que se refieren multitud de autores con diferentes nombres y variantes (por ejemplo, Edward de Bono lo llama "La aportación del azar".<sup>40</sup>

#### Aplicación de técnica

Se realiza dos listas de seis palabras por medio de una lluvia de ideas, luego se procedió a unir estas palabras al azar y así obtener tres propuestas del concepto creativo por medio de la técnica.

| 1            | 2        |
|--------------|----------|
| Comadronas   | Sol      |
| Reproducción | Flores   |
| Doctores     | Montañas |
| Hemorragia   | Océano   |
| Misoprostol  | Azul     |
| Capacitación | Rosado   |

<sup>39</sup> Erick Córdoba, "La Fórmula del Concepto Creativo", 21 de abril de 2019 <https://es.linkedin.com/pulse/la-f%C3%B3rmula-del-concepto-creativo-erick-enzo-cordoba-bandini#:text=El%20Concepto%20Creativo%20es%20un%20inspiracional%20y%20un%20verdadero%20insight>.

<sup>40</sup> Neuronilla, "técnicas de creatividad - Relaciones forzadas (palabra al azar)", Consultado el 05 de septiembre de 2023, <https://neuronilla.com/relaciones-forzadas-palabra-al-azar/>

#### Conceptos creativos

1. Montañas maternas.
2. Reproducción en lo profundo.
3. Brillando con saber

### Técnica: Ideart

#### Descripción de técnica

Ante un determinado foco creativo, se escoge de manera intuitiva una lámina que pueda generar analogías y asociaciones. En primer lugar (tanto si la técnica se utiliza de forma individual como en equipo) se trata de describir la lámina y “jugar” con los conceptos que de ella puedan derivarse (construir historias, detectar aspectos ocultos, fabular, hacer comparaciones y otros.). Posteriormente, y como paso fundamental en la técnica, se tratará de “forzar” conexiones entre el foco creativo y la lámina. En ese momento juega un papel muy importante la capacidad analógica de los usuarios de la técnica, quienes deberán utilizar frases y movimientos creativos del tipo: “Esto se parece a nuestro problema en que...”, “Este aspecto de la lámina o dibujo está relacionado con...”, “¿Y si hiciéramos como...?”, “Nuestro nuevo producto es como... porque...”<sup>41</sup>

#### Aplicación de técnica

Se realizó la búsqueda de una imagen que estuviera relacionado con el proyecto, luego de él se sacan cinco frases (del tipo, esto se parece a nuestro problema en que); de cada frase se realiza un concepto y se emplea el más adecuado al proyecto.



Figura 16. Los padrinos, de Andrés Curuchich, 1968. Munam.

#### Oración

Colores que son como la sangre.  
Tejido típico que son de colores,  
Brazos que reciben con amor.  
Cama que sostiene vida.  
Personas que observan cómo osar es observatorio.

#### Conceptos creativos

Los colores de mi sangre.  
Los tejidos de mi tierra.  
Abrazos de amor.  
Vidas sostenibles.  
Observo y ayudo.

<sup>41</sup> Neuronilla, “técnicas de creatividad - Ideart”, Consultado el 05 de septiembre de 2023, <https://neuronilla.com/ideart/>

### Técnica: conexiones morfológicas forzadas

#### Descripción de técnica

Es una propuesta de Koberg y Bagnall que en realidad es la suma de los principios básicos de dos técnicas: el "Listado de Atributos" creado por R. P. Crawford y las "Relaciones Forzadas" de Charles S. Whiting.

Se realiza una lista de las partes del problema, haciendo grupos de acuerdo a su característica de "¿Quién? ¿Cómo? ¿Dónde? ¿Para qué?" Luego haciendo una relación entre una palabra de cada grupo elegida al azar.<sup>42</sup>

#### Aplicación de Técnica

Se obtuvo la información del material brindado por la asociación, haciendo los grupos correspondientes.

Se eligieron 3 palabras de cada grupo para obtener las relaciones forzadas y generar una serie de oraciones de las cuales se obtuvieron los conceptos creativos. Se eligió la más adecuada al tema.

|   |  |
|---|--|
| <b>¿Quién?</b><br>Comadronas<br>Embarazadas<br>Doctores<br>Ginecólogas<br>OSAR<br>Padres<br>Capacitadores | <b>¿Cómo?</b><br>Estudiando<br>Leyendo<br>Guías informativas<br>Capacitaciones<br>Hablando<br>Folletos |
| <b>¿Dónde?</b><br>En las clínicas<br>En casa<br>En los centros de salud<br>En las capacitaciones          | <b>¿Para qué?</b><br>Salud<br>Educación<br>Prevención<br>Bienestar<br>Cuidados<br>Conocimiento         |

42 Neuronilla, Conexiones morfológicas forzadas, acceso en septiembre de 2023, <https://www.neuronilla.com/conexiones/>

### Concepto 1

#### Comadronas + estudiando + en las clínicas + salud

Las comadronas estudian en las clínicas, ya que estas cuentan con materiales para leer en donde ellas aprenden sobre la salud de las embarazadas y así pueden obtener los conocimientos necesarios para cualquier emergencia.

#### Concepto:

El conocimiento es salud.

### Concepto 2

#### Embarazadas + capacitaciones + en casa + prevención

Las embarazadas reciben capacitaciones de parte de las comadronas en sus casas, para la prevención de los problemas en la salud materna.

#### Concepto:

Aprender haciendo

### Concepto 3

#### Ginecólogas + folletos + en los centros de salud + bienestar

Las ginecólogas reparten folletos con información importante a las comadronas que acuden a los centros de salud, brindándoles el conocimiento que complementa su experiencia para que en conjunto pueden velar por el bienestar de las mujeres embarazadas.

#### Concepto:

Las raíces del conocimiento de las parteras tradicionales.

## Concepto elegido

#### Las raíces del conocimiento de las parteras tradicionales

Las comadronas desempeñan un papel fundamental en nuestra sociedad, especialmente en las zonas rurales y departamentos como Huehuetenango y Alta Verapaz, ya que representan una invaluable fuente de sabiduría y conocimientos ancestrales que se transmiten de generación en generación. Ser una comadrona implica mucho más que simplemente asistir en partos en el hogar; también implica velar por el bienestar de las mujeres embarazadas y las comunidades, por eso buscan continuamente fuentes de información para enriquecer sus profundas raíces culturales y tradicionales.

Esto enfocado en las áreas generales de estos dos departamentos debido a que el proyecto se lleva a cabo con las comadronas de estas dos comunidades.

#### Insight

Me preocupa la poca información acerca del proceso de la maternidad, el embarazo, el parto y el postparto y las graves consecuencias que puede tener en nuestras comunidades.

## 5.5 Premisas de diseño

### Colores

Colores elegidos con base en colorimetría, feminidad con colores complementarios y un color de contraste.

### Tipografía

Se escogió la familia Poppins, debido a que es una tipografía San Serif, de fácil lectura y combinable entre sus variables.

### Ilustración

Ilustraciones de vectores con sombras planas.

### Elementos complementarios

Figuras orgánicas, geométricas y curva para dar una sensación de dinamismo; elementos florales orgánicos que vayan de acuerdo al concepto creativo.

**Poppins** Light  
Medium  
Bold  
Black

|   |   |  |  |
|---|---|--|--|
| RGB: R63 G88 B85<br>CMYK: C77 M71 Y0 K0<br>#5855a1    | RGB: R157 G140 B192<br>CMYK: C45 M48 Y2 K0<br>#9d8cc0 | RGB: R242 G227 B227<br>CMYK: C6 M13 Y9 K0<br>#f2e3e3 | RGB: R237 G192 B215<br>CMYK: C5 M33 Y3 K0<br>#edc0d7 |
| RGB: R241 G237 B147<br>CMYK: C10 M0 Y53 K0<br>#f1ed93 | RGB: R216 G72 B59<br>CMYK: C9 M83 Y77 K1<br>#d8483b   | RGB: R255 G255 B255<br>CMYK: C0 M0 Y0 K0<br>#ffffff  | RGB: R0 G0 B0<br>CMYK: C91 M79 Y62 K97<br>#000000    |

Figura 17. Paleta de color proyecto A. Elaboración propia.

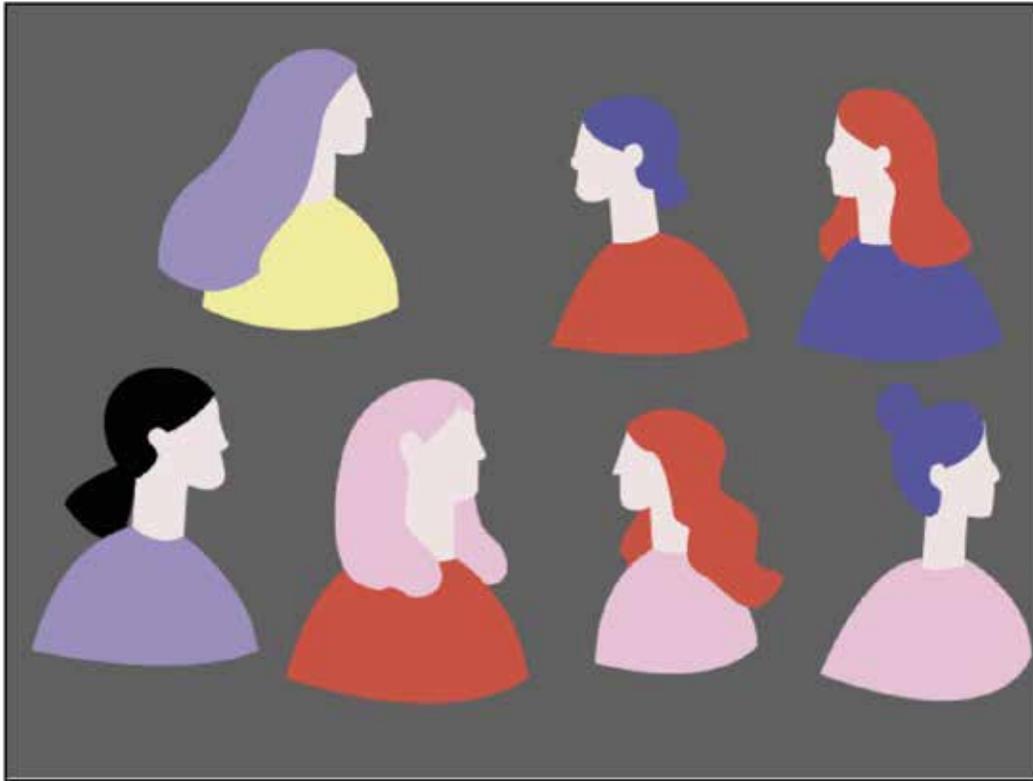


Figura 18. Ilustraciones para el proyecto A. Elaboración propia



Figura 19. Figuras abstractas para el proyecto A. Elaboración propia.



## Capítulo VI: producción gráfica

**Nivel de visualización 1, 2 y 3 | Fundamentación | Propuesta Final | Lineamientos para la puesta en práctica | Aporte económico del estudiante a la institución.**

En este capítulo, se presentarán los niveles de visualización 1, 2 y 3; así como sus validaciones y las mejoras con base en ellas. Se cubrirá la fundamentación y las propuestas finales, además de establecer directrices para su puesta en práctica. Y, por último, se presentará el aporte económico del estudiante a la institución



### 6.1 Nivel de visualización 1

A partir del concepto creativo, se llevaron a cabo los bocetos iniciales de tres propuestas distintas para el proyecto en cuestión. Cada uno de estos bocetos representa una dirección única que podría tomar el proyecto, explorando diversas posibilidades y enfoques creativos.

Cada propuesta se bocetó con el objetivo de brindar una perspectiva clara de las opciones disponibles y facilitar la toma de decisiones. Posteriormente se llevó a cabo un proceso de autoevaluación de las propuestas. Este proceso tiene como objetivo identificar, de manera minuciosa, cuál de las propuestas se alinea de manera más efectiva con los objetivos y requisitos del proyecto

#### Propuesta 1

En la primera propuesta, hay figuras orgánicas que tocan el borde para lograr una sensación de unidad entre piezas. Se utilizan los colores seleccionados en las premisas de diseño y se crean formas orgánicas florales que fluyen a lo largo, con un grosor de línea 0.5, generando contraste y conectando con el concepto creativo.

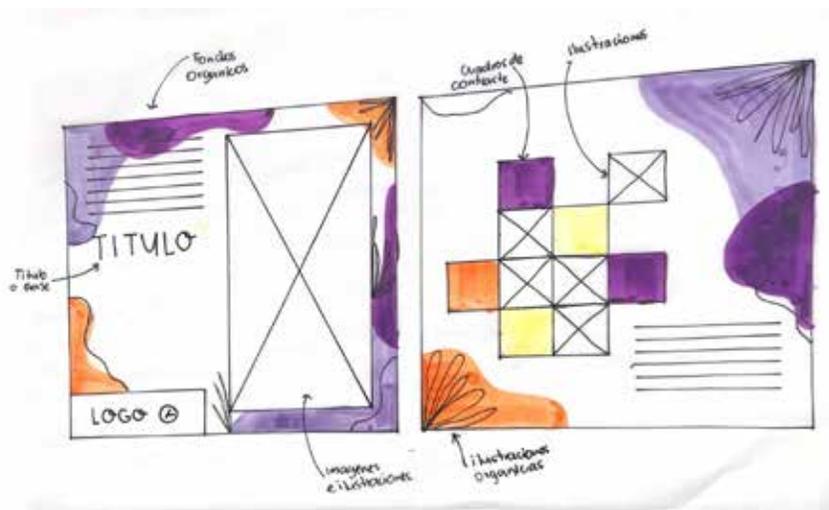


Figura 20. Boceto Nivel 1, propuesta 1. Elaboración propia.



Figura 21. Boceto Nivel 1, propuesta 1. Elaboración propia.

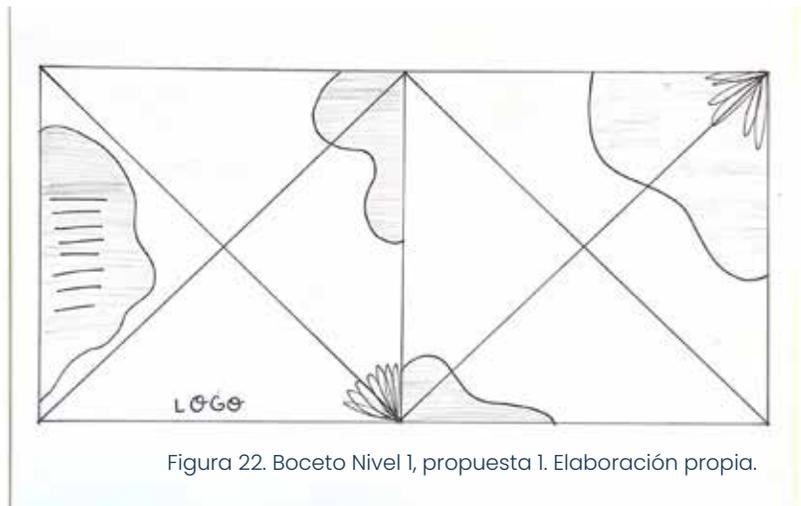


Figura 22. Boceto Nivel 1, propuesta 1. Elaboración propia.

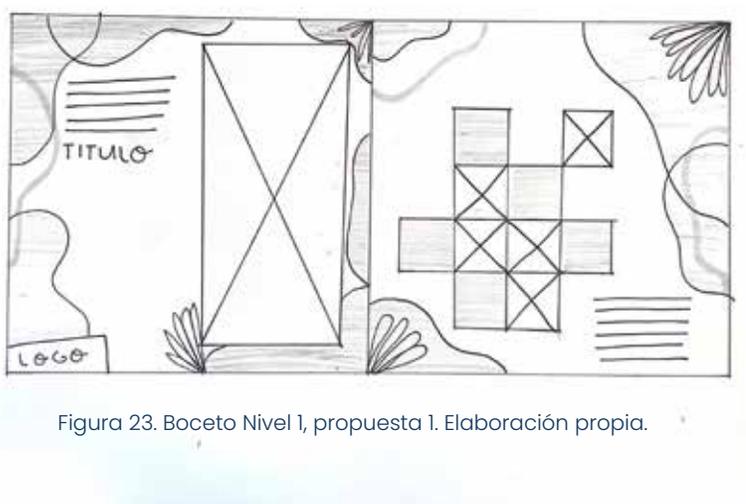


Figura 23. Boceto Nivel 1, propuesta 1. Elaboración propia.

## Producción gráfica

### Propuesta 2

En esta segunda propuesta, se buscó plasmar el concepto creativo mediante la incorporación de ramas y fragmentos que se fusionan con las imágenes. Además, se utilizó una retícula de texto para organizar de manera sistemática todos los elementos en el visual.

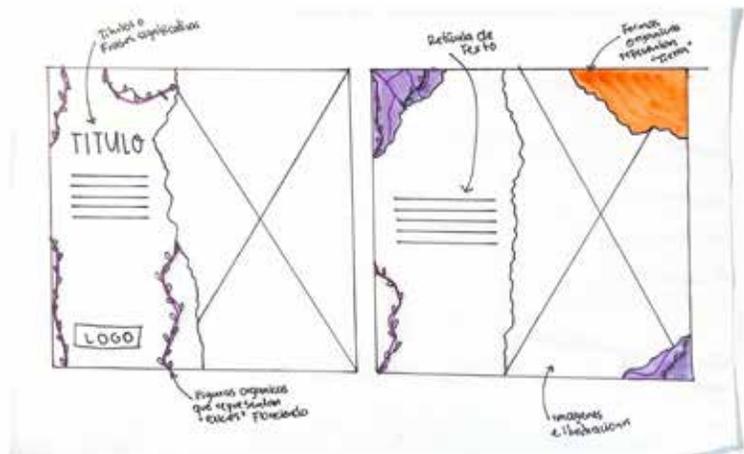


Figura 24. Boceto Nivel 1, propuesta 2. Elaboración propia.

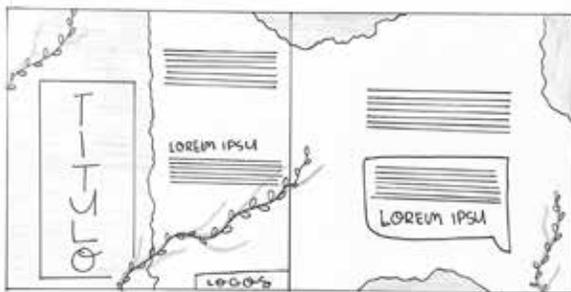


Figura 25. Boceto Nivel 1, propuesta 2. Elaboración propia.

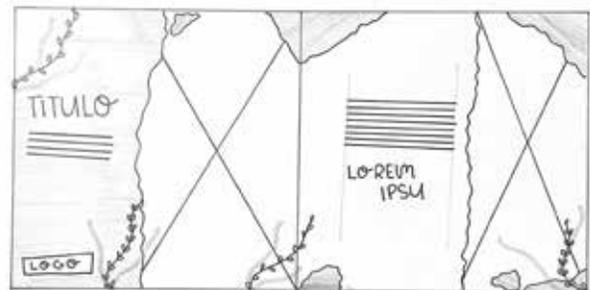


Figura 26. Boceto Nivel 1, propuesta 2. Elaboración propia.



Figura 27. Boceto Nivel 1, propuesta 2. Elaboración propia.

## Propuesta 2

En la tercera propuesta de bocetaje, se crearon figuras geométricas y ondulaciones para simbolizar las raíces. Se hizo un mayor uso de los colores complementarios de la paleta cromática y, al mismo tiempo, se introdujo un contraste mediante la incorporación de tonos morados y lilas que, en conjunto con las figuras; representan el concepto creativo.

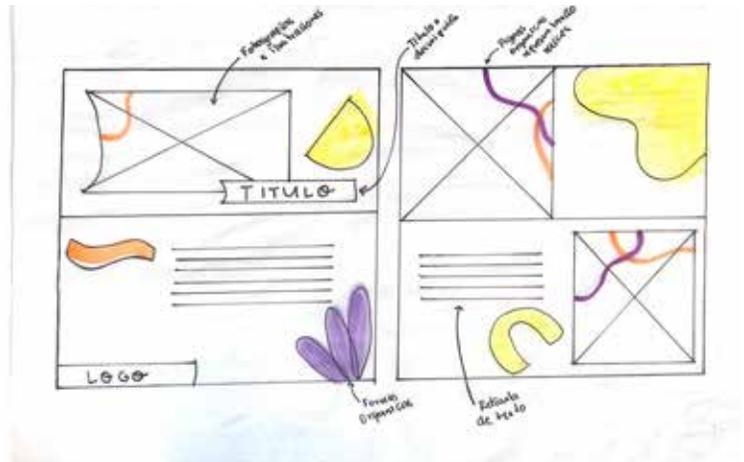


Figura 28. Boceto Nivel 1, propuesta 3. Elaboración propia.

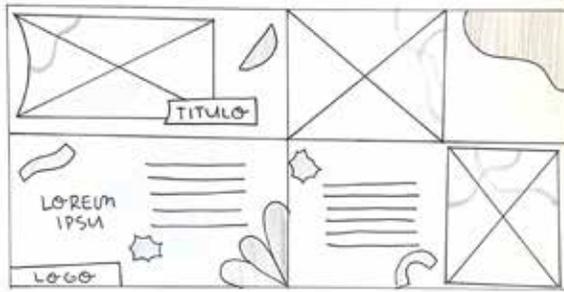


Figura 29. Boceto Nivel 1, propuesta 3. Elaboración propia.

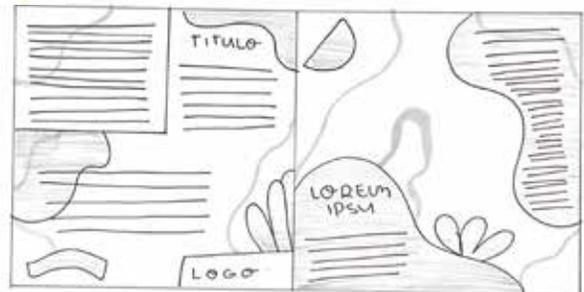


Figura 30. Boceto Nivel 1, propuesta 3. Elaboración propia.

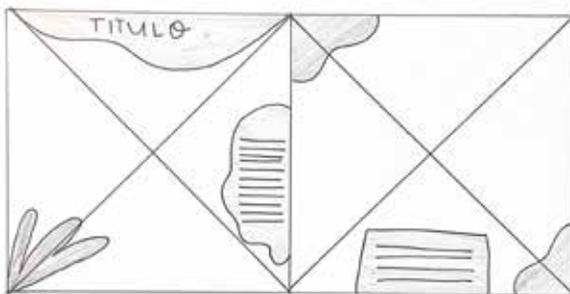


Figura 31. Boceto Nivel 1, propuesta 3. Elaboración propia.

| Instrucciones: deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada con base en los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta. |   | PROPUESTAS GRÁFICAS |           |           |
|--|---|---------------------|-----------|-----------|
| ASPECTOS A EVALUAR   |   | 1                   | 2         | 3         |
| 1  | <b>Pertinencia:</b> la pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.   | 4                   | 1         | 3         |
| 2  | <b>Memorabilidad:</b> califica si el diseño es captado por el usuario. Asimismo, si recuerda el mensaje fácilmente para crear una imagen estable en su mente.   | 4                   | 2         | 2         |
| 3  | <b>Fijación:</b> el mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.  | 4                   | 3         | 1         |
| 4  | <b>Legibilidad:</b> cualidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.                                    | 3                   | 2         | 4         |
| 5  | <b>Composición visual:</b> criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.   | 3                   | 2         | 3         |
| 6  | <b>Abstracción:</b> es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, más específica es su referencia.  | 4                   | 3         | 3         |
| 7  | <b>Estilización:</b> muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.                 | 3                   | 1         | 4         |
| 8  | <b>Diagramación:</b> la composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.   | 3                   | 1         | 4         |
| 9  | <b>Diseño tipográfico:</b> la composición de las letras, así como las familias seleccionadas, son adecuadas, legibles y relacionadas con el diseño, creando nexos.  | 4                   | 2         | 4         |
| 10   | <b>Uso del color:</b> indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y acerca de la Institución; tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico. | 5                   | 4         | 4         |
| <b>TOTAL</b>   |   | <b>37</b>           | <b>21</b> | <b>32</b> |

Figura 32. Tabla de autoevaluación. Elaboración propia.

## Conclusión de autoevaluación

Con base en la puntuación obtenida en la autoevaluación, se ha concluido que la propuesta número 1 será la seleccionada debido a que es la propuesta que mejor representa el concepto creativo y cumple con los requisitos de composición y jerarquía; pero se le agregaron detalles tomados de la respuesta número 3, como la conceptualización de las raíces a líneas.

Se realizaron los diseños digitales correspondientes a la primera propuesta seleccionada tras el proceso de autoevaluación. Se creó el diseño digital inicial para el carrusel de Facebook, utilizando las dimensiones de 1080x1080 píxeles, con el enfoque de mantener la continuidad entre cada imagen del carrusel.



Figura 33. Bocetaje digital nivel 2, Carrusel Facebook. Elaboración propia.



Figura 34. Bocetaje digital nivel 2, Carrusel Facebook. Elaboración propia.



Figura 35. Bocetaje digital nivel 2, Carrusel Facebook. Elaboración propia.



Figura 36. Bocetaje digital nivel 2, Carrusel Facebook. Elaboración propia.

## Producción gráfica

Además, se elaboraron propuestas para un afiche en formato tabloide con el objetivo de transmitir información, y se crearon folletos en tamaño media carta con el mismo objetivo. Ambos se mantienen en consonancia con el diseño del carrusel de Facebook.

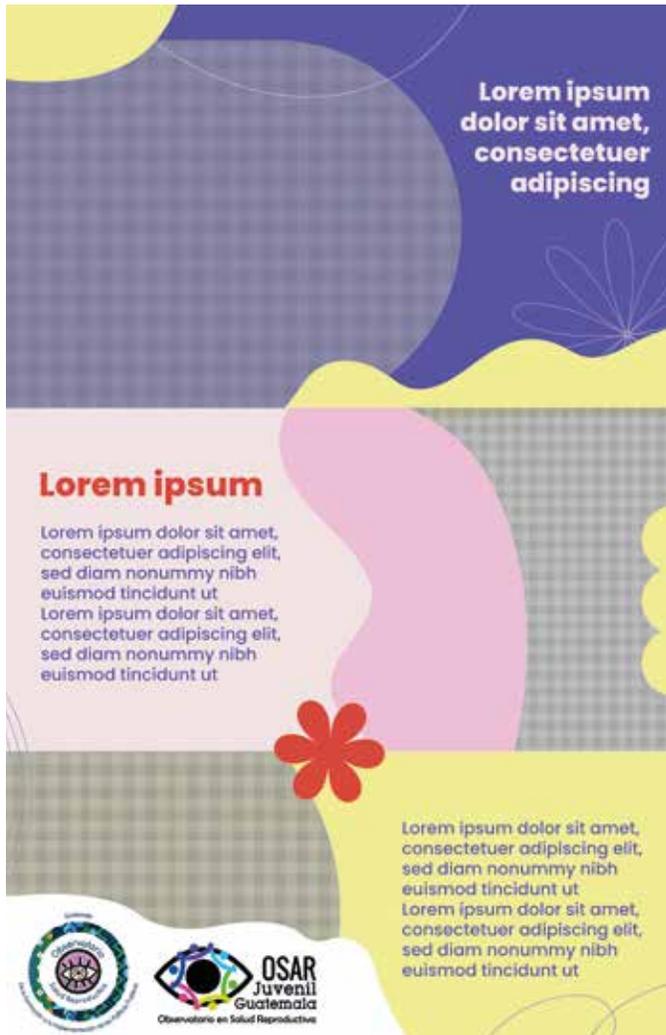


Figura 38. Bocetaje digital nivel 2, Afiche.  
Elaboración propia



Figura 37. Bocetaje digital nivel 2, Volante.  
Elaboración propia.

## 6.2 Nivel de visualización 2

Con los cambios correspondientes del nivel de visualización 1, se llevó a cabo un focus group compuesto por expertos en el ámbito del diseño gráfico, con un enfoque específico en el diseño para redes sociales, en el contexto de ONG e ilustración. El focus group consiste en una técnica de investigación de mercado que tiene la función de analizar y captar feedback sobre productos, servicios y campañas de marketing de una empresa.<sup>43</sup>

Suele reunir de 5 a 10 personas y siempre cuenta con un moderador que lidera el intercambio de ideas. Las reuniones de focus group pueden demorar entre treinta minutos y una hora y media. Durante este focus group se presentan las preguntas correspondientes (Ver anexo 1).

Este focus group se dividió en dos sesiones que tuvieron lugar el miércoles 20 y el viernes 22 de septiembre.

Los expertos eran los siguientes profesionales:

Lic. Jemima Pérez, 6 años de experiencia, actualmente trabaja en Fraternidad Cristiana de Guatemala.

Lic. Sara Carrera, 16 años de experiencia, actualmente trabaja en la agencia de publicidad Agarrate Catalina y cuenta con proyectos freelance.

Lic. Katherine Estupinian, 6 años de experiencia, actualmente trabaja en la agencia de publicidad Agarrate Catalina y cuenta con proyectos freelance.

Lic. Samuel Pérez, 14 años de experiencia, actualmente trabaja en Furia Studio y cuenta con proyectos freelance.

Lic. Cristina Quintero, 3 años de experiencia, actualmente trabaja como ilustradora y diseñadora freelance.

<sup>43</sup> Rita Lisboa, "Focus Group: ¿qué es esta metodología y cómo aplicarla a tu estrategia de marketing?", 6 diciembre 2019 <https://rockcontent.com/es/blog/focus-group/>

## Producción gráfica

Durante estas sesiones, se presentó a los expertos el brief del proyecto, se compartió el concepto creativo y se expusieron las premisas de diseño. Además, se brindó una explicación detallada del proceso de bocetaje y se justificó la elección de la propuesta seleccionada. Posteriormente, se mostraron las propuestas que habían sido trabajadas digitalmente, con la aclaración de que se habían utilizado textos genéricos y que las imágenes serían proporcionadas por la asociación en la semana siguiente.

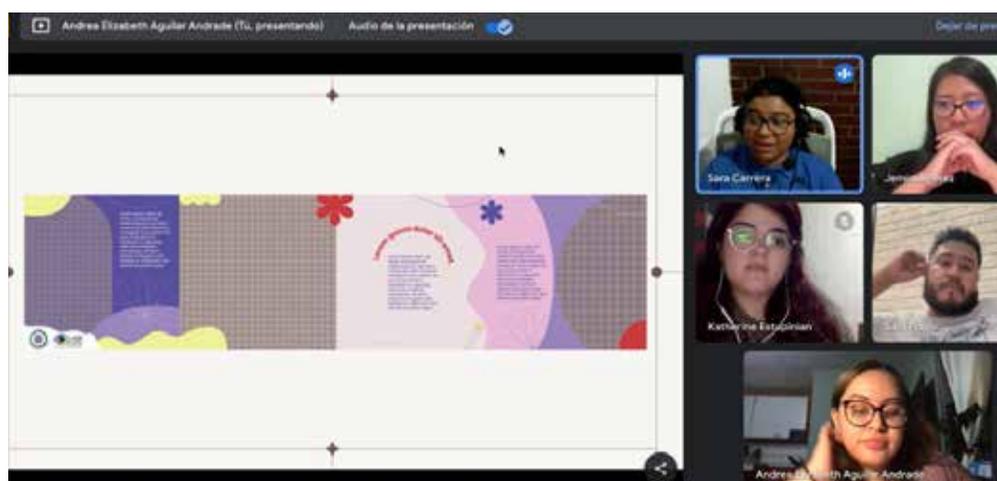


Figura 39. Captura de pantalla, Focus Group expertos.

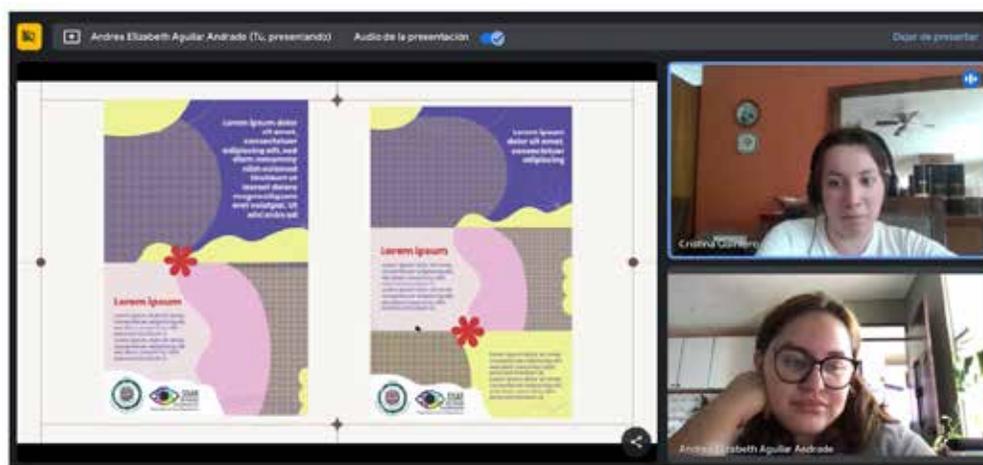


Figura 40. Captura de pantalla, Focus Group expertos.

Después de la presentación, se recibieron valiosos comentarios por parte de los expertos, en resumen: se sugirió incluir un margen para los textos, manteniéndolos concisos para captar la atención; se recomendó el uso de mockups para lograr una mejor visualización de las propuestas, así como resaltar las palabras clave y crear una iconografía para destacar conceptos importantes. Además, se aconsejó realizar un tratamiento ilustrativo a las fotografías, organizar secciones de colores relacionados con los temas por tratar en las propuestas y realizar pruebas de impresión en las infografías para ajustar el tamaño tipográfico. También se propuso agregar texturas que estuvieran en sintonía con el concepto.

Además de estos comentarios, se recibieron felicitaciones por la elección del concepto, la paleta de colores y la tipografía utilizada. Se destacó que el proyecto se encontraba por buen camino y se ofreció la disposición de los expertos para una futura validación, demostrando su interés en seguir colaborando en el proceso creativo.

Una vez realizado los cambios del focus group, se le presentó el trabajo a los estudiantes de diseño gráfico, quienes realizaron los siguientes comentarios: el color rojo puede dar una connotación negativa, cuidar los márgenes de los logotipos y sus áreas seguras y que las ilustraciones tengan el mismo grosor.

### **Artes finales del nivel de visualización 2.**

Con base en los comentarios recibidos en la validación del focus group, se procedió a implementar las modificaciones pertinentes en las propuestas gráficas. Estas adaptaciones se llevaron a cabo con el objetivo de mejorar la claridad y efectividad de las representaciones visuales. El proceso de revisión y ajustes se realizó con atención a los detalles, con el fin de lograr una presentación aún más impactante y alineada con los objetivos del proyecto. Las recomendaciones brindadas por el focus group desempeñaron un papel fundamental en la evolución positiva de las propuestas gráficas.

## Producción gráfica



Figura 41. Arte final, nivel de visualización 2, Carrusel Facebook. Elaboración propia.



Figura 42. Arte final, nivel de visualización 2, Carrusel Facebook. Elaboración propia.



Figura 43. Arte final, nivel de visualización 2, Carrusel Facebook. Elaboración propia.



Figura 44. Arte final, nivel de visualización 2, Carrusel Facebook. Elaboración propia.



Figura 45. Arte final, nivel de visualización 2, Afiche. Elaboración propia.



Figura 46. Arte final, nivel de visualización 2, volante. Elaboración propia.

### 6.3 Nivel de visualización 3

En el tercer nivel de visualización, se llevaron a cabo las modificaciones propuestas en el nivel de visualización 2, las cuales surgieron a partir de los valiosos aportes proporcionados por los profesionales. Esto se hizo con el fin de asegurar la validación por parte del público objetivo y fortalecer la conexión a través de una nueva sesión de focus group.

Como complemento, se confeccionó un tríptico en formato A4 y se incorporaron tanto los textos como las imágenes pertinentes, además de más ilustraciones y formas orgánicas.

#### Validación con Focus Group del grupo objetivo.

Se llevó a cabo un focus group compuesto por personas beneficiarias del proyecto, las cuales se encuentra en los departamentos de Alta Verapaz, Huehuetenango y Guatemala. Este focus group se dividió en dos sesiones que tuvieron lugar el día viernes 29 de septiembre en las instalaciones de OSAR Guatemala.

Las Personas que participaron en el focus group de parte de las personas beneficiarias fueron las siguientes:

- Odilia Pablo
- Nelson Col
- Marvella Cruz
- Jorge Choc
- Marta Julia Ruiz
- David Basilio
- Ana Gabriela Bran
- Evelyn Rodríguez

Durante esta reunión, se les presentó el brief del proyecto, se compartió el concepto creativo y se expusieron las premisas de diseño. Posteriormente, se mostraron las propuestas trabajadas digitalmente. Durante este focus group se presentan las preguntas correspondientes (Ver anexo 2).

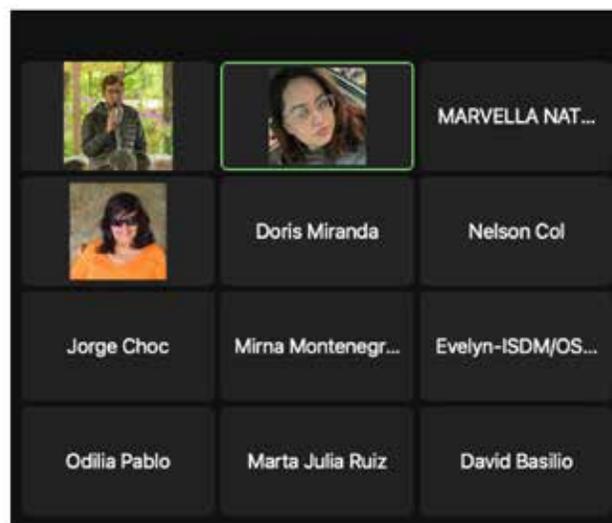


Figura 47. Nivel de visualización 3, Focus Group beneficiarios

Después de la presentación, se recibieron valiosos comentarios por parte de los beneficiarios. Estos comentarios se resumen de la siguiente manera: se sugirió que las pastillas fueran de color blanco y se colocaran tres unidades, ya que esta es la dosis correspondiente, se recomendó que el material fuera más visual, especialmente para que las comadronas con dificultades de lectura pudieran acceder a ellos y se planteó la idea de eliminar o reemplazar el color naranja, puesto que puede evocar connotaciones negativas

### Validación con Focus Group de la institución

Se llevó a cabo un focus group compuesto por personas pertenecientes a la institución. Este focus group se dividió en dos sesiones que tuvieron lugar el día viernes 29 de septiembre en las instalaciones de OSAR Guatemala.

Las Personas que participaron en el focus group de parte de la institución fueron las siguientes:

- Lcda. Doris miranda - diseñadora.
- Lcda. Victoria Maldonado - coordinadora de programas.
- Jose Chávez - técnico de Osar.
- Lcda. Ana Bran - facilitadora de Osar juvenil.
- Lic. Sebastián Cabrera - coordinador de Osar juvenil.
- Dr. Mirna Montenegro - directora de Osar.

Durante esta reunión, se les presentó el brief del proyecto, se compartió el concepto creativo y se expusieron las premisas de diseño. Posteriormente, se mostraron las propuestas trabajadas digitalmente.



Figura 48. Nivel de visualización 3, Focus Group institución

### Nivel de

### visualización 3

Tras la presentación, recibimos valiosos comentarios por parte de los miembros de la institución. Estos comentarios se resumen de la siguiente manera: se sugirió que las pastillas fueran de color blanco y se colocaran en tres unidades, correspondiendo a la dosis recomendada. Se planteó la idea de que las ilustraciones de las mujeres reflejaran atuendos típicos, para que estos conecten mejor con el grupo objetivo; se recomendó la eliminación del color naranja debido a su posible connotación negativa, dado que este puede dar una alusión a la sangre o las hemorragias y abortos que se pueden dar durante el embarazo y se solicitó que las fotografías utilizadas representaran a mujeres en la etapa posparto en lugar de mujeres embarazadas, para evitar confusiones en el mensaje.

En general, el material fue bien recibido y se dio luz verde para continuar trabajando en el desarrollo de los demás materiales

Una vez realizado los cambios del nivel de visualización 3, se le presentó el trabajo a los estudiantes del décimo ciclo de la carrera de diseño gráfico, quienes realizaron los siguientes comentarios: cuidar que los textos tengan el mismo margen, y cuidar los ríos, lagunas y el kerning de los textos.

#### **Artes finales del nivel de visualización 3.**

Con base en los comentarios recibidos en la validación de los focus group, se procedió a implementar las modificaciones pertinentes en las propuestas gráficas. Estas adaptaciones se llevaron a cabo con el objetivo de mejorar la claridad y efectividad de las representaciones visuales. El proceso de revisión y ajustes se realizó con atención a los detalles, con el fin de lograr una presentación aún más impactante y alineada con los objetivos del proyecto. Las recomendaciones brindadas por el focus group desempeñaron un papel fundamental en la evolución positiva de las propuestas gráficas.



Figura 49. Arte final, nivel de visualización 3, Carrusel Facebook. Elaboración propia.



Figura 50. Arte final, nivel de visualización 3, Carrusel Facebook. Elaboración propia.



Figura 51. Arte final, nivel de visualización 3, Carrusel Facebook. Elaboración propia.



Figura 52. Arte final, nivel de visualización 3, Carrusel Facebook. Elaboración propia.



Figura 53. Arte final, nivel de visualización 3, Afiche. Elaboración propia.



Figura 54. Arte final, nivel de visualización 3, volante. Elaboración propia.

## 6.4 Propuesta final

Luego de realizar los procesos de validación con los diferentes grupos, el resultado obtenido es el siguiente:

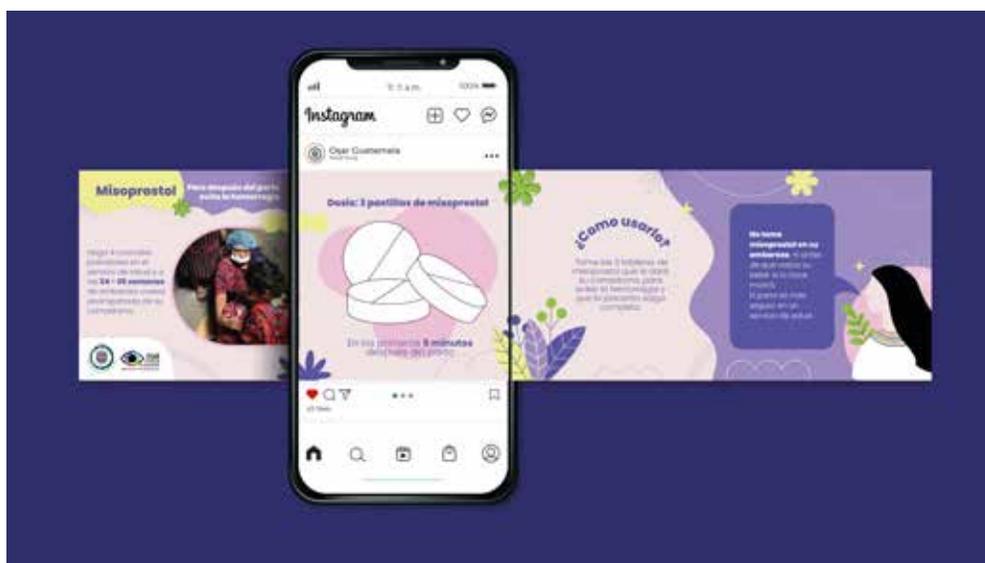


Figura 55. Propuesta final, carrusel, primera versión. Elaboración propia.

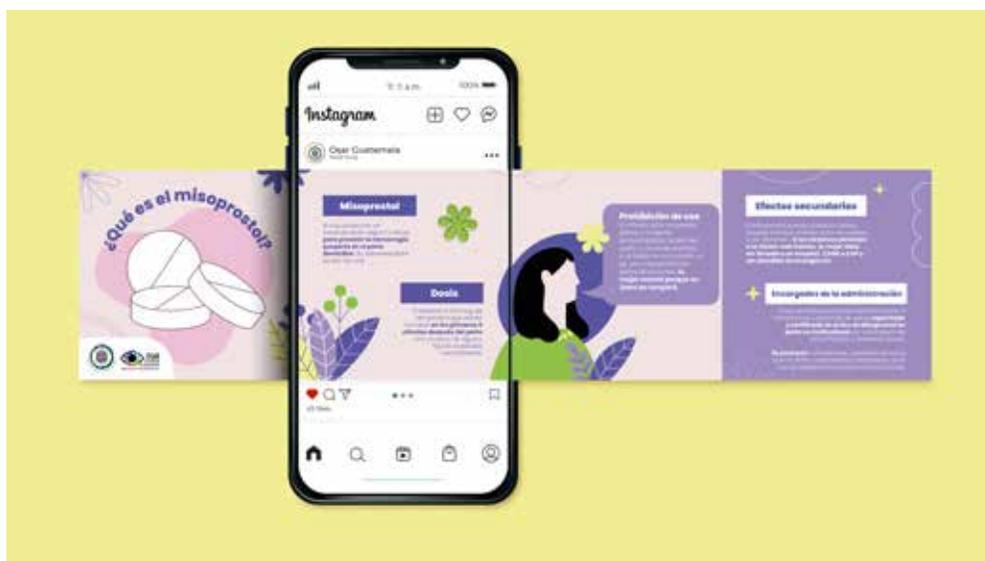


Figura 56. Propuesta final, carrusel, segunda versión. Elaboración propia.

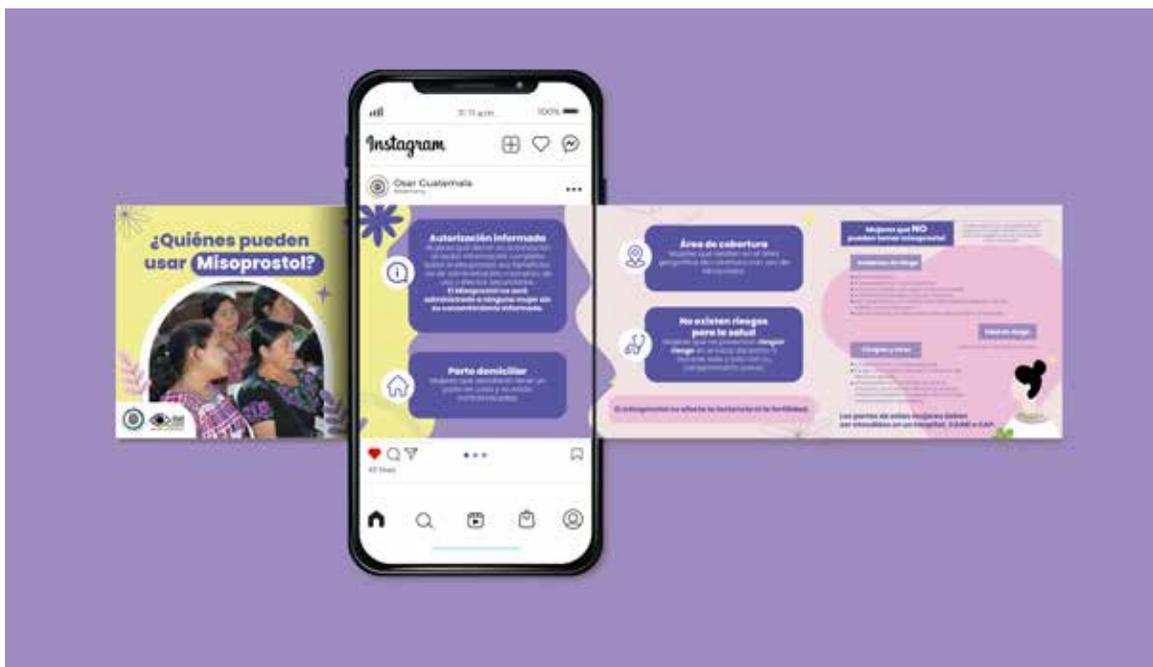


Figura 57. Propuesta final, carrusel, tercera versión. Elaboración propia.



Figura 58. Propuesta final, carrusel, cuarta versión. Elaboración propia.

Figura 59. Propuesta final, afiche, primera versión. Elaboración propia.

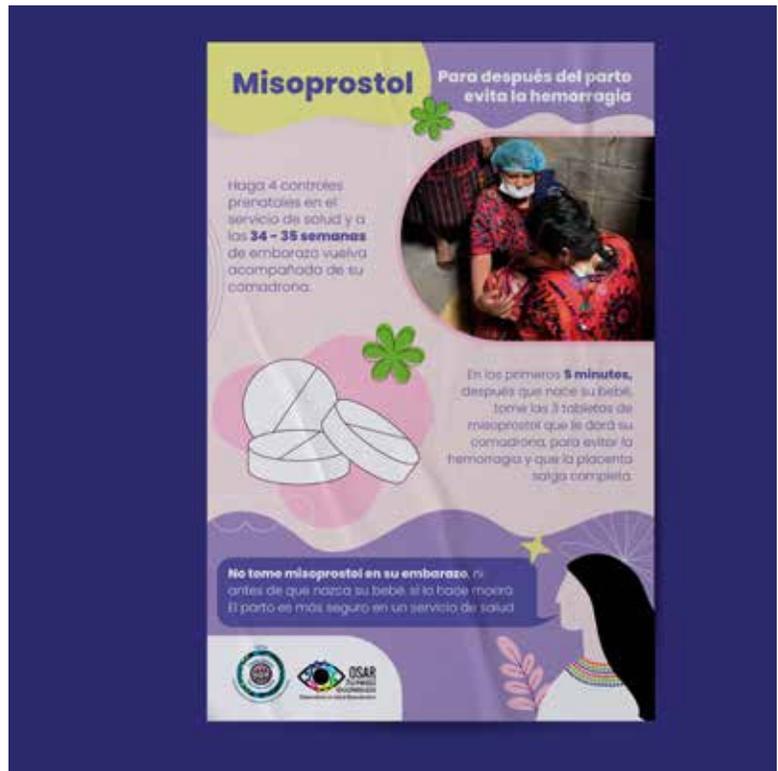


Figura 60. Propuesta final, afiche, segunda versión. Elaboración propia.



Figura 61. Propuesta final, afiche, tercera versión. Elaboración propia.



Figura 62. Propuesta final, afiche, cuarta versión. Elaboración propia.



Figura 63. Propuesta final, volante, primera versión. Elaboración propia.



Figura 64. Propuesta final, volante, segunda versión. Elaboración propia.



Figura 65. Propuesta final, volante, tercera versión. Elaboración propia.



Figura 66. Propuesta final, volante, cuarta versión. Elaboración propia.



Figura 67. Propuesta final, trifoliar, primera versión. Elaboración propia.



Figura 68. Propuesta final, trifoliar, segunda versión. Elaboración propia.



Figura 69. Propuesta final, trifoliar, tercera versión. Elaboración propia.



Figura 70. Propuesta final, trifoliar, cuarta versión. Elaboración propia

## 6.5 Fundamentación

En este apartado, se presenta la justificación en la que se fundamentan las propuestas de diseño de material informativo para el Observatorio en Salud Sexual y Reproductiva - OSAR - Juvenil Guatemala, acerca del uso del misoprostol para evitar la muerte materna.

### A. Formato

#### Carrusel

Luego de la correspondiente investigación sobre el diseño para redes sociales y la validación con la institución, se establece el tamaño de los artes digitales como 1080x1080 píxeles (figura 71). Los archivos son de uso digital y deben subirse a las redes sociales en los paquetes realizados. Este formato permite una buena visualización del material en distintos dispositivos.

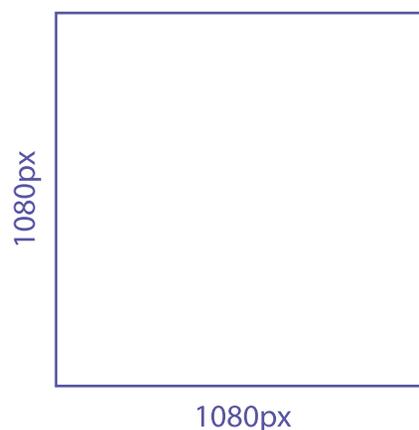


Figura 71. Dimensiones del formato para carrusel. Elaboración propia.

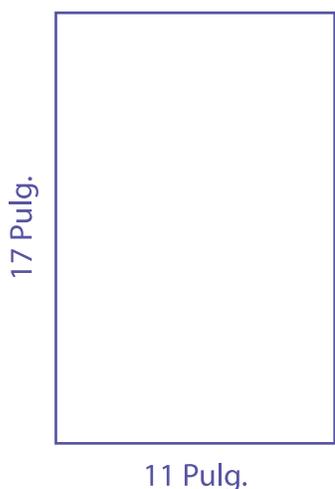


Figura 72. Dimensiones del formato para afiches promocionales. Elaboración propia.

#### Afiches promocionales

Para los afiches promocionales se trabajaron cuatro diferentes propuestas, se optó por un formato vertical, tamaño tabloide (figura 72). Este formato permite su fácil lectura y buena visualización a distancia, además de ser versátil para su uso en distintos puntos de la institución.

### Volantes promocionales

Para los volantes promocionales se trabajaron cuatro diferentes propuestas, se optó por un formato vertical, tamaño media carta (figura 73). Este formato facilita su lectura y reproducción, además de ser fácilmente transportable y fácil de distribuir.

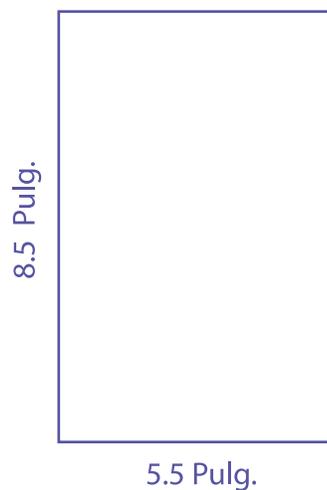


Figura 73. Dimensiones del formato para volantes promocionales. Elaboración propia.

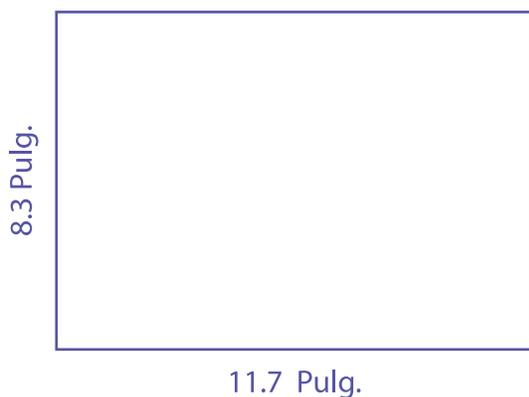


Figura 74. Dimensiones del formato para afiches promocionales. Elaboración propia.

### Trifoliales informativos

Para los trifoliales informativos se trabajaron cuatro diferentes propuestas, luego de la investigación correspondiente, se trabajaron en un formato A4 (figura 74). Este formato facilita la reproducción y su lectura.

## B. Composición

Retícula.

La retícula es la subdivisión de una superficie bidimensional o tridimensional en campos o espacios más reducidos a modo de reja. Una retícula adecuada posibilita la disposición sistemática y lógica de texto e ilustraciones de un modo compacto y con ritmo propio. Los beneficios que reporta trabajar con una retícula son sencillos: claridad, eficacia, economía y continuidad.<sup>44</sup>

Para la elaboración de los materiales se utilizaron tres tipos de retículas: modular, jerárquica y de columnas.

### Carrusel

La retícula empleada en el carrusel fue la modular (Figura 75), esta es una herramienta esencial para proyectos de mayor complejidad. Se trata de una estructura de columnas con numerosas líneas horizontales que dividen las columnas en filas, dando lugar a una matriz de celdas conocidas como módulo. Cada módulo representa una porción pequeña del espacio informativo y, cuando se agrupan, generan áreas denominadas zonas espaciales. La determinación de los tamaños de estos módulos puede llevarse a cabo de diversas maneras, como teniendo en cuenta las dimensiones de un párrafo de tamaño medio o un tamaño de cuerpo tipográfico específico.<sup>45</sup>

Se realizó con márgenes de 50 píxeles de cada lado y una red modular conformado por 4 columnas y 5 filas.

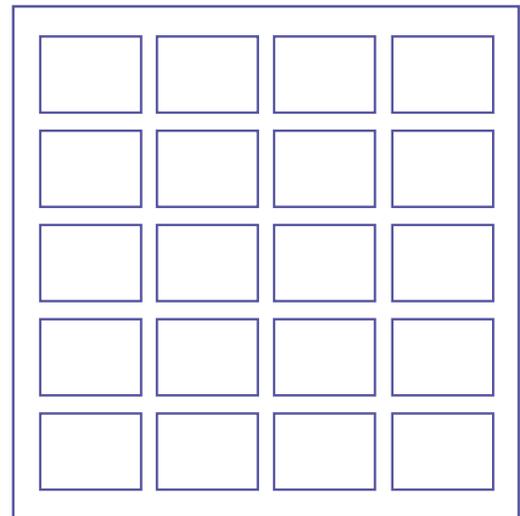


Figura 75. Ejemplo de retícula modular. Elaboración propia.

<sup>44</sup> Click Printing, "La retícula en el diseño gráfico: definición y usos", Consultado el 27 de octubre de 2023, <https://www.clickprinting.es/blog/la-ret-cula-en-el-dise-o-gr-fico-definici-n-y-usos#:~:text=La%20ret%C3%ADcula%20es%20la%20subdivisi%C3%B3n,compacto%20y%20con%20ritmo%20propio>

<sup>45</sup> Emilio Romero, "¿Qué es la retícula en diseño gráfico y para qué sirve?" Consultado el 27 de octubre de 2023, <https://www.inesem.es/revistadigital/dise-no-y-artes-graficas/que-es-la-re-ticula-en-dise-no-grafico/>

### Afiches y volantes

La retícula empleada en los afiches y volantes, fue la jerárquica (Figura 76), esta se basa en la proporción de los elementos y los somete a diferentes principios, como el orden, la objetividad, la concentración y la claridad. El proceso de desarrollo de este tipo de retículas comienza con un análisis de la interacción óptica generada por los diversos elementos de la composición. A partir de este análisis se construye la estructura que los organiza. Las retículas jerárquicas se emplean en la maquetación de libros, la creación de carteles e incluso en el diseño de páginas web.<sup>46</sup>

Para esta retícula se trabajaron márgenes de 0.75 pulgadas para los afiches y 0.5 pulgadas para los volantes y una composición jerárquica basada en las necesidades de la información.

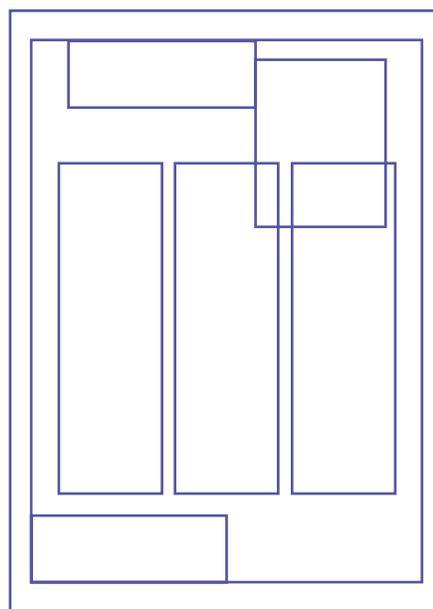


Figura 76. Ejemplo de retícula jerárquica.  
Elaboración propia.

### Trifoliales

La retícula empleada en los trifoliales, fue la de columnas (Figura 77), las retículas de columnas resultan eficaces cuando se necesita presentar información de forma discontinua. En este enfoque, se organiza la información en columnas verticales con el propósito de separar distintos tipos de datos. No obstante, estas columnas pueden ser interdependientes o cruzarse para formar columnas más amplias, lo que proporciona una gran flexibilidad a este tipo de retícula. El ancho de las columnas está directamente vinculado al tamaño del cuerpo tipográfico utilizado. Por lo tanto, es fundamental seleccionar un ancho que permita que todos los caracteres se acomoden de manera cómoda.<sup>47</sup> En este caso, el material se trabajó en un formato A4, horizontal, con una retícula de 3 columnas, un margen de 0.5 pulgadas y un medianil de 0.4 pulgadas.

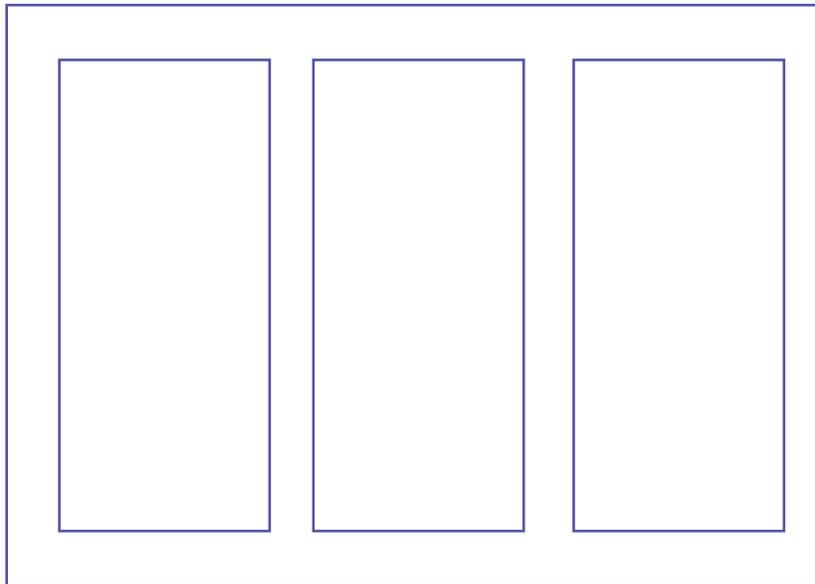


Figura 77. Ejemplo de retícula de columnas. Elaboración propia

47 Emilio Romero, "¿Qué es la retícula en diseño gráfico y para qué sirve?" Consultado el 27 de octubre de 2023, <https://www.inesem.es/revistadigital/disen-y-artes-graficas/que-es-la-reticula-en-disen-grafico/>

### C. Código cromático

El código cromático es la combinación de colores que se acuerda para representar un contexto. En el lenguaje visual se establecen criterios, por ejemplo, en un hospital, conciertos, escuelas, locales comerciales, se deben pintar de colores particulares.<sup>48</sup> La elección de la paleta de colores en el proyecto se basa en el concepto creativo “Las raíces del conocimiento de las parteras tradicionales”. Esta paleta tiene como objetivo transmitir un mensaje de feminidad, empoderamiento y sabiduría. Como tonalidades base se escogieron una gama de morados y rosados representando la feminidad con un contraste en verde y amarillo que hacen alusión a las raíces y a la sabiduría.

#### Morado:

El color morado tiene diversos significados que varían según el contexto cultural y personal. Tradicionalmente, se asocia con la realeza y la nobleza, denotando poder y autoridad. También tiene connotaciones espirituales y se vincula a la creatividad y la imaginación. En algunas culturas, representa el misterio y la magia, mientras que en otras se utiliza en situaciones de duelo. Además, en tonos más suaves, como el lavanda, puede simbolizar la feminidad y la sensibilidad.<sup>49</sup>

#### Rosado:

El color rosado se relaciona principalmente con el amor, el romance y la ternura, es un símbolo de cariño en relaciones amorosas. También denota dulzura, inocencia y pureza, especialmente en tonos más suaves. Asociado con la feminidad, se utiliza en productos dirigidos al público femenino. Además, simboliza sensibilidad y compasión, transmitiendo un sentimiento de optimismo en algunos contextos. En general, el rosa evoca emociones positivas y está vinculado a las relaciones humanas.<sup>50</sup>

48 Desconocido, "Código cromático", Consultado el 27 de octubre de 2023, <https://graficai.blogspot.com/2017/06/codigo-cromatico.html>

49 - 50 Canva, "La psicología del color: el significado de los colores y cómo aplicarlos a tu marca", Consultado el 27 de octubre de 2023, [https://www.canva.com/es\\_mx/aprende/psicologia-del-color/](https://www.canva.com/es_mx/aprende/psicologia-del-color/)

### Amarillo:

El amarillo simboliza alegría, optimismo y felicidad, transmitiendo una actitud positiva. También se relaciona con la creatividad, la energía y la amistad, evocando calidez y amabilidad. Así mismo, en algunas culturas, el amarillo se relaciona con la salud y el bienestar, y se utiliza en productos y entornos de atención médica.<sup>51</sup>

### Verde:

El color verde simboliza la naturaleza, frescura y crecimiento. También representa la esperanza, equilibrio y armonía. Se relaciona con la salud, la sostenibilidad y la ecología. En tonos suaves, transmite tranquilidad y relajación, mientras que en tonos más claros representa frescura y juventud.<sup>52</sup>

### Blanco:

El blanco es considerado el color de la perfección, un nuevo comienzo y es el color representativo de la fe. Es un color apropiado para organizaciones caritativas o religiosas. El blanco se asocia con salud porque se relaciona con la higiene y la limpieza.<sup>53</sup>

### Negro:

El negro es un color misterioso asociado con el miedo o lo desconocido, de la misma forma, es un color elegante y prestigioso.<sup>54</sup>



Figura 78. Paleta de color. Elaboración propia.

51-54 Canva, "La psicología del color: el significado de los colores y cómo aplicarlos a tu marca", Consultado el 27 de octubre de 2023, [https://www.canva.com/es\\_mx/aprende/psicologia-del-color/](https://www.canva.com/es_mx/aprende/psicologia-del-color/)

### D. Código tipográfico

Para la realización de los diseños para el material informativo, se utilizó una tipografía tipo San Serif, esto debido a que los tipos carecen del final conocido como serif o remates, así mismo tiene un ancho fijo que la hace de fácil lectura y le da modernidad. Estas tipografías son apreciadas por su simplicidad y versatilidad en una variedad de aplicaciones de diseño, como logotipos, sitios web, publicidad y carteles.

#### **Poppins:**

La tipografía Poppins es un diseño relativamente nuevo que se ha vuelto muy popular en el mundo del diseño gráfico y la tipografía. Fue creada en 2014 por Satya Rajpurohit y Peter Bil'ak, dos diseñadores indios, cuyo encargo derivó de un estudio de fuentes de la India. Es una de las tipografías que contiene un gran rango de legibilidad, por lo que es muy común verla en textos corridos y en grandes titulares.<sup>55</sup>

Es una fuente sans serif moderna y versátil. Fue diseñada con una apariencia amigable y legible, presenta líneas limpias y un estilo contemporáneo. Es una fuente popular debido a su equilibrio entre simplicidad y elegancia, y está disponible en múltiples pesos y estilos para adaptarse a diversas necesidades de diseño.

El nombre "Poppins" está vinculado a la ciudad de Puducherry, anteriormente conocida como Pondicherry, ubicada en la costa sureste de la India. Puducherry es un lugar especial debido a su historia colonial y su herencia francesa. Durante la mayor parte del siglo XVII y XVIII, Puducherry estuvo bajo el control colonial francés, y esta influencia dejó una huella significativa en la cultura y la arquitectura de la ciudad. El nombre "Poppins" se deriva de "Pondicherry" y se inspira en la mezcla de influencias culturales que caracterizan a la ciudad.<sup>56</sup>

Lo que diferencia a Poppins es su equilibrio entre simplicidad y elegancia. La fuente se ha diseñado para ser atractiva a la vista sin ser abrumadora, lo que la hace versátil en una amplia gama de contextos de diseño.

<sup>55</sup> Nerea Morcillo, "Tipografía poppins" Consultado el 27 de octubre de 2023, <https://www.creativosonline.org/typografia-poppins.html>

<sup>56</sup> Wikipedia, "Puducherry", consultado el 27 de octubre de 2023, <https://es.wikipedia.org/wiki/Puducherry>

# Poppins

|                  |                   |
|------------------|-------------------|
| Thin             | Aa Bb Cc Dd Ee    |
| ExtraLight       | Ff Gg Hh Ii Jj Kk |
| Light            | Ll Mm Nn Oo Pp    |
| Regular          | Qq Rr Ss Tt Uu    |
| Medium           | Vv Ww Xx Yy Zz    |
| <b>SemiBold</b>  |                   |
| <b>Bold</b>      |                   |
| <b>ExtraBold</b> |                   |
| <b>Black</b>     |                   |

Figura 79. Tipografía poppins. Elaboración propia.

## D. Código icónico-visual

En el proceso de creación de las ilustraciones, se optó por un estilo vectorial minimalista que se caracteriza por la utilización de formas geométricas y líneas sencillas en algunas de ellas. Esta elección se fundamentó en la retroalimentación proporcionada por la tercera validación del focus group, la cual destacó la necesidad de incorporar ilustraciones e iconografía con el fin de mejorar la apariencia visual del diseño en general. Así mismo, esta decisión se tomó considerando la cultura visual de la región geográfica que engloba al grupo objetivo. De este modo, se buscó que las

ilustraciones fueran altamente representativas de la realidad local, lo que les confiere una mayor relevancia y conexión con la audiencia. Como complemento a las ilustraciones, se introdujeron bloques de color, figuras geométricas y orgánicas, estratégicamente colocados para proporcionar un contraste efectivo entre los elementos visuales y el texto en los fondos, contribuyendo así a una experiencia de diseño más atractiva y enriquecedora.



Figura 80. Artes finales. Elaboración propia

## E. Código lingüístico

Todo el material realizado está diseñado en el lenguaje propio de la institución, este código lingüístico utiliza terminología médica para describir los síntomas, diagnósticos y tratamientos. La comunicación se lleva a cabo de manera formal en tercera persona, lo que aporta un enfoque objetivo y profesional a la interacción, contribuyendo a la claridad y precisión en la transmisión de información médica. Este enfoque, reconocido por su rigurosidad y coherencia, es fundamental para garantizar la exactitud y la consistencia en la documentación y la comunicación dentro del ámbito de la salud.

### 6.6. Lineamientos para la puesta en práctica

Para garantizar la efectividad de la estrategia de comunicación y de los diferentes productos de comunicación visual realizados, se detallan las especificaciones técnicas, recomendaciones de uso y reproducción del material editorial diseñado.

#### A. Componentes del proyecto

##### 1. Campaña para redes sociales

- Documentos PNG de los post para las redes sociales.
- Documento editable Adobe Illustrator (versión 2023).
- Carpeta de imágenes utilizadas en el documento.
- Carpeta de fuentes utilizadas en el documento.

##### 2. Afiches informativos

- Documento para impresión en PDF.
- Documento editable Adobe Illustrator (versión 2023).
- Carpeta de imágenes utilizadas en el documento.
- Carpeta de fuentes utilizadas en el documento.

##### 3. Volantes informativos

- Documento para impresión en PDF.
- Documento editable Adobe Illustrator (versión 2023).
- Carpeta de imágenes utilizadas en el documento.
- Carpeta de fuentes empleadas en el documento.

##### 4. Trifoliales informativos

- Documento para impresión en PDF.
- Documento editable Adobe Illustrator (versión 2023).
- Carpeta de imágenes utilizadas en el documento.
- Carpeta de fuentes utilizadas en el documento.

### B. Especificaciones técnicas

#### 1. Campaña para redes sociales

- Documentos PNG de los post para las redes sociales.
- Diseñado y maquetado en Adobe Illustrator CC 2023.
- Ilustraciones realizadas en Adobe Illustrator CC 2023.
- Texturas de imágenes realizadas en Adobe Photoshop CC 2023.
- Formato de visualización en carrusel.
- Tamaño 1080x1080px.
- Publicación de 16 publicaciones en carruseles de 4.
- Márgenes:
  - Superior: 100px
  - Inferior: 100px
  - Externo: 100px
  - Interno: 100px

#### 2. Afiches informativos

- Documento editorial para impresión en PDF.
- Diseñado y maquetado en Adobe Illustrator CC 2023.
- Ilustraciones realizadas en Adobe Illustrator CC 2023.
- Texturas de imágenes realizadas en Adobe Photoshop CC 2023.
- Artes finales para impresión en CMYK realizados en Adobe Illustrator CC 2023.
- Formato tabloide de 11 pulg por 17 pulg.
- Margen de 0.75 pulgadas.

#### 3. Volantes informativos

- Documento editorial para impresión en PDF.
- Diseñado y maquetado en Adobe Illustrator CC 2023.
- Ilustraciones realizadas en Adobe Illustrator CC 2023.
- Texturas de imágenes realizadas en Adobe Photoshop CC 2023.
- Artes finales para impresión en CMYK realizados en Adobe Illustrator CC 2023.
- Formato media carta de 8.5 pulg por 5.5 pulg.
- Margen de 0.5 pulgadas

### 4. Trifoliales informativos

- Documento editorial para impresión en PDF.
- Diseñado y maquetado en Adobe Illustrator CC 2023.
- Ilustraciones realizadas en Adobe Illustrator CC 2023.
- Texturas de imágenes realizadas en Adobe Photoshop CC 2023.
- Artes finales para impresión en CMYK realizados en Adobe Illustrator CC 2023.
- Formato A4 de 8.3 pulg por 11.7 pulg.
- Margen de 0.5 pulgadas

## C. Condiciones de uso

Se hará entrega de las piezas gráficas a la institución a través de una carpeta en Google Drive, de manera impresa se entregará los ejemplares de cada uno de los productos físicos de la estrategia de comunicación. La carpeta digital incluirá los componentes descritos anteriormente, tanto piezas finales como sus archivos editables.

Los productos finales son:

- Campaña para redes sociales de 4 carruseles, compuesta por 16 posts digitales.
- 4 piezas de afiches promocionales.
- 4 piezas de volantes promocionales.
- 4 piezas de trifoliales promocionales.

Los afiches, volantes y trifoliales, fueron diseñados específicamente para su reproducción impresa; por el contrario, la campaña digital, su uso es exclusivo para plataformas digitales de redes sociales.

## D. Condiciones de reproducción

El material digital no debe ser utilizado para impresión, es exclusivo para su uso digital. Los afiches informativos deberán imprimirse a color, en papel opalina tamaño tabloide o en vinil adhesivo con montaje sobre PVC para su durabilidad. Los volantes y trifoliales deberán imprimirse en full color en papel couché.

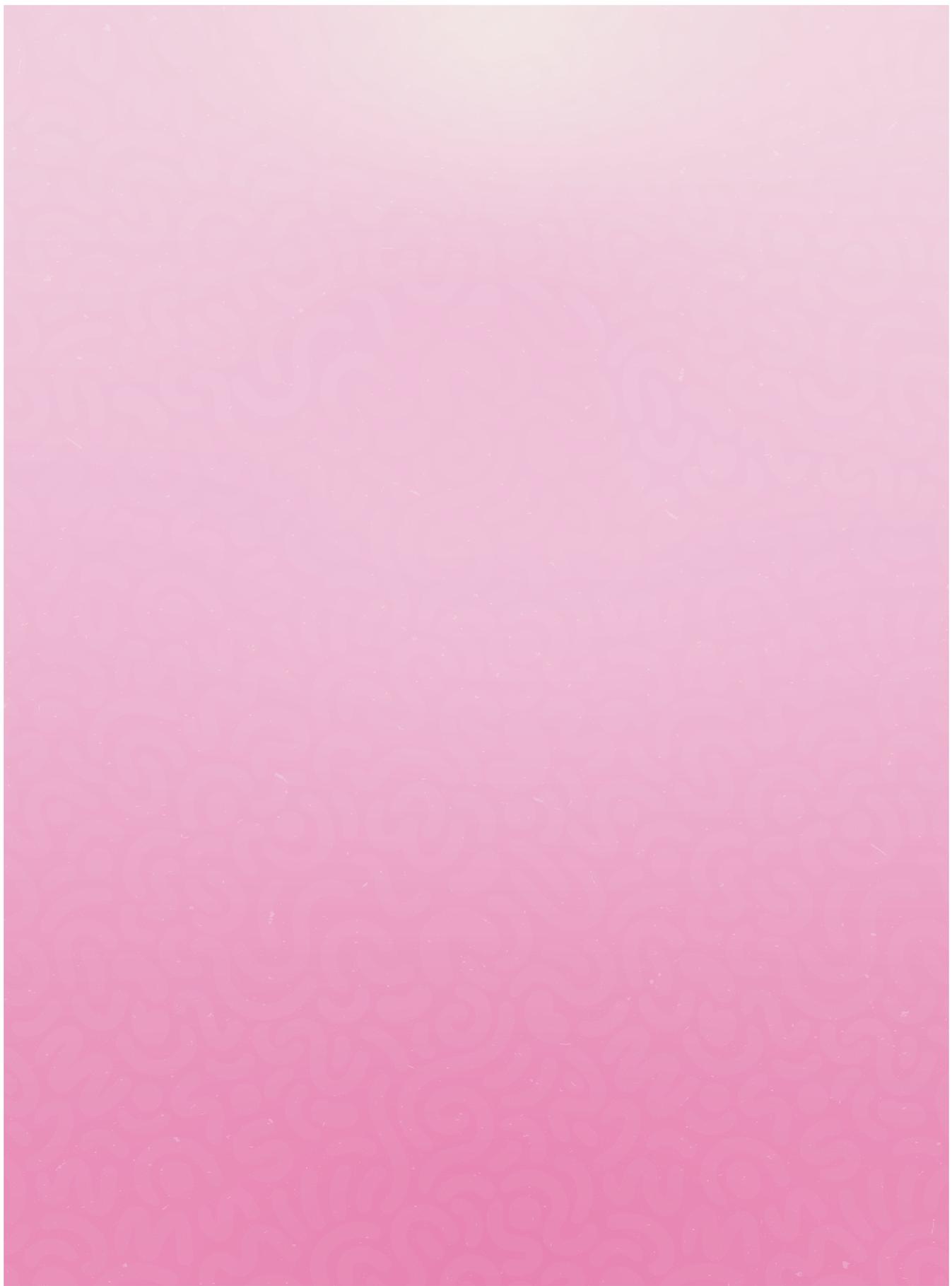
## 6.7. Aporte económico del estudiante a la institución

A continuación se presenta el aporte económico del estudiante a la institución OSAR Guatemala, este aporte se divide en costos fijos, variables, procesos de diseño, depreciación de quipos, honorarios de diseños y los impuestos correspondientes. Cabe destacar que el proyecto no representó ningún gasto económico para la institución OSAR Guatemala.

| Costos fijos  |            |
|---|------------|
| Agua  | Q.270.00   |
| Luz   | Q.720.00   |
| Internet  | Q.870.00   |
| Teléfono  | Q.450.00   |
| Visitas a la institución                              | Q.200.00   |
| Creative Cloud  | Q.467.16   |
| Alimentación  | Q.4,500.00 |
| Costos variables                                      |            |
| Resma de hojas blancas                                | Q.75.00    |
| Lápices, crayones, marcadores e insumos de escritorio | Q.275.00   |
| Tintas para impresora                                 | Q.379.96   |
| Transporte  | Q.450      |
| Otros costos variables                                | Q.100.00   |
| Impresiones del proyecto de graduación                | Q.450.00   |

| Proceso de diseño                           |                    |
|---|--------------------|
| Diagnóstico                                 | Q.500.00           |
| Elaboración del plan operativo              | Q.500.00           |
| Elaboración del brief                       | Q.2,000.00         |
| Elaboración de Insight y concepto creativo  | Q.500.00           |
| Bocetaje                                    | Q.1,500.00         |
| Fotografías                                 | Q.1,500.00         |
| Digitalización                              | Q.4,000.00         |
| Validaciones (tres niveles de validación)   | Q.3,000.00         |
| Elaboración de propuestas finales de diseño | Q.4,500.00         |
| Impresiones finales                         | Q.300.00           |
| Depreciación de equipos                     |                    |
| iPad  | Q.125.00           |
| Computadora                                 | Q.587.5            |
| Disco duro externo                          | Q.26.5             |
| Cámara canon 6D Mark ii y lente 85mm 2.4    | Q.167.00           |
| Honorarios del diseñador                    |                    |
| Honorarios                                  | Q.9,000.00         |
| <b>Subtotal</b>                             | <b>Q.37,413.12</b> |
| Impuestos                                   |                    |
| Impuesto del Valor Agregado (IVA 5%)        | Q.1,870.66         |
| Impuesto Sobre la Renta (ISR 5%)            | Q.1,870.66         |
| <b>Total</b>                                | <b>Q.41,154.44</b> |

Figura 81. Tabla del aporte económico del estudiante a la institución. Elaboración propia.



## Capítulo VII: Síntesis del proceso

### Conclusiones | Recomendaciones | Lecciones aprendidas

En el último capítulo del proyecto, se expondrán las conclusiones clave que se derivan de toda la investigación y trabajo realizado. Además, se presentarán las recomendaciones destinadas a la institución, la Escuela de Diseño Gráfico y, por último, a los estudiantes que en un futuro realizarán su proyecto de graduación. También se abordarán las lecciones aprendidas a lo largo del proceso de elaboración del proyecto. Este capítulo servirá como cierre y resumen de los resultados y aportará información valiosa para futuras iniciativas similares.



### 7.1 Conclusiones

Después de una exhaustiva investigación y con el logro de los objetivos planteados en el proyecto, se han obtenido las siguientes conclusiones:

- Con esta investigación se comprobó que a través de una correcta metodología de la investigación y del diseño, se pudo apoyar a OSAR Guatemala en la promoción del uso seguro del misoprostol entre comadronas, como una estrategia clave para prevenir la muerte materna en Guatemala, mejorar la atención en el parto y brindar una herramienta valiosa en entornos de parto en casa.
- Se logró apoyar el proceso de enseñanza dirigido a las comadronas sobre el uso del misoprostol, a través del material proporcionado por el Ministerio de Salud y el Observatorio de Salud Sexual y Reproductiva, como una medida esencial para prevenir la muerte materna y mejorar la atención en el parto.
- Se diseñó el material informativo para comadronas de las cabeceras municipales de Alta Verapaz y Huehuetenango con información y recomendaciones sobre el uso del misoprostol para prevenir la muerte materna. Logrando así una adaptación de la información brindada por el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, a materiales que sean entendibles, llamativos y fáciles de reproducir.

### 7.2 Recomendaciones

#### ● **A la institución**

Lograr comprometerse plenamente con el apoyo al proyecto desde el inicio y garantizar la entrega oportuna de todo el material necesario. Asimismo, es esencial que la institución se encargue de la distribución del material creado por los estudiantes de diseño gráfico, de manera que se utilice de manera efectiva y acorde a los objetivos del proyecto.

#### ● **A la Escuela de Diseño Gráfico, Facultad de Arquitectura.**

Brindar apoyo a los estudiantes para que puedan identificar las áreas en las que desean desarrollarse y alcanzar su máximo potencial. También sugiero que se mantenga disponible para ayudar a los estudiantes a resolver sus dudas en todo momento. Esto fomentará un ambiente de aprendizaje más enriquecedor y exitoso.

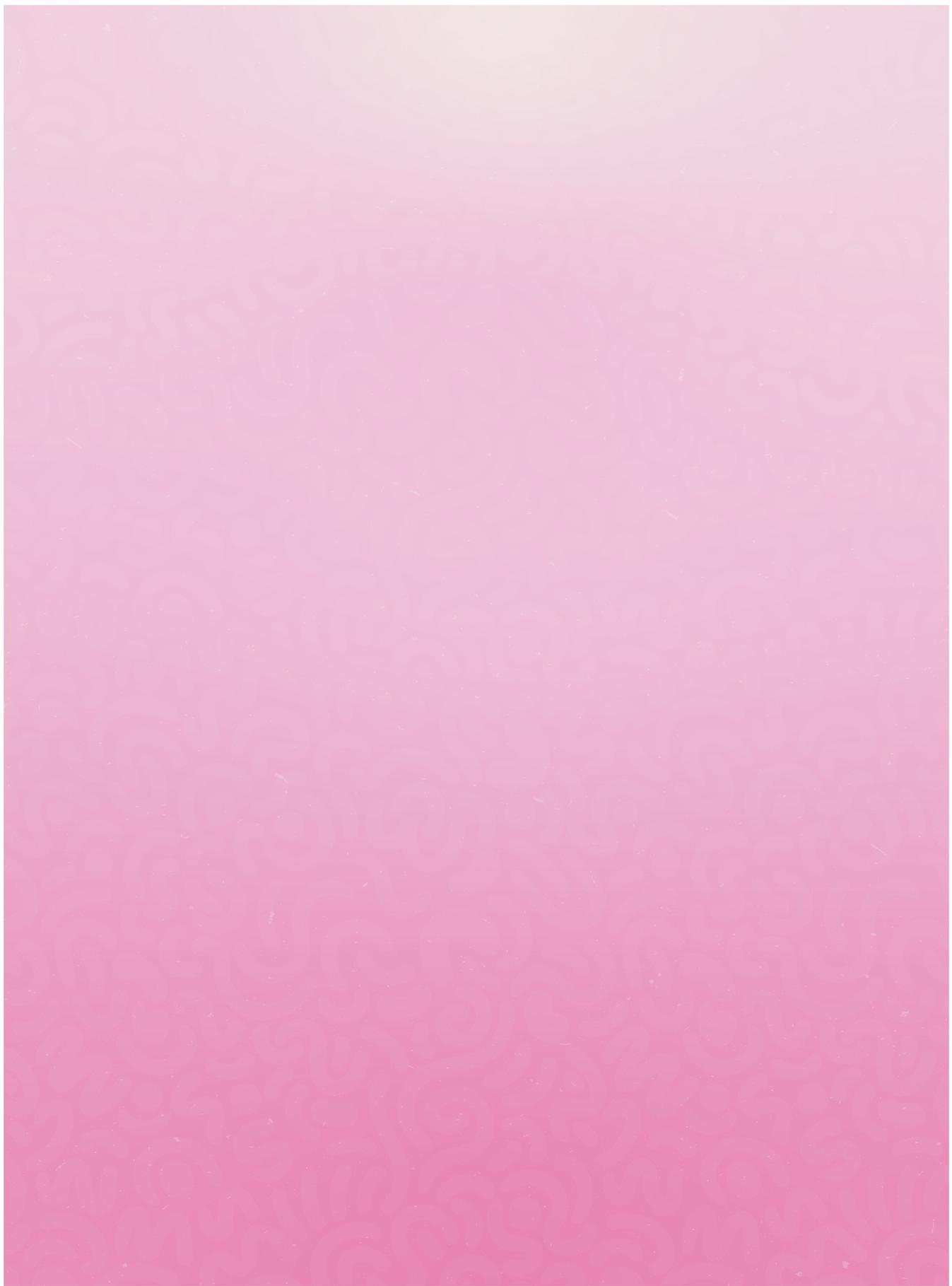
#### ● **A los futuros estudiantes de Proyecto de Graduación.**

Establecer un compromiso pleno con su proyecto, asegurándose de cumplir con los materiales acordados y en los plazos establecidos. Es importante mantener un buen manejo del tiempo y, sobre todo, cuidar de su salud mental, física y emocional durante este proceso, que puede ser desafiante pero sumamente enriquecedor. Así mismo, se recomienda llevar una agenda que ayude a aprovechar de manera efectiva el tiempo asignado al proyecto y así evitar retrasos. Además de seguir el cronograma de actividades al pie de la letra para lograr un equilibrio adecuado. Por último, les animo a disfrutar de este proceso junto a sus profesores, aprovechando al máximo los recursos que tienen a su disposición para mejorar constantemente. No duden en plantear preguntas y aclarar dudas, ya que esto contribuirá a su aprendizaje y éxito en el proyecto.

### 7.3 Lecciones aprendidas

---

- Mantener una buena comunicación con la institución y con los asesores para lograr el éxito del proyecto realizado y evitar malos entendidos o confusiones.
- Explotar al máximo la creatividad y los conocimientos adquiridos durante la carrera para lograr los mejores resultados en el proyecto, siempre teniendo en cuenta los distintos conocimientos en las diferentes ramas del diseño para realizar los materiales necesarios.
- Llevar un mejor control de los tiempos establecidos para cumplir con los objetivos propuestos en el proyecto.



## Referencias

### bibliográficas

- Petersen, E. E., Davis, N. L., Goodman, D., Cox, S., Mayes, N., E., Syverson, C., & Barfield, W. 2019. Pregnancy-related deaths, and Strategies for prevention. Atlanta. CDC.
- Domínguez, M.; Tres-Castro, N.; Bermúdez, A.; García, G.; Gómez, A.; Ochaíta, D.; Escobar, M.; Castellanos, M.; Castillo, M.J. y Palala, A. (Eds.) 2015. Educación integral en sexualidad desde la perspectiva de diferentes actores. Compendio de investigaciones. Guatemala: Dirección General de Evaluación e Investigación Educativa, Ministerio de Educación.
- Aroche S., Cristian M. Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social. 2022. Situación epidemiológica de muerte materna de enero hasta junio de 2022. Guatemala. Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.
- Dr. Francisco Cerezo Marlar, Dra. Katine Damaya Cardona, Dr. Gustavo Adolfo Batres. 2020. Guía de uso de Misoprostol en el postparto domiciliario asistido por comadrona. Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social de Guatemala.
- Badinter, Elisabeth. 1991. ¿Existe el instinto maternal?: historia del amor maternal, siglos XVII al XX. Paidós.
- Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social. 2018. Estrategia de uso de Misoprostol en el posparto domiciliario: Plan para la reducción de la morbi-mortalidad materna por hemorragia posparto en parto domiciliario, en municipios del Norte de Huehuetenango, Guatemala. Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social de Guatemala.

## Referencias

### en línea

Observatorio en Salud Sexual y Reproductiva –OSAR– “Informe Anual”, Guatemala, Consultado el 22 de mayo de 2023, <https://osarguatemala.org/wp-content/uploads/2020/04/Informe-anual-2018-ISDM-OSAR-.pdf>

Oficina de Comunicaciones, “¿Se puede prevenir la morbilidad y la mortalidad maternas?”, Consultado el 22 de mayo de 2023, <https://espanol.nichd.nih.gov/salud/temas/maternal-morbidity-mortality/informacion/prevenir>

Melo, María José, y Nelson Zicavo. “Competencias Parentales En Educación Sexual”, Consultado el 22 de mayo de 2023, <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=459545417003>.

Observatorio en Salud Sexual y Reproductiva –OSAR– “Quiénes Somos”, Guatemala, 2022. <https://osarguatemala.org/quienes-somos/>

Economipedia, Enrique Rus Arias, “Flujograma”, Consultado el 14 de septiembre de 2023, <https://economipedia.com/definiciones/flujograma.html>

Asana, Caeleigh MacNei, “Qué es un cronograma de trabajo y cómo hacer uno con plantilla”, Consultado el 14 de septiembre de 2023, <https://asana.com/es/resources/work-schedule-types>

Conexión Esan, “Importancia de realizar un presupuesto para alcanzar objetivos”, Consultado el 14 de septiembre de 2023, <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/importancia-de-realizar-un-presupuesto-para-alcanzar-objetivos#:~:text=En%20t%C3%A9rminos%20generales%2C%20se%20puede,no%20contribuyan%20a%20su%20crecimiento.>

Foro cultura 21, “Maternidad: trascendencia personal y social”, Consultado el 22 de septiembre de 2023, <https://www.forocultura21.com/feminismo/maternidad-trascendencia-personal-social/#:~:text=La%20maternidad%20es%20esencial%20para,hijos%2C%20a%20trav%C3%A9s%20de%20la>

Eugenia Zicavo, “Dilemas de la maternidad en la actualidad: Antiguos y nuevos mandatos en mujeres profesionales de la ciudad de Buenos Aires”, Consultado el 22 de septiembre de 2023, [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1405-94362013000200004#:~:text=La%20maternidad%20es%20un%20terreno,y%20cuidado%20de%20los%20hijos%2C](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-94362013000200004#:~:text=La%20maternidad%20es%20un%20terreno,y%20cuidado%20de%20los%20hijos%2C)

Irékani Alarcón Acosta “La madre como sujeto político: una revisión histórica de las posturas feministas en torno a la maternidad”, Consultado el 22 de septiembre de 2023, <https://www.cide.edu/pev/2021/10/11/la-madre-como-sujeto-politico-una-revision-historica-de-las-posturas-feministas-en-torno-a-la-maternidad/#:~:text=Den>

tro%20del%20feminismo%20la%20maternidad,una%20alternativa%20para%20su%20 emancipaci%C3%B3n.

Connecticut Children, “Comadronas”, Consultado el 22 de septiembre de 2023, <https://www.connecticutchildrens.org/health-library/es/parents/midwives-esp/#:~:text=La%20historia%20de%20las%20comadronas&text=Hay%20referencias%20a%20las%20comadronas,deb%C3%ADn%20seguir%20unas%20pr%C3%A1cticas%20normativas.>

Cristina Maldonado, Felipe López y Gustavo Barrios, “Las comadronas: guías para el embarazo de madres y bebés saludables en el occidente de Guatemala”, Consultado el 22 de septiembre de 2023, <https://msh.org/story/las-comadronas-guias-para-el-embarazo-de-madres-y-bebes-saludables-en-el-occidente-de-guatemala/#:~:text=En%20el%20Altiplano%20de%20Guatemala,embarazadas%20en%20las%20comunidades%20ind%C3%ADgenas.>

OMS, “Una tradición ancestral al rescate: comadronas mayas disipan los temores a la vacuna contra la COVID-19” Consultado el 22 de septiembre de 2023, <https://www.paho.org/es/historias/tradicion-ancestral-al-rescate-comadronas-mayas-disipan-temores-vacuna-contra-covid-19#:~:text=En%20Guatemala%20hay%20m%C3%AIs%20de,estas%20lideresas%20a%20nivel%20nacional.>

Sebastián Razo, La Influencia del Diseño Gráfico en el Mundo, Consultado el 22 de septiembre de 2023, <https://www.xn--nosotros-los-diseadores-8hc.com/2023/07/27/la-influencia-del-diseno-grafico-en-el-mundo/>

Lia Schüler, “Público objetivo, cliente ideal y buyer persona: ¿cuáles son las diferencias?”, Consultado el 22 de septiembre de 2023, <https://www.rdstation.com/blog/es/publico-objetivo-cliente-ideal-buyer-persona/#:~:text=El%20P%C3%ABlico%20objetivo%20o%20target,acciones%20de%20Marketing%20y%20Ventas.>

Rockcontent, “Público Objetivo: Qué es, cómo definirlo y cuál es su importancia en las estrategias de Marketing”, Consultado el 22 de septiembre de 2023, <https://rockcontent.com/es/blog/como-definir-el-publico-objetivo/>

Elisava, “Diseño editorial: Todo lo que debes saber”, Consultado el 22 de septiembre de 2023, <https://www.elisava.net/diseño-editorial-todo-lo-que-debes-saber/#:~:text=El%20dise%C3%B1o%20editorial%20es%20la,de%20cualquier%20tipo%20de%20publicaci%C3%B3n.>

Factoryfy, “DISEÑO GRÁFICO PARA REDES SOCIALES: CLAVES Y EJEMPLOS” <https://factoryfy.es/diseño-grafico-redes-sociales/>

Asana, “Cómo crear un brief de diseño en 7 pasos”, 1 noviembre 2022 <https://asana.com/es/resources/design-brief>

Anna Simonet, “Qué es un moodboard, de qué sirve y cómo se hace”, enero 2021, <https://annaand.co/post/que-es-un-moodboard-de-que-sirve-como-se-hace>

Green Marketing, "La regla de las 6W's en la creación de una estrategia de marketing" 2020. <https://tierramarketing.es/creacion-de-una-estrategia-de-marketing/>

Significados.com, "Qué es el Cuadro Comparativo" Consultado el 20 de septiembre de 2023 <https://www.significados.com/cuadro-comparativo/>

Cristina Ortega, questionpro, "Mapa de empatía: Qué es, cómo crearlo e importancia", 2023, <https://www.questionpro.com/blog/es/mapa-de-empatia/>

Erick Córdoba, "La Fórmula del Concepto Creativo", 21 de abril de 2019 <https://es.linkedin.com/pulse/la-f%C3%B3rmula-del-concepto-creativo-erick-enzo-cordova-bandini#:~:text=El%20Concepto%20Creativo%20es%20un,inspiracional%20y%20un%20verdadero%20insight.>

Neuronilla, "técnicas de creatividad - Relaciones forzadas (palabra al azar)", Consultado el 05 de septiembre del 2023, <https://neuronilla.com/relaciones-forzadas-palabra-al-azar/>

Neuronilla, "técnicas de creatividad - Ideart", Consultado el 05 de septiembre del 2023, <https://neuronilla.com/ideart/>

Neuronilla, Conexiones morfológicas forzadas, acceso en septiembre de 2023, <https://www.neuronilla.com/conexiones/>

Rita Lisboa, "Focus Group: ¿qué es esta metodología y cómo aplicarla a tu estrategia de marketing?", 6 diciembre 2019 <https://rockcontent.com/es/blog/focus-group/>

Click Printing, "La retícula en el diseño gráfico: definición y usos", Consultado el 27 de octubre de 2023, <https://www.clickprinting.es/blog/la-ret-cula-en-el-dise-o-gr-fico-definici-n-y-usos#:~:text=La%20ret%C3%ADcula%20es%20la%20subdivisi%C3%B3n,compacto%20y%20con%20ritmo%20propio>

Emilio Romero, "¿Qué es la retícula en diseño gráfico y para qué sirve?" Consultado el 27 de octubre de 2023, <https://www.inesem.es/revistadigital/disen-y-artes-graficas/que-es-la-reticula-en-disen-grafico/>

Desconocido, "Código cromático", Consultado el 27 de octubre de 2023, <https://graficai.blogspot.com/2017/06/codigo-cromatico.html>

Canva, "La psicología del color: el significado de los colores y cómo aplicarlos a tu marca", Consultado el 27 de octubre de 2023, [https://www.canva.com/es\\_mx/aprende/psicologia-del-color/](https://www.canva.com/es_mx/aprende/psicologia-del-color/)

Nerea Morcillo, "Tipografía poppins" Consultado el 27 de octubre de 2023, <https://www.creativosonline.org/tipografia-poppins.html>

Wikipedia, "Puducherry", consultado el 27 de octubre de 2023, <https://es.wikipedia.org/wiki/Puducherry>

Anexo 1: Preguntas para el focus group de expertos:

- ¿Consideras que el diseño se adapta al concepto creativo?
- ¿Qué piensas de la paleta de color y la tipografía escogida?
- ¿Qué le cambiarías al diseño?
- Dudas y comentarios

Anexo 2: Preguntas para el focus group del grupo objetivo:

- ¿Qué opinas de los colores escogidos?
- El tipo de letra escogido, ¿consideras que es el adecuado?
- ¿Qué le cambiarías al diseño?
- ¿Las imágenes y dibujos te parecen adecuados al tema del proyecto?
- Dudas y comentarios.

*Virsa Valenzuela Morales -Licenciada en Letras.  
33 avenida "A" 10-79 zona 7 Tikal 2- Teléfono 59824483*

Nueva Guatemala de la Asunción, 20 de mayo de 2024

Arquitecto  
Sergio Francisco Castillo Bonini  
Decano en Funciones  
Facultad de Arquitectura  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que he realizado la revisión de estilo del proyecto de graduación Diseño de material informativo para el Observatorio en Salud Sexual y Reproductiva - OSAR - Juvenil Guatemala acerca del uso del misoprostol para evitar la muerte materna, de la estudiante, Andrea Elizabeth Aguilar Andrade de la Facultad de Arquitectura, carné universitario 201803867 previo a conferírsele el título de Diseñadora Gráfica en el grado académico de Licenciado.

Luego de las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta cumple con la calidad técnica y científica requerida.

Al agradecer la atención que se sirva brindar a la presente, me suscribo respetuosamente,

  
Dra. Virsa Valenzuela Morales  
No. de colegiada 6,237

*Virsa Valenzuela Morales  
Licenciada en Letras  
Colegiada No. 6237*

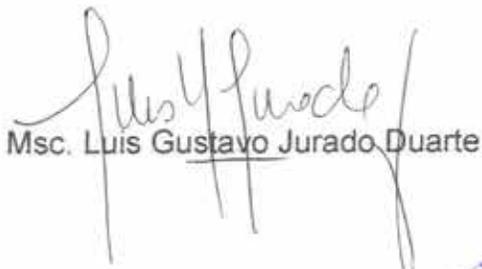


**Diseño de material informativo para el Observatorio en Salud Sexual y  
Reproductiva - OSAR - Juvenil Guatemala acerca del uso del misoprostol para evitar  
la muerte materna**

Proyecto de Graduación desarrollado por:



Andrea Elizabeth Aguilar Andrade  
Asesorado por:



Msc. Luis Gustavo Jurado Duarte



Licda. Ileana Del Carmen Reina Ramirez



Médica y Cirujana Mirna Jeaneth Montenegro Rangel

Mirna Jeaneth Montenegro  
Médico y Cirujano  
Col. 8,701

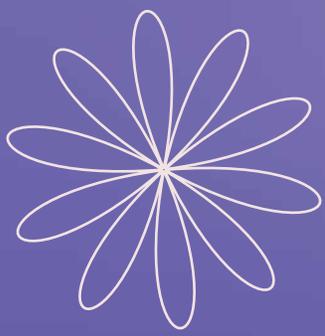
Imprímase:

**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**



Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini  
Decano





**"Id y enseñad a todos"**

