

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

Diseño de imagen gráfica institucional para el  
Consejo Nacional de Adopciones -CNA-  
de la ciudad de Guatemala

Presentado por:  
Yenifer Paola Monroy Huit



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

Diseño de imagen gráfica institucional para el  
Consejo Nacional de Adopciones -CNA-  
de la ciudad de Guatemala

Presentado por:  
Yenifer Paola Monroy Huit

Para optar al título de:  
Licenciada en Diseño Gráfico

Guatemala, octubre 2025

“Me reservo los derechos de autor haciéndome responsable de las doctrinas sustentadas adjuntas, en la originalidad y contenido del Tema, en el Análisis y Conclusión final, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala”

## JUNTA DIRECTIVA

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini

Decano

MSc. Lcda. Ilma Judith Prado Duque

Vocal II

Arq. Mayra Jeanett Díaz Barillas

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 Académico

## TRIBUNAL EXAMINADOR

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini

Decano

MSc. Lcda. Ileana Del Carmen Reina Ramirez

Examinadora

MSc. Lcda. Miriam Isabel Meléndez Sandoval

Examinadora

Lic. Rudy Orlando González Zepeda

Examinador

M.A. Arq. Juan Fernando Arriola Ilegria

Secretario Académico



# AGRADECIMIENTOS

## A DIOS

Mi más profundo agradecimiento a Dios, quien me ha dado todo lo que soy y todo lo que tengo. Su guía y provisión han sido constantes a lo largo de mi vida. A Él le debo todo.

## A SAN JOSÉ

Dedico este proyecto a San José, el padre adoptivo de Jesús. Su humildad y su amor incondicional han sido una fuente de inspiración.

## A MIS PAPÁS

A mis papás, que siempre han apoyado mis sueños. Gracias por confiar en mí, por creer en mi pasión y por respetar cada una de mis decisiones. Su esfuerzo y trabajo arduo me han permitido alcanzar este logro. Aunque cada paso que di fue con la esperanza de hacerlos sentir orgullosos, hoy soy yo quien se siente profundamente orgullosa de ustedes.

## A MIS SOBRINOS

Ustedes son mi mayor inspiración. Cada día, me esfuerzo por ser un ejemplo digno para ustedes.

## A MIS HERMANOS Y FAMILIA

Gracias por ser mis pilares de fortaleza y mi refugio en los momentos difíciles. Su amor incondicional y su apoyo constante han sido fundamentales en este viaje.

## A MIS AMIGAS

A las amigas que me acompañaron en este camino, gracias de todo corazón. A Jessy Soto, Sofía Ambrocio con quienes desde el inicio de la carrera nos hemos apoyado mutuamente; a Mónica Mejía, Enma Matías y Lilian Chiquirín, quienes han estado siempre a mi lado de manera incondicional. A todas y cada una de ustedes, gracias por su valiosa amistad. Su apoyo ha sido crucial y su presencia ha sido de gran importancia en mi vida.

# ÍNDICE

<b>CAPÍTULO 01</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	Pág. 8
	1.1. Antecedentes del Consejo Nacional de Adopciones	Pág. 9
	1.2. Identificación del problema social que atiende la institución	Pág. 9
	1.3. Justificación del proyecto	Pág. 10
	1.4. Objetivos del Proyecto	Pág. 10
<b>CAPÍTULO 02</b>	<b>PERFILES</b>	Pág. 11
	2.1. Perfil de la institución	Pág. 12
	2.2. Perfil del grupo objetivo	Pág. 15
<b>CAPÍTULO 03</b>	<b>PLANEACIÓN OPERATIVA</b>	Pág. 16
	3.1. Flujograma del proceso creativo de la pieza diseñada	Pág. 17
	3.2. Cronograma de trabajo del proyecto	Pág. 21
	3.3. Previsión de recursos y costos del proyecto de graduación	Pág. 23
<b>CAPÍTULO 04</b>	<b>MARCO TEÓRICO</b>	Pág. 25
	4.1. Contexto y problemática social que atiende la institución que se apoya	Pág. 26
	4.2. Bases teóricas que se aplican en el diseño de la pieza	Pág. 33
<b>CAPÍTULO 05</b>	<b>DEFINICIÓN CREATIVA</b>	Pág. 44
	5.1. Estrategia institucional del uso de la pieza	Pág. 45
	5.2. Identificar ventajas y desventajas técnicas de la pieza a diseñar	Pág. 49
	5.3. Elaboración del informe (brief) creativo	Pág. 50
	5.4. Insights	Pág. 51
	5.5. El concepto creativo o enfoque de comunicación	Pág. 51
	5.6. Premisas de diseño	Pág. 54
	5.7. Referentes gráficos   moodboard	Pág. 58
<b>CAPÍTULO 06</b>	<b>PRODUCCIÓN Y EVALUACIÓN</b>	Pág. 60
	6.1. Nivel uno de visualización y autoevaluación	Pág. 61
	6.2. Nivel dos de visualización y coevaluación	Pág. 71
	6.3. Nivel tres de visualización y validación	Pág. 79
<b>CAPÍTULO 07</b>	<b>PRESENTACIÓN DE LA PIEZA</b>	Pág. 89
	7.1. Fundamentación de las piezas	Pág. 90
	7.2. Presentación gráfica de la pieza completa	Pág. 96
	7.3. Orientaciones técnicas para reproducir e implementar las piezas gráficas	Pág. 110
	7.4. Costos de la producción gráfica	Pág. 111
	7.5. Costos de reproducción de la pieza diseñada	Pág. 112
	7.6. Entrega de la pieza diseñada a la institución	Pág. 112
<b>CAPÍTULO 08</b>	<b>SÍNTESIS DEL PROCESO</b>	Pág. 114
	8.1. Lecciones de producción gráficas aprendidas	Pág. 115
	8.2. Conclusiones	Pág. 116
	8.3. Recomendaciones	Pág. 117
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	Pág. 119
	<b>ANEXOS</b>	Pág. 122

# PRESENTACIÓN

Este informe presenta el Proyecto de Graduación desarrollado en la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, el cual concluye el proceso académico y otorga a la proyectista el título de Licenciada en Diseño Gráfico. Este proyecto refleja el compromiso de la Escuela de Diseño Gráfico con la sociedad guatemalteca, el cual ha consistido en el diseño de la imagen gráfica institucional para el Consejo Nacional de Adopciones -CNA- durante el mes de agosto a noviembre de 2024. A través de soluciones de comunicación visual mediante materiales análogos y digitales, el proyecto busca fortalecer el impacto de esta institución en beneficio de la población infantil guatemalteca en situación de vulnerabilidad.

El Consejo Nacional de Adopciones -CNA- es la autoridad nacional con plena autonomía en materia de adopciones, propósito cuyo es asegurar el bienestar integral y el desarrollo pleno de los niños y adolescentes guatemaltecos, restableciendo sus derechos fundamentales para que puedan crecer en un entorno estable. Se ha identificado la oportunidad de unificar la imagen gráfica del CNA para enriquecer y fortalecer la efectividad del reconocimiento de la imagen del Consejo. A través de este proyecto, se busca promover las adopciones de niños y adolescentes guatemaltecos, facilitando así su integración en la sociedad.

# CAPÍTULO I

## INTRODUCCIÓN





## 1.1 ANTECEDENTES DEL CONSEJO NACIONAL DE ADOPCIONES

El Consejo Nacional de Adopciones en Guatemala -CNA- es una entidad sin fines de lucro que tiene como objetivo coordinar y orientar el proceso de adopción para las familias que desean adoptar. Fue establecido en cumplimiento de la Ley de Adopciones de la república, la cual entró en vigencia el 31 de diciembre de 2007, y su Reglamento fue aprobado mediante Acuerdo Gubernativo 182-2010, el 28 de junio de 2010.

Sus funciones dieron inicio el 7 de febrero de 2008, el Consejo Nacional de Adopciones ha desempeñado un papel fundamental en el ámbito de las adopciones en Guatemala. Una de sus responsabilidades iniciales fue recibir los avisos notariales de procesos de adopción no concluidos e iniciados antes de la vigencia de la ley.

Únicamente el CNA, por virtud de la Ley de adopciones, es el ente encargado de tramitar adopciones nacionales.



## 1.2 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA SOCIAL QUE ATIENDE LA INSTITUCIÓN

El problema ocurre en toda la República de Guatemala, con un mayor número de casos en los Departamentos de Guatemala, Sacatepéquez y Escuintla. Se manifiesta en abandonos de menores, descuidos negligentes por parte de sus tutores y/o cuidadores, muertes de madres adolescentes debido a abortos clandestinos.

Las causas de esta situación implican embarazos no planificados, separación familiar y discapacidades en los menores. Como consecuencia, los niños y niñas son institucionalizados en hogares de protección permanentemente hasta alcanzar la mayoría de edad (18 años), lo que dificulta su integración a la sociedad. Además, hay un incremento en las tasas de muertes de menores de edad debido a la vulneración de sus derechos.

Esta problemática afecta directamente a niños y adolescentes. En el año 2023, la Procuraduría General de la Nación -PGN- atendió 2,470 casos de protección de niñas entre 6 y 13 años y adolescentes de 14 a 17 años, en situaciones que van desde el descuido y trato negligente hasta el abuso sexual y físico.

En el primer trimestre del año 2024, la PGN ha rescatado a 338 niñas y 250 niños en edades de 6 a 13 años y de cero a 5 años, evidenciando la gravedad y la recurrencia del problema.



## 1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

### Trascendencia del proyecto

Radica en su capacidad para permitir que el grupo objetivo se identifique con el consejo, reconociendo sus valores, principios y filosofía organizacional. Además, facilita que los programas sean fácilmente reconocibles en toda la república, lo que aumenta la efectividad de comunicación e información a través de los medios impresos y digitales del CNA.

### Incidencia del diseño gráfico

El diseño gráfico tiene un impacto significativo al optimizar la comunicación visual del CNA, al mejorar su identidad gráfica y al distinguir la organización de manera efectiva. Asimismo, contribuye a mejorar el concepto y la percepción del Consejo Nacional de Adopciones, creando una imagen más profesional, coherente y atractiva que resuena con el público objetivo.

### Factibilidad del proyecto

La factibilidad del proyecto se sustenta en condiciones óptimas como la accesibilidad a información detallada, el apoyo y colaboración del asesor de proyecto y el Coordinador de Comunicación Social del CNA, la disponibilidad de recursos técnicos y el tiempo adecuado para el desarrollo creativo, el respaldo institucional y el compromiso claro con el proyecto. Estas condiciones aseguran que el director ejecutivo del proyecto pueda llevar a cabo con éxito todo el proceso de gestión y producción gráfica, cumpliendo con los objetivos y necesidades de la organización de manera eficiente.



## 1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

### General

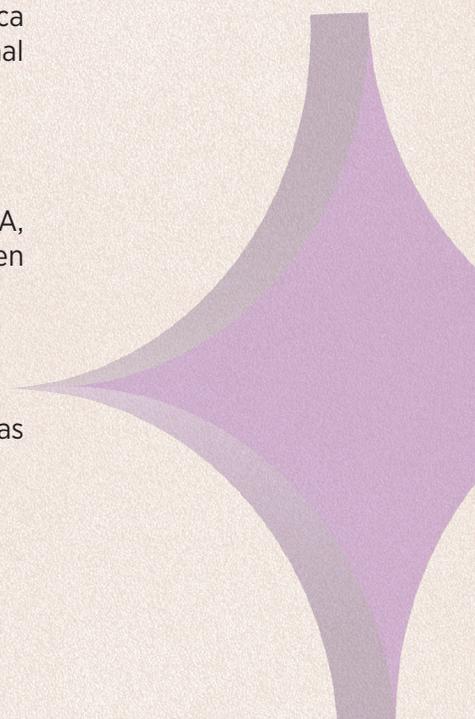
Contribuir a mejorar la calidad de vida de la población infantil guatemalteca vulnerada que ya atiende o que potencialmente pueda atender el Consejo Nacional de Adopciones por medio del diseño de imagen gráfica institucional.

### Específico de comunicación

Colaborar en la mejora del proceso de comunicación interna y externa del CNA, que atiende a la niñez vulnerable guatemalteca, mediante el diseño de la imagen gráfica institucional.

### Específico de diseño gráfico

Diseñar un manual de imagen gráfica institucional tomando en cuenta las características y cultura visual del grupo objetivo.



# CAPÍTULO II

## PERFILES

Para ofrecer una visión clara y precisa del contexto en el que se desarrolla este proyecto, se presenta el perfil detallado del Consejo Nacional de Adopciones, así como una descripción del perfil del grupo objetivo. Esta información es fundamental para comprender el entorno y las necesidades específicas de la población a la que está dirigido el proyecto.

## 2.1 PERFIL DE LA INSTITUCIÓN

**MISIÓN** Somos la Autoridad Central en materia de adopciones en la República de Guatemala, responsable de reestablecer los derechos de la niñez y adolescencia a desarrollarse integralmente en un ambiente permanente a través de la preservación en su familia biológica o la integración en una familia adoptiva, así como de garantizar su abrigo y protección mientras se restituyen sus derechos.

**VISIÓN** Ser una institución fortalecida en su estructura orgánica, caracterizada por una gestión más eficiente, oportuna, y desconcentrada, preservando la transparencia y el compromiso en los procesos de restitución de los derechos de la niñez y adolescencia a vivir en un ambiente familiar permanente, procurando la disminución de la institucionalización y garantizando la atención integral a la niñez institucionalizada.

**OBJETIVOS** **Restitución de los derechos del NNA**  
Gestionar de manera eficaz y transparente el proceso de adopción, restituyendo el derecho a la familia a los niños, niñas y adolescentes -NNA- a quienes les ha sido vulnerado, respetando los derechos humanos internacionalmente reconocidos y principalmente el derecho a la identidad y los derechos a la gratuidad, celeridad, subsidiaridad, el derecho a la opinión y la atención al interés superior del NNA en todas las decisiones que le afecten.

**Asesoría a madres y/o padres biológicos en conflicto con su parentalidad:** Asesorar, a través de la orientación a las madres y/o padres biológicos en conflicto con su parentalidad, sobre los principios, derechos y consecuencias de la adopción, para la toma de una decisión consciente e informada.

**Autorización y supervisión de hogares de protección, abrigo y cuidado de niños y organismos internacionales:** Registrar, autorizar y supervisar hogares de protección, abrigo y cuidado de NNA, implementados por entidades o asociaciones, a efecto que se cumplan con los estándares de calidad para la atención de niños, niñas y adolescentes entidades de abrigo temporal y se vele porque les sean respetados sus derechos y reciban atención integral que garantice su desarrollo.

**VALORES**  
Actitud de servicio  
Transparencia  
Responsabilidad

Humanización del servicio  
Trabajo en equipo<sup>1</sup>

---

1. "CNA", sf <https://www.cna.gob.gt/Somos.php> .

# Actividades principales

## ADOPCIÓN

El Consejo Nacional de Adopciones desempeña un papel fundamental en los procesos de restitución de derechos a través de la adopción. Este organismo supervisa de cerca a los menores con declaratoria de adoptabilidad y a las familias interesadas en adoptar. Su labor garantiza que cada adopción se realice de manera ética, legal y en el mejor interés del menor involucrado.

La adopción implica brindar un hogar y una familia amorosa a un niño o niña, además de asegurar su bienestar, desarrollo integral y pleno ejercicio de sus derechos. A través de programas como este, se promueve la protección de la infancia y la restitución de derechos fundamentales para cada menor en situación de adoptabilidad.<sup>2</sup>

## PADRES EN CONFLICTO

Se llevan a cabo iniciativas dirigidas a madres y/o padres biológicos que enfrentan conflictos relacionados con su parentalidad y que voluntariamente desean considerar la adopción o la conservación de su hijo. Estas acciones incluyen procesos de orientación, provisión de información y asesoramiento para guiar a los progenitores en la toma de decisiones informadas y respetuosas de sus derechos y los del menor involucrado.<sup>3</sup>

## HOGARES DE PROTECCIÓN Y ABRIGO

Se lleva a cabo un seguimiento detallado del registro, supervisión y control de hogares de protección dedicados al abrigo y cuidado temporal de Niños, Niñas y Adolescentes -NNA-, los cuales establecen las condiciones necesarias para garantizar el cuidado integral de la infancia y adolescencia en las instituciones de abrigo temporal.<sup>4</sup>

## BÚSQUEDA DE ORÍGENES

Proceso en el que una persona adoptada realiza diversas acciones para descubrir información acerca de su familia biológica. Este proceso implica investigar y obtener datos sobre sus antecedentes familiares, genealogía y las razones detrás de la decisión de dar en adopción al individuo.<sup>5</sup>

---

2. "CNA," n.d. <https://www.cna.gob.gt/Adopcion.php>.

3. "CNA", sf <https://www.cna.gob.gt/Madres.php>.

4. "CNA", sf <https://www.cna.gob.gt/Hogaresp.php>.

5 "CNA", sf <https://www.cna.gob.gt/BOes.php>.

## ÁREAS DE COBERTURA

El Consejo Nacional de Adopciones brinda cobertura a toda la república de Guatemala.

## POBLACIÓN META

Se busca ayudar a más de 110 Procesos de adopción.  
300 madres en conflicto.  
15 personas en busca de orígenes.  
500 supervisiones en hogares seguros.

## CULTURA VISUAL



Figura 1 afiche CNA 1  
Fuente: CNA

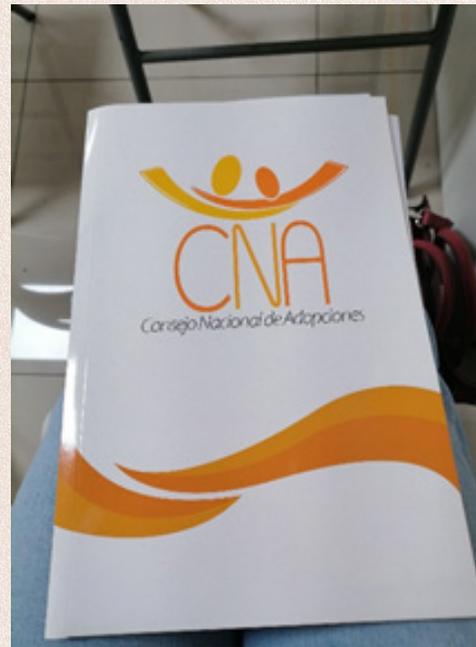


Figura 2 Folder CNA  
Fuente: CNA



Figura 3 afiche CNA 2  
Fuente: CNA

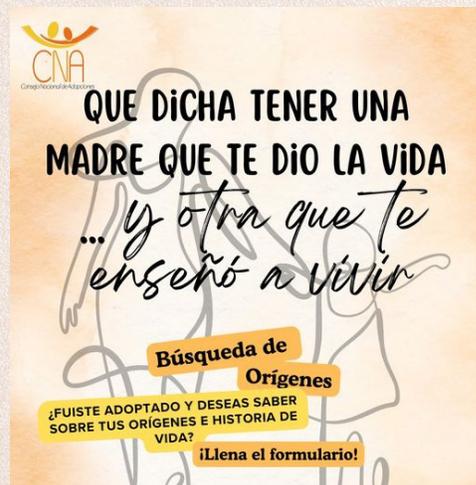


Figura 4 Facebook  
Fuente: Facebook del CNA

5 "CNA", sf <https://www.cna.gob.gt/BOes.php> .



## 2.2 PERFIL DEL GRUPO OBJETIVO

Los datos del grupo objetivo fueron obtenidos mediante encuestas realizadas en los talleres informativos que el Consejo Nacional de Adopciones lleva a cabo en sus oficinas centrales una vez al mes. (ver anexo 1).

### CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

**Edad:** 20 - 60.

**Género:** femenino, masculino.

**Nacionalidad:** guatemaltecos o extranjeros residentes de Guatemala.

**Estado civil:** casados, solteros, unidos de hecho registrados ante el RENAP.

### CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS

**Ocupación:** trabajos asalariados, informales y jubilados.

**Ingresos:** estar en una situación económica estable que permita cubrir las necesidades básicas del niño o niña.

**Clase social:** +C hasta A (correspondiente a la pirámide de niveles socioeconómicos).

### CARACTERÍSTICAS PSICOGRÁFICAS

**Personalidad:** personas con el valor de familia, tiene una actitud abierta y tolerante hacia las diferencias, buen nivel de autocontrol y responsabilidad, manejando de manera adecuada sus emociones.

**Estilo de vida:** contar con una red de apoyo sólida, tener interés en aprender sobre la adopción, ser capaz de adaptarse a las necesidades individuales del niño, entender las posibles experiencias de pérdida, abandono o trauma que el niño o niña adoptado/a, capacidad para manejar el estrés, las frustraciones y las demandas emocionales que pueden surgir en la crianza.

**Valores:** amor, compromiso, responsabilidad, empatía, paciencia, residencia, tolerancia.

### RELACIÓN DEL GRUPO OBJETIVO CON EL CNA

**Frecuencia de visita presencial:** 1 vez al mes

**Servicios más utilizados:** charlas informativas, comunicación por redes sociales.

**Nivel de satisfacción:** aceptable.



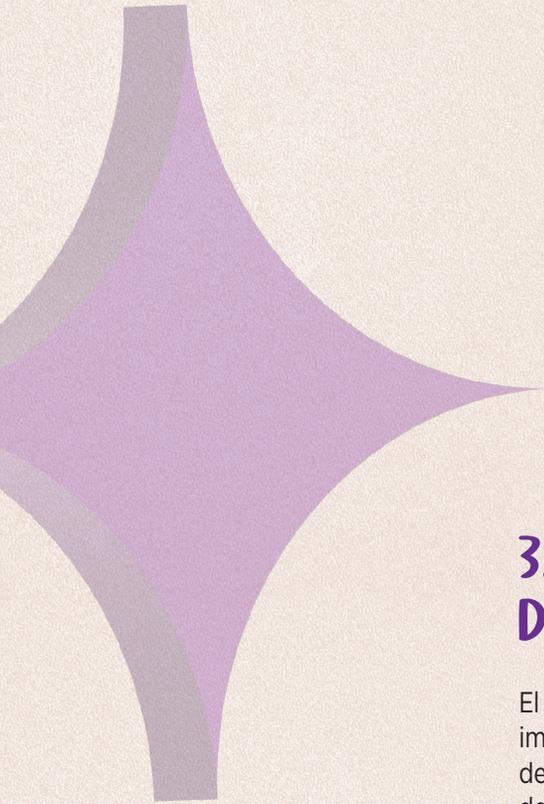
# CAPÍTULO III

## PLANEACIÓN OPERATIVA

La planeación operativa dentro del proyecto tiene como propósito definir objetivos claros, asignar recursos de manera eficiente, gestionar el tiempo, anticipar riesgos y optimizar los procesos. Esta planificación es esencial para garantizar que todas las actividades del proyecto se desarrollen de manera ordenada y coherente. La asignación eficiente de recursos, tanto humanos como materiales, permite maximizar la productividad y minimizar los riesgos. La gestión del tiempo asegura que todas las tareas se realicen dentro de los plazos establecidos, evitando retrasos.

Además, la anticipación de riesgos permite identificar posibles problemas antes de que ocurran, desarrollando estrategias de mitigación para reducir su impacto. La optimización de procesos, por otro lado, busca mejorar continuamente las prácticas y procedimientos del proyecto, incrementando la eficacia y eficiencia operativa. En conjunto, estos elementos de la planeación operativa contribuyen a alcanzar los objetivos del proyecto de manera efectiva, asegurando una ejecución exitosa y la satisfacción de todas las partes interesadas.





### 3.1 FLUJOGRAMA DEL PROCESO CREATIVO DE LA PIEZA DISEÑADA

El siguiente flujograma ilustra y organiza cada etapa del proceso de diseño de imagen gráfica por semanas, detallando la duración y secuencia de cada fase del proyecto. Esta representación visual facilita la comprensión del desarrollo del proyecto, permitiendo una gestión clara y eficiente. A medida que se despliegan las semanas, se identifican pasos importantes, entregables y puntos de revisión, asegurando que el proyecto se mantenga en curso y cumpla con los plazos establecidos.

## INICIO DE PROCESO CREATIVO

Diseño de imagen gráfica institucional para el Consejo Nacional de Adopciones -CNA- de la ciudad de Guatemala

### 01 Sesión inicial de Proceso Creativo

- Agendar reunión con el CNA
- Establecer puntos a tratar en la reunión
- Preparar materiales para la reunión
- Escuchar y comprender la información
- Análisis de resultados obtenidos en la reunión
- Recopilar puntos claves de la reunión
- Creación del brief

**Insumos :** área de trabajo, transporte, *laptop*, *mouse*, celular, Google Workspace, Microsoft Office, WhatsApp, proyectista.

**Tiempo:** 12 al 17 de agosto de 2024.

### 02 Definición Creativa

- Investigación y análisis de competidores directos e indirectos
- Búsqueda de referencias visuales
- Crear moodboard de inspiración
- Crear tono y voz de la marca
- Búsqueda de conceptos y formas que se puedan asociar a la marca

**Insumos:** área de trabajo, *laptop*, *mouse*, celular, audífonos, tableta gráfica, impresora, Google Workspace, Microsoft Office, Facebook, YouTube, TikTok, página web CNA, transporte público.

**Tiempo:** 19 al 23 de agosto de 2024.

### 03 Proceso de Conceptualización

- Definir *Insight*
- Trabajar con técnicas creativas para definir el concepto creativo
- Definir concepto creativo
- Construcción de la imagen gráfica
- Definición de códigos de diseño

**Insumos :** área de trabajo, oficinas del CNA, Universidad San Carlos de Guatemala, área de trabajo, *laptop*, *mouse*, celular, audífonos, impresora, Google Workspace, Microsoft Office, Netflix, YouTube, TikTok, transporte público, proyectista, asesor metodológico, asesora gráfica, asesor especialista. **Tiempo:** 26 al 31 de agosto de 2024.

No

¿Es aprobado el concepto en la validación?

Sí

### 04 Proceso de Producción Gráfica

#### 04.1 Previsualización: *Brief* y Estrategia

- Definir *Brief*
- Desarrollar una estrategia para las aplicaciones de la marca digitales y litográficas.

**Insumos :** área de trabajo, oficinas del CNA, *laptop*, *mouse*, celular, Google Workspace, Microsoft Office, WhatsApp, transporte público, proyectista, asesor especialista.

**Tiempo:** 01 al 06 de septiembre de 2024.



## 04.2 Nivel de Visualización 1: Bocetaje

- Realizar bocetos a mano de la imagen gráfica de la institución
- Seleccionar tipografías, paleta de colores y composición
- Elaborar bocetos para el manual de identidad
- Elaborar bocetos para las aplicaciones
- Analizar los bocetos y realizar mejoras según sea necesario

**Insumos :** área de trabajo, librería, *laptop*, *mouse*, audífonos, *escáner*, proyectista.

**Tiempo:** 07 al 12 de septiembre de 2024.

### 04.2.1 Autoevaluación

- Crear instrumentos de valoración
- Solicitar retroalimentación
- Realizar ajustes necesarios a los bocetos

**Insumos:** área de trabajo, Universidad San Carlos de Guatemala, *laptop*, *mouse*, Google Workspace, Microsoft Office, proyectista, asesor metodológico, asesora gráfica.

**Tiempo:** 14 al 20 de septiembre de 2024.

No

¿Es aprobado el boceto en la validación?

Sí

## 04.3 Nivel de Visualización 2: Digitalización

- Digitalizar los bocetos
- Definir detalles y elementos adicionales
- Diseñar aplicaciones digitales y litográficas de la imagen gráfica
- Refinar y ajustar elementos
- Elegir retícula para *brandbook*

**Insumos :** área de trabajo, transporte, *laptop*, *Mouse*, celular, Google Workspace, Microsoft Office, WhatsApp, proyectista.

**Tiempo:** 21 al 23 de septiembre de 2024.

### 04.3.1 Coevaluación con Profesionales

- Agendar reunión con profesionales del diseño gráfico
- Crear instrumentos de valoración
- Presentación de propuesta
- Análisis de resultados

**Insumos :** área de trabajo, *laptop*, *mouse*, celular, audífonos, Google Workspace, Microsoft Office, WhatsApp, proyectista.

**Tiempo:** 24 al 28 de septiembre de 2024.

No

¿Es aprobada la propuesta en la validación?

Sí

#### 04.4 Nivel de Visualización 3 Detalles

- Realizar correcciones realizadas por profesionales
- Diseñar manual de identidad
- Refinar detalles de calidad gráfica
- Crear *mockups* (plantillas) aplicaciones de la marca

**Insumos :** área de trabajo, *laptop*, *mouse*, celular, audífonos, tableta gráfica, Google Workspace, Microsoft Office, Adobe Creative Cloud, WhatsApp, proyectista.

**Tiempo:** 29 al 30 de septiembre de 2024.

#### 04.4.1 Evaluación del G.O.

- Agendar reunión
- Crear instrumentos de valoración
- Presentación de propuesta
- Validación con el G.O.
- Análisis de resultados

**Insumos :** área de trabajo, *laptop*, *mouse*, celular, Google Workspace, Microsoft Office, WhatsApp, proyectista.

**Tiempo:** 01 al 05 de octubre de 2024.

No

¿Es aprobada la propuesta en la validación?

Sí

#### 05 Tabulación de Resultados

- Organizar resultados
- Elegir método para tabulación
- Interpretar resultados
- Presentar hallazgos

**Insumos :** área de trabajo, *laptop*, *mouse*, Google Workspace, Microsoft Office, proyectista.

**Tiempo:** 07 y 08 de octubre de 2024.

#### 06 Detalles Preliminares

- Cambios finales
- Revisión de detalles a piezas finales
- Costos del proyecto

**Insumos :** área de trabajo, *laptop*, *mouse*, celular, audífonos, tableta gráfica, librería, Microsoft Office, Adobe Creative Cloud, AI (inteligencia artificial), proyectista.

**Tiempo:** 06 y 07 de octubre de 2024.

#### 07 Presentación Final

- Agendar reunión con el cliente
- Presentación de piezas

**Insumos :** oficinas del CNA, *laptop*, *mouse*, Google Workspace, WhatsApp, transporte público, proyectista.

**Tiempo:** 09 al 11 de octubre de 2024.

#### 08 Arte Final y Entrega

- Entrega de artes finales al cliente
- Entrega de materiales y piezas gráficas

**Insumos :** oficinas del CNA, *laptop*, *mouse*, Google Workspace, transporte público, proyectista.

**Tiempo:** 14 de octubre al 08 de noviembre de 2024.

### FIN DE PROCESO CREATIVO

Diseño de imagen gráfica institucional para el Consejo Nacional de Adopciones -CNA- de la ciudad de Guatemala

Figura 5 Flujograma del proceso creativo de la pieza diseñada.

Fuente: elaboración propia.

El flujograma abarca un período de 10 semanas y contempla las posibles aprobaciones en los incisos 4.3 y 4.4, con respuestas 'Sí' o 'No'. Independientemente del resultado de estas aprobaciones, el flujograma mantiene su estructura, asegurando que la organización del proyecto no se vea afectada. Esta flexibilidad garantiza que el proyecto pueda avanzar de manera fluida y adaptativa, sin interrupciones en el cronograma establecido.

## ✦ 3.2 CRONOGRAMA DE TRABAJO DEL PROYECTO

La importancia del cronograma dentro del proyecto radica en su capacidad para organizar y planificar de manera eficiente cada etapa del proyecto con fechas establecidas, permitiendo al proyectista el seguimiento y progreso. Asegurando que se cumplan los plazos establecidos.

Se presenta el cronograma detallado del proyecto, considerando tanto las actividades involucradas como las fechas asignadas para su ejecución. Se toma en cuenta el estado de cada tarea, y las fechas, asegurando abarcar todo el proceso del proyecto.

### 01 Sesión inicial de proceo creativo

Elemento	Estado	Fecha
Agendar reunión con el CNA	Listo	12 ago.
Establecer puntos a tratar en la reunión	Listo	13 ago.
Análisis de resultados obtenidos en la reunión	Listo	14 ago.
Recopilar puntos claves de la reunión	Listo	15 ago.
<i>Brief</i>	Listo	17 ago.

### 02 Definición Creativa

Elemento	Estado	Fecha
Investigación y análisis de competidores directos e indirectos	Listo	19 ago.
Búsqueda de referencias visuales	Listo	21 ago.
Crear <i>moodboard</i> de inspiración	Listo	22 ago.
Búsqueda de conceptos y premisas	Listo	23 ago.

### 03 Proceso de Conceptualización

Elemento	Estado	Fecha
Definir <i>Insight</i>	Listo	26 ago.
Trabajar con técnicas creativas para definir el concepto creativo	Listo	27 ago.
Validación de concepto creativo	Listo	28 ago.
Definir concepto creativo	Listo	29 ago.
Construcción de la imagen gráfica	Listo	30 ago.
Definición de premisas de diseño	Listo	31 ago.

## 04 Proceso de Producción Gráfica

Elemento	Estado	Fecha
Previsualización: Estrategia	Listo	06 sep.
Nivel de Visualización 1	Listo	13 sep.
Validación 1	Listo	20 sep.
Nivel de Visualización 2	Listo	23 sep.
Validación 2	Listo	28 sep.
Nivel de visualización 3	Listo	30 sep.
Validación 3: Cliente y Grupo Objetivo	Listo	05 oct.

## 05 Tabulación de Resultados

Elemento	Estado	Fecha
Organizar resultados	Listo	07 oct.
Elegir método para tabulación	Listo	07 oct.
Interpretar resultados	Listo	08 oct.
Presentar hallazgos	Listo	08 oct.

## 06 Detalles Preliminares

Elemento	Estado	Fecha
Cambios finales	Listo	09 oct.
Revisión minuciosa de detalles a todas las piezas finales	Listo	10 oct.
Costos del proyecto	Listo	11 oct.

## 07 Presentación Final

Elemento	Estado	Fecha
Agendar reunión con el cliente	Listo	14 oct.
Presentación de piezas	Listo	18 oct.

## 08 Arte Final y Entrega

Elemento	Estado	Fecha
Entrega de artes finales al cliente	Listo	25 oct.
Entrega de materiales y piezas gráficas	Listo	08 nov.

Tabla 1 Cronograma de trabajo del proyecto  
Fuente: elaboración propia.

En la tabla 1 del cronograma de trabajo abarca desde agosto hasta octubre de 2024. Durante este período, se desarrollarán todas las actividades planificadas, concluyendo con la entrega final de materiales al Consejo Nacional de Adopciones, marcando el cierre del proceso.

## 3.3 PREVISIÓN DE RECURSOS Y COSTOS DEL PROYECTO DE GRADUACIÓN

### PREVISIÓN DE RECURSOS



En esta sección se detalla el inventario de recursos y costos necesarios para la ejecución del proyecto de graduación «Diseño de Imagen Gráfica Institucional para el Consejo Nacional de Adopciones -CNA-» Un análisis exhaustivo de los insumos, incluyendo mobiliario, equipos, materiales de librería, *software* y aplicaciones, y transporte, es fundamental para garantizar el desarrollo eficiente y exitoso del proyecto. A continuación, se presenta un desglose detallado de cada uno de estos elementos, asegurando una planificación adecuada y una gestión óptima de los recursos.

#### Inmueble

- Residencia
- Oficinas del CNA
- Edificio de la facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala

#### Mobiliario

- Área de trabajo (escritorio, silla, energía eléctrica)
- Internet
- Celular
- Teléfono
- Equipo
- *Laptop*
- *Mouse*
- Celular
- Audífonos
- Tableta gráfica
- Impresora multifuncional

#### Librería

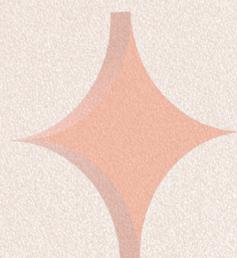
- Hojas bond
- Lápiz
- Borrador
- Sacapuntas
- Lapiceros
- Crayones
- Marcadores
- *Post-it*

#### Software y apps

- Google Workspace
- Microsoft Office
- Adobe Creative Cloud
- WhatsApp
- Facebook
- X
- YouTube
- TikTok
- Página web CNA
- IA (inteligencia artificial)

#### Transporte

- Transporte público
- Tiempo: 12 de agosto al 2 de noviembre (3 meses).
- Recursos humanos
- Proyectista Yenifer Monroy
- Asesor metodológico
- Asesora gráfica
- Asesor especialista



## COSTOS DEL PROYECTO DE GRADUACIÓN

En la siguiente tabla se detallan los recursos humanos y materiales necesarios para la ejecución del proyecto Diseño de Imagen Gráfica, junto con los costos asociados a cada uno de ellos. Esto incluye mobiliario como área de trabajo, equipos tecnológicos como computadoras e impresoras, materiales de referencia de librería, *software* y aplicaciones necesarias, y gastos de transporte para reuniones, asesorías y visitas a las oficinas del CNA. Los detalles financieros proporcionan un desglose completo de los fondos necesarios para suministros, equipos y gastos operativos.

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	PRECIO	TIEMPO	TOTAL
<b>MOBILIARIO</b>				
Área de trabajo	3	Q 95.00	meses	Q 462.00
Silla	3	Q 42.00	meses	Q 126.00
Luz	3	Q 345.00	meses	Q 1,035.00
Internet residencial	3	Q 250.00	meses	Q 750.00
Plan de celular	3	Q 225.00	meses	Q 675.00
<b>TOTAL</b>				<b>Q 2,865.00</b>
<b>EQUIPO DEPRECIACIÓN</b>				
Laptop	3	Q 660.00	meses	Q 1,980.00
Mouse	3	Q 17.00	meses	Q 51.00
Celular	3	Q 141.00	meses	Q 423.00
Audífonos	3	Q 23.00	meses	Q 69.00
Tableta gráfica	3	Q 84.00	meses	Q 252.00
Impresora Multifuncional	3	Q 125.00	meses	Q 375.00
<b>TOTAL</b>				<b>Q 3,150.00</b>
<b>LIBRERÍA</b>				
Hojas bond	1	Q 42.00	trimestre	Q 42.00
Lápiz	1	Q 6.00	trimestre	Q 6.00
Borrador	1	Q 10.00	trimestre	Q 10.00
Sacapuntas	1	Q 6.00	trimestre	Q 6.00
Lapiceros	1	Q 7.00	trimestre	Q 7.00
Crayones	1	Q 85.00	trimestre	Q 85.00
Marcadores	1	Q 95.00	trimestre	Q 95.00
Post it	1	Q 54.00	trimestre	Q 54.00
<b>TOTAL</b>				<b>Q 305.00</b>
<b>SOFTWARE Y APPS</b>				
Google Workspace	1	Q 0.00	año	Q 0.00
Microsoft office	1	Q 260.00	año	Q 260.00
Adobe Creative Cloud	3	Q 160.00	meses	Q 480.00
IA (inteligencia artificial)	1	Q 226.00	mes	Q 226.00
<b>TOTAL</b>				<b>Q 966.00</b>
<b>TRANSPORTE</b>				
Transporte público	65	Q 30.00	días	Q 1,950.00
<b>TOTAL</b>				<b>Q 9,236.00</b>

Tabla 2 Costos del proyecto graduación  
Fuente: elaboración propia.

El desglose de recursos y costos para el proyecto de graduación, con un total de Q 9,236.00 incluye gastos en mobiliario, equipos, librería, *software* y transporte. Este presupuesto asegura una ejecución adecuada del proyecto, permitiendo cubrir todas las necesidades materiales. La inversión se ha planificado para optimizar los recursos disponibles y cumplir con los objetivos establecidos. (ver anexo 2)



# CAPÍTULO IV

## MARCO TEÓRICO

El marco teórico es una parte fundamental del proyecto, ya que proporciona las bases que guían su desarrollo. En este capítulo, se establecen los fundamentos que sustentan tanto la producción gráfica como teórica del proyecto.

Este capítulo se divide en dos temas centrales para el desarrollo integral del proyecto: contexto y problemática social que atiende la institución que se apoya; bases teóricas que se aplican en el diseño de la pieza.



## 4.1 CONTEXTO Y PROBLEMÁTICA SOCIAL QUE ATIENDE LA INSTITUCIÓN QUE SE APOYA

### Adopción y protección infantil en Guatemala

Las adopciones en Guatemala han pasado por tres fases significativas marcadas por historias difíciles, vulnerando los derechos de los niños en relación a la protección que el estado debe garantizarles.<sup>6</sup>

Fase 1, durante el Conflicto Armado Interno en Guatemala, en los años 1960 a 1996, los derechos de la población guatemalteca fueron gravemente vulnerados. Entre las víctimas, una quinta parte correspondía a la población infantil, la cual sufrió abusos por parte de militares, soldados y kaibiles. Los autores secuestraron a niños de sus familias biológicas, violando su derecho a la identidad. Aprovechando la inestable situación política del país, los menores fueron vendidos, desaparecidos o entregados en adopción de manera ilegal.

«Según el Informe Recuperación de la Memoria Histórica Guatemala -REMHI- de la Oficina de Derechos Humanos del Arzobispado de Guatemala -ODHAG-, los niños menores de 18 años, constituyó el 17.07% de víctimas del Conflicto Armado Interno. A muchos niños se les condenó a vivir con los asesinos de sus familiares sin saberlo.»

Los niños eran entregados a todo tipo de personas, comunidades, iglesias, militares, entre otros, de manera clandestina, siendo falsificadas actas de nacimiento, cambiándoles por completo la identidad, procesando adopciones nacionales e internacionales, siendo el ejército y policía quienes efectuaban las adopciones.<sup>7</sup>

Fase 2, comprendida entre 1977 y 2007, inicia con la entrada en vigor de la Ley Reguladora de la Tramitación Notarial de Asuntos de Jurisdicción Voluntaria a través del Decreto 54-77<sup>8</sup>. La Ley Reguladora de la Tramitación Notarial de Asuntos de Jurisdicción Voluntaria en Guatemala es una normativa que regula ciertos procedimientos legales que pueden ser gestionados por notarios en lugar de jueces. La ley entró en vigor con el objetivo de descongestionar los tribunales y facilitar la tramitación de algunos asuntos legales. Como consecuencia, los notarios y abogados asumieron la responsabilidad de las adopciones en Guatemala, lo que resultó en que los abogados y notarios se beneficiaran de un negocio rentable provocando un aumento de adopciones en Guatemala.

---

6. La Política De Adopciones En Guatemala - CADEP.” CADEP, 19 de agosto de 2021. <https://cadep.ufm.edu/investigacion/la-politica-de-adopciones-en-guatemala-cuando-los-efectos-se-convierten-en-causas/>.

7. MEMORIA VIRTUAL GUATEMALA. “Adopciones Ilegales - MEMORIA VIRTUAL GUATEMALA”, 25 de marzo de 2022. <https://memoriavirtualguatemala.org/adopciones-ilegales/>.

8. Decreto 54-77, “Ley Reguladora de la Tramitación Notarial de Asuntos de Jurisdicción Voluntaria,” Diario de Centro América, 1977.

Guatemala se convirtió en uno de los países con mayor demanda en adopciones a nivel internacional por la facilidad del trámite, siendo Estados Unidos, Canadá y Europa quienes más demandaban niños, en estos años se crearon numerosas redes de tráfico de niños entre los principales autores se encuentran: Secretaría de Bienestar Social, Juzgados de Familia, Dirección General de Migración, Procuraduría General de la Nación, Registro Civil, quienes contribuían al cambio de nombres, robar niños de los orfanatos y sacarlos del país con facilidad.<sup>9</sup>

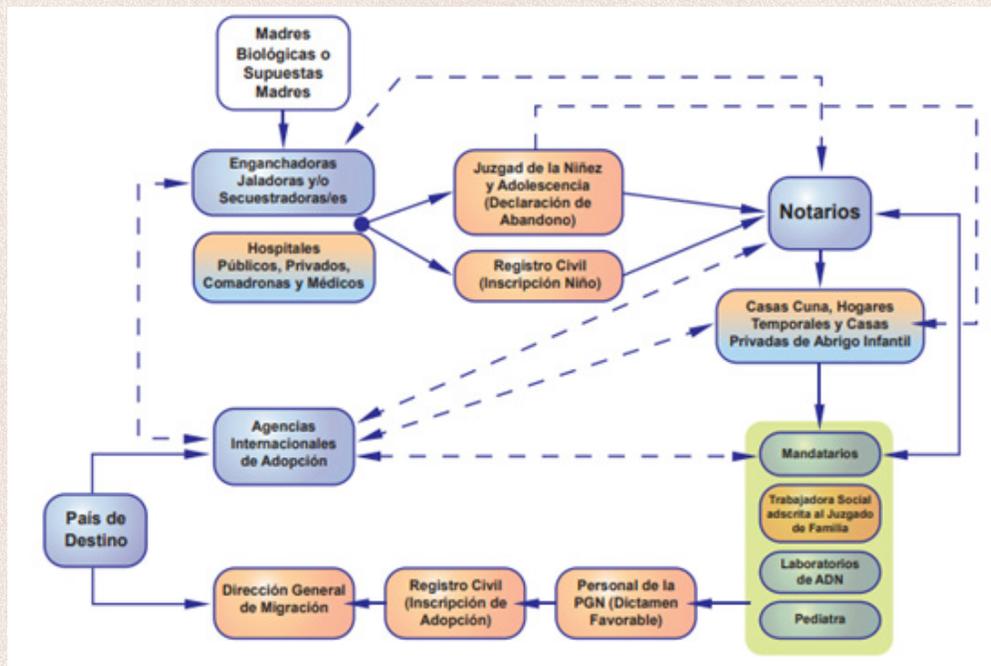


Figura 6 Red dedicada a la tramitación de Adopciones Irregulares

Fuente: CICIG Informe sobre actores involucrados en el proceso de adopciones irregulares en Guatemala a partir de la entrada en vigor de la Ley de Adopciones

Muchas adopciones internacionales eran gestionadas por agencias extranjeras de adopciones, involucrando a funcionarios públicos de aquella época. Las familias interesadas en adoptar eran engañadas con la historia de que se trataba de niños en situación de pobreza y abandonos. Los padres viajaban a Guatemala creyendo que las adopciones eran legales. Durante las décadas de 1980 y 1990, los hoteles estaban abarrotados de europeos y estadounidenses que buscaban adoptar niños y bebés mediante procesos aparentemente fáciles, Guatemala se convirtió en un mercado de niños.

«Según Unicef, el organismo de Naciones Unidas encargado de la protección de la infancia, más de 30,000 niños guatemaltecos fueron dados en adopción internacional entre 1997 y 2007 por un sistema “que no ofrecía garantías sobre el origen o la idoneidad de la familia de acogida”»

Varios niños eran dados por muertos tras ser robados a los pocos días de nacer en hospitales guatemaltecos. Esta situación impedía que las familias biológicas pudieran ver los cuerpos, obligándolas a firmar documentos ajenos al expediente de los bebés.<sup>10</sup>

9. Plaza Pública. “La increíble historia de Edmond Mulet y los niños que exportaba.” Última modificación 9 de noviembre de 2017. <https://www.plazapublica.com.gt/content/la-increible-historia-de-edmond-mulet-y-los-ninos-que-exportaba>.

10. Díez, B. (2020, diciembre 4). Niños robados: “Mis padres adoptivos pensaron que habían hecho un acto de amor. Resultó ser un secuestro”. BBC. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-55025235>.

Según un informe de la Comisión Internacional contra la Impunidad en Guatemala -CICIG-, «entre los años 2000 y 2007, más de 20,000 niños salieron de Guatemala con destino al extranjero sin que su trámite fuera realizado por controles mínimos. En 2007, año en que se realizaron 5,110 adopciones, uno de cada 100 niños nacidos en Guatemala fue entregado a familias extranjeras, principalmente estadounidenses.»

El tema de las adopciones en Guatemala se había convertido en un negocio lucrativo, ya que cada niño era vendido al extranjero por una suma de entre «20,000 y 50,000» dólares. En este proceso estaban involucrados trabajadores de hospitales, políticos, funcionarios de migración, jueces y agencias extranjeras, quienes transportaban de tres a cuatro niños diariamente en helicópteros.<sup>11</sup>

Ciertamente, el tema de las adopciones en Guatemala es de suma importancia en la historia del país. Actualmente, muchos de los niños dados en adopción de forma fraudulenta siguen con vida; algunos desconocen el origen de su adopción, mientras que otros aún se encuentran en búsqueda de sus raíces.

Como se mencionó anteriormente, la PGN era la única entidad encargada del control de los procesos de adopción, pero no cumplió con sus funciones, lo que permitió la proliferación de ilegalidades y malas prácticas. Esto desencadenó una alta demanda de familias extranjeras interesadas en adoptar, dando como resultado el fenómeno conocido como “lavado de niños”, en el que niños secuestrados o raptados eran presentados como casos de abandono por parte de sus familias biológicas.<sup>12</sup>

En un punto eran los mismos abogados y notarios quienes iniciaban búsqueda de familias interesadas en adoptar, priorizando a las familias extranjeras, además de los notarios y colaboradores de la PGN, también se encontraban las “jaladoras” quienes eran las encargadas de “recibir a los niños” y presentarlos ante el notario, encontrándose entre ellos comadronas, casas de cuna, mandatarios, cuidadores, notarios, y registro civil.<sup>13</sup>

«A partir del año 2002, Guatemala firma el Convenio Relativo a la Protección del Niño y a la Cooperación en Materia de Adopción Internacional —el famoso Convenio de la Haya— y la situación en el país comienza a cambiar progresivamente. La firma de dicho convenio y la adhesión a este proceso fue resultado de la presión de los actores citados líneas atrás —organismos internacionales, sector judicial y partidos políticos— dado que existían denuncias e informes de instituciones de reconocido prestigio señalando la existencia de infinidad de irregularidades en el proceso de adopción. Algunas de esas irregularidades eran solamente administrativas; otras eran sin duda más preocupantes, pues estaban vinculadas al crimen organizado. Hablamos de venta de niños, prostitución, etc.»<sup>14</sup>

---

11. Plaza Pública, “Los niños que el Ejército se llevó II,” última modificación 27 de octubre de 2021, <https://www.plazapublica.com.gt/content/los-ninos-que-el-ejercito-se-llevo-ii>.

12. Farfán, M. (2024, julio 23). «Me engañaron, jamás regresé a mi hogar», la historia de una adopción irregular de 1997. Agencia Ocote; María Batz De León.

13. Agencia Ocote, “Me engañaron, jamás regresé a mi hogar: la historia de una adopción irregular de 1997,” última modificación 23 de julio de 2024, <https://www.agenciaocote.com/blog/2024/07/23/me-enganaron-jamas-regrese-a-mi-hogar-la-historia-de-una-adopcion-irregular-de-1997/>.

14. <https://cadep.ufm.edu/investigacion/la-politica-de-adopciones-en-guatemala-cuando-los-efectos-se-convierten-en-causas/> Centro de Análisis de las Decisiones Públicas (CADEP), “La política de adopciones en Guatemala: cuando los efectos se convierten en causas,” Universidad Francisco Marroquín, última modificación 2023, <https://cadep.ufm.edu/investigacion/la-politica-de-adopciones-en-guatemala-cuando-los-efectos-se-convierten-en-causas/>.

En el 2003 se aprueba la ley de Protección Integral de la Niñez y Adolescencia -PINA-. Esta ley se presenta como un instrumento jurídico para la integración familiar y la promoción social, con el objetivo de lograr el desarrollo integral y sostenible de la niñez y adolescencia en el país. La ley se fundamenta en un marco democrático y busca garantizar el respeto a los derechos humanos de los niños y adolescentes guatemaltecos.<sup>15</sup>

Tercera fase, en el año 2007 se emitió la ley de adopciones, la cual marco un cambio significativo en los procesos de adopción a través del decreto 77-2007, a partir de la aprobación de la ley PINA y la ley de adopciones los abogados y notarios son fiscalizados en los procesos de adopciones.

La Comisión del Menor y la Familia introduce mejoras en los derechos de los niños, niñas y adolescentes, en donde los hijos adoptados poseen los mismos derechos y obligaciones que un hijo biológico, además reconoce que la adopción no es indisoluble, busca que los procesos de adopciones y que el consentimiento de dar en adopción a un hijo no sean lucrativas.<sup>16</sup>

Acompañado de la aprobación de la Ley de Adopciones se crea el Consejo Nacional de Adopciones, quien «es la Autoridad Central en materia de adopción nacional e internacional, con autonomía plena para aprobar sus directrices, políticas, normas, reglamentos, aranceles, contraer derechos y obligaciones.»<sup>17</sup>

El consejo Nacional de Adopciones inicia sus funciones en enero del 2008, su primera responsabilidad fue recibir los avisos notariales de procesos de adopción no concluidos e iniciados antes de la vigencia de la ley, Así mismo el -CNA- asume la responsabilidad de transformar un sistema de adopciones lleno de irregularidades, estableciendo un proceso transparente.<sup>18</sup>

## Proceso de adopción

El CNA interviene exclusivamente en el proceso de adopción, iniciando su participación a partir de la notificación de la sentencia de declaratoria de adoptabilidad emitida por el Juzgado de la Niñez y Adolescencia, excepto el caso en que los padres biológicos voluntariamente den al menor en adopción.

- 
15. UNESCO Instituto Internacional de Planeamiento de la Educación (IIEP). "Decreto 27-2003: Ley de Protección Integral de la Niñez y Adolescencia (PINA)." Sistema de Información de Tendencias Educativas en América Latina (SITEAL), última modificación 2023, <https://siteal.iiep.unesco.org/bdnp/305/decreto-272003-ley-proteccion-integral-ninez-adolescencia-pina>.
  16. Congreso de la República de Guatemala. "Dictamen 329: Ley de Protección Integral de la Niñez y Adolescencia." Última modificación 2023. [https://www.congreso.gob.gt/assets/uploads/info\\_legislativo/dictamen/329.pdf](https://www.congreso.gob.gt/assets/uploads/info_legislativo/dictamen/329.pdf).
  17. Consejo Nacional de Adopciones (CNA). "Página principal." Accedido septiembre, 2024. <https://www.cna.gob.gt/index.php>.
  18. Consejo Nacional de Adopciones (CNA). "Memoria de Labores 2011." Accedido septiembre, 2024. <https://www.cna.gob.gt/Documentos/MemoriaLabores/ML2011.pdf>.

Una vez recibida la declaratoria de adoptabilidad del niño por parte del Juzgado de la Niñez y Adolescencia, el CNA llevará a cabo las siguientes acciones: Primero, registrará la sentencia emitida en el Registro de Niños Declarados en Estado de Adoptabilidad. Además, se asegurará del cumplimiento de la sentencia del juez, promoviendo la restitución del derecho a una familia para el NNA. El Equipo Multidisciplinario, conformado por profesionales en las áreas de trabajo social, psicología y medicina, realizará una evaluación del niño en el lugar de abrigo, emitiendo los informes correspondientes. Posterior, se iniciará la formación del expediente del niño, el cual incluirá: la declaratoria de adoptabilidad, los datos y circunstancias personales, la certificación de la partida de nacimiento, las impresiones dactilares del niño y, cuando sea posible, de los padres, así como los medios científicos necesarios; el historial social y médico del niño y de sus padres, en su caso, y la evaluación psicológica; los datos de origen del niño, especialmente su identidad cultural y, si fuera aplicable, la de sus padres; y fotografías recientes del niño. Con el expediente completo, se procederá a la búsqueda y, si corresponde, a la selección.<sup>19</sup>

## Maltrato infantil en Guatemala

El maltrato infantil hacia niños, niñas y adolescentes puede presentarse en diversas formas, tales como el abuso físico, sexual, emocional y psicológico. Además, el abandono por parte de los progenitores y la explotación laboral de menores de 18 años son causas recurrentes. Estos abusos ocurren principalmente en el hogar, las comunidades y las escuelas, lugares que deberían ser espacios de seguridad y desarrollo.

La violencia tiene un impacto devastador en la salud y el bienestar de los niños y niñas. Sus efectos pueden llevar a la muerte, incluyendo homicidios de jóvenes, y están estrechamente vinculados con una variedad de problemas de salud física, sexual y mental. Esto incluye dificultades en el desarrollo social, emocional y cognitivo, así como un mayor riesgo de lesiones y enfermedades a lo largo de sus vidas. Además, la violencia fomenta conductas de alto riesgo, como el abuso de sustancias y la adopción de comportamientos sexuales peligrosos.

A largo plazo, las secuelas sociales y económicas de la violencia son graves, provocando, entre otras cosas, bajo rendimiento escolar, mayor probabilidad de desempleo y pobreza, y un aumento en la vinculación con pandillas o el crimen organizado.<sup>20</sup>

«En Guatemala, cada día se registran 19 casos de abuso sexual en niñas, niños y adolescentes y 37 casos de maltrato infantil. La mayoría no reciben ayuda de un profesional para apoyarles en su recuperación psicológica.»<sup>21</sup>

---

19. Organismo Judicial. Compilación de Normativa de la Niñez y de la Adolescencia de Guatemala: Actualizada hasta el 31 de julio de 2019. 1ª ed. Guatemala: Centro Nacional de Análisis y Documentación Judicial (CENADOJ), 2019.

20. Organización Panamericana de la Salud (OPS). “Violencia contra niñas, niños y adolescentes”. Organización Panamericana de la Salud, sin fecha <https://www.pah.org/es/tema/violencia-contra--niñas-nin>.

21. Unicef Guatemala. “Quiero que no sienta miedo nunca más.” UNICEF, 2 de noviembre de 2023. <https://www.unicef.org/guatemala/historias/quiero-que-no-sienta-miedo-nunca-más>.



En el 2024 la Procuraduría General de la Nación -PGN-, de enero a junio se han realizado «593» menores de 18 años siendo en el entorno familiar el lugar en el que mayormente han vulnerado sus derechos, según estadísticas el rango de edad más afectadas se encuentra entre «6 a 9 años», siendo estos 593 rescates provenientes de «9,726» denuncias a nivel nacional.<sup>22</sup>

En el 2023 se registró que, de enero a octubre, la PGN rescató a 2,067 NNA, las razones por las cuales se realizan estos rescates por parte de la PGN han sido por descuido y tratos negligentes, exposición al peligro, abuso físico, abuso sexual, inestabilidad familiar, trata o explotación laboral, entre otras. Siendo los Departamentos de Guatemala, Sacatepéquez y Escuintla, con las estadísticas más altas.

Durante 2022, las autoridades rescataron a 2,943 menores, a quienes se les vulneró sus derechos. De esta cifra, el 59.77% pertenecía a niñas y el 40.23%, a niños.<sup>23</sup>

«Según el Ministerio Público, entre 2017 y 2023, se registraron, en promedio, alrededor de 10,000 casos anuales de este tipo, con un pico en 2022 que alcanzó los 14,782 casos. Esta última cifra se traduce en 1,289 incidentes reportados en promedio al mes y en una tasa de 224 casos por cada 100,000 habitantes.

La mayor parte de los maltratadores denunciados son hombres. Por ejemplo, en 2022, de 168 sentencias condenatorias por el delito de maltrato contra personas menores de edad, 124 (74%) fueron sentencias contra hombres. En el primer semestre de 2023, el porcentaje fue de 83%.

Por otro lado, una cantidad significativa de las denuncias involucran a niñas y adolescentes mujeres. Entre 2021 y 2023, alrededor del 50% de los casos registrados por el Ministerio Público involucraron a estas dos poblaciones.



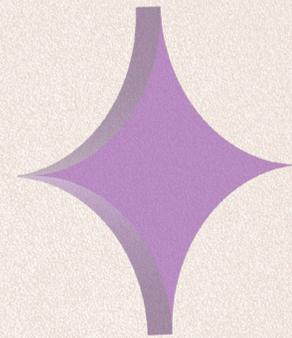
La violencia contra niñas y adolescentes mujeres es aún más clara en los datos de violencia sexual. De acuerdo con el Ministerio Público, en 2023, se registraron 2,342 denuncias por este delito en contra de menores, de las cuales 1,920 (82%) involucran a niñas o adolescentes mujeres. De hecho, entre 2017 y 2023, las niñas con edades entre los 10 y los 14 años han conformado alrededor de un tercio del total de víctimas de violación de mujeres.»<sup>24</sup>

---

22..Procuraduría General de la Nación (PGN). “Casi 600 niñas, niños y adolescentes han sido rescatados por maltrato.” Procuraduría General de la Nación ,<https://pgn.gob.gt/2024//07/18/casi-600-niñas-niños-y--adolescencia-Ja-sido-rescatados-p-maltr>.

23. Santizo, Josselinne. “PGN Ha Rescatado a 2067 Niños Este Año,” August 11, 2023. <https://dca.gob.gt/noticias-guatemala-diario-centro-america/pgn-ha-rescatado-a-2067-ninos-este-ano/>.

24. Diálogos. “Niñas, niños y adolescentes: La violencia que persiste”. Diálogos , sf <https://dialogos.org.gt/ninas-ninos-y-adolescentes-la-violencia-que-persiste-2/> .



## Niñez institucionalizada

La institucionalización de niños y niñas se define como el proceso de albergar a menores en una institución para su protección y cuidado. Este tipo de medida es considerada excepcional y transitoria, actuando como un último recurso que el Estado emplea para garantizar la protección de los niños, niñas y adolescentes cuando no es posible ofrecerles una alternativa familiar adecuada.

Según el enfoque de derechos, la institucionalización debe ser utilizada únicamente cuando todas las demás opciones, como la reintegración familiar o el acogimiento familiar, han sido agotadas. Este principio se basa en el reconocimiento de que el desarrollo integral de los menores se facilita mejor dentro de un entorno familiar, donde pueden recibir una atención más personalizada y afectiva<sup>25</sup>

UNICEF ha señalado que la principal causa de la institucionalización en niños es el maltrato, en adolescentes abusos sexuales o problemas con sus familiares, y en adolescentes masculinos las causas son problemas con adicciones o problemas con la ley.

Aunque la institucionalización sea una respuesta al resguardo de los NNA se ha observado que la institucionalización también crea desvinculación y desapego con la familia. <sup>26</sup> «En Guatemala hay más de 5.000 niñas, niños y adolescentes institucionalizados. Estudios demuestran que la institucionalización genera problemas en el desarrollo psicológico, social y biológico de las niñas, niños y adolescentes, en el caso de los niños y niñas menores de 3 años por cada cuatro meses que un niño esté institucionalizado, pierde un mes en su desarrollo.»

UNICEF promueve llevar a cabo modelos alternativos de acogida y protección, basados en las familias ampliadas o familias de acogida.<sup>27</sup>

Para las niñas, niños y adolescentes, el permanecer en un hogar de abrigo y protección tiene varios efectos negativos en su desarrollo. A nivel físico, se observan retrasos en el crecimiento, descompensaciones entre su peso, talla y edad cronológica, y reacciones adversas a alimentos desconocidos. Además, enfrenta problemas de salud relacionados con el clima, como afecciones respiratorias.

En el ámbito cognitivo, estos menores suelen presentar dificultades para aprender, déficit de atención y retraso en el aula, consecuencia de la falta de estimulación y problemas en su desarrollo gestacional, información que frecuentemente se desconoce. La desnutrición es un factor determinante que afecta de manera profunda y casi irreversible su desarrollo cognitivo.



25. Unicef. Hoja de Ruta para Promover la Desinstitucionalización y del Retorno a Vivir en Familia . UNICEF Panamá, sf <https://www.unicef.org/panama/media/3826/file/Hoja%20de%20ruta%20para%20promover%20la%20desinstitucionalizaci%C3%B3n%20y%20del%20retorno%20a%20vivir%20en%20familia%20.pdf>

26. CONACMI . Protocolo . CONACMI , enero 2024. <https://conacmi.org/wp-content/uploads/2024/01/PROTOCOLO.pdf> .

27. Unicef Guatemala. “Un hogar no reemplaza a la familia.” UNICEF Guatemala , norte<https://www.unicef.org/gu/historias/un-hogar-no-reemplaza-la-familia> .

A nivel social, estos menores sufren de baja autoestima y limitaciones para socializar debido a la desvinculación de figuras primarias de cuidado. Los lazos sociales que logran establecer con cuidadores y pares suelen ser variables y temporales, lo que provoca nuevas desvinculaciones afectivas, afectando su capacidad de formar vínculos estables y duraderos.

Este escenario subraya la importancia de encontrar soluciones familiares estables y permanentes para estos menores, evitando en lo posible la institucionalización prolongada y promoviendo entornos que favorezcan su desarrollo integral.<sup>28</sup>

## 4.2 BASES TEÓRICAS QUE SE APLICAN EN EL DISEÑO DE LA PIEZA

### Responsabilidad social y ética del diseño gráfico ante los problemas que afectan a la sociedad

Todas las profesiones cumplen un rol dentro de la misma sociedad, dicho esto la responsabilidad social y ética del diseñador son comunicacionales, visuales y gráficas.

La sociedad ha tenido cambios significativos, cambios que han acrecentado el diseño en plataformas educativas, de trabajo, comercios, de inteligencia artificial, medios tecnológicos, etc., abriendo nuevas oportunidades en el área de diseño abriendo nuevas posibilidades de comunicación social.

«El diseñador gráfico es el traductor de una comunicación de forma efectiva, pero para ello debe conocer ampliamente el entorno cultural y este entorno cultural está implícito en lo social, entendiendo así que el diseñador gráfico realiza su trabajo entendiendo que debe cumplir con una responsabilidad social porque sus mensajes, conceptos, influirán de alguna manera en un determinado grupo social mediante el mensaje que envíe con sus técnicas de diseño utilizadas.»

Una situación contraproducente sería que los diseñadores no tomaran en cuenta los aspectos sociales en los que se encuentran o se exhibirán las piezas gráficas, ya que pueden ofender a comunidades enteras, grupos políticos, sociales y/o religiosos.

«En términos sociales, la industria del papel da trabajo a innumerables personas y profesionales, y gracias a ella se han creado empresas y servicios que han posibilitado desarrollo tecnológico, económico y social. Los diseñadores gráficos e industriales, deben tomar conciencia que son responsables, en parte, del desarrollo sustentable. La industria del papel esconde un lado desalentador, ya que ha sido responsable de la devastación de bosques y sus ecosistemas, no solo eso, porque el proceso de producción del papel implica mucho uso de energía y también contaminación tanto en la hidrosfera (ríos, lagos, mares) como atmosférica.

Lo peor es que mucha de esta producción va a la basura, causando así doble contaminación. También debemos contemplar que las tintas y materiales que se utilizan en las imprentas pueden ser tóxicas.»

---

28. Consejo Nacional de Adopciones. “Psicología”, sin fecha, video para talleres informativos para el Consejo, informa sobre los problemas psicológicos que afrontan los niños institucionalizados. Acceso al archivo privado.

Los diseñadores gráficos al diseñar deben considerar durante el proceso de diseño los materiales y medidas, para garantizar el uso correcto y evitar desperdicio de recursos, que afecten tanto al medio ambiente como en el presupuesto de los clientes.<sup>29</sup>

La profesión diseño ha venido de la mano con la industrialización donde el diseño ha sido generador de diversos materiales, generando grandes volúmenes de desechos, afectando al medio ambiente por su lenta descomposición, siendo el diseño de empaque uno de los mayores “productores” que las marcas de prestigio invierten mucho presupuesto en empaques que brinden experiencias sensoriales, utilizando varios empaques para un solo producto, la responsabilidad de los diseñadores con el medio ambiente es crear piezas de diseño que no se vuelvan obsoletas rápidamente y que tengan un tiempo de vida útil prolongado. Esto incluye la elección de materiales duraderos y la reducción de componentes innecesarios. Elegir proveedores que estén comprometidos con prácticas sostenibles y que ofrezcan materiales reciclables o biodegradables. Esto no solo reduce el impacto ambiental, sino que también apoya a industrias responsables, unificando el cuidado del medio ambiente, la responsabilidad social y la importancia de la práctica ética del diseño.<sup>30</sup>

## **Incidencia del Diseño Gráfico en el desarrollo de la comunicación en instituciones de servicio social**

El diseño gráfico al tratarse de comunicación y que debe tomar en cuenta aspectos de la sociedad, es social y trata temas sociales, dicho esto las funciones se definen y varían según el cliente, sociedad, tema a comunicar, etc., incluso inclinarse a proyectos cuyos fines son útiles para mejorar la calidad de vida de las personas, ya que específicamente estos proyectos no se orientan únicamente a los clientes, sino a quienes se benefician y/o ayudan las instituciones de servicio social, «Si bien, el diseño es un motor importante de las economías emergentes, del total de la masa crítica de los diseñadores de estos países, sólo un 2% dedica parte de su tiempo profesional a entidades sin fines de lucro (vinculando su producción hacia la función social y humanitaria directamente) y el restante 98% se encuentran trabajando en sectores de servicios, comerciales e industriales.»<sup>31</sup>

«El diseñador debe definir su posición y tomar conciencia de las distintas realidades sociales existentes, incluso de aquellas que surgen de las diferentes situaciones y culturas (locales, regionales, nacionales o internacionales). Se vuelve necesario unir lo efímero y lo permanente, lo integrado y lo independiente para obtener una concepción articulada, compleja, que no sea elitista, ni populista ni reduccionista. De este modo, el diseñador gráfico social se relaciona con la dimensión cultural del mensaje y con su articulación en un proyecto de desarrollo cultural a largo plazo, en lo que lo permanente/integrado (estrategia) y lo efímero/independiente (táctica) no están en contradicción. Oponiéndose a la estandarizada profusión de la publicidad, es necesario trabajar a partir de situaciones sociales particulares, en función a sus dinámicas específicas y sus posibles dimensiones humanas. En base a estas premisas es que aún pequeñas unidades de comunicación podrán construir trabajos creativos que generarán, desarrollarán y agregarán valor a la cultura visual de una sociedad.»

---

29. Design Republik. “Diseño gráfico y responsabilidad social.” Accedido septiembre, 2024. <https://www.designrepublik.com/diseño-gráfico-y-responsabilidad-social/>.

30. Batista, Lorenzo Miguel Ángel Herrera, Marco Antonio Marín Álvarez y Carlos Angulo Álvarez. “Diseño, Ética Y Estética Para Transformar La Realidad Social”. *Zincografía*, 1 de enero de 2021, 5–23. <https://doi.org/10.32870/zcr.v0i9.85>.

31. Gaitto, J. (2013). La función social del diseño o el diseño al servicio social. *Cuaderno del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, (45), 133–143. Universidad de Palermo. <https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/cdc/article/download/1075/934>

El diseño para instituciones de servicio social requiere pleno compromiso de cada participante, El diseño integrado es una de las áreas clave de intervención para los profesionales que son conscientes, conformado por los valores y principios de las instituciones.<sup>32</sup> El profesional de Diseño gráfico debe responder desde información, manejo del tema, y habilidades metodológicas al brindar servicios que a instituciones sin fines de lucro, con el propósito de crear una mejor sociedad desde el punto de la comunicación gráfica, requiere que los profesionales desarrollen compromisos con el bienestar de su entorno, una actitud decidida para involucrarse en las problemáticas complejas y una disposición absoluta al trabajo con otros profesionales, para lograr el bien común.<sup>33</sup>

## El Diseño Gráfico como contribución a mejorar la calidad de vida de las personas

El diseño gráfico posee el potencial de marcar una diferencia positiva, significativa en la vida de las personas, tanto de forma temporal, como de manera diaria y permanente, dando enfoques de inclusión que permite empoderar e incluirlo a la sociedad de manera que se sientan valorados y útiles dentro de ella.

Abarca desde la accesibilidad en el diseño hasta la comprensión de funciones o temas complejos, este enfoque de diseño está centrado en la utilidad y efectividad del grupo objetivo. La accesibilidad del diseño es un punto que beneficia y se centra en las personas entre ellas se encuentran:

**Colores:** la adecuada selección de paletas de colores ya que el tono adecuado mejora la visibilidad de personas con discapacidades visuales como lo es el daltonismo.

**Tipografía:** la correcta elección de tipografía a personas con problemas de visibilidad.

**Iconografía:** transmite información clara y comprensible facilitando instrucciones a personas con discapacidades cognitivas de aprender.

**Empaques:** que estén diseñados para personas con discapacidades motoras.

**Diseño intuitivo:** beneficiando a las personas mayores quienes no se encuentran a la vanguardia de nuevas tecnologías.

**Inclusión:** diversidad de culturas, discapacidades y edad.

«Al incorporar principios de diseño inclusivo y escuchar las voces de estas comunidades, los diseñadores pueden crear soluciones que enriquezcan la vida de quienes las necesitan.»

Cuando un diseñador se involucra con las causas, y comprometido a mejorar la calidad de vida de las personas, muestra la autenticidad y valores.<sup>34</sup>

---

32. Jorge Gaitto. "La función social del diseño o el diseño al servicio social." Accedido septiembre, 2024. [https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1853-35232018000400003](https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232018000400003).

33. Mtra. Claudia De Valle Romero. "RESPONSABILIDAD SOCIAL y compromiso del diseño con la sociedad." Sin fecha. [https://issuu.com/unisgt/docs/altum\\_2/s/17028719](https://issuu.com/unisgt/docs/altum_2/s/17028719).

34. Administración. "Cómo El Diseño Gráfico Ayuda a Mejorar La Vida De Personas Con Discapacidad Y Personas Mayores - Señor Creativo." Señor Creativo, 21 de octubre de 2023. <https://senorcreativo.com/disenomejora-vida-personas-discapacidad/>.

## Los aportes del Diseño Gráfico a la cultura visual o estética de la sociedad

El diseño gráfico forma parte de la vida cotidiana de forma consciente o inconsciente, está presente en cada momento de la vida, la ciudad está rodeada de señaléticas quienes dan indicaciones de las distintas reglas viales, indicaciones o instrucciones de movilización, ubicación, pictogramas en los electrodomésticos, al igual que en plataformas (diseño de interacción), el diseño gráfico ordena, simplifica y brinda accesibilidad, a temas complejos, sin gracia.<sup>35</sup>

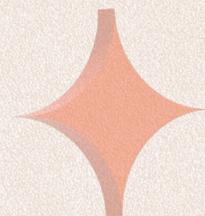
«El impacto del diseño gráfico en la sociedad es profundo. Nos ayuda a comprender mejor el mundo y a interactuar con él de manera efectiva.»

El diseño gráfico cruza fronteras, y aunque es universal el diseño es parte de la identidad cultural, del país, sector, industria, continente y contexto en el que se desarrolla, sin que quede de lado que de igual forma puede comunicar ideas de manera global, tanto específicas como generales, el diseño gráfico siempre se encontrará en constantes cambios, por ello el diseño marca tendencias, modas, fuentes artísticas, cultura visual de la sociedad en el tiempo, conductas de consumo y de interacción.<sup>36</sup>

En la economía representa una inversión que actúa como motor clave para la innovación y el crecimiento económico. Las industrias creativas, incluyendo la publicidad, el marketing y los medios digitales, dependen en gran medida del diseño, generando ingresos económicos. Además, permite a las empresas destacar en un mercado saturado y competitivo, añadiendo valor distintivo a los productos y servicios.

El diseño gráfico desempeña un papel crucial en la difusión de ideas y movimientos sociales, actuando como una herramienta eficaz para la protesta, la sensibilización y la movilización. se emplea para transmitir mensajes impactantes que desafían el orden establecido y fomentan el cambio social.

En temas de tecnologías en diseño gráfico es puente entre desarrolladores y usuarios por medio del diseño de interfaces de usuario (UI) quienes tienen el objetivo de ser intuitivos, permitiendo que la innovación sea rápida.<sup>37</sup>



35. Juan, Alicia y Alicia Juan. “¿Qué Papel Juega El Diseño Gráfico En La Sociedad?” Gráfica, 27 de abril de 2018. <https://graffica.info/diseño-gráfico-wwd2018/> .

36. Villegas, Andrés y Andrés Villegas. “El Arte De Lo Visible: Cómo El Diseño Gráfico Moldea Nuestro Mundo”. Politécnico Intercontinental, 15 de abril de 2024. <https://www.politecnicointercontinental.com/blog/2024/04/15/el-arte-de-lo-visible-como-el-diseno-grafico-moldea-nuestro-mundo/#:~:text=La%20Influencia%20del%20Dise%C3%B1o%20en%20la%20Sociedad,-> .

37. “Impacto Y Relevancia Del Diseño Gráfico En Sociedad”, sf <https://www.sise.edu.pe/blog/importancia-diseno-grafico-sociedad>.

# El impacto del Diseño Gráfico en comparación a otras formas de comunicación

## DISEÑO GRÁFICO

La comunicación visual se define como la transmisión de ideas o información a través de medios perceptibles por la vista. Este tipo de comunicación incluye un proceso en el que intervienen varios elementos como el emisor, el mensaje, el medio y el receptor. Estos elementos deben funcionar adecuadamente para asegurar que el mensaje no pierda su valor ni sentido.

Los componentes básicos de la comunicación visual son el punto, la línea, el contorno, la dirección, el tono, el color, la textura, la dimensión, la escala y el movimiento. Estos se combinan para formar mensajes visuales efectivos, como se ve en el diseño gráfico, cuyo objetivo es captar la atención del público de manera visual antes que con palabras. Los ejemplos cotidianos de comunicación visual incluyen señales de tráfico, carteles publicitarios y folletos.

## COMUNICACIÓN ORAL

La comunicación oral ocurre en tiempo real entre dos o más personas y depende de la voz y un código compartido entre emisor y receptor. Esta forma de comunicación es espontánea, directa, dinámica, efímera, inmediata y sencilla. En el ámbito profesional, es crucial que las organizaciones tengan personas capacitadas en comunicación oral para transmitir ideas de manera efectiva y generar confianza en el público. Los ejemplos incluyen debates, conferencias, diálogos y entrevistas.

## COMUNICACIÓN ESCRITA

La comunicación escrita utiliza palabras o códigos escritos y siempre involucra un canal físico, como papel o pantallas. A diferencia de la comunicación oral, no es simultánea y el mensaje puede perdurar en el tiempo. Debes seguir reglas ortográficas y gramaticales y puedes superar barreras de distancia. Los mensajes escritos se planifican cuidadosamente, lo que los hace claros, concisos, coherentes, correctos y completos. Los ejemplos incluyen correos electrónicos, cartas, revistas y publicaciones en redes sociales.<sup>38</sup>

---

38. Eguizábal, Mar. "3 Tipos De Comunicación: Visual, Oral Y Escrita." Comunicare - Agencia De Marketing Online, 22 de noviembre de 2021. <https://www.comunicare.es/3-tipos-de-comunicacion-visual-oral-y-escrita/> .



## Funciones del Diseño Gráfico en la comunicación social

El diseño gráfico desempeña un papel fundamental en la comunicación social, ya que no solo crea elementos visuales atractivos, sino que también contribuye a la organización, comprensión y difusión de mensajes en diversos contextos.

### ORGANIZACIÓN Y CLARIDAD VISUAL



El diseño gráfico contribuye al orden de la comunidad al facilitar la organización visual de la información, lo cual permite que las personas comprendan rápidamente lo que se les quiere comunicar. Esta organización no solo hace que los mensajes sean más accesibles, sino que también ayuda a estructurar de manera clara y coherente la información tanto en el espacio público como privado, mejorando así la interacción entre las personas y su entorno.

Un ejemplo claro es el uso de señales visuales, como las señales de tráfico, que organizan el flujo de información en la comunidad y garantizan que las personas comprendan de manera eficiente las normas y directrices necesarias para un comportamiento adecuado y seguro. De esta forma, el diseño gráfico no solo facilita la comunicación, sino que también promueve el bienestar colectivo, asegurando que todos los miembros de la comunidad puedan entender y seguir las pautas necesarias para convivir de manera armoniosa y segura.<sup>39</sup>

### COMPRENSIÓN

El diseño gráfico desempeña un papel esencial en la comprensión de una sociedad, ya que ofrece una representación visual clara y coherente de sus valores, normas y cultura. Esto asegura que todos los miembros de la sociedad, independientemente de su origen o nivel educativo, puedan acceder y entender la información de manera efectiva.

Además, el diseño gráfico también facilita la inclusión social y la integración cultural, al proporcionar mensajes visuales que son accesibles para personas de diferentes edades, lenguas y habilidades. Esto se ve en la creación de señales universales que permiten que todos los ciudadanos comprendan la información necesaria para interactuar en la sociedad de manera eficiente.<sup>40</sup>

### ACCESO A LA INFORMACIÓN

El diseño gráfico no solo se centra en la estética, sino que prioriza la accesibilidad de la información a través de la funcionalidad, lo que resulta esencial para resolver problemas de comunicación de manera efectiva. En este proceso, el diseñador tiene la responsabilidad de traducir datos e ideas a un lenguaje visual que sea claro y comprensible para todos.



39. Gaitto, Jorge. "La Función Social Del Diseño O El Diseño Al Servicio Social," n.d. [https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1853-35232018000400003](https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232018000400003).

40. Valdívieso, Arturo. "Diseño Gráfico Y Responsabilidad Social - Design Republik." Design Republik, April 10, 2021. <https://www.designrepublik.com/disenografico-y-responsabilidad-social/>.

El diseño gráfico va más allá de las nuevas tecnologías y medios digitales, ya que estos no son fundamentales para la disciplina; lo esencial radica en cómo se entiende, analiza y organiza la información para proporcionar soluciones efectivas.

Un aspecto clave en este enfoque es la aplicación de metodologías como el *Design Thinking*, que utiliza principios y lenguajes del diseño de la información para abordar problemas de comunicación, organización o educación. Esta metodología descompone un problema de manera objetiva y sistemática, permitiendo extraer las ideas clave y organizarlas visualmente. Al hacerlo, facilita la identificación de nuevas relaciones, perspectivas y posibles soluciones que, de otra manera, podrían pasar desapercibidas. De este modo, el diseño gráfico actúa como una herramienta poderosa para simplificar y clarificar información compleja, favoreciendo la comprensión y el acceso a la misma.<sup>41</sup>

## El significado de Diseño Gráfico centrado en la gente y no solo en la percepción visual

El diseño gráfico debe enfocarse siempre en las personas, y su principal objetivo debe ser comunicar ideas claras al grupo objetivo, quienes perciben, interpretan y se conectan emocionalmente con los mensajes visuales. La adecuada selección de las primicias del diseño debe centrarse en el grupo objetivo, considerando su contexto cultural, realizando estudios para conocer sus comportamientos frente a los diseños y entendiendo cómo se conectan emocionalmente con el tema. Este enfoque asegura que el diseño sea funcional y accesible, facilitando su comprensión.

Para alcanzar los objetivos de cualquier proyecto dentro del ámbito del diseño gráfico, el diseñador debe considerar tanto los aspectos denotativos como los connotativos, que están relacionados con las interpretaciones subjetivas influenciadas por las experiencias personales del receptor. Este enfoque integral garantiza que el diseño sea accesible, relevante y emocionalmente resonante para una amplia diversidad de audiencias, asegurando que el mensaje no solo sea entendido, sino también que resuene y tenga un impacto significativo en quienes lo reciben.<sup>42</sup>

---

41. Pontis, Sheila. "Qué Es El Diseño De Información." FOROALFA, n.d. [https://foroalfa.org/articulos/que-es-el-diseno-de-informacion?srsltid=AfmBOooAdjfQ16WDLEpDDGIwOBIN0UpGiSRWDMaUNv1A66dULrD\\_0I3b](https://foroalfa.org/articulos/que-es-el-diseno-de-informacion?srsltid=AfmBOooAdjfQ16WDLEpDDGIwOBIN0UpGiSRWDMaUNv1A66dULrD_0I3b).

42. FAD, "Diseño Gráfico Específico 2022," Facultad de Artes y Diseño, Universidad Nacional de Cuyo, 2022, <https://fad.uncuyo.edu.ar/upload/1disenograficoespecifico20221.pdf>.

## La importancia de la investigación en el diseño de imagen gráfica institucional

Antes de diseñar imágenes gráficas institucionales, es fundamental realizar una investigación detallada para comprender el contexto, el grupo objetivo, la manera en que la institución aborda la comunicación actualmente, y cómo otras instituciones gestionan su comunicación visual. Esta investigación sirve como la base para desarrollar una imagen gráfica sólida y bien fundamentada.

El proceso de investigación es esencial, ya que, sin él, el diseño carece de argumentos sólidos que justifiquen las decisiones. Una investigación adecuada resulta en un diseño de imagen más efectivo. La primera fase del proceso consiste en diseñar el brief del proyecto, que incluye la recopilación de información proporcionada por el cliente o la realización de preguntas específicas por parte del diseñador, mediante reuniones, entrevistas o cuestionarios. Las preguntas deben enfocarse en entender las características del proyecto y las necesidades del grupo objetivo.

Dentro del proceso de investigación de un proyecto de diseño de imagen, se deben considerar dos áreas clave: la investigación del público objetivo y la investigación de campo, apoyándose en herramientas de recolección de información.

### INVESTIGACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO

Se debe conocer la personalidad y las características del público al que se dirigirá el mensaje, con el fin de identificar tendencias y encontrar la mejor forma de conectarse con ellos. Esto asegura que, al ver el diseño, el público sienta que el mensaje les está hablando directamente.

### INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Esta etapa implica conocer a fondo la institución, realizando visitas presenciales, observando cómo se implementan las piezas gráficas y evaluando su funcionalidad.

---

40. Pontis, Sheila. "Qué Es El Diseño De Información." FOROALFA, n.d. [https://foroalfa.org/articulos/que-es-el-diseno-de-informacion?srsId=AfmBOooAdjfQ16WDLEpDDG1wOBIN0UpGiSRWDMaUNv1A66dULrD\\_013b](https://foroalfa.org/articulos/que-es-el-diseno-de-informacion?srsId=AfmBOooAdjfQ16WDLEpDDG1wOBIN0UpGiSRWDMaUNv1A66dULrD_013b).

41. FAD, "Diseño Gráfico Específico 2022," Facultad de Artes y Diseño, Universidad Nacional de Cuyo, 2022, <https://fad.uncuyo.edu.ar/upload/1disenograficoespecifico20221.pdf>.

## BIBLIOGRAFÍA Y EGRAFÍA

La Política De Adopciones En Guatemala - CADEP." CADEP, 19 de agosto de 2021. <https://cadep.ufm.edu/investigacion/la-politica-de-adopciones-en-guatemala-cuando-los-efectos-se-convierten-en-causas/>.

Memoria virtual Guatemala. "Adopciones Ilegales - MEMORIA VIRTUAL GUATEMALA", 25 de marzo de 2022. <https://memoriavirtualguatemala.org/adopciones-ilegales/>.

Decreto 54-77, "Ley Reguladora de la Tramitación Notarial de Asuntos de Jurisdicción Voluntaria," Diario de Centro América, 1977.

Plaza Pública. "La increíble historia de Edmond Mulet y los niños que exportaba." Última modificación 9 de noviembre de 2017. <https://www.plazapublica.com.gt/content/la-increible-historia-de-edmond-mulet-y-los-ninos-que-exportaba>.

Díez, B. (2020, diciembre 4). Niños robados: "Mis padres adoptivos pensaron que habían hecho un acto de amor. Resultó ser un secuestro". BBC. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-55025235>

Plaza Pública, "Los niños que el Ejército se llevó II," última modificación 27 de octubre de 2021, <https://www.plazapublica.com.gt/content/los-ninos-que-el-ejercito-se-llevo-ii>.

Farfán, M. (2024, julio 23). «Me engañaron, jamás regresé a mi hogar», la historia de una adopción irregular de 1997. Agencia Ocote; María Batz De León.

Agencia Ocote, "Me engañaron, jamás regresé a mi hogar: la historia de una adopción irregular de 1997," última modificación 23 de julio de 2024, <https://www.agenciaocote.com/blog/2024/07/23/me-enganaron-jamas-regrese-a-mi-hogar-la-historia-de-una-adopcion-irregular-de-1997/>.

<https://cadep.ufm.edu/investigacion/la-politica-de-adopciones-en-guatemala-cuando-los-efectos-se-convierten-en-causas/> Centro de Análisis de las Decisiones Públicas (CADEP), "La política de adopciones en Guatemala: cuando los efectos se convierten en causas," Universidad Francisco Marroquín, última modificación 2023, <https://cadep.ufm.edu/investigacion/la-politica-de-adopciones-en-guatemala-cuando-los-efectos-se-convierten-en-causas/>.

UNESCO Instituto Internacional de Planeamiento de la Educación (IIEP). "Decreto 27-2003: Ley de Protección Integral de la Niñez y Adolescencia (PINA)." Sistema de Información de Tendencias Educativas en América Latina (SITEAL), última modificación 2023, <https://siteal.iiep.unesco.org/bdnp/305/decreto-272003-ley-proteccion-integral-ninez-adolescencia-pina>.

Congreso de la República de Guatemala. "Dictamen 329: Ley de Protección Integral de la Niñez y Adolescencia." Última modificación 2023. [https://www.congreso.gob.gt/assets/uploads/info\\_legislativo/dictamen/329.pdf](https://www.congreso.gob.gt/assets/uploads/info_legislativo/dictamen/329.pdf).

Consejo Nacional de Adopciones (CNA). “Página principal.” Accedido septiembre, 2024. <https://www.cna.gob.gt/index.php>.

Consejo Nacional de Adopciones (CNA). “Memoria de Labores 2011.” Accedido septiembre, 2024. <https://www.cna.gob.gt/Documentos/MemoriaLabores/ML2011.pdf>.

Organismo Judicial. Compilación de Normativa de la Niñez y de la Adolescencia de Guatemala: Actualizada hasta el 31 de julio de 2019 . 1ª ed. Guatemala: Centro Nacional de Análisis y Documentación Judicial (CENADOJ), 2019.

Organización Panamericana de la Salud (OPS). “Violencia contra niñas, niños y adolescentes”. Organización Panamericana de la Salud , sin fecha [https : //www.pah.org /es/tema/violencia-contra--niñas -nin](https://www.pah.org/es/tema/violencia-contra-niñas-nin).

Unicef Guatemala. “Quiero que no sienta miedo nunca más.” UNICEF , 2 de noviembre de 2023. [https :// www .unicef .org /guatemala /historias /quiero -que -no -sienta -miedo -nunca -más](https://www.unicef.org/guatemala/historias/quiero-que-no-sienta-miedo-nunca-más).

Procuraduría General de la Nación (PGN). “Casi 600 niñas, niños y adolescentes han sido rescatados por maltrato.” Procuraduría General de la Nación , [https ://pgn.gob.gt/2024//07 /18/casi -600 -niñas-niños -y--adolescencia-Ja-sido -rescatados -p-maltr](https://pgn.gob.gt/2024/07/18/casi-600-niñas-niños-y-adolescencia-Ja-sido-rescatados-p-maltr).

Santizo, Josselinne. “PGN Ha Rescatado a 2067 Niños Este Año,” August 11, 2023. <https://dca.gob.gt/noticias-guatemala-diario-centro-america/pgn-ha-rescatado-a-2067-ninos-este-ano/>.

Diálogos. “Niñas, niños y adolescentes: La violencia que persiste”. Diálogos , sf [https://dialogos.org.gt/ninas -ninos -y -adolescentes -la -violencia -que -persiste -2/](https://dialogos.org.gt/ninas-ninos-y-adolescentes-la-violencia-que-persiste-2/).

Unicef. Hoja de Ruta para Promover la Desinstitucionalización y del Retorno a Vivir en Familia . UNICEF Panamá, sf [https ://www .unicef .org /panama /media /3826 /file /Hoja %20de %20ruta %20para %20promover %20la %20desinstitucionalizaci %C3 %B3n %20y %20del %20retorno %20a %20vivir % 20en %20familia %20 .pdf .](https://www.unicef.org/panama/media/3826/file/Hoja%20de%20ruta%20para%20promover%20la%20desinstitucionalizaci%C3%B3n%20y%20del%20retorno%20a%20vivir%20en%20familia%20.pdf)

CONACMI . Protocolo . CONACMI , enero 2024. <https://conacmi.org/wp-content/uploads/2024/01/PROTOCOLO.pdf> .

Unicef Guatemala. “Un hogar no reemplaza a la familia.” UNICEF Guatemala , norte [https://www.unicef.org/gu/historias /un -hogar-no -reemplaza -la-familia .](https://www.unicef.org/gu/historias/un-hogar-no-reemplaza-la-familia)

Consejo Nacional de Adopciones. “Psicología”, sin fecha, video para talleres informativos para el Consejo, informa sobre los problemas psicológicos que afrontan los niños institucionalizados. Acceso al archivo privado.

Design Republik. “Diseño gráfico y responsabilidad social.” Accedido septiembre, 2024. <https://www.designrepublik.com/disenio-grafico-y-responsabilidad-social/>.

Batista, Lorenzo Miguel Ángel Herrera, Marco Antonio Marín Álvarez y Carlos Angulo Álvarez. “Diseño, Ética Y Estética Para Transformar La Realidad Social”. Zincografía , 1 de enero de 2021, 5–23. <https://doi.org/10.32870/zcr.v0i9.85>.

Jorge Gaitto. “La función social del diseño o el diseño al servicio social.”. Accedido septiembre, 2024. [https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1853-35232018000400003](https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232018000400003).



Administración. “Cómo El Diseño Gráfico Ayuda a Mejorar La Vida De Personas Con Discapacidad Y Personas Mayores - Señor Creativo.” Señor Creativo, 21 de octubre de 2023. <https://senorcreativo.com/disen-mejora-vida-personas-discapacidad/>.

Juan, Alicia y Alicia Juan. “¿Qué Papel Juega El Diseño Gráfico En La Sociedad?” Gráfica, 27 de abril de 2018. <https://grafica.info/disen-grafico-wwd2018/>.

Villegas, Andrés y Andrés Villegas. “El Arte De Lo Visible: Cómo El Diseño Gráfico Moldea Nuestro Mundo”. Politécnico Intercontinental, 15 de abril de 2024. <https://www.politecnicointercontinental.com/blog/2024/04/15/el-arte-de-lo-visible-como-el-disen-grafico-moldea-nuestro-mundo/#:-:text=La%20Influencia%20del%20Dise%C3%B1o%20en%20la%20Sociedad,->.

“Impacto Y Relevancia Del Diseño Gráfico En Sociedad”, sf <https://www.sise.edu.pe/blog/importancia-disen-grafico-sociedad>.

Eguizábal, Mar. “3 Tipos De Comunicación: Visual, Oral Y Escrita.” Comunicare - Agencia De Marketing Online, 22 de noviembre de 2021. <https://www.comunicare.es/3-tipos-de-comunicacion-visual-oral-y-escrita/>.

Gaitto, Jorge. “La Función Social Del Diseño O El Diseño Al Servicio Social,” n.d. [https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1853-35232018000400003](https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232018000400003).

Valdivieso, Arturo. “Diseño Gráfico Y Responsabilidad Social - Design Republik.” Design Republik, April 10, 2021. <https://www.designrepublik.com/disen-grafico-y-responsabilidad-social/>.

Pontis, Sheila. “Qué Es El Diseño De Información.” FOROALFA, n.d. [https://foroalfa.org/articulos/que-es-el-disen-de-informacion?srsltid=AfmBOooAdjfQ16WDLEpDDGlwOBIN0UpGiSRWDMaUNv1A66dULrD\\_013b](https://foroalfa.org/articulos/que-es-el-disen-de-informacion?srsltid=AfmBOooAdjfQ16WDLEpDDGlwOBIN0UpGiSRWDMaUNv1A66dULrD_013b).

FAD, “Diseño Gráfico Específico 2022,” Facultad de Artes y Diseño, Universidad Nacional de Cuyo, 2022, <https://fad.uncuyo.edu.ar/upload/1disenograficoespecifico20221.pdf>.

Deividart. “La Investigación En Diseño Gráfico - La Clave Para Un Buen Diseño”. Deividart- Blog De Diseño Gráfico Y Diseño/Desarrollo Web, 12 de mayo de 2024. <https://www.deividart.com/blog/la-investigacion-en-disen-grafico/>.

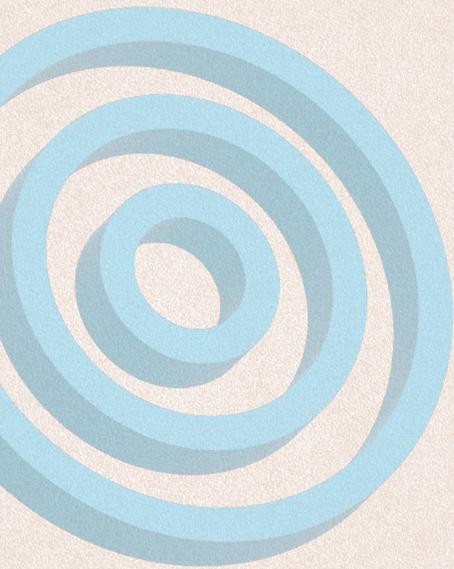




# CAPÍTULO V

## DEFINICIÓN CREATIVA

En esta etapa, se determina la manera en que se abordó el problema identificado en la fase de diagnóstico. Basándose en los objetivos del proyecto, el perfil de la organización y las características del grupo objetivo, se establecen las directrices creativas que guiarán el desarrollo de soluciones visuales. Esta fase sienta las bases para la coherencia con las necesidades y expectativas de su audiencia.



## 5.1 ESTRATEGIA INSTITUCIONAL DEL USO DE LA PIEZA

El Consejo Nacional de Adopciones -CNA- tiene como misión restablecer los derechos de la niñez y adolescencia para que puedan desarrollarse integralmente en un ambiente permanente, ya sea mediante la preservación en su familia biológica o la integración en una familia adoptiva, garantizando su protección mientras se restituyen sus derechos. Para dar a conocer sus programas, el CNA ha tenido presencia en redes sociales y materiales impresos. Esto resaltó la oportunidad de diseñar una identidad visual que generara reconocimiento y empatía hacia la institución, alentando a las personas a conocer más sobre sus programas y los perfiles de los niños declarados adoptables.

Para crear una propuesta de imagen gráfica efectiva para el CNA, es fundamental entender el contexto y los antecedentes que motivaron el proyecto, así como las razones que subyacen a su implementación. Este enfoque asegura que la nueva imagen gráfica no solo cumpla con los objetivos de comunicación, sino que también refleje los valores y la misión del CNA, fortaleciendo su impacto y presencia tanto en medios digitales como impresos.



### ¿Qué se va a comunicar?

La imagen gráfica del Consejo Nacional de Adopciones -CNA- está diseñada para transmitir un mensaje profesional y claro sobre temas relacionados con la adopción, siempre respetando y dignificando los perfiles de los niños, niñas y adolescentes. A continuación, se detallan los distintos tipos de mensajes de comunicación que se propondrán:

#### MEMORIAS DE LABORES

Presentación anual de actividades y logros del CNA tanto internos como con otras instituciones que trabajan en conjunto con el CNA (PGN, casas hogares, instituciones del estado, etc.)

#### PERFIL DE NIÑOS

Al referirnos a la comunicación de los perfiles de los niños, se incluirá información relevante que ayude a los posibles adoptantes a conocer mejor a cada niño. Esto abarcará datos esenciales como el nombre, la edad, intereses, pasatiempos y las dificultades en su desarrollo, así como cualquier condición médica que sea pertinente. Es fundamental señalar que en la presentación de estos perfiles no se revelará la historia personal que llevó al niño a ser declarado adoptable. En su lugar, se proporcionará información general que respete y proteja la privacidad y la historia de cada niño, asegurando un enfoque sensible y empático hacia su situación.

## ADOPCIONES PRIORITARIAS



Los perfiles de niños en adopciones prioritarias incluyen aquellos que son mayores de 6 años, grupos de hermanos, niños con discapacidades físicas o intelectuales y adolescentes. Estos grupos recibirán atención prioritaria en la comunicación, dado que son los que enfrentan menores probabilidades de ser adoptados. Al centrarnos en estos perfiles, buscamos aumentar la visibilidad y el interés hacia estos niños, quienes representan una parte significativa de la población de niños en condición de adoptabilidad. Es fundamental abordar estos temas con respeto y dignidad, promoviendo así un ambiente de empatía y apoyo que facilite su integración en familia.

## MADRES EN CONFLICTO CON SU MATERNIDAD

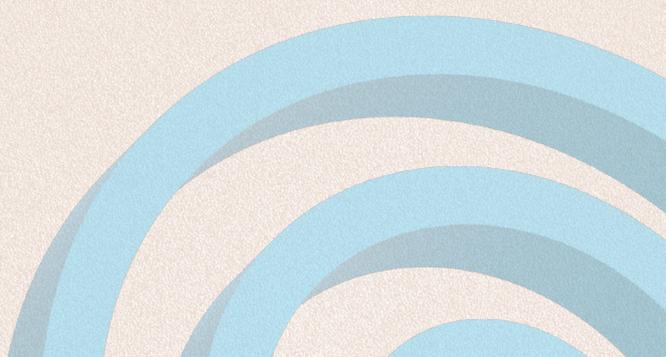
Se fomentan acciones enfocadas en la orientación, información y asesoría para madres y/o padres biológicos que se encuentran en conflicto con su parentalidad y que desean, de manera voluntaria, dar a su hijo en adopción o conservarlo. El Consejo Nacional de Adopciones ofrece atención gratuita a aquellos padres que desean entregar a su niño en adopción, brindando el apoyo necesario bajo estricta confidencialidad a través del programa “Madres en Conflicto con su Maternidad”. Este programa está diseñado para atender a:



- Mujeres que atraviesan una crisis emocional y social debido a un embarazo inesperado.
- Madres que, tras dar a luz, optan por entregar a su hijo de manera segura para evitar situaciones de abandono.
- Madres y padres que enfrentan conflictos relacionados con su parentalidad. De esta manera, se busca ofrecer un espacio seguro y de apoyo para todas aquellas personas que requieran asistencia en estas circunstancias difíciles, asegurando su bienestar y el de sus hijos.

## INQUIETUDES HABITUALES RESPECTO AL TEMA DE ADOPCIÓN

El programa estará orientado a abordar las inquietudes que enfrentan las familias al plantearse el tema de la adopción, tocando aspectos como miedos, inseguridades y temas tabú. Se responderán preguntas fundamentales como la duración del proceso de adopción, la posibilidad de conocer a los niños antes de iniciar el proceso, las edades mínimas y máximas para la adopción, y si este proceso conlleva algún costo. Estas aclaraciones son esenciales para proporcionar a las familias la información necesaria, asesorarlas, acompañarlas y ofrecerles la seguridad de que el Consejo Nacional de Adopciones -CNA- actúa con profesionalismo y compromiso.





## PROMOVER LA ADOPCIÓN RESPONSABLE

### ¿Para qué se va a comunicar?

Es fundamental educar al público sobre el proceso de adopción y la responsabilidad que este conlleva. Esto no solo implica proporcionar información sobre los pasos legales y administrativos necesarios, sino también resaltar la importancia de considerar el bienestar emocional y físico del niño. A través de una preparación adecuada para enfrentar posibles desafíos, se busca empoderar a los futuros padres adoptivos para que tomen decisiones informadas y conscientes. Además, es vital fomentar una cultura de respeto hacia la historia de cada niño, promoviendo una adopción que no solo satisfaga el deseo de formar una familia, sino que también valore y respete la individualidad y la historia de cada menor.

## INCREMENTAR EL RECONOCIMIENTO

Aumentar la visibilidad del CNA es un objetivo clave para garantizar que la sociedad reconozca su papel fundamental en el ámbito de la adopción. La promoción de la imagen del CNA en medios digitales y tradicionales ayudará a construir confianza y credibilidad, asegurando que las personas se sientan cómodamente al acercarse a la institución para obtener información o iniciar un proceso de adopción.



### ¿Con quiénes se realizará el proceso de diseño gráfico?

El proceso de diseño gráfico se llevará a cabo en colaboración con varios actores clave que aportarán sus conocimientos y experiencias al proyecto. En primer lugar, el asesor del proyecto de graduación brindará orientación y supervisión durante todo el proceso, asegurando que los objetivos académicos y profesionales se cumplan adecuadamente. El jefe también inmediato jugará un papel fundamental, brindando apoyo y recursos necesarios, además de garantizar que las decisiones de diseño estén alineadas con la visión institucional del Consejo Nacional de Adopciones.

Asimismo, el diseñador gráfico será el encargado de ejecutar las ideas y conceptos, transformando la información en elementos visuales efectivos y coherentes con la imagen institucional. Por último, es crucial involucrar al grupo objetivo en el proceso, ya que sus perspectivas y necesidades permitirán adaptar los diseños de manera que resuenen con quienes se espera que interactúen con la comunicación visual del CNA. Esta colaboración multidisciplinaria asegurará un resultado final que sea relevante y significativo para todas las partes involucradas.



## ¿Cuándo se realizará la pieza de diseño gráfico?

La pieza de diseño gráfico se desarrollará en un período que abarca desde agosto de 2024 hasta noviembre de 2024. Durante estos meses, se llevarán a cabo todas las etapas necesarias, desde la conceptualización y el diseño hasta las revisiones y la entrega final, asegurando que cada fase se ejecutará de manera organizada y cumpliendo con los plazos establecidos.



## ¿Dónde se utilizará la pieza?

Las piezas gráficas serán empleadas tanto en medios digitales como impresos. En el ámbito digital, se utilizarán en las redes sociales del Consejo Nacional de Adopciones -CNA-, mientras que las versiones impresas se distribuirán en talleres y materiales informativos.

### **Facebook**

- Publicaciones cuadradas
- Publicaciones rectangulares
- Fotos de portada
- Fotos de perfil
- Historias

### **Tik Tok**

- Reels
- Fotos de perfil
- X (antes de Twitter)
- Fotos de perfil
- Foto de portada
- Imágenes cuadradas
- Imágenes rectangulares

### **X (antes de Twitter)**

- Fotos de perfil
- Foto de portada
- Imágenes cuadradas
- Imágenes rectangulares

### **You Tube**

- Foto de perfil
- Fotos de portada
- Shorts (cortos)
- Videos para el canal

### **Materiales impresos**

- Carpetas institucionales
- infografías
- Lapiceros
- Hojas membretadas
- Trifoliales
- Guía para padres
- Materiales para talleres presenciales e informativos.



## ¿Dónde se difundirá la pieza de diseño gráfico?

La pieza de diseño gráfico se difundirá tanto en las oficinas del Consejo Nacional de Adopciones -CNA- ubicadas en la 7a. Avenida 6-68, zona 9, Ciudad de Guatemala, como a través de sus redes sociales. La distribución incluirá materiales impresos y digitales.

## 5.2 IDENTIFICAR VENTAJAS Y DESVENTAJAS TÉCNICAS DE LA PIEZA A DISEÑAR

Desarrollar una imagen gráfica institucional para el Consejo Nacional de Adopciones -CNA- que se adapte tanto a medios digitales como impresos requiere evaluar una serie de ventajas y desventajas.

A continuación, se ofrece un análisis detallado de los beneficios y retos de cada medio.

Tabla 3 Ventajas y desventajas

Fuente: Elaboración propia.

PROYECTO	VENTAJA	DESVENTAJA
Imagen Institucional	Imagen diferenciadora y memorable	Reducción de las decisiones impulsivas.
	Distinción ante competidores	Tiempo de capacitación por parte del personal.
	Creación de un discurso unificado y coherente.	vigilancia activa del uso de las tipografías o tonalidades cromáticas precisas.
	Simplificación de los procesos de creación.	Rudersdorf, María Castañeda. 43
	Mejora de la imagen percibida.	
Manual de Identidad	Mayor impacto en la mente del lector	Menos alcance. 44
	Tangibilidad de los Materiales	Mucha planificación y tiempo
	El contenido no cambia	Acceso no inmediato
	Produce mayor empleo	Producción más costosa
Desventajas de medios digitales	Constante actualización	Desconexión con el mundo exterior
	Mayor accesibilidad, sin necesidad de movilización	Problemas de autoría
	Bajos costos de producción	Equipos de acuerdo al material realizado, 45
	Previsualizaciones de las piezas	Saturación para la audiencia
	Automatiza procesos	Generadores bloqueadores de anuncios 46

La creación de una pieza de diseño gráfico institucional para el Consejo Nacional de Adopciones -CNA- representa una oportunidad significativa para potenciar la imagen y el impacto de la institución. A través de una identidad visual coherente y profesional, este proyecto busca fortalecer la presencia del CNA en la comunidad y destacar su compromiso con la adopción y el bienestar infantil.

43. "Ventajas Y Desventajas Del Branding Para Tu Negocio", sf <https://blog.minima.es/ventajas-y-desventajas-del-branding-para-tu-negocio> .

44. Corvo, Helmut Sy. "Medios Impresos". Lifeder, 15 de junio de 2022. <https://www.lifeder.com/medios-impresos/>.

45. Esquivel, Claudia y Claudia Esquivel. "5 Ventajas Y Desventajas De Los Medios Digitales." ventaja5551 (blog), 21 de septiembre de 2021. <https://ventajasydesventajas.top/medios-digitales/>.

46. Comunicare. "Ventajas Y Desventajas De La Publicidad Digital." Comunicare - Agencia De Marketing Online, 3 de febrero de 2022. <https://www.comunicare.es/ventajas-y-desventajas-de-la-publicidad-digital/>.

## 5.3 ELABORACIÓN DEL INFORME (BRIEF) CREATIVO

El *brief* elaborado para el proyecto de diseño de la imagen gráfica institucional del Consejo Nacional de Adopciones -CNA- es una herramienta esencial que guiará el desarrollo y ejecución del mismo. Sirve como punto de partida para identificar y recoger todas las consideraciones clave, estableciendo una visión clara y compartida entre todos los involucrados. Este documento es fundamental para definir objetivos específicos, identificar al público objetivo y garantizar la coherencia y efectividad de la comunicación.



Consejo Nacional de Adopciones.

**Giro:** Entidad Guatemalteca sin fines de lucro.



### ¿En qué consiste el servicio?

Es una entidad sin fines de lucro que coordina y orienta el proceso de adopción para familias que desean adoptar niños.



### ¿Cuál es tu mercado meta?



- Edad: 20 a 60 años.
- Género: Femenino, Masculino.
- Nacionalidad: guatemaltecos o extranjeros residentes de Guatemala.
- Estado civil: casados, solteros.



### ¿Cuál es el objetivo que queremos conseguir?



Promover la Adopción Responsable, Incrementar el reconocimiento del CNA.



### ¿Cuáles son sus medios de difusión?

Redes sociales, espacios en tv y radios patrocinados, prensa y sede del CNA.



### ¿Qué problemas encuentra en la identidad visual actual?

Desactualizado, formatos no adecuados y no se tiene unificación gráfica.



### ¿Cómo define la misión y visión del CNA?

Familia: que los niños permanezcan en un hogar ya sea biológico o adoptivo.



### ¿Si el Consejo Nacional de Adopciones fuera una persona qué personalidad tendría?



Como el de unos papás.





## 5.4 INSIGHTS

El insight se obtuvo a través de la observación de películas, testimonios, casos reales en Facebook y series en Netflix. Para ello, se utilizó la herramienta de hoja de observación, que permitió evaluar los mensajes principales y extraer conclusiones clave para el desarrollo de las piezas gráficas (ver anexos 3, 4 y 5).

### Lista de *Insights*

La mayoría de padres buscan recién nacidos.

Se tienen temas tabús sobre la adopción.

Se considera que el proceso es tardado.

**Los niños declarados adoptables desean formar parte de una familia.**

El amor y la conexión se trabajan con el tiempo.

**La familia es fundamental en el ser humano.**

## 5.5 EL CONCEPTO CREATIVO O ENFOQUE DE COMUNICACIÓN

Para definir el concepto creativo, se recurrió a fuentes de información y técnicas metodológicas. Se analizaron videos testimoniales y películas, se exploraron definiciones creativas, y se aplicaron herramientas como la técnica *Brand Storytelling*, lluvia de ideas y ejercicios de conceptualización. Este enfoque multifacético permitió una comprensión profunda y una generación de ideas que dieron forma a un concepto creativo sólido.

### Mapa de empatía

El mapa de empatía es una herramienta visual utilizada en el diseño centrado en el usuario para comprender y empatizar con las necesidades, deseos, miedos y aspiraciones del grupo objetivo. Este recurso ayuda a los diseñadores a ponerse en el lugar del usuario, explorando aspectos como lo que ven, oyen, piensan, sienten, dicen y hacen. Al capturar esta información, el mapa de empatía permite desarrollar conceptos más alineados con las expectativas y emociones de los usuarios, mejorando así la satisfacción.

#### ¿QUÉ VE?

Las personas que desean adoptar suelen estar expuestas a historias de adopciones. Ven la complejidad de los procesos asociados con la adopción, incluyendo la documentación requerida y los tiempos de espera.

Acceden a estadísticas sobre la cantidad de niños en hogares temporales o esperando ser adoptados, lo que puede motivarlos aún más a actuar.

#### ¿QUÉ DICE Y HACE?

Manifiestan su deseo de dar amor y estabilidad a un niño que lo necesita, hablando abiertamente de sus motivaciones para adoptar.

buscan desestigmatizar la adopción y promover la inclusión.

Asisten a charlas, seminarios y conferencias sobre adopción para aprender más sobre el proceso y las experiencias de otros padres adoptivos.

## ¿QUÉ OYE?

Pueden oír opiniones de familiares o amigos que apoyan o cuestionan su decisión de adoptar, lo que puede generar tanto apoyo como dudas.

Reciben información de agencias de adopción, instituciones gubernamentales, y organizaciones sin fines de lucro sobre los requisitos y el proceso de adopción. de igual forma oyen mitos comunes sobre la adopción, como que es difícil establecer vínculos con niños mayores, y se enfrentan a desmentir esas creencias.

## ¿QUÉ PIENSA?

Piensan en la adopción como una manera de contribuir positivamente a la sociedad, brindando una segunda oportunidad a un niño que lo necesita.

Reflexionan sobre cómo la adopción afectará su vida familiar a largo plazo, incluyendo consideraciones sobre la educación del niño, su desarrollo emocional y su integración social.

## ESFUERZOS

Trabajan para reunir todos los documentos y cumplir con los requisitos legales.

Se esfuerzan por preparar su hogar y su vida para recibir al niño, asegurándose de que el entorno sea seguro, estable y acogedor.

Se frustran al no lograr la idoneidad.

La desesperación por el tiempo de espera.

## RESULTADOS

Necesitan tener la mayor información posible sobre todo lo relacionado a la adopción.

Sentirse seguros sobre la decisión.

Apoyo psicológico y familiar

Prepararse financiera y emocionalmente para cubrir con las necesidades del niño.

## Mapa

Esta técnica es especialmente útil en el diseño, ya que ayuda a los profesionales a desglosar ideas complejas en elementos más simples, estableciendo conexiones claras entre ellos. Esta representación gráfica no solo mejora la organización del pensamiento, sino que también potencia la comunicación de ideas, permitiendo a los diseñadores compartir su visión de manera efectiva.

### PALABRAS CLAVE

- Mover emociones
- Queremos ser papás
- Historias de amor
- Sistema de protección
- Cambiar historias
- Vínculos afectivos
- Construcción
- Historia de vida
- Nacidos de corazón

### PALABRAS CLAVE

- Nacidos del corazón
- Vínculos afectivos
- Conexión de amor
- Pasos de amor
- Anuncio de la llegada
- nuevo comienzo; lleno de esperanza, posibilidades y sueños.

Figura 7 Mapa Conceptual  
Fuente: elaboración propia

## Brand Storytelling

*Brand Storytelling* es una estrategia de marketing que utiliza narrativas y relaciones para conectar emocionalmente con el público y construir una identidad de marca sólida. Al contar historias auténticas y significativas, las marcas pueden transmitir sus valores, misión y visión de una manera que resuene profundamente con los consumidores. Esta técnica no solo capta la atención del público, sino que también fomenta la lealtad y el compromiso al hacer que los clientes se sientan parte de la historia.



Figura 8 Brand Storytelling CNA  
Fuente: elaboración propia

## concepto creativo Sueño con una familia

Todos los niños declarados en adoptabilidad tienen un sueño en común: encontrar una familia que los ame y cuide. Este sueño, compartido por el Consejo Nacional de Adopciones, no solo es una esperanza, sino una meta real y alcanzable. Los sueños, al igual que las metas, se logran a través de pequeños pasos concretos. El primer paso es escribirlo en papel, permitiendo visualizar los objetivos trazados. Los sueños son dinámicos y vivos; cada niño y cada esfuerzo del Consejo representan un paso hacia ese anhelo compartido y profundo.

El Consejo Nacional de Adopciones trabaja incansablemente para transformar estos sueños en realidad. Cada acción, cada decisión y cada esfuerzo están impulsados por la determinación de encontrar familias para los niños. Este proceso, aunque lleno de desafíos, se construye paso a paso, con la firme convicción de que cada pequeño logro nos acerca más a la meta final: el abrazo amoroso de una familia que espera con ansias.

Es una travesía llena de esperanza y resiliencia, cada pequeño avance nos recuerda que estamos un poco más cerca de brindarles a estos niños el hogar lleno de amor que tanto merecen.

## 5.6 PREMISAS DEL DISEÑO

Las primicias del diseño gráfico son el fundamento esencial para crear una base sólida antes de iniciar la ejecución de las piezas gráficas. A continuación, se detalla cada uno de estos elementos clave, junto con su respectiva fundamentación.

### TIPOGRAFÍA

Tipografía san serif a nivel psicológico, se asocian con modernidad y minimalismo, y son las más recomendadas para leer en pantalla.



Figura 9 tipografía  
Fuente: CBA

### PALETA DE COLORES

La paleta de color fue seleccionada según la representación de cada color con los valores y principios de CNA, así mismo se definió una paleta de colores amplia para crear distintos contrastes, ya que se desea una identidad dinámica.

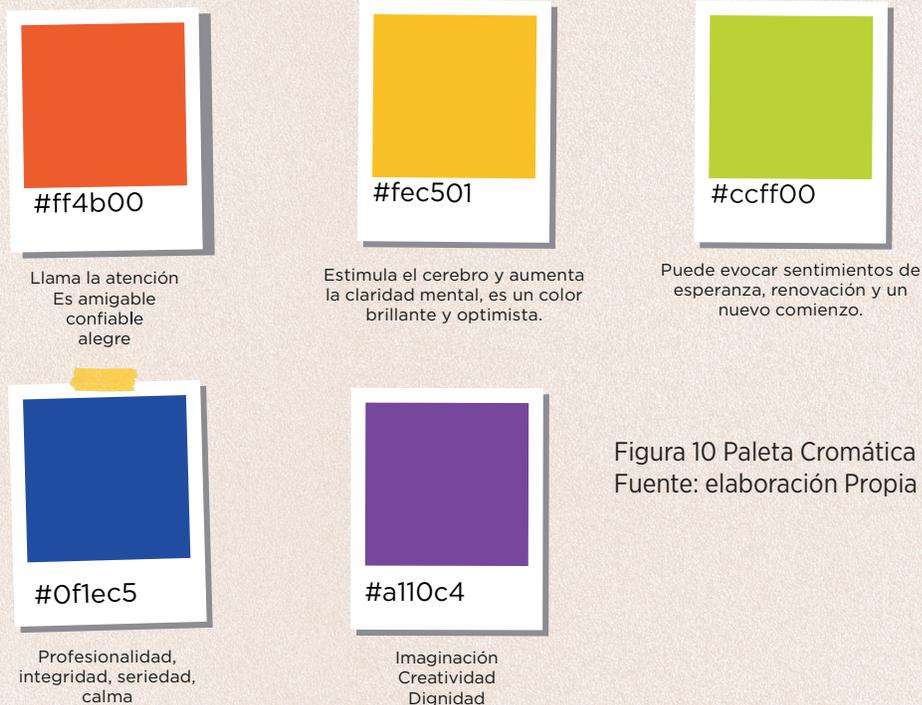


Figura 10 Paleta Cromática  
Fuente: elaboración Propia

## RETÍCULA

Para los materiales impresos y digitales, se implementará una retícula, estructurada en 6 filas y 4 columnas. Esta configuración permitirá una distribución ordenada y versátil de elementos y textos, proporcionando múltiples guías para una organización clara y eficaz de todos los componentes gráficos.

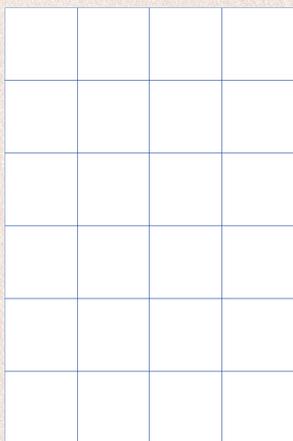


Figura 11 Retícula  
Fuente: elaboración Propia

## ILUSTRACIONES

Se utilizarán ilustraciones tiernas para reflejar la inocencia de los niños.



Figura 12 Ilustraciones  
Fuente: Pinterest

## PATRONES

Se utilizarán elementos coloridos.



Figura 13 patrones  
Fuente: Pinterest

## ESTILO RETRO "MODERNO"

Estilos basados en la década de los años de 60's hasta los 90's, unión del pasado y presente.



Figura 14 Estilo  
Fuente: Pinterest

## ICONOS

Iconos a lápiz, con la intención de que son los niños quienes dibujan sus sueños



Figura 15 Iconos  
Fuente: Pinterest

## COMPLEMENTOS ORNAMENTALES

Se utilizarán ilustraciones geométricas ya que son fáciles de reconocer, dan sensación de orden y limpieza.



Figura 16 Complementos  
Fuente: Pinterest

## FORMATOS

Formatos para redes sociales y materiales impresos.

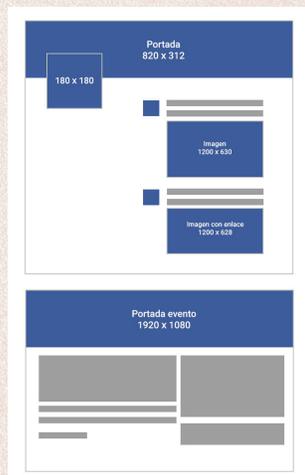


Figura 17 Formatos digitales Fuente: Cooltabs

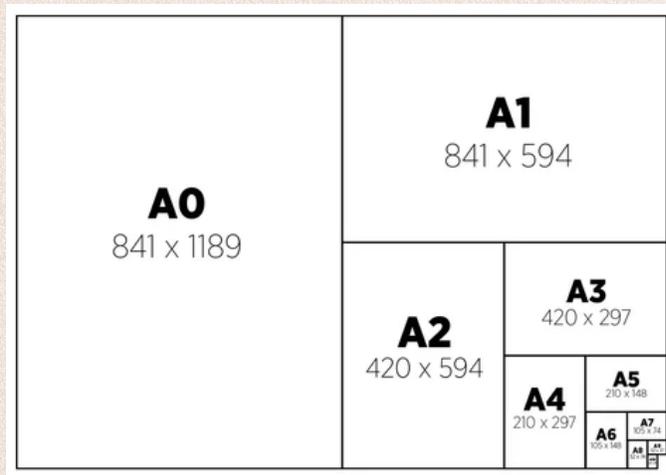


Figura 18 Formato Impresos Fuente: Pinterest

## ARQUETIPO "EL CUIDADOR"

El arquetipo del Cuidador, podemos esperar mucho cariño y afecto en el posicionamiento. La marca existe como una solución para promover una vida mejor para sus clientes y no escatima esfuerzos para hacerlo.

Su objetivo es ayudar a los demás y nunca se estimula la idea de negar algo. Las personas se colocan como el foco, así como las necesidades de la sociedad en su conjunto.

Por esta razón, es común ver a marcas de este tipo tomar una posición frente a problemas relevantes en el mundo, como guerras, enfermedades o problemas ambientales.

# HUGGIES®

Figura 19 Formatos digitales Fuente: Cooltabs

# unicef



Figura 20 Formato Impresos Fuente: Pinterest

Con las primicias de diseño claramente definidas, hemos establecido una guía robusta y completa para la creación de piezas gráficas que no solo sean visualmente coherentes, sino que también capturan y reflejan de manera auténtica la esencia, misión y objetivos del Consejo Nacional de Adopciones -CNA-. Esta guía actúa como un marco de referencia esencial para todos los diseñadores y colaboradores involucrados en la producción de material gráfico, asegurando que cada pieza cumpla con los estándares de calidad y alineación estratégica establecidos.

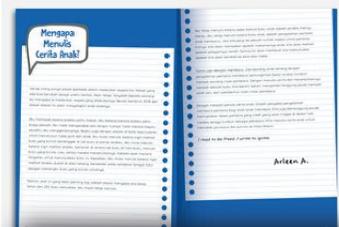


## 5.7 REFERENTES GRÁFICOS | MOODBOARD

El muro de inspiración fue creado a partir de diversas observaciones y análisis de cada imagen recopilada. Este espacio visual se diseñó para reflejar las ideas, emociones y conceptos que emergen de las imágenes, permitiendo una exploración más profunda de los elementos visuales y narrativos que influyen en el proceso creativo. Cada imagen en el muro fue seleccionada cuidadosamente, no solo por su estética, sino también por su capacidad para transmitir un mensaje o evocar una reacción emocional. A través de este ejercicio, se busca fomentar la creatividad y la reflexión, facilitando la conexión entre diferentes conceptos y la generación de nuevas ideas. El muro de inspiración actúa como una fuente constante de motivación, sirviendo como un recordatorio visual de las posibilidades que existen en el diseño y la comunicación gráfica.



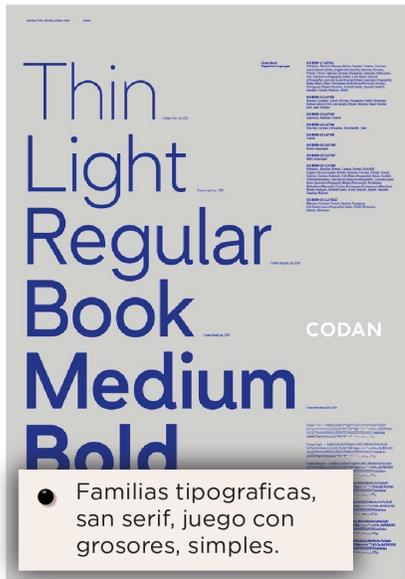
- Colores vivos, paleta amplia, distintos contrastes



- paso a paso y gráficas explicativas



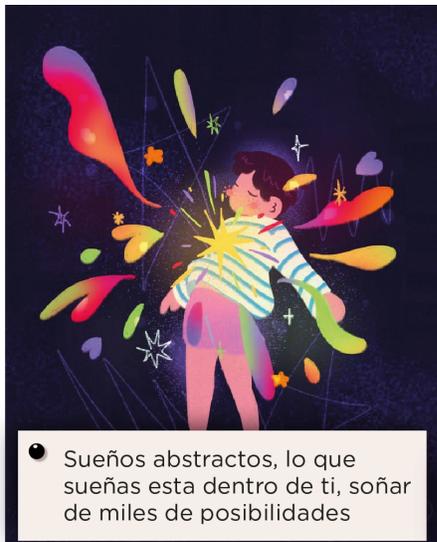
- Textura de papel, al escribir los sueños



- Familias tipograficas, san serif, juego con grosores, simples.



- Hitorias escritas en imagen.



- Sueños abstractos, lo que sueñas esta dentro de ti, soñar de miles de posibilidades



- La luz y la eperanza de cada sueño



- dibujar sus sueños

Figura 21 Moodboard  
Fuente: Pinterest



# CAPÍTULO VI

## PRODUCCIÓN Y EVALUACIÓN

El proceso de producción se estructura en tres etapas principales:

1 bocetaje análogo, 2 bocetaje digital y 3 prototipado. Tras establecer los fundamentos creativos del proyecto y definir sus premisas de diseño, se inicia la traducción gráfica de estos conceptos, adaptándolos al material que se va a desarrollar. Es fundamental llevar a cabo una evaluación continua de las propuestas en cada fase, tanto con expertos de diseño gráfico como con el grupo objetivo. Esta retroalimentación asegura que la pieza resultante no solo sea funcional, sino que también posee un atractivo visual que resuene con la audiencia. Además, este enfoque permite realizar ajustes y mejoras a lo largo del proceso, garantizando que el resultado final cumpla con los estándares de calidad y efectividad establecidos desde el inicio del proyecto.



## 6.1 NIVEL UNO DE VISUALIZACIÓN Y AUTOEVALUACIÓN

Este nivel se divide en tres subniveles que permiten explorar y poner a prueba los conceptos creativos, descubriendo la esencia gráfica del proyecto y detectando oportunidades para reestructurar las premisas a través de evaluaciones constantes. Aunque este proceso inicial no sean los resultados finales, es de importancia en el desarrollo de las piezas a diseñar, ya que posibilita la representación inmediata de los conceptos que el diseñador ha creado en las etapas previas del proyecto.

### Lista de piezas y partes a diseñar

#### Facebook

- Cuatro publicaciones cuadradas
- Nueve publicaciones rectangulares
- Una foto de portada
- Cinco fotos de perfil
- Tres historias

#### Tik Tok

- Seis *Reels*
- Cinco fotos de perfil

#### X (antes de Twitter)

- Cinco fotos de perfil
- Una foto de portada
- Tres imágenes cuadradas
- Dos imágenes rectangulares

#### You Tube

- Cinco fotos de perfil
- Dos fotos de portada
- Cinco videos para el canal

#### Materiales impresos

- Una carpeta institucional
- Una guía para padres

### Múltiples bocetos rápidos

#### BOCETO RÁPIDO A MANO

En este subnivel de rápido boceto a mano, el objetivo es capturar las ideas iniciales relacionadas con las primicias de las piezas gráficas. Esta etapa es fundamental, ya que, si no se les otorga la atención adecuada, las ideas pueden desvanecerse a lo largo del proceso creativo. En este momento, no se busca alcanzar un nivel de detalle minucioso, sino más bien fomentar la creatividad y asegurar que ninguna idea se escape. Este enfoque permite que surjan conceptos frescos y espontáneos, sentando las bases para el desarrollo posterior de los elementos visuales.

#### TÍTULO

Se inicio el proceso de visualización con el título que se visualiza en la **figura 22** que definirá el concepto creativo, el fin es crear un título que pueda ser dinámico dentro de la composición, para personalizarlo con el sueño de los niños, se experimentó con tipografía e iconografía, al final del boceto se seleccionaron los bocetos que se consideraron de mayor potencial para seguir bocetando en el siguiente subnivel de bocetaje análogo.

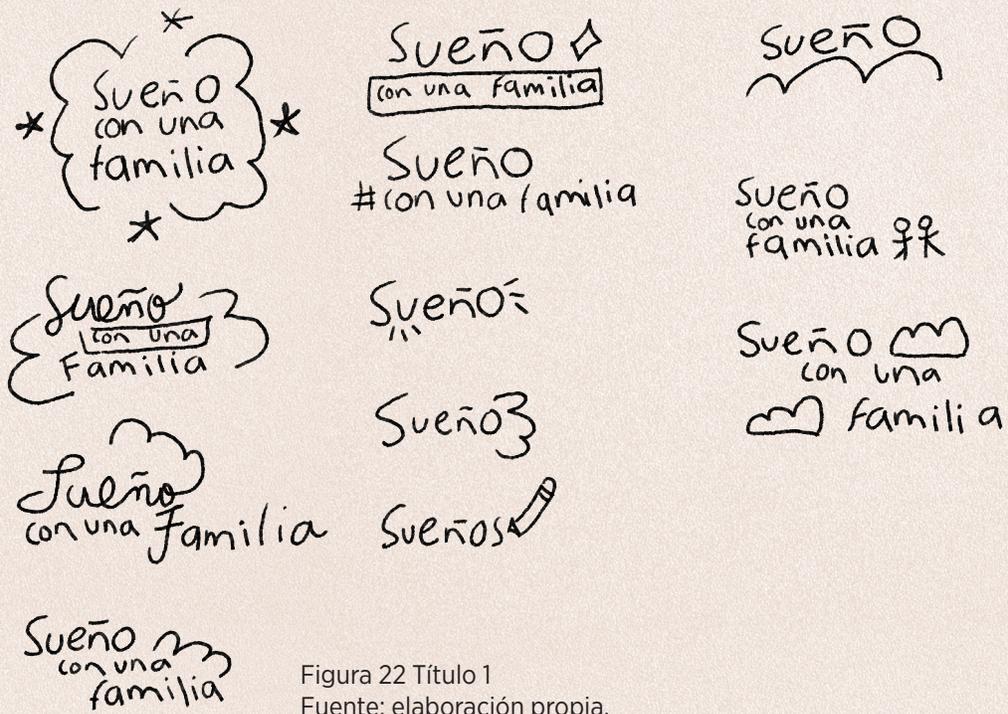


Figura 22 Título 1  
Fuente: elaboración propia.

## ELEMENTOS GRÁFICOS

En la **figura 23** se observa como se bocetaron los elementos gráficos con el propósito de representar ideas complejas, como las adopciones prioritarias de grupos de hermanos, niños mayores de 6 años y adolescentes. Además, buscan simbolizar la esperanza que reside en cada niño mediante un diseño simplificado. Estos elementos trabajarán en conjunto con la composición para fortalecer la imagen gráfica del Consejo Nacional de Adopciones -CNA-. La simplicidad que busca el diseño es facilitar una comunicación clara y accesible, permitiendo que el mensaje llegue de manera efectiva al grupo objetivo.



Figura 23 Elementos 1  
Fuente: elaboración propia.

Al iniciar la etapa de bocetaje, se percibió una tendencia a seguir caminos clichés, lo cual representó un reto significativo: cómo representar ideas complejas y emocionales mediante elementos simples. Tras una investigación exhaustiva sobre los pasos a seguir, se encontró la **figura 24**, que sirvió de inspiración para crear los elementos visuales. Al igual que con los bocetos del título, se seleccionarán aquellos elementos gráficos que demuestren mayor potencial y capacidad para fortalecer la composición.



Figura 24 Inspiración  
Fuente: Facebook  
autor desconocido

## ILUSTRACIONES



Para iniciar un proceso de bocetaje de ilustraciones (**figura 25**), es fundamental considerar las proporciones de las distintas etapas del ser humano, que en este caso abarcan a niños, adolescentes y adultos. Esta etapa inicial de bocetos se caracteriza por su sencillez y simplicidad, utilizando figuras geométricas que sirven como base para delinear las formas y características esenciales de cada etapa. Estos bocetos no solo proporcionan un mapa visual, sino que también establecen un fundamento para los siguientes subniveles del diseño, permitiendo un desarrollo más detallado en las fases posteriores del proyecto.

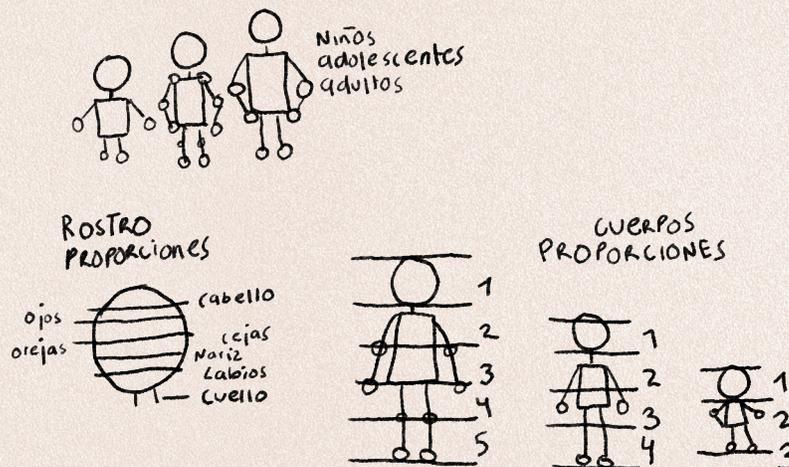


Figura 25 Bocetos 3  
Fuente: elaboración propia.

## FORMATOS DIGITALES

Se elaboró un plano (**figuras del a 26 a la 28**) detallado de los elementos necesarios para cada red social, así como un esquema inicial que abarca las primeras ideas sobre la información y los componentes que se incluyen en las publicaciones. Este enfoque permite tener una visión clara de cómo se estructurará el contenido en cada plataforma, asegurando que se adaptan a las particularidades y formatos de cada una.

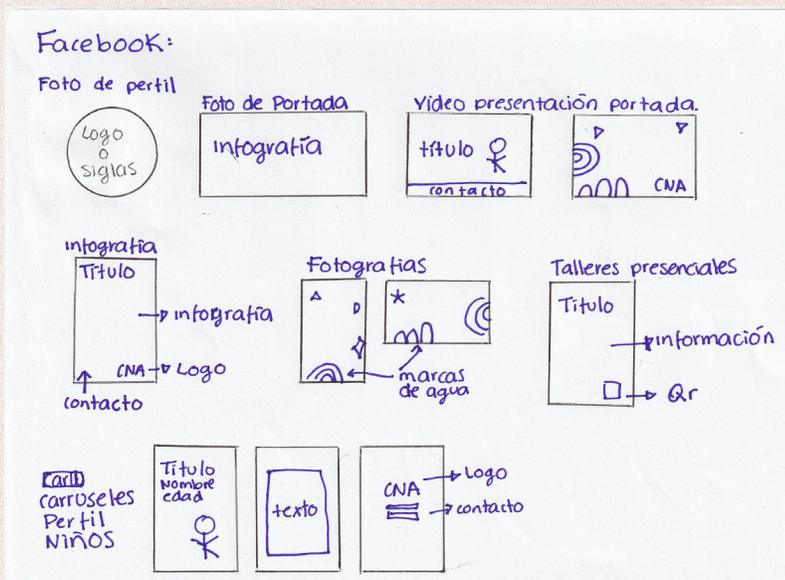


Figura 26 FD 1  
Fuente: elaboración propia.

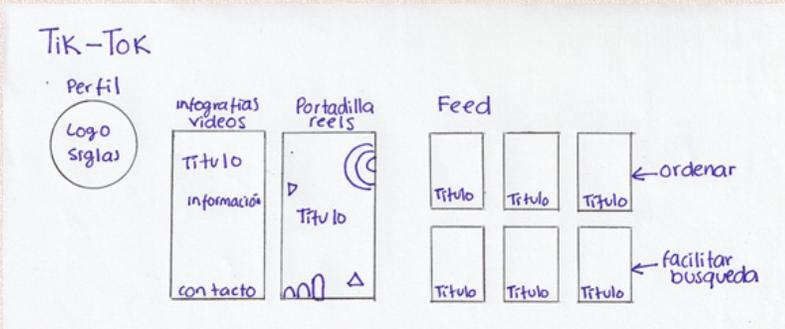


Figura 27 FD 2  
Fuente: elaboración propia.



Figura 28 FD 3  
Fuente: elaboración propia.

Se presentó este esquema ante el Consejo Nacional de Adopciones, comenzando por la identificación de cada red social, continuando con explicar detalladamente los formatos propuestos, culminando con la información y la composición del diseño. Esta presentación resultó efectiva, ya que permitió descartar ciertos formatos que no se alineaban con las preferencias del grupo objetivo; por ejemplo, los carruseles en redes sociales, que mostraron una menor interacción y, por ende, menos vistas y reacciones en comparación con una única imagen. Asimismo, se decidió no utilizar las portadillas en TikTok, ya que estas también propiciaban a reducir la visibilidad dentro de la plataforma. Es importante señalar que las redes sociales son espacios experimentales, donde el comportamiento del grupo objetivo puede variar constantemente, lo que requiere un enfoque flexible y adaptativo en la estrategia de comunicación.

## Boceto a mano con composición



En esta etapa, se continúa el proceso de bocetaje utilizando los bocetos seleccionados en el subnivel anterior. A diferencia de la etapa anterior, aquí se incorporan herramientas técnicas y retículas para iniciar la incorporación de detalles en los bocetos. Durante este proceso, se sigue experimentando con composiciones y se orienta el trabajo hacia los objetivos generales, específicos y de diseño, sin perder de vista el concepto creativo derivado de técnicas creativas e insights hallados. Esta fase permite refinar las ideas iniciales, asegurando que cada elemento visual se alinee con la visión general del proyecto.

### TÍTULO

Se inició el proceso de digitalización de los bocetos previamente seleccionados (**Figura 29**), con el objetivo de añadir detalles y darles un mayor nivel de acabado. A continuación, se continúa con la fase de experimentación, explorando diversas opciones y enfoques creativos. En la mayoría de los bocetos, se buscó incorporar elementos como nubes que simbolizan los sueños de los niños, así como dibujos de familias que reflejan los primeros trazos de los pequeños al representar a sus seres queridos. Al finalizar esta etapa de bocetaje, se llevará a cabo una selección final de los bocetos que mejor representen las ideas y objetivos del proyecto, asegurando que cada propuesta cumpla con los criterios de efectividad y comunicación visual.

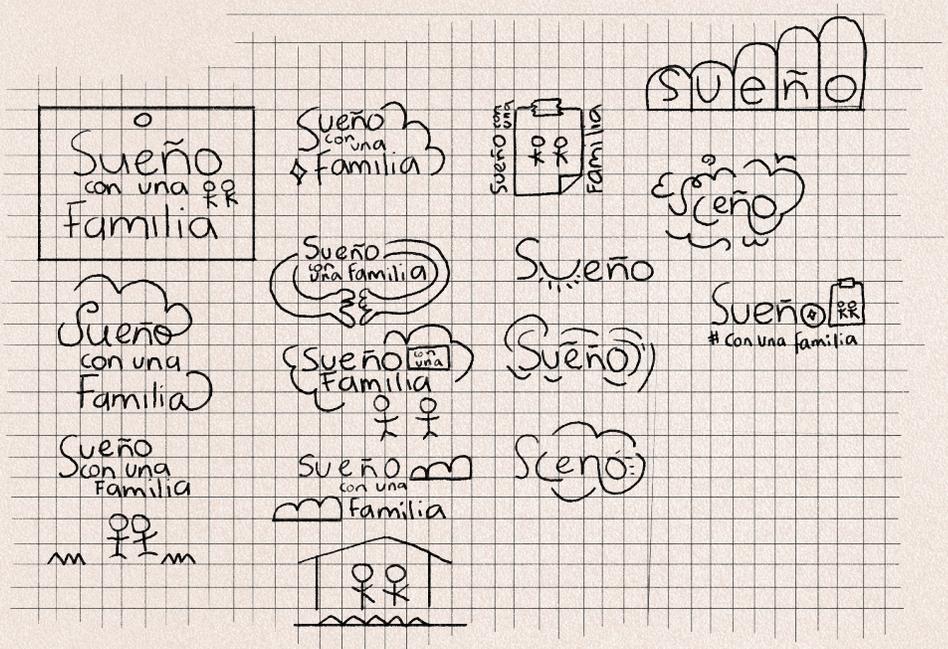
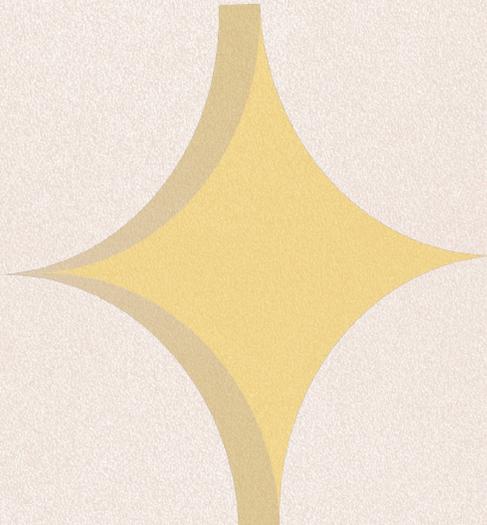


Figura 29 FD 2  
Fuente: elaboración propia.



## ELEMENTOS GRÁFICOS

**Figura 30:** para los elementos complementarios se utilizó una cuadrícula como retícula, lo que permitió una organización meticulosa de los componentes gráficos. Se emplearon instrumentos como la plantilla de círculos y la regla para asegurar precisión y uniformidad en las formas. Este enfoque facilitó la creación de elementos visuales.

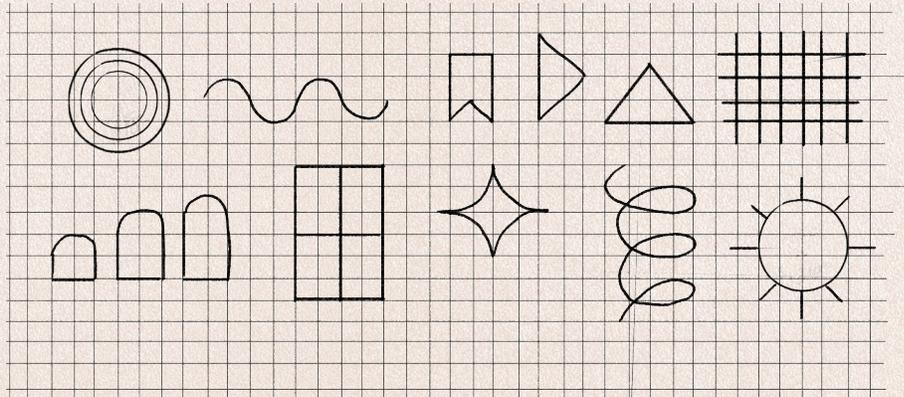


Figura 30 FD 3  
Fuente: elaboración propia.

## ILUSTRACIONES

Las proporciones se definieron aún más en esta fase utilizando herramientas técnicas como reglas rectas y plantillas de círculos. Se optó por implementar una retícula cuadriculada, lo que permitió lograr una mayor precisión y coherencia en la disposición de los elementos. Este enfoque técnico no solo facilitó la organización visual, sino que también contribuyó a mantener la armonía y equilibrio en los diseños, asegurando que cada componente se integre de manera efectiva en la composición final. (Figura 31)

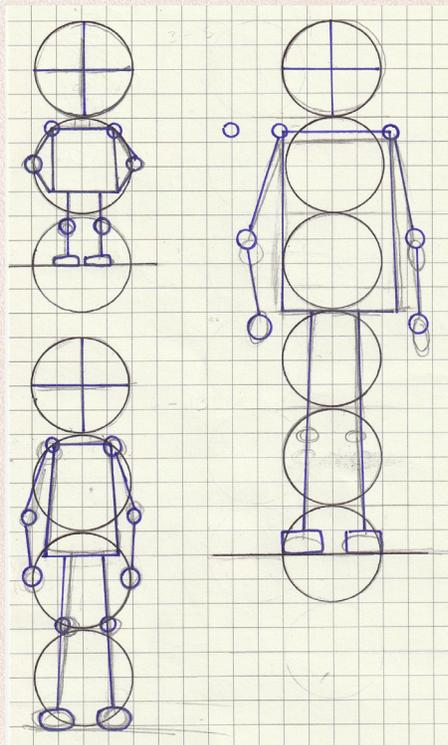


Figura 31 FD 3  
Fuente: elaboración propia.



## Bocetos definidos y a todo color

En este subnivel, se elaboran bocetos a mano con un enfoque en una mayor calidad de expresión gráfica, prestando especial atención a la ilustración, los detalles tipográficos y la composición general. Se trabaja también en la aplicación del color, buscando lograr una representación más vibrante y precisa de las ideas. Este proceso tiene como objetivo preparar los bocetos para la siguiente fase de digitalización.

La paleta de colores utilizada en las **figuras 32 y 33** corresponde a la previamente establecida en las primicias de diseño. En esta fase, se presentan los bocetos que mostraron un mayor potencial para avanzar, mientras se continúa con la selección y eliminación de aquellos que no cumplen con los segundos criterios para el nivel. Este proceso nos acerca a un mayor nivel gráfico y permite una refinación constante del diseño.



Figura 32 Boceto a color 1  
Fuente: elaboración propia.

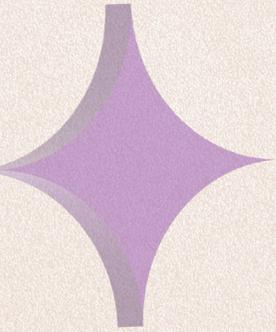


Figura 33 Boceto a color 2  
Fuente: elaboración propia.

Se continuó trabajando en el bocetaje de la nube, además de proponer un título que se presentará sin el acompañamiento.

El nivel de visualización 1 nos abrió el camino para la producción de Imagen Gráfica para el Consejo Nacional de Adopciones, dando como resultando los bocetos con mayor detalle.





## Metodología de autoevaluación

La autoevaluación se inició con una reunión entre los compañeros de sección para coordinar la creación de una herramienta de recolección de información que permitiría autoevaluar diversos aspectos del diseño de imagen gráfica institucional. Posteriormente, se procedió a elaborar esta herramienta y llenarla de manera objetiva y, a partir de los resultados obtenidos, realizar los cambios oportunos.

## Instrumentos de autoevaluación

La siguiente Escala de Likert ha sido elaborada para evaluar la calidad de la comunicación gráfica en los bocetos de primer nivel de visualización, realizados por estudiantes de la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Esta herramienta está diseñada para ofrecer una evaluación detallada y objetiva de diversos aspectos fundamentales en la comunicación gráfica, permitiendo así un análisis preciso de la efectividad.

## Aplicación de autoevaluación y resultados

La autoevaluación fue realizada de forma objetiva, en la siguiente página se presenta la aplicación de la herramienta y los resultados obtenidos.



## AUTOEVALUACIÓN PRIMERA FASE DE BOCETAJE

La siguiente Escala de Likert fue realizada para la evaluación de la calidad de comunicación gráfica en los bocetos de primer nivel realizados por estudiantes de EPS de la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Esta herramienta, ha sido diseñada para proporcionar una evaluación detallada y objetiva de diversos aspectos clave en la comunicación gráfica.

### Jerarquía visual

El boceto utiliza la jerarquía visual de manera clara, destacando adecuadamente los elementos más importantes.

No cumple las expectativas  1  2  3  4  5 Si cumple las expectativas

### Impacto visual

El diseño capta la atención de inmediato y genera un impacto visual.

No cumple las expectativas  1  2  3  4  5 Si cumple las expectativas

### Elementos Gráficos e Ilustraciones

Los elementos gráficos son apropiados y refuerzan el mensaje.

No cumple las expectativas  1  2  3  4  5 Si cumple las expectativas

### Proporciones adecuadas

El tamaño de los elementos en relación entre sí está equilibrado y es visualmente atractivo.

No cumple las expectativas  1  2  3  4  5 Si cumple las expectativas

### insigth

¿Es viable implementar el insight en el diseño y tiene potencial para influir en la dirección del proyecto?

No cumple las expectativas  1  2  3  4  5 Si cumple las expectativas

### Claridad del Concepto

Del 1 al 5 evalúe si el boceto expresa claramente el concepto sueño que se quiere transmitir.

No cumple las expectativas  1  2  3  4  5 Si cumple las expectativas

### Grupo objetivo (guatemaltecos de 21 a 60 años)

¿El diseño es relevante y apropiado para el público objetivo y el contexto en el que se utilizará?

No cumple las expectativas  1  2  3  4  5 Si cumple las expectativas

### Escalabilidad

Los elementos gráficos se mantendrán funcionales y comprensibles en diferentes formatos y tamaños.

No cumple las expectativas  1  2  3  4  5 Si cumple las expectativas

### Originalidad

Los elementos gráficos que componen las propuestas, presentan soluciones únicas e innovadoras.

No cumple las expectativas  1  2  3  4  5 Si cumple las expectativas

### Uso del espacio

El espacio en blanco se usa de forma efectiva para evitar saturación y mejorar la legibilidad.

No cumple las expectativas  1  2  3  4  5 Si cumple las expectativas

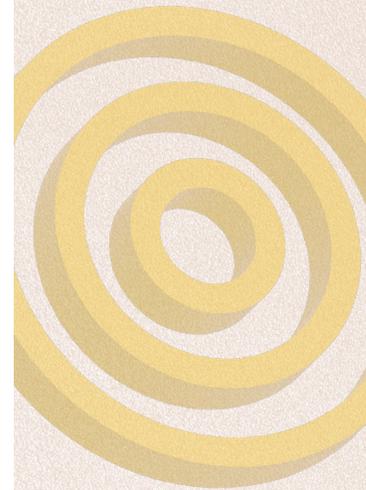


Figura 34  
autoevaluación  
Fuente:  
elaboración en  
conjunto

## ◆ Resultados

Los resultados de la evaluación fueron positivos; Sin embargo, es fundamental continuar buscando la originalidad, la claridad del concepto y la jerarquía visual en las piezas bocetadas. Estas directrices son esenciales a tener en cuenta para el siguiente nivel de visualización, con el objetivo de alcanzar el nivel gráfico requerido.

## ◆ Conclusiones

Para el primer nivel de bocetaje, se consideraron tres subniveles, lo que aportó una mejor visualización y refinamiento de los primeros bocetos. Tradicionalmente, el proceso de bocetaje se realiza en un único paso, donde los bocetos iniciales no se someten a una revisión exhaustiva. Sin embargo, en este caso, la implementación de tres subniveles permitió una evaluación más detallada y crítica de los bocetos, enriqueciendo el proceso creativo antes de avanzar al nivel 2.

El primer subnivel se enfocó en la generación de ideas preliminares, donde se exploraron diferentes conceptos y aproximaciones sin restricciones. El segundo subnivel implicó una revisión y selección de los bocetos más prometedores. Finalmente, el tercer subnivel consistió en el refinamiento de los bocetos seleccionados, mejorando los detalles y la calidad visual para prepararlos para la siguiente fase.

Además, la autoevaluación de las piezas en cada subnivel permitió realizar pausas estratégicas para reflexionar sobre los objetivos y la dirección del proyecto. Este enfoque sistemático no solo mejoró la calidad del diseño, sino que también aseguró que el proceso creativo se mantuviera alineado con los objetivos establecidos, facilitando la identificación de áreas de mejora y la implementación de cambios oportunos. Este método de trabajo demostró ser efectivo para lograr un diseño más coherente y bien fundamentado antes de proceder al nivel 2 del bocetaje.



## 6.2 NIVEL DOS DE VISUALIZACIÓN Y COEVALUACIÓN



Tras la autoevaluación del nivel de visualización 1, se avanza al bocetaje digital utilizando programas como Adobe Illustrator. En esta etapa, se digitalizan todas las ideas análogas, lo que permite una visualización más cercana al resultado final de las piezas. Se busca perfeccionar y refinar las propuestas seleccionadas de los bocetos del nivel anterior.

Aunque sigue siendo una fase de bocetaje digital, se experimenta con diversas formas de organizar y ubicar cada elemento dentro del formato. Las versiones más destacadas se preparan para la coevaluación con expertos en diseño gráfico

### Bocetos digitales definidos de las partes más relevantes de la pieza y variaciones

#### TÍTULO

Se seleccionaron los mejores bocetos del nivel uno para digitalizarlos y evaluar la legibilidad del título. La digitalización de los bocetos parte de los puntos de mejora en la autoevaluación del nivel uno siendo estos la originalidad, claridad del concepto y jerarquía visual. Se comenzó en buscar una tipografía dinámica que generará impacto visual y se alinearán con el concepto creativo.



Figura 35 bocetos nivel 2 títulos  
Fuente: elaboración propia.

Entre las tipografías evaluadas en los primeros bocetos digitales visualizados en la **figura 35**, se destacan Senang Banyol, Balingka, Bermia Black y Lorepsum. Se realizaron diversas composiciones y propuestas con cada una de ellas, lo que permitió analizar sus características y adaptabilidad. Finalmente, se optó por la fuente Lorepsum, de Kong Font, que se distingue por su estilo manuscrito y sus trazos fluidos y dinámicos. Esta tipografía no solo aporta calidez y accesibilidad, sino que también establece una conexión amistosa, cumpliendo así con los objetivos establecidos.

En la **figura 36** de bocetos se tomó la decisión de utilizar una fuente sans serif y realizar una nueva propuesta. En esta propuesta, se incluyeron elementos gráficos, íconos y un contorno que simboliza la constancia de los sueños.



Figura 36 bocetos nivel 2 títulos 2  
Fuente: elaboración propia.



Figura 37 bocetos nivel 2 títulos 3  
Fuente: elaboración propia.

Al determinar que los primeros bocetos (**figura 35**) contenían la mejor propuesta, y considerando las decisiones acertadas del boceto, se desarrolló una propuesta final. Esta propuesta utiliza la fuente Lo-repsum, que ha sido intervenida con un elemento gráfico y contorno de la **figura 36** que simbolizan la constancia de los sueños. Además, la ilustración incluida fortalece aún más el concepto, legibilidad, dinamismo, jerarquía e impacto visual.

## COMPOSICIÓN

Simultáneamente con los títulos, se bocetó la composición para evaluar el título dentro de la estructura gráfica **figura 38**.

En los primeros bocetos, se experimentó con una textura de papel a color, acompañada de títulos y elementos gráficos como íconos de nubes y sol, además de un pie de página con la información de contacto del CNA.



Figura 38 bocetos nivel 2 composición  
Fuente: elaboración propia.

**Figura 39** finalmente, se trabajaron fondos aplicando la paleta cromática seleccionada y se integraron elementos gráficos adicionales a la composición para enriquecer el diseño. Se priorizó la imagen en los formatos de la red social Facebook durante la fase inicial, dado que es la plataforma que genera más interacciones con el grupo objetivo.



Figura 39 bocetos nivel 2 composición 2  
Fuente: elaboración propia.

## ELEMENTOS GRÁFICOS

Para el diseño de composición mostrados en la **figura 40** se requería la digitalización de los elementos visuales, lo cual se seleccionaron los elementos que más aportaban dentro de la composición, entre los cuales están: la estrella que representa la esperanza de los sueños que está en cada niño, 2 las personas involucradas dentro del proceso de adopción, los perfiles prioritarios, las direcciones de los sueños, y los cuadros del papel que se intervino dándole un perspectiva diferente haciendo alusión que los sueños pueden verse de distintas perspectivas al encontrar dificultades en ellos.



Figura 40 bocetos nivel 2 elementos  
Fuente: elaboración propia.

## ILUSTRACIONES

En el nivel 1 de bocetaje de las ilustraciones, se trabajó en visualizar las proporciones y características generales de los niños. Al avanzar al nivel 2, se toman estas proporciones como base para representar la diversidad cultural guatemalteca, incluyendo niños indígenas, ladinos y garífunas, con distintos tonos de piel y características corporales representativas (**figura 41**). Asimismo, se considerarán las adopciones prioritarias, como niños mayores de seis años, grupos de hermanos, y niños con discapacidad física y/o intelectual, así como adolescentes. También se perfiló a las personas que pueden adoptar, incluyendo parejas casadas, parejas en unión de hecho y personas solteras. (**figura 42**)



Figura 41 bocetos nivel 2 niños  
Fuente: elaboración propia.



Figura 42 bocetos nivel 2 adolescentes y adultos  
Fuente: elaboración propia.

## Metodología de coevaluación

Los resultados de la evaluación fueron positivos; sin embargo, es fundamental continuar buscando la originalidad, la claridad del concepto y la jerarquía visual en las piezas bocetadas. Estas directrices son esenciales a tener en cuenta para el siguiente nivel de visualización, con el objetivo de alcanzar el nivel gráfico requerido.

## Instrumentos de coevaluación

Para esta coevaluación se utilizó una entrevista semiestructurada, que permite adaptarse a la dirección que toma la conversación, facilitando una exploración más profunda. Las entrevistas semiestructuradas permiten al investigador explorar en profundidad las percepciones, opiniones, experiencias y conocimientos de los entrevistados sobre un tema específico. La flexibilidad de este tipo de entrevistas facilita la obtención de información rica y detallada (Figura 43).

## Coevaluación Nivel de Visualización 2

### Nombre de los entrevistados:

Jorge Rosales

Aythor José Torres

Nicolas bolaños

Entrevistadora:

Yenifer Monroy

"Hola, mi nombre es Yenifer Paola Monroy y estoy llevando a cabo este proyecto como parte de mi Proyecto de Graduación para optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico. Quiero agradecerte por tomarte el tiempo para participar en esta entrevista.

El propósito de esta entrevista es conocer más sobre los puntos de mejora para el diseño de imagen del Consejo Nacional de Adopciones. Tu participación es muy importante y ayudará a aportar información valiosa. Quiero asegurarte que toda la información que compartas será tratada de manera confidencial y se utilizará únicamente para fines académicos.

¿Consideras que la paleta de colores utilizada es adecuada para el mensaje y el público objetivo?

1. ¿Qué tan bien se integra la tipografía en el diseño general?
2. ¿Crees que la línea gráfica refuerza la identidad visual de la institución?
3. ¿Qué tan adecuada es la elección de imágenes y gráficos en el diseño?
4. ¿Te parece que los colores utilizados son atractivos y adecuados para la institución?
5. ¿Qué tan bien se adapta la línea gráfica a distintos formatos y plataformas de presentación?
6. ¿Cómo evalúas la coherencia del estilo gráfico con el concepto creativo?

Figura 43 Herramienta coevaluación  
Fuente: elaboración propia.



## Aplicación de la coevaluación y resultados

En esta etapa del proyecto, al finalizar la fase del nivel de visualización 2, se realizó una coevaluación de las piezas diseñadas para la imagen institucional del Consejo Nacional de Adopciones con expertos en diseño gráfico para identificar áreas de mejora. Para esta coevaluación se utilizó una entrevista semiestructurada, que permite adaptarse a la dirección que toma la conversación, facilitando una exploración más profunda.

La coevaluación se llevó a cabo mediante una reunión virtual en la plataforma Google Meet y contó con la participación de un director creativo experto en desarrollo de proyectos y conceptualización, un diseñador gráfico con experiencia en redes sociales, y un diseñador industrial experto en medios impresos. Este grupo de expertos proporcionó valiosos puntos de vista y sugerencias que contribuirán a perfeccionar las piezas gráficas y asegurar que cumplan con los objetivos establecidos para la imagen institucional del Consejo. (ver anexos 6,7 y 8)



Figura 44 Fotografía Coevaluación  
Fuente: Google Meet



## Resultados

Los evaluadores coinciden en que el proyecto alcanza un adecuado nivel de impacto visual, reflejando el concepto creativo planteado para comunicar el tema de adopciones. La elección de tipografía es la correcta, ya que el título logra captar la atención, mientras que la tipografía secundaria facilita la lectura del contenido, logrando que el diseño resulte cercano y atractivo. También se señaló que un esquema de color que combine tonos fuertes y pasteles aportaría tanto dinamismo como un reflejo de la inocencia infantil.

En relación con los elementos gráficos, se recomendó reducir la cantidad de detalles en las piezas para evitar distracciones y dar claridad visual, sugiriendo también la disminución de los íconos y el uso de opacidades para añadir movimiento. Se propuso además un contorno blanco en las fotografías para realzar su presencia.

Además, el diseño de las infografías se percibe con un alto potencial educativo, especialmente si incluyen explicaciones sobre el proceso de adopción, brindando una conexión emocional que refuerce el mensaje. Respecto a la producción impresa, se enfatizó en considerar que el uso de colores variados puede aumentar los costos en materiales impresos. En general, el proyecto fue valorado como original, moderno y alineado con la misión del CNA, logrando captar el interés de la audiencia mediante una actualización visual relevante y en sintonía con las necesidades del grupo objetivo.

## Conclusión

El nivel de visualización y evaluación con expertos resulta ser una etapa crucial en el proceso de diseño, ya que permite observar las piezas gráficas en una fase más avanzada. Al presentar las piezas en este contexto más cercano a la realidad, se obtuvo una visión más precisa sobre su efectividad en los canales de comunicación, asegurando que sean apropiadas para el público objetivo y las plataformas designadas.

Asimismo, esta evaluación brindó la valiosa oportunidad de recibir comentarios constructivos de profesionales con experiencia más extensa en el campo del diseño gráfico. El proceso se enriqueció mediante el intercambio de ideas con un director creativo especializado en desarrollo de proyectos y conceptualización, un diseñador gráfico con vasta experiencia en redes sociales y un diseñador industrial con un enfoque en medios impresos. Los puntos de vista y recomendaciones proporcionadas fueron acertados y muy útiles, lo que permitirá seguir perfeccionando y adaptando el diseño de manera más precisa, siempre alineado con los objetivos estratégicos del Consejo Nacional de Adopciones.

Con estos aportes, se logrará avanzar en la mejora de la imagen gráfica, garantizando que las piezas cumplan con los estándares visuales requeridos y sean funcionales en todos los medios de difusión.



## 6.3 NIVEL TRES DE VISUALIZACIÓN Y VALIDACIÓN

Después de la evaluación realizada con expertos en diseño gráfico (coevaluación), se identificaron aspectos clave de mejora para el nivel de visualización 3. A partir de estos puntos, se desarrollaron nuevas piezas gráficas de mayor calidad, ajustadas a los comentarios recibidos, y se crearon prototipos con el fin de obtener la validación del grupo objetivo. Este proceso garantiza que los elementos visuales sean funcionales, eficaces y estén alineados con las expectativas del público .

### ELEMENTOS GRÁFICOS

Los puntos de mejora identificados para los elementos gráficos fueron centrarse en reducir la cantidad de componentes visuales para evitar que la composición se sobrecargue o distraiga al espectador. Esto contribuye a una presentación más limpia y clara, que facilita la comunicación del mensaje sin abrumar al grupo objetivo con información visual innecesaria. Además, al simplificar los elementos, se logra un enfoque más organizado que refuerza la legibilidad y la atención en los puntos clave del diseño.



**Figura 45:** se descartaron varios elementos gráficos que no se alineaban con los objetivos ni con el concepto gráfico definido para la imagen institucional. En primer lugar, se eliminaron los cuadros decorativos, ya que interferían con la legibilidad y la claridad de las composiciones, afectando la funcionalidad visual de los diseños. De igual manera, se descartó el gráfico utilizado para representar las adopciones prioritarias, ya que resultaba contraproducente con el concepto.

Posteriormente, se intervino en el rediseño de aquellos elementos gráficos seleccionados, transformándolos de una representación bidimensional (2D) a tridimensional (3D). Esta transición fue estratégica para reforzar el concepto de dinamismo y realismo que se quería transmitir. Los gráficos en 3D permiten una visualización más tangible y cercana a la realidad, lo que hace que los elementos sean más atractivos y comprensibles para el público objetivo. De esta forma, se logró mejorar la coherencia visual del diseño y aportar una mayor profundidad, contribuyendo a la percepción de un enfoque innovador y moderno para la comunicación del CNA.

Además, se intervino en los colores de los elementos gráficos, tomando los tonos de la paleta cromática previamente establecida. Esta intervención buscó mantener la coherencia visual con los valores y objetivos de la campaña, asegurando que los colores de los elementos gráficos fueran armoniosos con el resto de la composición. La paleta cromática, al integrar tanto colores vibrantes como tonos más suaves, permitió que los elementos gráficos, ahora en 3D, no solo captaran la atención del espectador, sino que también transmitieran la sensibilidad y accesibilidad que caracteriza a la campaña del Consejo Nacional de Adopciones.



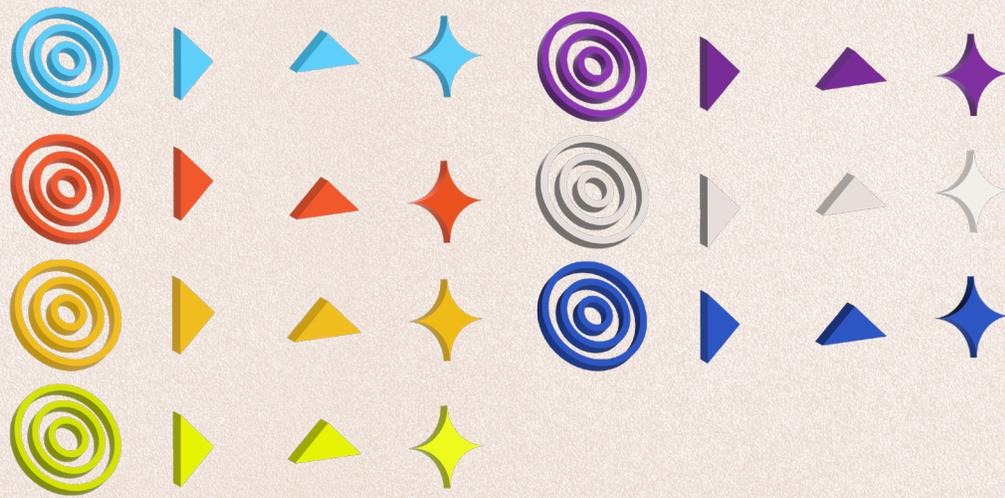


Figura 45 Elementos  
Fuente: elaboración propia

## PALETA DE COLORES

**Figura 46:** las observaciones realizadas en esta etapa respecto a la paleta cromática indicaron la búsqueda en combinaciones de colores que integren tonos vibrantes junto con colores pastel.

Esta fusión debe reflejar tanto el dinamismo como la ternura e inocencia características de la infancia. Además, se subrayó la importancia de apelar a lo emocional, de modo que cada color principal esté acompañado de un tono pastel que equilibre y suavice la paleta, creando una atmósfera visualmente armoniosa.

El objetivo planteado en las premisas del diseño en relación con la paleta cromática se fortaleció aún más al incorporar tonos pastel, los cuales brindan mayores posibilidades para lograr un dinamismo visual que, a su vez, permite explorar el dualismo planteado en el concepto creativo.



Figura 46 Paleta  
Fuente: elaboración propia



## FONDO

**Figura 47:** en pro de mejorar la legibilidad y evitar la sobresaturación de la composición, se decidió cambiar el color de fondo en los materiales que contienen información importante. Este ajuste buscó proporcionar un contraste adecuado y facilitar la lectura sin distraer al espectador. Para las piezas en las que se busca generar un mayor impacto visual, se optó por utilizar colores planos dentro de la paleta cromática previamente establecida. Esta estrategia permitió resaltar los elementos clave sin comprometer la armonía visual, manteniendo un equilibrio entre la claridad informativa y la atracción visual.

En la elección de la imagen de fondo, se consideró la representación de los cuadros antes descartados en la composición, ya que estos comunicaban el concepto del papel en el que se escriben los sueños, visto como el primer paso para alcanzarlos. Para transformar esta idea, se optó por una textura de papel que, aunque sutil, evocara la sensación de una base sobre la cual se plasman los sueños. Este enfoque se diseñó cuidadosamente para mantener la legibilidad de la información, sin que la textura interfiriera con el mensaje visual, equilibrando así la simbología con la funcionalidad del diseño.



Figura 47 Fondos  
Fuente: elaboración propia

## Descripción de prototipos análogos o digitales

Con los cambios pertinentes implementados y con la línea gráfica ya definida, se procedió a la creación de las piezas gráficas destinadas a las redes sociales del Consejo Nacional de Adopciones. En este proceso, se consideraron los formatos específicos de cada red social, asegurando que las piezas fueran adecuadas para las dimensiones y características de cada plataforma. Además, se prestó especial atención al tipo de contenido que el CNA promueve en sus plataformas digitales, garantizando que cada pieza visual se alinee con los mensajes y valores que se desean transmitir. La integración de estos elementos contribuyó a crear una comunicación gráfica efectiva y coherente, capaz de conectar de manera más directa con la audiencia objetivo.

## MEDIOS DIGITALES

En esta etapa, se tomaron en cuenta las observaciones proporcionadas por el Consejo Nacional de Adopciones respecto a las piezas gráficas que mejor funcionan para sus redes sociales. Estas recomendaciones permitieron ajustar y optimizar los diseños para asegurar que las piezas no solo fueran visualmente atractivas, sino también eficaces en términos de interacción y comunicación con el público objetivo. Se consideraron aspectos como la claridad de los mensajes, la adecuación de las imágenes y la respuesta visual que cada pieza debía generar, adaptando los diseños a las preferencias y expectativas del Consejo, para esta etapa se considero las piezas de diseño para la plataforma de facebook ya que es la más fuerte de las plataformas para el CNA.

## FOTO DE PERFIL

**Figura 48:** para el diseño de la foto de perfil del Consejo Nacional de Adopciones, se tomó en cuenta el formato actual (2024) de la red social Facebook. La foto de perfil fue diseñada con el logotipo, conformada por el símbolo y las siglas del Consejo Nacional de Adopciones, omitiendo el nombre completo del logotipo. Esta decisión se basó en que el nombre completo no era funcional debido al tamaño reducido de la imagen de perfil, lo que resultaba en una pérdida de legibilidad. El color de fondo de la foto de perfil se seleccionó de la paleta de colores ya establecida para mantener la coherencia visual y evitar la monotonía de utilizar una sola imagen de perfil durante largos periodos. Este enfoque permite mantener la frescura y el dinamismo de la identidad.



Figura 48 Foto de perfil F  
Fuente: elaboración propia

## FOTO DE PORTADA

**Figura 49:** para la foto de portada, se tuvo en cuenta la necesidad de una imagen responsiva que funcione tanto en computadoras como en dispositivos móviles. Se prestó especial atención a las áreas que se ocultarían al visualizarse en dispositivos móviles, ya que en computadoras se muestra la imagen completa, mientras que en móviles ciertas áreas se ocultan debido a la superposición de la foto de perfil. Este enfoque asegura que los elementos clave de la foto de portada sean visibles y legibles en ambos formatos, optimizando la experiencia visual y manteniendo la coherencia



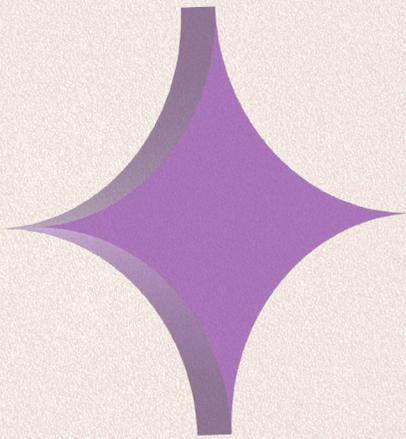


Figura 49 Foto de portada  
Fuente: elaboración propia

## PUBLICACIONES CUADRADOS Y RECTANGULARES

figuras 50 al 52: las publicaciones cuadrados y rectangulares serán los formatos de publicación más utilizados en la red social Facebook. Esta decisión se fundamenta en que estos formatos son los más responsivos dentro de la plataforma, lo que asegura una visualización óptima y consistente en distintos dispositivos, tanto en computadoras como en móviles. La elección de estos formatos maximiza el impacto visual y la accesibilidad de las publicaciones, garantizando que el contenido se presente de manera efectiva y atractiva.



Figura 50 Foto de portada  
Fuente: elaboración propia



Figura 51 Publicación rectangular  
Fuente: elaboración propia

## MADRES EN CONFLICTO CON SU MATERNIDAD

**¿QUIÉNES PUEDES ACERCARSE?**

- Mujeres que enfrentan una crisis emocional y social ante un embarazo inesperado.
- Madres que después de dar a luz desean voluntariamente entregar a su hijo de forma segura, para evitar el abandono.

Atención inmediata: en oficina, llamadas telefónicas y redes sociales.

Orienta a los padres para que tomen una decisión consciente sobre sus hijos.

Brindar sesoria psicológica social y legal de forma personalizada y gratuita.

Figura 52 Publicación rectangular 2  
Fuente: elaboración propia

# PROTOTIPO

Figura 53: posterior a la creación de las piezas gráficas para la red social Facebook, se procedió al prototipado con el objetivo de lograr una vista lo más cercana posible a cómo se visualizarán las piezas en la plataforma. Este proceso permite anticipar cómo interactuarán los usuarios con el contenido, asegurando que todos los elementos gráficos se integran armoniosamente y que la información sea clara y accesible. Al simular la experiencia real de navegación, se pueden identificar y corregir posibles fallos antes de la implementación final, garantizando así un resultado óptimo en términos de diseño y funcionalidad.

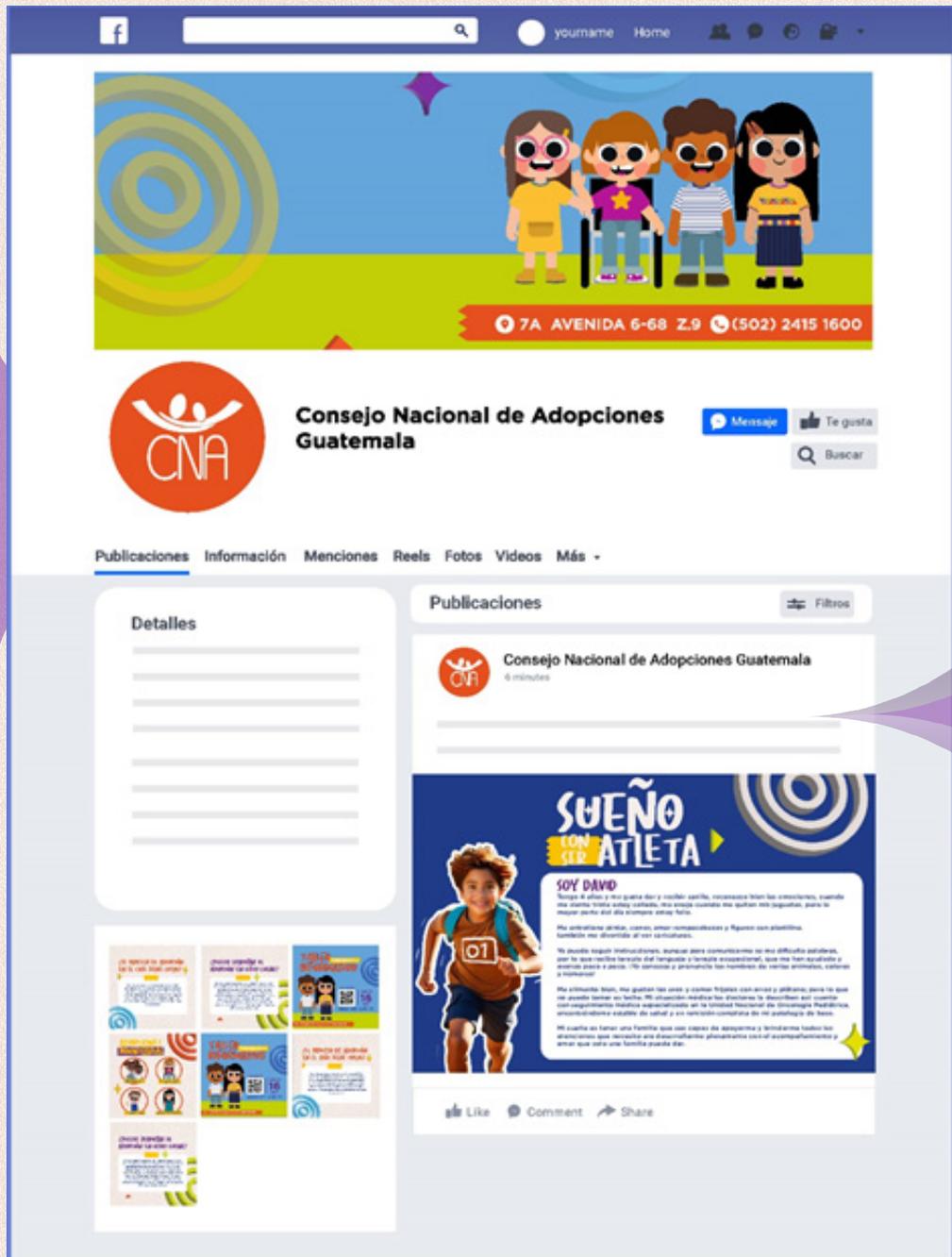


Figura 53 Prototipo  
Fuente: elaboración propia

## Medios impresos

La imagen gráfica para el Consejo Nacional de Adopciones fue diseñada tanto para medios digitales como impresos. A continuación, se detallan las piezas creadas para medios impresos, específicamente diseñadas para los talleres informativos presenciales que el Consejo imparte en sus oficinas. Al asistir a estos talleres, los participantes reciben una carpeta de tamaño oficio que contiene la guía para padres y los formularios requeridos para iniciar el proceso de adopción.

### GUÍA PARA PADRES

Se diseñó una guía para padres que inician su proceso de adopción, detallando los requisitos necesarios para comenzar dicho proceso. Esta guía se creó en un formato media carta, teniendo en cuenta los costos de impresión y la funcionalidad del tamaño. Al ser compacto, resulta más fácil de llevar consigo, proporcionando una herramienta práctica y accesible para las familias.



Figura 54 Prototipo MD1  
Fuente: elaboración propia



Figura 55 Prototipo MD2  
Fuente: elaboración propia

## FOLDER



La carpeta fue diseñada en tamaño oficio, considerando el formato de los formularios utilizados por el Consejo Nacional de Adopciones. Este rediseño incorpora la imagen gráfica actualizada. La carpeta es funcional, ya que sirve para almacenar todo el material relacionado con los talleres, brindando un formato ordenado y práctico para los participantes.



Figura 56 Prototipo MD3  
Fuente: elaboración propia

## Metodología de validación

Para la validación con el grupo objetivo, se diseñó una herramienta de validación en forma de encuesta con seis preguntas relacionadas con los prototipos de los medios digitales e impresos.

Posteriormente, se seleccionó a 5 personas que cumplieran con las características del grupo objetivo. A estas personas se les presentaron los prototipos y luego se les proporcionó la encuesta. Al finalizar, se analizaron los resultados obtenidos, lo que permitió identificar puntos de mejora en las piezas gráficas.

## Instrumentos de Validación

Utilizar una encuesta para la validación de una pieza gráfica es fundamental para obtener retroalimentación objetiva y detallada sobre su efectividad en términos visuales y funcionales. A través de la recopilación de opiniones directas del público objetivo, se identificó si el diseño cumple con el objetivo, si comunica correctamente el mensaje deseado y si es coherente con la comunicación del CNA. Además, permite detectar áreas de mejora y realizar ajustes antes de la implementación final, asegurando que el diseño sea bien recibido y eficaz en su impacto visual y funcional.

## Aplicación de la validación y resultados

Utilizar una encuesta para la validación de una pieza gráfica es fundamental para obtener retroalimentación objetiva y detallada sobre su efectividad en términos visuales y funcionales. A través de la recopilación de opiniones directas del público objetivo, se identificó si el diseño cumple con el objetivo, si comunica correctamente el mensaje deseado y si es coherente con la comunicación del CNA. Además, permite detectar áreas de mejora y realizar ajustes antes de la implementación final, asegurando que el diseño sea bien recibido y eficaz en su impacto visual y funcional.

## Resultados

Se tomó como muestra a cinco personas del grupo objetivo del CNA: hombre y mujer unidos en matrimonio, Mujer y hombre en unión de hecho inscritos en el RENAP, personas solteras, extranjeros con residencia permanente en Guatemala entre 21 y 60 años. La herramienta de recolección de información utilizada fue una encuesta por Google Forms, en la que se presentó los prototipos y piezas gráficas, una a una, para ser evaluadas y validadas con el fin de alcanzar los objetivos establecidos del proyecto.

El grupo objetivo determinó que la paleta de colores era la adecuada para el Consejo, que la tipografía seleccionada era legible en los artes gráficos, con excepción de uno de ellos, en el que se destacó que contenía demasiado texto para una sola imagen. Además, consideró que los gráficos utilizados son adecuados y despiertan el interés por conocer el trabajo que realiza el Consejo Nacional de Adopciones. También valoran positivamente la coherencia gráfica entre las piezas. (ver anexo 9)

## Conclusiones

En el nivel de visualización 3, el proceso de prototipado juega un papel crucial al introducir la pieza gráfica en el contexto o medio en el que será repercutida. Este paso no solo permite visualizar la pieza en su formato final, sino que también facilita la identificación de posibles puntos de mejora antes de proceder con la validación definitiva. A través del prototipado, los diseñadores pueden anticipar cómo se comportará la pieza en condiciones reales, ya sea en formato digital o impreso, y ajustar elementos como la legibilidad, el impacto visual, la adecuación al medio y la interacción con el público.

Por ello, la fase de prototipado se vuelve esencial para obtener una retroalimentación preliminar, permitiendo a los diseñadores hacer ajustes importantes antes de la validación final. Esta etapa proporciona una oportunidad para que los expertos y el público objetivo puedan evaluar la pieza en un contexto más cercano a la realidad, garantizando que la pieza cumpla su propósito de comunicación de manera efectiva y resonante.

La validación del grupo objetivo mediante prototipado es una fase clave en el proceso de imagen gráfica institucional, ya que permite evaluar cómo el público objetivo interactúa con las piezas antes de su implementación final.

Esta retroalimentación directa ayuda a ajustar los elementos visuales, como la tipografía, el color y la disposición, garantizando que el mensaje sea claro, comprensible y relevante. Además, la validación asegura que el diseño sea accesible, y permite detectar posibles malentendidos o barreras de comunicación, lo que optimiza la efectividad del diseño final.



# CAPÍTULO VII

## PRESENTACIÓN DE LA PIEZA



Tras finalizar la etapa de producción y evaluación gráfica, las piezas de diseño han alcanzado un nivel gráfico superior, coherente con los objetivos planteados en este proyecto.

En este capítulo se describen las partes y los criterios de diseño más importantes de la imagen gráfica institucional para el Consejo Nacional de Adopciones. Es relevante mencionar que algunas piezas fueron descartadas, incluidas y/o sustituidas por nuevas propuestas.

A continuación, se presentarán las versiones finales de las piezas a escala, destacando los aspectos más significativos en cuanto a diseño y dificultad. Asimismo, se proporcionarán por escrito las orientaciones necesarias para la reproducción de la pieza diseñada, para los distintos usos que el Consejo Nacional de Adopciones desee darle.



## 7.1 FUNDAMENTACIÓN DE LAS PIEZAS

La investigación desempeña un papel fundamental en el diseño gráfico, ya que proporciona una base sólida para la toma de decisiones creativas y estratégicas, permitiendo entender las necesidades y expectativas del público objetivo, para asegurar que el diseño cumpla con los objetivos del proyecto. Además, la investigación facilita la creación de conceptos coherentes con el mensaje de comunicación. Identifica los desafíos dentro de la comunicación visual y propone soluciones tanto efectivas como creativas. Valida y mejora el diseño a través de retroalimentación asegurando la alineación con objetivos generales y específicos.

### CONCEPTO CREATIVO

Las decisiones tomadas dentro del proyecto fueron regidas bajo el concepto creativo “Sueño con una familia” el cual busca comunicar el sueño individual y colectivo de cada niño declarado adoptable.

En el concepto creativo, se buscó establecer una dualidad entre ilusiones (sueños) y realismo (metas), donde encontrar una familia se convierte en el objetivo principal que tanto el Consejo Nacional de Adopciones (CNA) como los niños declarados adoptables. Se indagó en un concepto que proteja la integridad del niño, reconociendo que los sueños son una parte fundamental de cada persona.

El enfoque se centró en articular las características que el CNA deseaba para su imagen gráfica, siendo el dinamismo uno de los aspectos más destacados. Este dinamismo se compara con la personalidad de los padres, quienes son los actores principales en la realización de esos sueños y pueden ser un gran impulso para los niños.

Durante esta etapa, se enfrentó el desafío del bloqueo creativo. Para superarlo, se exploraron diversos recursos, como videos, películas, testimonios y técnicas creativas de diseño, con el objetivo de encontrar un denominador común en todas estas expresiones.

### TIPOGRAFÍA

La elección de la tipografía fue crucial, ya que debe generar un impacto visual mientras se garantiza la legibilidad de los textos, estableciendo así el tono emocional del concepto creativo. En la tipografía de los textos, se buscó un tipo que contribuya a crear una jerarquía visual efectiva. Los esfuerzos se centraron en encontrar una tipografía que sea funcional tanto en materiales impresos como digitales, dado que será utilizado en el diseño de la imagen gráfica.

La tipografía Lorepsum, de Kong Font, emite un estilo manuscrito, con trazos fluidos y dinámicos que aportan calidez, accesibilidad y conexión amistosa. En la elección de la tipografía para los títulos de las piezas se tomaron en cuenta varias tipografías que contarán con las características planteadas, siendo lorepsum quien respondía con las características de dinamismo, cercanía y manuscrito (con la intencionalidad de que es el niño quien habla por medio del título). **figura 57.**

# LOREPSUM

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

Figura 57 tipografía 1

Fuente: elaboración propia

La tipografía Gotham es un tipo de letra sans-serif moderno que se destaca por sus líneas limpias, simples y de alta legibilidad. Para la intervención de los cuerpos de texto, se eligió Gotham, ya que su simplicidad la convierte en una opción ideal tanto para medios digitales como impresos, considerando los diversos formatos que se utilizarán en la imagen gráfica del Consejo Nacional de Adopciones. Además, se tomó en cuenta la familia tipográfica, que incluye múltiples pesos y estilos, lo que permite crear niveles visuales y diseños. **figura 58.**

# GOTHAM

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v x y z

Figura 58 tipografía 2

Fuente: elaboración propia

## PALETA DE COLOR



La paleta de colores se diseñó considerando la influencia de la psicología del color en la percepción. La elección de los colores contribuyó a crear reconocimiento y coherencia en las piezas gráficas. Asimismo, se prestó atención a la combinación adecuada de colores, asegurando tanto la legibilidad como el nivel gráfico deseado. En este proceso, se tuvo en cuenta el dualismo entre sueños y realidad, utilizando una mezcla de colores cálidos y fríos, así como colores vivos y tonos pastel, donde cada color cuenta con su respectivo tono pastel. **(figura 59)**

Cada color simboliza un valor y principio del Consejo Nacional de Adopciones y representa características que deben considerarse en relación con el tema de los niños. A continuación, se detalla la psicología de cada color:

Naranja: Como color predominante del CNA, se manifiesta no solo en la fachada de las oficinas centrales, sino que también se refleja en todos los materiales impresos actuales de la institución. Amarillo: Representa la claridad mental, esencial para la toma de decisiones en la tutela legal de los niños adoptados. Azul: Simboliza la dignidad de todas las personas.

Verde: Evoca la esperanza que acompaña cada paso en el proceso.

Morado: Se asocia con los programas de apoyo a madres en conflicto con la maternidad. Celeste: Sugiere protección y calma. Blanco: Se relaciona con la pureza y la inocencia de los niños. Tonos pastel: Suelen asociarse con la inocencia y la ternura, lo que los convierte en elecciones populares en productos y diseños destinados a bebés, niños y en el ámbito femenino.



Figura 59 Paleta de colores  
Fuente: Elaboración propia

## ILUSTRACIONES

Las ilustraciones fueron diseñadas de manera que se integren perfectamente en el entorno, los personajes fueron construidos de formas geométricas como círculos y líneas, simples, centrándose en la representación de los niños declarados en adoptabilidad, adopciones prioritarias, y personas que pueden adoptar, con expresiones de felicidad y emoción.

## ILUSTRACIONES BEBÉS

Se realizaron ilustraciones de bebés, ya que, aunque sean pocos los casos de bebés declarados adoptables, el Consejo Nacional de Adopciones (CNA) ha tenido situaciones en las que han estado presentes. Estas ilustraciones son relevantes para reflejar todos los escenarios posibles.



Figura 60 bebés  
Fuente: Elaboración propia

## ILUSTRACIONES NIÑOS

Los niños y niñas representan la diversidad cultural guatemalteca, incluyendo niños indígenas, ladinos y garífunas, con distintos tonos de piel y características corporales representativas. Se realizaron ilustraciones de niños y niñas con estas mismas características faciales, dando a entender que son hermanos, incluyendo una niña en silla de ruedas, con la intención de presentar las adopciones prioritarias (grupos de hermanos, niños mayores de 6 años, adolescentes y niños). con necesidades médicas). El Consejo Nacional de Adopciones (CNA) podrá utilizar los rostros de los niños con el vestuario y cuerpo que deseen combinar, permitiendo personalizar las ilustraciones según los perfiles de los niños. **(Figura 61)**

En las ilustraciones de niños se diseñan en diversos vestuarios, con el objetivo de permitir la personalización del perfil de cada niño. **(Figura 62)**



Figura 61 niños  
Fuente: elaboración propia



Figura 62 niños  
Fuente: elaboración propia

## ILUSTRACIONES ADOLESCENTES

Al igual que las ilustraciones de los niños, los adolescentes forman parte de las adopciones prioritarias. Por ello, se crearon diversas características faciales y corporales, tomando en cuenta los peinados, accesorios y vestuario que los adolescentes suelen utilizar. Además, se incluyen vestuarios adicionales para personalizar las ilustraciones según lo requiera el Consejo Nacional de Adopciones. (Figura 63 y 64)



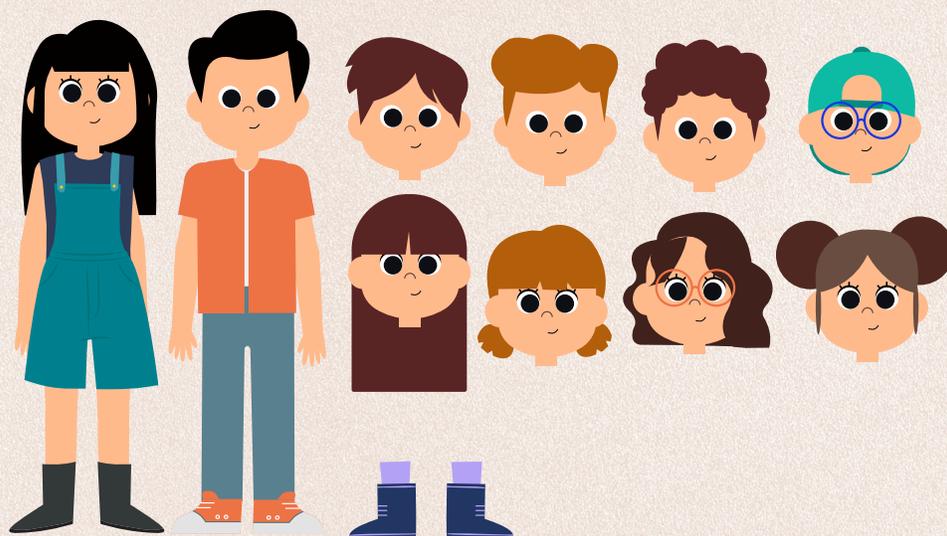


Figura 63 Adolescentes 1  
Fuente: elaboración propia



Figura 64 Adolescentes 2  
Fuente: elaboración propia

## ILUSTRACIONES ADULTOS

Se tomará en cuenta las personas interesadas en adoptar, incluyendo matrimonios, parejas de hecho y personas solteras. En los adultos, las mejillas se rediseñaron, pasando de una forma circular a una más definida. Además, en los rostros femeninos se añadieron pestañas y accesorios para acentuar las diferencias con los rostros infantiles. **(Figura 65)**

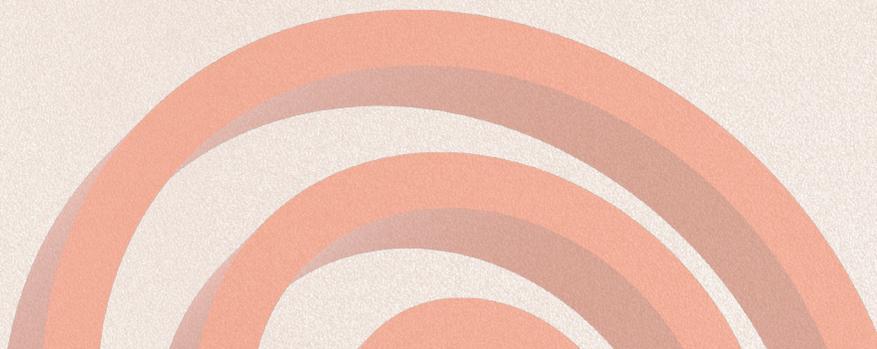




Figura 65 Adultos  
Fuente: elaboración propia

## ELEMENTOS GRÁFICOS

Los elementos gráficos cumplen con el objetivo de comunicar ideas de manera clara y efectiva, contribuyendo al impacto visual de la composición. Trabajan en conjunto para fortalecer la identidad de marca, generar reconocimiento y asegurar que el mensaje se grabe de forma efectiva en la mente del espectador.

Durante el proceso de diseño, algunos elementos gráficos experimentaron cambios, mientras que otros fueron descartados, ya que funcionaban bien por sí solos, pero su integración en la composición resultó contraproducente para la comunicación visual. En cada etapa de visualización se descartaban elementos para no recargar la composición. **(Figura 66)**

El diagrama representa tres grupos en el proceso de adopción. En el centro están los niños, que son el enfoque principal. En un círculo intermedio se encuentra el Consejo Nacional de Adopciones, que actúa como intermediario entre los niños y las familias. En el círculo exterior están las familias adoptadas, en este elemento gráfico ilustra la interconexión y el papel esencial de cada grupo en el proceso de adopción.

El elemento visual del brillo simboliza la esperanza que sostiene cada sueño, revelando que en cada niño se encuentra esa misma luz de esperanza.

Las flechas, orientadas hacia arriba y a la derecha, simbolizan que los sueños solo tienen una dirección: hacia adelante y hacia arriba, recordándonos que siempre debemos aspirar a lo más alto y seguir avanzando con esperanza.

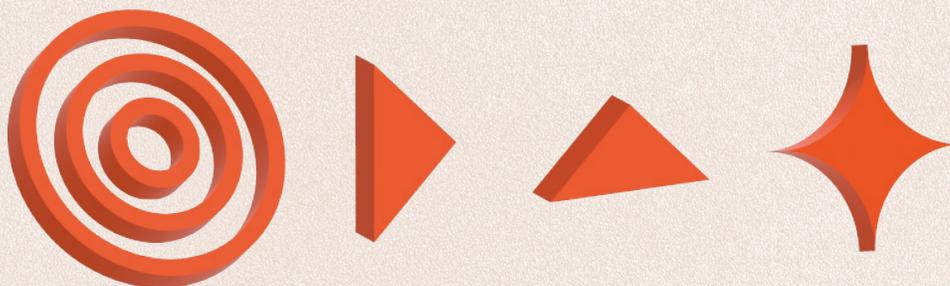


Figura 66 elementos  
Fuente: elaboración propia

## 7.2 PRESENTACIÓN GRÁFICA DE LA PIEZA COMPLETA

A continuación, se presenta la versión final de las piezas de diseño a escala, junto con *mock ups* (maquetas) que ilustran cómo se visualizarán en las plataformas digitales del Consejo Nacional de Adopciones.

### Facebook

En la red social Facebook, que es la plataforma más utilizada por el Consejo Nacional de Adopciones debido al perfil del grupo objetivo, se propuso crear carruseles para presentar el perfil de los niños declarados en adoptabilidad. Sin embargo, esta idea no pudo llevarse a cabo, ya que la interacción del grupo objetivo no fue positiva. Las publicaciones en formato de carrusel alcanzan menos visualizaciones en comparación con los posts que muestran el perfil del niño en una sola imagen. De igual forma, se tomarán en cuenta formatos responsivos tanto para celulares como para computadoras.

CINCO FOTOS  
DE PERFIL



Figura 67 Foto de perfil F  
Fuente: elaboración propia

UNA FOTO DE  
PORTADA



Figura 68 Foto de portad F  
Fuente: elaboración propia



TRES HISTORIAS



Figura 69 HF1  
Fuente: elaboración propia



Figura 70 HF2  
Fuente: elaboración propia



Figura 71 HF3  
Fuente: elaboración propia

CUATRO PUBLICACIONES CUADRADAS



Figura 72 PF1  
Fuente: elaboración propia



Figura 73 PF1  
Fuente: elaboración propia

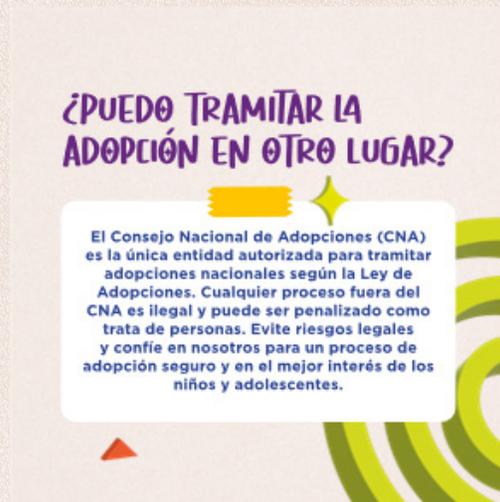


Figura 74 PF13  
Fuente: elaboración propia



Figura 75 PF4  
Fuente: elaboración propia



## MADRES EN CONFLICTO CON SU MATERNIDAD

### ¿QUIÉNES PUEDES ACERCARSE?

- ♦ Mujeres que enfrentan una crisis emocional y social ante un embarazo inesperado.
- ♦ Madres que después de dar a luz desean voluntariamente entregar a su hijo de forma segura, para evitar el abandono.

Atención inmediata: en oficina, llamadas telefónicas y redes sociales.

Orienta a los padres para que tomen una decisión consciente sobre sus hijos.

Brindar sesoria psicológica social y legal de forma personalizada y gratuita.

Figura 76 PRF1  
Fuente: elaboración propia



## ADOPCIONES PRIORITARIAS

- HERMANOS
- CON DISCAPACIDAD FÍSICA Y/O INTELECTUAL
- MÁS DE 6 AÑOS
- ADOLESCENTES

7A AVENIDA 6-68 ZONA 9 GUATEMALA (502) 2415 1600

Figura 77 PRF2  
Fuente: elaboración propia



## SUEÑO CON SER JUGADOR DE BALONCESTO

Figura 78 PRF3  
Fuente: elaboración propia



Figura 79 PRF4  
Fuente: elaboración propia



Figura 80 PRF5  
Fuente: elaboración propia



Figura 81 PRF6  
Fuente: elaboración propia



Figura 82 PRF7  
Fuente: elaboración propia

**SUEÑO CON SER BAILARINA**

**¡SOY ROSY!**  
tengo 4 años

Me encanta jugar sola al aire libre, en los columpios, el trampolín y caminar por los jardines del hogar temporal donde vivo. Aunque aún uso pañal y prefiero comer papilla debido a la textura de algunas comidas, estoy progresando en mi socialización y comunicación, aunque de manera lenta. Los doctores están evaluando si tengo autismo, así que necesito seguir trabajando en mis habilidades de desarrollo con el apoyo de una familia amorosa que me entienda y acompañe. Sueño con tener papás que, con amor incondicional, me brinden los cuidados necesarios para crecer plenamente con el amor que solo una familia puede dar.

(502) 2415 1600

Figura 83 PRF8  
Fuente: elaboración propia

**SUEÑO CON SER FUTBOLISTA**

**¡SOY KIKE!**  
tengo 8 años

Me gusta ser un niño cariñoso, amigable y jugar fútbol, pasar tiempo en los columpios y divertirme con mis amigos. Disfruto montar bicicleta, que me cuenten cuentos, dibujar y pintar. En la escuela, destaco por mi buen comportamiento, estoy aprendiendo a leer y escribir, y me emociona descubrir cosas nuevas cada día.

Aunque presento atraso global del desarrollo, he tenido avances significativos recientemente gracias a un cambio en mi situación. Me gusta comer sopas y helado de fresa. Sueño encontrar una familia amorosa con la que pueda crecer y compartir momentos felices, disfrutando del amor y apoyo.

(502) 2415 1600

Figura 84 PRF9  
Fuente: elaboración propia



## TIK TOK

En la red social TikTok, se identificó la oportunidad de mejorar la imagen del perfil, ya que actualmente no tienen una imagen establecida. Inicialmente, se propuso crear portadas antes de cada video para mantener una coherencia visual y estética en el perfil. Sin embargo, esta idea no se implementó, ya que la interacción del grupo objetivo no es positiva al ver una imagen estática en una plataforma centrada en videos cortos. En lugar de eso, se decidió incorporar marcas de agua con los elementos visuales y el título principal de cada video. Esto no solo asegura la coherencia visual, sino que también facilita a los usuarios la búsqueda de videos.

### CINCO FOTOS DE PERFIL



Figura 85 Foto de perfil T  
Fuente: elaboración propia

### SEIS PORTADAS DE BÚSQUEDA

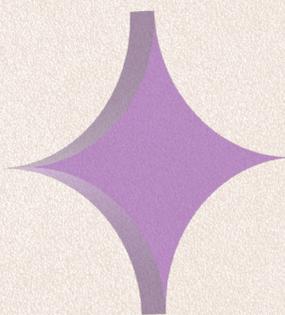


Figura 86 PT1  
Fuente: elaboración propia

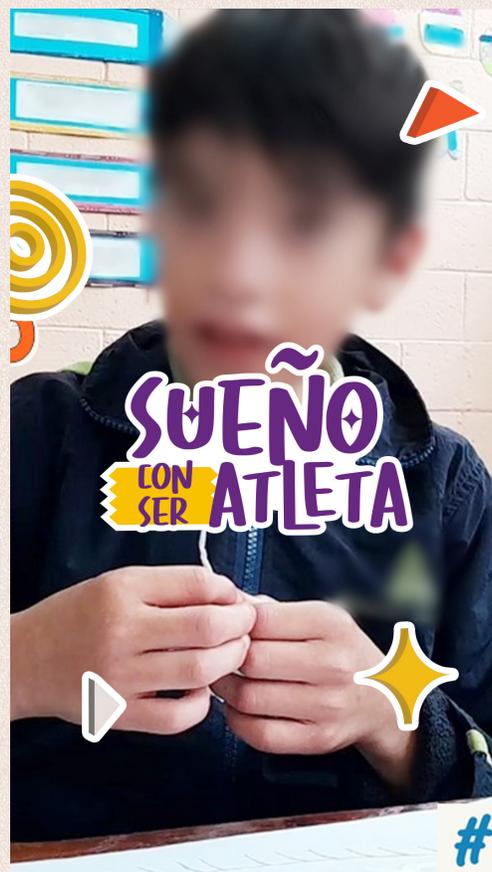


Figura 87 PT2  
Fuente: elaboración propia



Figura 88 PT3  
Fuente: elaboración propia



Figura 89 PT4  
Fuente: elaboración propia



Figura 90 PT5  
Fuente: elaboración propia



Figura 91 PT6  
Fuente: elaboración propia

## Red Social X

En la red social X, se propone actualizar la foto de perfil para reflejar la identidad del Consejo Nacional de Adopciones. Además, dado que se trata de una plataforma informativa, se sugiere la creación de infografías que aborden temas tabúes relacionados con la adopción y la labor del Consejo, con el fin de fomentar la sensibilización y el entendimiento en torno a estas importantes cuestiones.

### CINCO FOTOS DE PERFIL



Figura 92 Foto de perfil TX  
Fuente: elaboración propia

### UNA FOTO DE PORTADA



Figura 93 Foto de portada X  
Fuente: elaboración propia

### TRES PUBLICACIONES CUADRADOS



Figura 94 PCX1  
Fuente: elaboración propia



Figura 95 PCX2  
Fuente: elaboración propia

## ¿PODEMOS CONOCER A LOS NIÑOS ANTES DEL PROCESO DE ADOPCIÓN?

No es posible conocer a los niños y niñas antes de iniciar el proceso. Durante la evaluación, las familias solo podrán especificar la edad, el género y la condición de salud del niño, niña o adolescente que desean adoptar, o expresar su interés en adoptar a un niño o adolescente con un perfil prioritario.

Figura 96 PCX3  
Fuente: elaboración propia

DOS  
PUBLICACIONES  
RECTANGULARES

## MADRES EN CONFLICTO CON SU MATERNIDAD

### ¿QUIÉNES PUEDES ACERCARSE?

- Mujeres que enfrentan una crisis emocional y social ante un embarazo inesperado.
- Madres que después de dar a luz desean voluntariamente entregar a su hijo de forma segura, para evitar el abandono.

Atención inmediata: en oficina, llamadas telefónicas y redes sociales.

Orienta a los padres para que tomen una decisión consciente sobre sus hijos.

Brindar sesoría psicológica social y legal de forma personalizada y gratuita.

Figura 97 PRX1  
Fuente: elaboración propia

## ADOPCIONES PRIORITARIAS

- HERMANOS
- CON DISCAPACIDAD FÍSICA Y/O INTELECTUAL
- MÁS DE 6 AÑOS
- ADOLESCENTES

7A AVENIDA 6-68 ZONA 9 GUATEMALA (502) 2415 1600

Figura 98 PRX2  
Fuente: elaboración propia

## You Tube

En la plataforma de YouTube, al ser un espacio dedicado a videos, se decidió crear plantillas que incorporen los elementos gráficos del Consejo Nacional de Adopciones. Se trabajó en el diseño de la foto de perfil, la portada del canal y plantillas para los videos, con el objetivo de establecer una identidad visual coherente y atractiva que resuene.

CINCO FOTOS DE PERFIL



Figura 99 Foto de perfil YT  
Fuente: elaboración propia

UNA FOTO DE PORTADA CELULAR

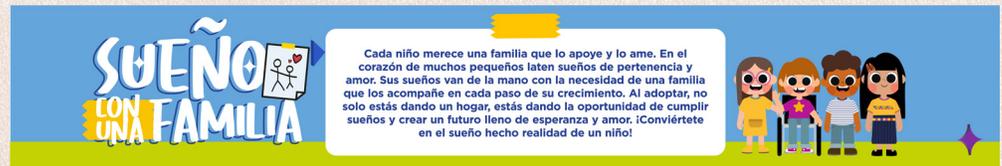


Figura 100 Foto de portada YT  
Fuente: elaboración propia

UNA FOTO DE PORTADA ORDENADOR



Figura 101 Foto de portada YT  
Fuente: elaboración propia

CINCO PLANTILLAS PARA VIDEOS



Figura 102 PVYT 1  
Fuente: elaboración propia

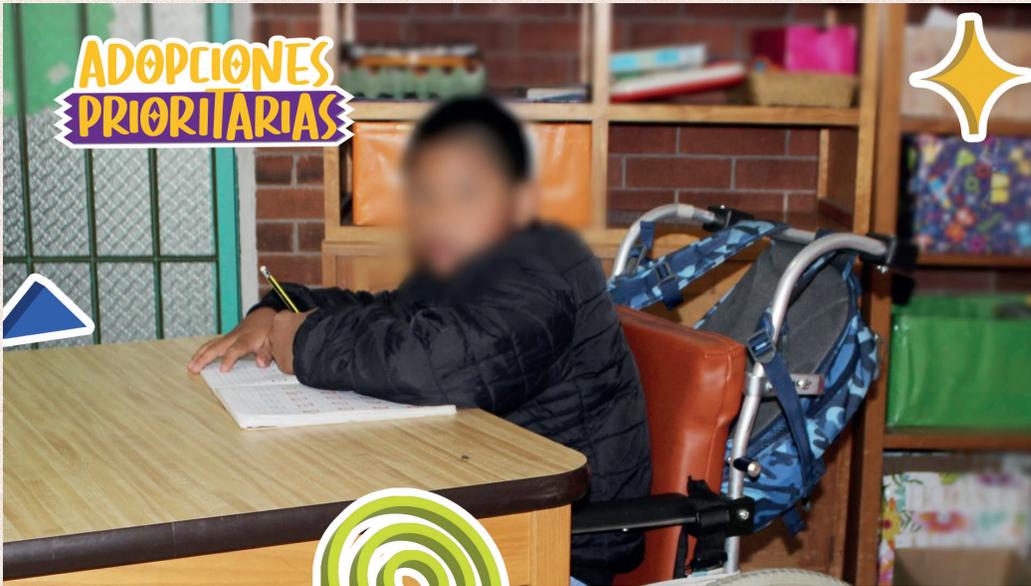


Figura 103 PVYT 2  
Fuente: elaboración propia



Figura 104 PVYT 3  
Fuente: elaboración propia





Figura 105 PVYT 4  
Fuente: elaboración propia



Figura 106 PVYT 5  
Fuente: elaboración propia

## Medios Impresos

La imagen gráfica para el CNA de igual forma se aplico en medios impresos como una guía para padres que inician su proceso de adopción,este será utilizado para talleres informativos, asi mismo se diseño una carpeta tamaño oficio que de igual forma se proporcionará al iniciar el taller informativo.

UNA  
GUÍA



Figura 107 Guía 1  
Fuente: elaboración propia



Figura 108 Guía 2  
Fuente: elaboración propia

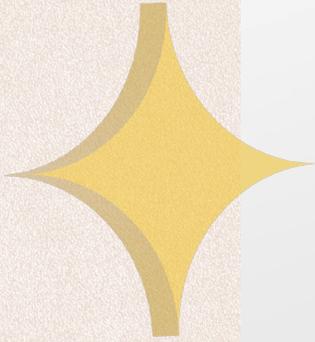
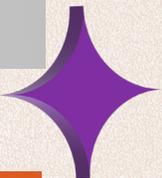


Figura 109 Guía 3  
Fuente: elaboración propia



Figura 110 Guía 4  
Fuente: elaboración propia



UNA  
CARPETA



Figura 111 Guía 5  
Fuente: elaboración propia



## 7.3 ORIENTACIONES TÉCNICAS PARA REPRODUCIR E IMPLEMENTAR LAS PIEZAS GRÁFICAS

Se realizará la entrega de piezas diseñadas por medio de una capeta principal, la cual contiene subcarpetas con los proyectos realizados, cada capeta contiene los documentos editables empaquetados, imágenes jpg y *mock ups* (maquetas).

### Proyecto de Imagen Gráfica implementado en medios

- Facebook
- Tik Tok
- X
- YouTube
- Guía para padres digital
- Guía para padres impreso
- Folder tamaño oficio
- Proyectos Videos

### Artes para redes sociales

#### FOTO DE PERFIL

En relación con la foto de perfil, esta consiste en el logo del CNA sobre un fondo de colores vivos. Su propósito es crear una primera impresión positiva y memorable para los usuarios que visitan las plataformas digitales del Consejo Nacional de Adopciones. La foto de perfil transmite profesionalismo, accesibilidad y confianza, además de contribuir al reconocimiento y la memoria visual de la imagen del Consejo. Es fundamental que el fondo mantenga una coherencia cromática, permitiéndose únicamente cambios de color dentro de la paleta.

#### FOTO DE PORTADA

La imagen de portada actúa como una presentación visual destacada del perfil. Fue diseñado para captar la atención de los visitantes, transmitir el concepto creativo y complementar la foto de perfil, ofreciendo una visión más completa de lo que representa el Consejo Nacional de Adopciones.

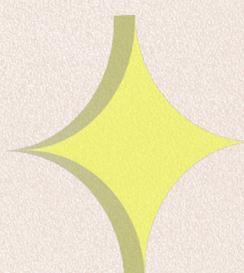
Se recomienda utilizar infografías o imágenes que estén en relación con el concepto gráfico, fortaleciendo así la comunicación visual y facilitando la comprensión de la misión y valores del Consejo.

#### HISTORIAS

Las historias en redes sociales captan la atención de los usuarios y fomentan interacciones rápidas. Su contenido efímero de 24 horas crea una sensación de urgencia y permite compartir momentos cotidianos de manera auténtica y personal, fortaleciendo la relación con la audiencia. En este formato, se recomienda promover talleres presenciales y compartir la memoria de trabajos, ya que permite comunicar de manera más efectiva y dinámica. Las historias alcanzan tanto a seguidores actuales como potenciales, convirtiéndose en una herramienta poderosa para fortalecer la presencia y el impacto del Consejo Nacional de Adopciones.

**POST** El post en redes sociales es esencial para la comunicación directa y la conexión con la audiencia. Incrementa la visibilidad y el reconocimiento de la imagen, generando interacción a través de comentarios, reacciones y compartidos (según cada red social). Se recomienda variar los diferentes tipos de contenidos como memoria de labores, talleres, perfiles prioritarios, testimonios, preguntas frecuentes, programas, infografías, etc. Los posts fueron diseñados el fin de fortalecer la identidad de la marca.

**GUÍA** La guía para padres es una herramienta diseñada para fortalecer los talleres informativos, guiando a los padres que desean adoptar en la recolección de los requisitos necesarios para presentar la documentación e iniciar el proceso de adopción. Se recomienda no alterar la tipografía ni el diseño de la guía; Sin embargo, se permite su actualización cuando sea necesario. Además, se sugiere mantenerla e imprimirla en formato PDF para asegurar la calidad de impresión.



## 7.4 COSTOS DE LA PRODUCCIÓN GRÁFICA

A continuación, se presentan los costos de insumos, así como de servicios técnicos y profesionales que se realizaron en el diseño de la imagen gráfica del Consejo Nacional de Adopciones. Estos costos están basados en el tarifario de diseñadores de 2024 de AX Studios y se encuentran valorados en moneda nacional (Q, 42,000.00), calculados por horas, días y cantidad según lo requerido en la descripción. (ver anexo 10)

DESCRIPCIÓN	TOTALES
Insumos	Q 4,000.00
Servicios técnicos	Q 34,000.00
Servicios Profesionales	Q 4,000.00
Total	Q 42,000.00

Tabla 5 Costos reproducción  
Fuente: elaboración propia

## 7.5 COSTOS DE REPRODUCCIÓN DE LA PIEZA DISEÑADA

Se llevó a cabo una cotización de precios para el manejo de redes sociales por mes en tres agencias, las cuales incluyen paquetes de Community Manager (Administrador de Comunidad). Se sugiere considerar la agencia Social Media, ya que ofrece una amplia gama de opciones para personalizar la cantidad de publicaciones, historias, videos y otros contenidos en redes sociales, además de proporcionar detalles sobre la inversión necesaria para patear en estas plataformas. (ver anexo 11)

AGENCIA	PRECIO MENSUAL
De Guate GT	Q 1,650.00
Social Media	Q 5,130.00
Multimedia Publicidad	Q 3,650.00

Tabla 4 Agencias  
Fuente: elaboración propia

## 7.6 ENTREGA DE LA PIEZA DISEÑADA A LA INSTITUCIÓN

La entrega de la pieza gráfica en las oficinas del Consejo Nacional de Adopciones se realizó como parte del compromiso de la Universidad de San Carlos de Guatemala con la sociedad guatemalteca. A través de este Proyecto de Graduación, se busca no solo cumplir con un requisito académico, sino también retribuir a la comunidad por el respaldo brindado a sus estudiantes, fortaleciendo así el vínculo entre la universidad y el pueblo de Guatemala.

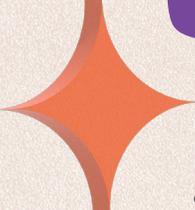


Figura 112 oficinas CNA  
Fuente: elaboración propia



Figura 113 Entrega Pieza  
Fuente: elaboración propia

El proyecto titulado “Diseño de Imagen Gráfica Institucional para el Consejo Nacional de Adopciones -CNA- de la Ciudad de Guatemala”, bajo el concepto creativo “Sueño con una familia”, fue desarrollado por la proyectista del Proyecto Graduación. Este diseño está valorado en Q 42,000.00 y fue representado por el Coordinador de Comunicación Social del CNA, quien lidera esta iniciativa en el contexto del apoyo al pueblo de Guatemala.



# CAPÍTULO VIII

## SÍNTESIS DEL PROCESO

Se presentan las lecciones aprendidas, conocimientos adquiridos y hallazgos obtenidos durante la ejecución del proyecto “Diseño de Imagen Gráfica Institucional para el Consejo Nacional de Adopciones -CNA- de la Ciudad de Guatemala”. Este análisis busca no solo reflexionar sobre la experiencia vivida, sino también proporcionar un marco de referencia que permita optimizar futuros procesos tanto a nivel académico como profesional. A través de esta evaluación, se pretende identificar áreas de mejora que puedan enriquecer la práctica del diseño gráfico en contextos similares y fortalecer la capacidad de respuesta ante las necesidades futuras.

## 8.1 LECCIONES DE PRODUCCIÓN GRÁFICAS APRENDIDAS

### 1. Planificación eficiente del proyecto

En la gestión del diseño de imagen gráfica para el Consejo Nacional de Adopciones, la planificación adecuada de los tiempos de ejecución fue crucial. Diseñar un flujograma y un cronograma detallados resultó esencial para organizar y visualizar las distintas etapas del proyecto, así como para asignar los recursos necesarios en cada fase. Estas herramientas no solo facilitaron el seguimiento del progreso, sino que también ayudaron a identificar posibles cuellos de botella y a ajustar los plazos de manera efectiva. La planificación estructurada mediante un flujograma y cronograma aseguró que todas las actividades se realizaran en el tiempo estipulado, mejorando la eficiencia y aumentando las probabilidades de éxito del proyecto.

### 2. Técnicas creativas para conceptos creativos

Desarrollar conceptos creativos efectivos requirió más que inspiración; fue necesario utilizar un conjunto de técnicas que fomentaron la generación de ideas originales y viables. Aplicar técnicas creativas como Mapa de empatía, mapa mental y Brand Storytelling, permitió explorar diferentes perspectivas y enfoques. Estas herramientas ayudaron a romper con patrones de pensamiento tradicionales y a descubrir soluciones innovadoras. Al emplear técnicas creativas de manera sistemática, el equipo de diseño desarrolló conceptos únicos y atractivos, alineados con los objetivos del proyecto y las necesidades del Consejo Nacional de Adopciones.

### 3. Grupo objetivo

Un diseño de imagen gráfica eficiente se basó en una profunda comprensión de las necesidades, comportamientos y preferencias del grupo objetivo. Utilizar herramientas de recolección de datos como encuestas, entrevistas y validaciones permitió desarrollar soluciones de diseño acertadas.

Ignorar esta etapa podría haber resultado en diseños que no resonaran con el grupo objetivo o que no cumplieran con sus expectativas, disminuyendo así la efectividad del diseño. La investigación y comprensión del usuario final fueron fundamentales para asegurar que el diseño cumpliera con los objetivos del proyecto y las necesidades del Consejo Nacional de Adopciones.

## 8.2 CONCLUSIONES

- 1.** El diseño de la imagen gráfica institucional del Consejo Nacional de Adopciones ha mostrado ser un componente esencial para mejorar la calidad de vida de la población infantil guatemalteca vulnerada. Los resultados de la evaluación fueron positivos, señalando que, aunque se ha alcanzado un nivel gráfico adecuado, es fundamental continuar buscando la originalidad, claridad del concepto y jerarquía visual en las piezas diseñadas. Estas directrices son cruciales para asegurar que la imagen gráfica institucional no solo cumpla con su propósito inmediato, sino que también evolucione para seguir siendo relevante y efectiva en la misión del CNA. La imagen gráfica diseñada ha mejorado la comunicación externa e interna del CNA mediante la implementación de piezas tanto digitales como impresas.
- 2.** La implementación del nuevo diseño de imagen gráfica institucional ha mejorado significativamente los procesos de comunicación interna y externa del CNA. Los evaluadores coincidieron en que el proyecto alcanza un adecuado nivel de impacto visual, reflejando el concepto creativo planteado para comunicar el tema de adopciones. La elección correcta de tipografía ha permitido captar la atención y facilitar la lectura del contenido, haciendo que el diseño sea cercano y atractivo. Además, la recomendación de utilizar un esquema de color que combine tonos fuertes y pasteles contribuirá a lograr un equilibrio entre dinamismo e inocencia infantil, mejorando aún más la efectividad comunicativa del CNA.
- 3.** El manual de imagen gráfica institucional diseñado para el CNA ha sido evaluado positivamente, respetando y reflejando adecuadamente las características y la cultura visual del grupo objetivo. Los resultados sugieren que se debe reducir la cantidad de detalles en las piezas gráficas para evitar distracciones y mejorar la claridad visual. La disminución de íconos y el uso de opacidades fueron recomendaciones clave para agregar movimiento sin sobrecargar el diseño. Asimismo, el diseño de infografías con alto potencial educativo, especialmente aquellas que explican el proceso de adopción, fortalecerá la conexión emocional y reforzará el mensaje, el proyecto en general ha sido valorado como original, moderno y alineado con la misión del CNA, logrando captar el interés de la audiencia mediante una actualización visual relevante y en sintonía con las necesidades del grupo objetivo.

## 8.3 RECOMENDACIONES

### Para el Consejo Nacional de Adopciones

#### 1. Mantener la originalidad y claridad

Continuar buscando la originalidad y la claridad del concepto en todas las piezas de diseño gráfico. Es esencial asegurar que cada elemento gráfico mantenga una jerarquía visual clara, lo cual facilitará la comprensión y la comunicación efectiva de los mensajes del CNA.

#### 2. Esquema de color consistente

Implementar un esquema de color que combine tonos fuertes y pasteles para equilibrar el dinamismo con la inocencia infantil. Este enfoque no solo hará que las piezas sean visualmente atractivas, sino que también reflejará adecuadamente la misión del CNA.

#### 3. Reducción de detalles y claridad visual

Reduzca la cantidad de detalles en las piezas gráficas para evitar distracciones. En lugar de múltiples íconos, utilizar opacidades y contornos blancos en las fotografías puede realzar la presencia y mejorar la claridad visual.

#### 4. Infografías educativas

Desarrollar infografías con alto potencial educativo que incluyan explicaciones detalladas sobre el proceso de adopción. Estas infografías pueden ayudar a crear una conexión emocional más fuerte con la audiencia ya reforzar el mensaje del CNA.

#### 5. Optimización de costos de producción

Considere el impacto de los colores variados en los costos de producción impresa. Evaluar alternativas que mantengan la calidad visual sin incrementar significativamente los costos.

### Para Diseñadores Gráficos

#### 1. Investigación de la cultura visual

Realizar una investigación exhaustiva sobre las características y la cultura visual del grupo objetivo antes de comenzar el diseño. Esto asegurará que las piezas gráficas sean relevantes y significativas para la audiencia.

#### 2. Jerarquía y simplicidad

Enfocarse en mantener una jerarquía visual clara y evitar la sobrecarga de detalles. La simplicidad en el diseño ayudará a comunicar los mensajes de manera más efectiva.

#### 3. Feedback continuo

Buscar retroalimentación continua durante el proceso de diseño. La evaluación periódica y los ajustes basados en los comentarios recibidos pueden mejorar significativamente la calidad del diseño final.

#### 4. Manual de imagen gráfica

Diseñar un manual de imagen gráfica detallada que sirva como guía para futuros proyectos. Este manual debe incluir directrices claras sobre el uso de tipografías, colores, íconos y otros elementos gráficos.



## Para la Unidad Académica de Graduación

### 1. Incorporar proyectos prácticos

Ofrecer proyectos prácticos que permitan a los estudiantes trabajar en diseños reales, como el diseño de imagen gráfica institucional para organizaciones como el CNA. Estos proyectos proporcionarán experiencia práctica y una mejor comprensión de los desafíos del mundo real.

### 2. Fomentar la innovación

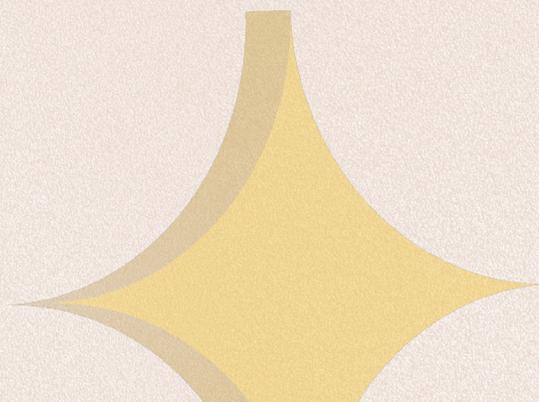
Incentivar a los estudiantes a explorar nuevas tendencias y tecnologías en el diseño gráfico. La innovación constante es clave para mantener la relevancia y la efectividad de las soluciones de diseño gráfico.

### 3. Feedback continuo

Buscar retroalimentación continua durante el proceso de diseño. La evaluación periódica y los ajustes basados en los comentarios recibidos pueden mejorar significativamente la calidad del diseño final.

### 4. Documentación y difusión de buenas prácticas

Crear y difundir documentación de buenas prácticas basadas en proyectos exitosos. Compartir estas experiencias ayudará a futuros estudiantes a aprender de los éxitos y desafíos de proyectos anteriores.



# BIBLIOGRAFÍA

Administración. (2023, octubre 21). Cómo el diseño gráfico ayuda a mejorar la vida de personas con discapacidad y personas mayores - Señor Creativo. <https://senorcreativo.com/disenio-mejora-vida-personas-discapacidad/>

Agencia Ocote. (2024, julio 23). «Me engañaron, jamás regresé a mi hogar»: la historia de una adopción irregular de 1997. <https://www.agenciaocote.com/blog/2024/07/23/me-enganaron-jamas-regrese-a-mi-hogar-la-historia-de-una-adopcion-irregular-de-1997/>

Batista, L., Herrera, M. A. M., & Angulo Álvarez, C. (2021, enero 1). Diseño, ética y estética para transformar la realidad social. *Zincografía*, 5-23. <https://doi.org/10.32870/zcr.v0i9.85>

Centro de Análisis de las Decisiones Públicas (CADEP). (2023). La política de adopciones en Guatemala: cuando los efectos se convierten en causas. Universidad Francisco Marroquín. <https://cadep.ufm.edu/investigacion/la-politica-de-adopciones-en-guatemala-cuando-los-efectos-se-convierten-en-causas/>

COMACMI. (2024, enero). Protocolo. <https://conacmi.org/wp-content/uploads/2024/01/PROTOCOLO.pdf>

Comunicare. (2022, febrero 3). Ventajas y desventajas de la publicidad digital. Comunicare - Agencia de Marketing Online. <https://www.comunicare.es/ventajas-y-desventajas-de-la-publicidad-digital/>

Consejo Nacional de Adopciones. (s. f.). Adopción. <https://www.cna.gob.gt/Adopcion.php>

Consejo Nacional de Adopciones. (s. f.). Búsqueda de orígenes. <https://www.cna.gob.gt/BOes.php>

Consejo Nacional de Adopciones. (s. f.). Hogares de protección. <https://www.cna.gob.gt/Hogaresp.php>

Consejo Nacional de Adopciones. (s. f.). Madres en conflicto. <https://www.cna.gob.gt/Madres.php>

Consejo Nacional de Adopciones. (s. f.). Psicología. [Archivo privado].

Consejo Nacional de Adopciones. (s. f.). Somos. <https://www.cna.gob.gt/Somos.php>

Consejo Nacional de Adopciones (CNA). (2024, septiembre). Memoria de Labores 2011. <https://www.cna.gob.gt/Documentos/MemoriaLabores/ML2011.pdf>

Consejo Nacional de Adopciones (CNA). (2024, septiembre). Página principal. <https://www.cna.gob.gt/index.php>

Corvo, H. S. (2022, junio 15). Medios impresos. Lifeder. <https://www.lifeder.com/medios-impresos/>

Deividart. (2024, mayo 12). La investigación en diseño gráfico - La clave para un buen diseño. <https://www.deividart.com/blog/la-investigacion-en-diseno-grafico/>

Decreto 54-77. (1977). Ley Reguladora de la Tramitación Notarial de Asuntos de Jurisdicción Voluntaria. Diario de Centro América.

Diálogos. (s. f.). Niñas, niños y adolescentes: La violencia que persiste. <https://dialogos.org.gt/ninas-ninos-y-adolescentes-la-violencia-que-persiste-2/>

Díez, B. (2020, diciembre 4). Niños robados: “Mis padres adoptivos pensaron que habían hecho un acto de amor. Resultó ser un secuestro”. BBC. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-55025235>

Design Republik. (2024, septiembre). Diseño gráfico y responsabilidad social. <https://www.designrepublik.com/diseno-grafico-y-responsabilidad-social/>

Esquivel, C., & Esquivel, C. (2021, septiembre 21). 5 ventajas y desventajas de los medios digitales. ventaja5551 (blog). <https://ventajasydesventajas.top/medios-digitales/>

FAD. (2022). Diseño gráfico específico 2022. Facultad de Artes y Diseño, Universidad Nacional de Cuyo. <https://fad.uncuyo.edu.ar/upload/1disenograficoespecifico20221.pdf>

Farfán, M. (2024, julio 23). «Me engañaron, jamás regresé a mi hogar», la historia de una adopción irregular de 1997. Agencia Ocote; María Batz De León.

Gaitto Jorge. (2024, septiembre). La función social del diseño o el diseño al servicio social. [https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1853-35232018000400003](https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232018000400003)

Gaitto, J. (s. f.). La función social del diseño o el diseño al servicio social. [https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1853-35232018000400003](https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232018000400003)

Juan, Alicia. (2018, abril 27). ¿Qué papel juega el diseño gráfico en la sociedad? Gráfica. <https://grafica.info/diseno-grafico-wwd2018/>

La Política De Adopciones En Guatemala - CADEP. (2021, agosto 19). La política de adopciones en Guatemala. <https://cadep.ufm.edu/investigacion/la-politica-de-adopciones-en-guatemala-cuando-los-efectos-se-convierten-en-causas/>

MEMORIA VIRTUAL GUATEMALA. (2022, marzo 25). Adopciones ilegales. <https://memoriavirtualguatemala.org/adopciones-ilegales/>

Minima Blog. (s. f.). Ventajas y desventajas del branding para tu negocio. <https://blog.minima.es/ventajas-y-desventajas-del-branding-para-tu-negocio>

Organismo Judicial. (2019). Compilación de Normativa de la Niñez y de la Adolescencia de Guatemala: Actualizada hasta el 31 de julio de 2019 (1ª ed.). Centro Nacional de Análisis y Documentación Judicial (CENADOJ).

Organización Panamericana de la Salud (OPS). (s. f.). Violencia contra niñas, niños y adolescentes. <https://www.pah.org/es/tema/violencia-contra--niñas-nin>

Plaza Pública. (2017, noviembre 9). La increíble historia de Edmond Mulet y los niños que exportaba. <https://www.plazapublica.com.gt/content/la-increible-historia-de-edmond-mulet-y-los-ninos-que-exportaba>

Plaza Pública. (2021, octubre 27). Los niños que el Ejército se llevó II. <https://www.plazapublica.com.gt/content/los-ninos-que-el-ejercito-se-llevo-ii>

Pontis, S. (s. f.). Qué es el diseño de información. FOROALFA. [https://foroalfa.org/articulos/que-es-el-diseno-de-informacion?srsltid=AfmBOooAdjfQ16WDLEpDDGllwOBIN0UpGiSRWDMaUNv1A66dULrD\\_013b](https://foroalfa.org/articulos/que-es-el-diseno-de-informacion?srsltid=AfmBOooAdjfQ16WDLEpDDGllwOBIN0UpGiSRWDMaUNv1A66dULrD_013b)

Procuraduría General de la Nación (PGN). (2024, julio 18). Casi 600 niñas, niños y adolescentes han sido rescatados por maltrato. <https://pgn.gob.gt/2024//07/18/casi-600-niñas-niños-y--adolescencia-Ja-sido-rescatados-p-maltr>

Santizo, J. (2023, agosto 11). PGN ha rescatado a 2067 niños este año. <https://dca.gob.gt/noticias-guatemala-diario-centro-america/pgn-ha-rescatado-a-2067-ninos-este-ano/>

UNESCO Instituto Internacional de Planeamiento de la Educación (IIPE). (2023). Decreto 27-2003: Ley de Protección Integral de la Niñez y Adolescencia (PINA). Sistema de Información de Tendencias Educativas en América Latina (SITEAL). <https://siteal.iiep.unesco.org/bdnp/305/decreto-272003-ley-proteccion-integral-ninez-adolescencia-pina>

Unicef Guatemala. (2023, noviembre 2). Quiero que no sienta miedo nunca más. <https://www.unicef.org/guatemala/historias/quiero-que-no-sienta-miedo-nunca-más>

Unicef Guatemala. (s. f.). Un hogar no reemplaza a la familia. <https://www.unicef.org/gu/historias/un-hogar-no-reemplaza-la-familia>

Villegas, A., & Villegas, A. (2024, abril 15). El arte de lo visible: Cómo el diseño gráfico moldea nuestro mundo. Politécnico Intercontinental. <https://www.politecnicointercontinental.com/blog/2024/04/15/el-arte-de-lo-visible-como-el-diseno-grafico-moldea-nuestro-mundo/>



# ANEXOS

## Anexo 1 Características grupo objetivo

En la gestión del diseño de imagen gráfica para el Consejo Nacional de Esta tabla muestra las características del grupo objetivo por medio de una encuesta en el CNA.

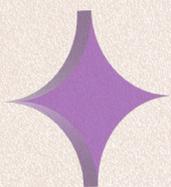
Rango de edades	18 - 29	30-39	40-49	50-59	60 en adelante
	11	81	62		1

A que se dedican	Trabajo formal	Inforal	Jubilado
	31	61	

Nacionalidad	Guatemalteca
	38

Genero	FemeninoM	asculino
	22	16

Departamento	Guatemala	Chimaltenango	Sacatepéquez
	35	21	



## Anexo 2 Costos del proyecto de graduación

En la gestión del diseño de imagen gráfica para el Consejo Nacional de Esta tabla muestra las características del grupo objetivo por medio de una encuesta en el Consejo Nacional de Adopciones.

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	PRECIO	TIEMPO	TOTAL
<b>MOBILIARIO</b>				
Área de trabajo	3	Q.95.00	meses	Q.462.00
Silla	3	Q.42.00	meses	Q.126.00
Luz	3	Q.345.00	meses	Q.1,035.00
Internet residencial	3	Q.250.00	meses	Q.750.00
Plan de celular	3	Q.225.00	meses	Q.675.00
<b>TOTAL</b>				<b>Q.2,865.00</b>
<b>EQUIPO DEPRECIACIÓN</b>				
Laptop	3	Q.660.00	meses	Q.1,980.00
Mouse	3	Q.17.00	meses	Q.51.00
Celular	3	Q.141.00	meses	Q.423.00
Audífonos	3	Q.23.00	meses	Q.69.00
Tableta gráfica	3	Q.84.00	meses	Q.252.00
Impresora Multifuncional	3	Q.125.00	meses	Q.375.00
<b>TOTAL</b>				<b>Q.3,150.00</b>
<b>LIBRERÍA</b>				
Hojas bond	1	Q.42.00	trimestre	Q.42.00
Lápiz	1	Q.6.00	trimestre	Q.6.00
Borrador	1	Q.10.00	trimestre	Q.10.00
Sacapuntas	1	Q.6.00	trimestre	Q.6.00
Lapiceros	1	Q.7.00	trimestre	Q.7.00
Crayones	1	Q.85.00	trimestre	Q.85.00
Marcadores	1	Q.95.00	trimestre	Q.95.00
Post it	1	Q.54.00	trimestre	Q.54.00
<b>TOTAL</b>				<b>Q.305.00</b>
<b>SOFTWARE Y APPS</b>				
Google Workspace	1	Q.0.00	año	Q.0.00
Microsoft office	1	Q.260.00	año	Q.260.00
Adobe Creative Cloud	3	Q.160.00	meses	Q.480.00
IA (inteligencia artificial)	1	Q.226.00	mes	Q.226.00
<b>TOTAL</b>				<b>Q.966.00</b>
<b>TRANSPORTE</b>				
Transporte público	65	Q.30.00	días	Q.1,950.00
<b>TOTAL</b>				<b>Q.9,236.00</b>

## Anexo 3 | hoja de observación 1

Se presenta la hoja de observación de la película Marca de Vida.

**Título de la Película:** Marca de Vida

**Fecha de Observación:** agosto 2024

**Hora de Inicio:** 9:00 am **Hora de Finalización:** 11:00 a.m.

**Lugar de Observación:** residencia

**Nombre del Observador:** Yenifer Monroy

**Fuente:** Netflix

**Título original:** idioma ingles Lifemark

**Año de estreno:** 2022

**Duración:** 110 min.

**País:** Estados Unidos Estados Unidos

**Dirección:** Kevin Peeples

**Guion:** Kevin Peeples

**Música:** Kyle McCuiston **Fotografía:** Bob Scott

**Compañías:** Kendrick Brothers

**Género:** drama | Basado en hechos reales. Familia. Adopción

### Sinopsis

David, un joven de 18 años que ha vivido felizmente con su familia adoptiva desde que era un bebé, ve su vida dar un giro inesperado cuando su madre biológica expresa el deseo de conocerlo. Con el apoyo de sus padres adoptivos, David se embarca en un viaje de autodescubrimiento que lo lleva a descubrir una sorprendente verdad sobre su pasado.

Mensaje o Moraleja:

llamaron su atención las historias detrás de cada personaje, especialmente cómo los padres adoptivos, después de la pérdida de un hijo, sienten desconsuelo y miedo de enfrentar otra pérdida. A pesar de varios intentos de adoptar, el proceso ha sido difícil. David, el bebé adoptado, lleva una vida “normal” y no oculta su adopción a sus allegados, aunque no considera relevante mencionarlo en público. La conexión y cotidianidad con su familia adoptiva es natural y respetuosa. Cuando llega la notificación de que la madre biológica quiere conocerlo, se revela otra historia: la madre biológica siempre ha pensado en él y ahora busca volver a verlo, dejando la decisión en manos del niño adoptado. Estas historias muestran cómo la familia adoptiva ha apoyado y brindado una vida digna y amorosa a David.

## Anexo 4 | hoja de observación 2

Se presenta la hoja de observación del video 1 testimonial.

**Fecha de Observación:** agosto 2024

**Lugar de Observación:** You Tube

**Nombre del Observador:** Yenifer Monroy

**Contexto del Testimonio:** la entrevista se realiza a personas que ya adoptaron y de los niños y niñas adoptables

**Duración del Video:** 3:57

**Emociones Transmitidas:**

tristeza, resignación, admiración, empatía, felicidad.

**Fuente:** <https://www.youtube.com/watch?v=azm09brtg-k&t=19s>

**Reflexiones Personales:**

**Testimonio 1**

Causó tristeza escuchar la frase “mis hermanos fueron adoptados ya está, soy grande no creo que yo tenga la posibilidad” al ver la tristeza en su rostro. Observó cómo la madre adoptiva consideró la historia de la niña para tomar la decisión de adoptarla y cómo se presenta simplemente como “mamá” y no como “mamá adoptiva” o “quien la adoptó”. A pesar de que sus hermanos y ella fueron separados, lograron convertirse en una familia. La frase “estoy aprendiendo lo que es una familia” muestra el panorama que se abre ante la posibilidad de ser adoptado y formar parte de un vínculo afectivo fundamental para las personas.

**Testimonio 2**

En este testimonio, se menciona cómo la relación entre padres e hijos se trabaja, haciendo una semejanza entre un hijo biológico e hijos adoptados, indicando que no hay diferencia. Encontraron interesante cómo esta perspectiva refuerza la idea de que el vínculo afectivo no depende de la biología.



## Anexo 5 | hoja de observación 3

Se presenta la hoja de observación de la serie I AM A KILLER.

**Título de la serie:** I AM A KILLER – Soy un asesino

**Fecha de Observación:** agosto 2024

**Lugar de Observación:** Netflix

**Nombre del Observador:** Yenifer Monroy

**Contexto:** docuserie con reclusos condenados a muerte que cuentan sus historias y sus crímenes en primera persona.

**Duración:** 5 temporadas

**Emociones Transmitidas:**

enojo, impotencia, tristeza, indignación, empatía, misericordia y agradecimiento

**Reflexiones Personales:**

aunque esta serie a simple vista no parecía estar relacionada con temas de adopción, se pudieron observar factores clave en las biografías de los reclusos condenados a muerte, mostrando cómo el círculo familiar influye significativamente en sus actos. Al enfrentarse a la institucionalización en casas hogares, muchos niños fueron rechazados por padres adoptivos que tomaron la decisión sin entender las responsabilidades que implicaba. Este rechazo y el regreso a los hogares generaron heridas profundas en los niños, quienes solo necesitaban amor y un hogar estable. Este derecho y anhelo les fueron negados, lo que afectó profundamente sus vidas. Sin embargo, se evidenció que incluso al final de sus vidas, la cercanía de personas y el amor recibido en la cárcel podían provocar cambios significativos en los reclusos.

## Anexo 6 | Perfil de Experto del Diseño 1

Licenciado en Diseño gráfico | Actualmente Director Creativo

Experiencia de 10 años en conceptualización y gestión de proyectos 360°, trabajando en agencias y multinacionales

**observaciones:**

las observaciones realizadas incluyen la necesidad de ajustar el tono del naranja oscuro, que pierde peso visual, y bajar su intensidad. Se deben cuidar los espacios en blanco y la cantidad de elementos en la composición para evitar una sobrecarga visual. Además, es importante no sobrecargar los detalles visuales para evitar el ruido. En cuanto al tema de la adopción en Guatemala, el concepto propuesto se adapta bien al grupo objetivo y genera interés al estar a la vanguardia. También es crucial enfatizar el proceso de adopción y asegurar que los elementos gráficos de las líneas en los extremos no estén demasiado cargadas.



## Anexo 7 | Perfil de Experto del Diseño 2

Aytor José Torres Contreras

Licenciado en Diseño Gráfico | Actualmente Diseñador Gráfico

Maestría en Marketing Digital, con experiencia en desarrollo de conceptos de diseño en función de objetivos estratégicos, diseños corporativos, publicitarios, identidad de marca y de redes sociales.

Observaciones

la tipografía del título es efectiva para captar la atención, mientras que la tipografía del cuerpo de texto facilita la lectura del resto de la información. Es fundamental resumir el contenido y buscar combinaciones de colores que fusionen tonos fuertes con colores pastel, reflejando tanto el dinamismo como la inocencia infantil. Asimismo, se debe apelar a lo sentimental, asegurando que cada color tenga su correspondiente tono pastel. Se sugiere reducir la cantidad de elementos en las infografías para evitar distracciones, así como agrandar los íconos y seleccionar únicamente los necesarios. Además, se recomienda explorar el uso de opacidades para añadir dinamismo y movimiento a la diagramación. El proyecto es interesante, destacando la elección del tema de la institución, la línea gráfica y el impacto visual que generan intención y curiosidad sobre el proceso de adopción.

## Anexo 8 | Perfil de Experto del Diseño 3

Nicolas Alejandro bolaños collado | diseñador industrial

Diseñador en Gestión de proyectos y Experto en materiales impresos

Diseñador industrial dedicado a planos constructivos, modelos 3D y preparación de artes para corte láser e impresión, manejo de proyectos en la realización de los artes para producción. Experto en materiales impresos para todo tipo de proyectos, de diseño, publicidad y construcción.

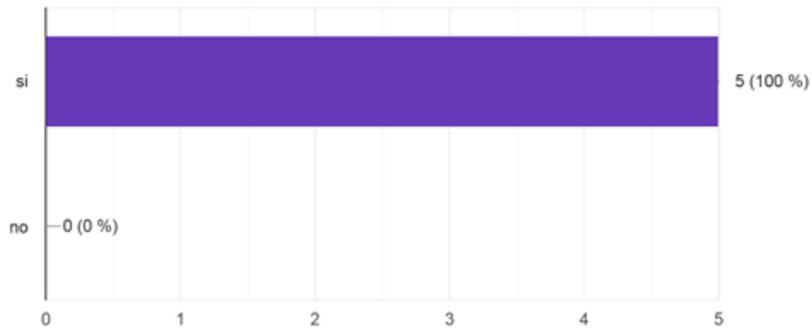
Observaciones

las infografías sobre el proceso de adopción son una herramienta valiosa para comunicar información de manera clara y visual. Incluir testimonios de niños en estas infografías puede agregar un toque emocional y personal, humanizando el proceso. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la impresión de infografías a todo color puede resultar costosa, por lo que se debe evaluar el presupuesto disponible. Además, al utilizar formatos grandes, las líneas pueden perder definición y claridad, lo que puede afectar la legibilidad. A pesar de estos desafíos, el proyecto se destaca por su originalidad, ofreciendo un enfoque fresco y creativo sobre un tema tan importante.

## Anexo 9 | herramienta de validación grupo objetivo

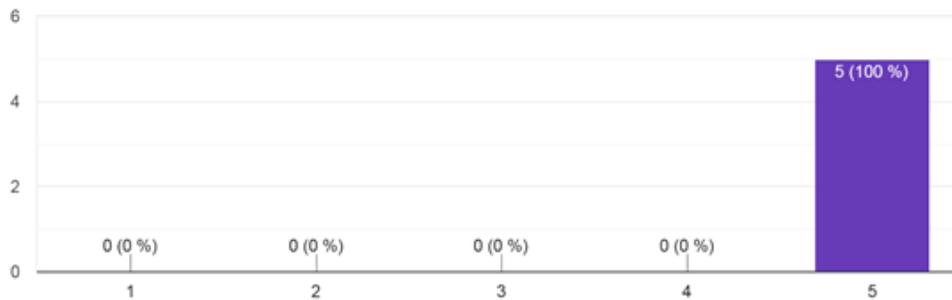
1. ¿Te parece que los colores utilizados son dinámicos y adecuados para la institución?

5 respuestas



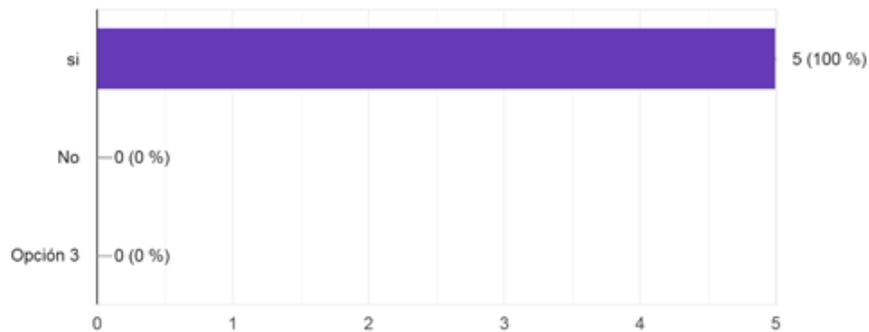
2. ¿del 1 al 5 qué tan legible te parecen las tipografías utilizadas en los diferentes elementos del diseño?

5 respuestas

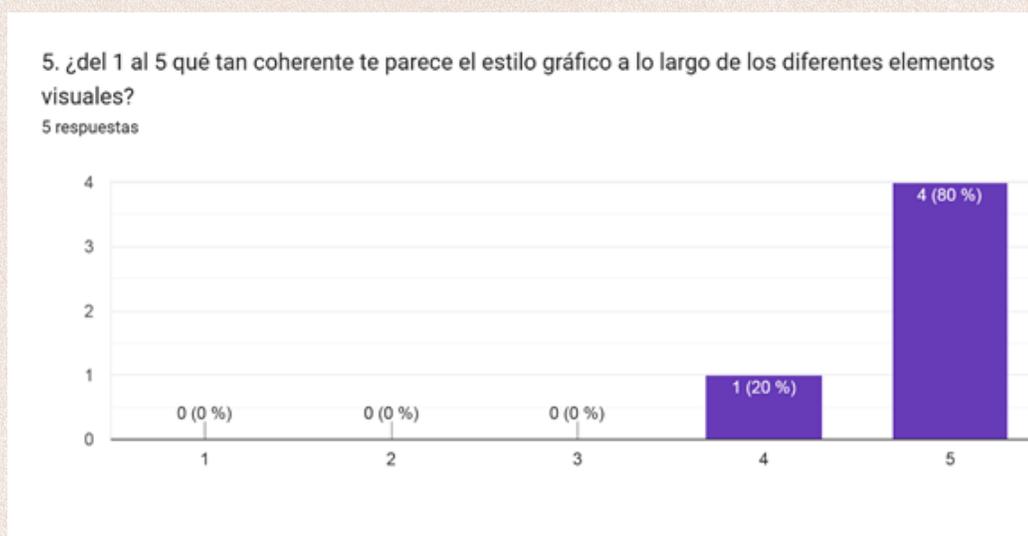


3. ¿Consideras que los gráficos e imágenes utilizados son apropiados para el tipo de institución?

5 respuestas



4. ¿El diseño te genera interés o curiosidad por conocer más sobre la institución?
1. Sí
  2. Sí
  3. Sí
  4. Sí porque la imagen utilizada de un niño corriendo con el título del sueño me provoca curiosidad al saber qué es lo que se propone en el sueño del niño y cuál es el objetivo a alcanzar.
  5. Sí, me parece muy atractivo y hace que vea CNA más accesible.



6. ¿Qué aspectos del diseño mejorarías para que sea más atractivo o efectivo?
1. No nada
  2. Todo lo veo bien
  3. Mejorar la justificación de textos
  4. Imagen mamá comunicación negativa enfatizar más en la ayuda brindada, contrario al concepto, colocar las imágenes en distintos modos de cada red social
  5. Considerar si en donde dice soy David, vale más partir el texto en dos posts pares que no se sature tanto. Pero así podría funcionar también.

## Anexo 10 | Costos de la producción gráfica

Se detallan los gastos realizados para la elaboración de la Imagen Gráfica para el Consejo Nacional de Adopciones.

Descripción	Costo/hora individual	Horas de trabajo /cantidad	total
<b>Insumos</b>			
Energia	Q 1.50	308 horas	Q 462.00
Internet	Q 1.40		Q 431.00
Teléfono	Q 0.50		Q 154.00
Celular	Q 0.50		Q 154.00
Libreria	Q 352	1 mes	Q 373.00
Teclado mouse	Q 0.50	68 días	Q 34.00
Laptop	Q 16.00		Q 1088.00
Impresora	Q 1.00		Q 68.00
Tableta gráfica	Q 2.50		Q 170.00
Transporte	Q 12.00		Q 816.00
Programas de Adobe	Q 0.60		Q 40.00
Progrmas de Ai	Q 0.60		Q 40.00
Microsoft Office	Q 2.50		Q 170.00
Subtotal			Q 4,000,00
<b>Servicio Técnicos</b>			
Transcripción de textos	Q 9.00	64 min	Q 600.00
ilustración vectorial	Q 2,000.00	4	Q 8,000.00
Bocetos de personajes	Q 667.00	3	Q 2,000.00
paquete de Mockup	Q 13,500.00	1 Servicio	Q 3,000.00
Diagramación editorial	Q 46,00	22 páginas	Q 1,000.00
Diseño de Marca	Q 13,500.00	1 Servicio	Q 13,500.00
Diseño de folder	Q 500.00	1 arte	Q 500.00
Diseño de parrilla de contenidos	Q 750.00	4 Por red social	Q 3,000.00
T	Q 2,400.00	1 Servicio	Q 2,400.00
Subtotal			Q 34,000,00
<b>Servicio Profesionales</b>			
Definición creativa	Q 80 por día	5 días	Q 400.00
Desarrollo de brief		2 días	Q 160.00
Proceso de conceptualización		6 días	Q 480.00
Bocetaje		7 días	Q 560.00
Digitalización de piezas		8 días	Q 640.00
Validación con profesionales		2 días	Q 160.00
Corecciones y cambios		16 días	Q 1280.00
Validaciones		4 días	Q 320.00
Subtotal			Q 4,000,00
<b>TOTAL</b>			
Insumos			Q 4,000,00
Servicios técnicos			Q 34,000,00
Servicios profesionales			Q 4,000,00
Total			Q 42,000,00



## Anexo 11 Costos de reproducción de la pieza diseñada

Se muestra a detalle las cotizaciones realizadas en 3 agencias

Agencia	Paquete	PRECIO MENSUAL
<b>De gaute gt</b> 5017-9617 Km. 15.5 a El Salvador Condominio Montelimar #22 Sta. Catarina Pinula, Guatemala 01051	<b>Objetivo:</b> aumentar la audiencia y la visibilidad de tu marca Community manager a cargo de tus redes sociales Diseño, publicación y administración de 10 Posts @ Q 115 c/u mensuales <b>Reporte de rendimiento mensual</b> <b>Redes:</b> Facebook, Instagram, Twitter, youtube Incluye promoción de los posts (pago directo a Meta) para mayor alcance: Q 500*	Q 1650
<b>Social Media</b> 4465-2895	<b>Redes sociales</b> Facebook, X / Twitter , Tik Tok. 10 diseños al mes, 3 reels, 3 histories al mes, 4 puatas publicitarias, Q 300en pautas redes sociales, informe de resultados mensual, cobertura audiovisual mensual	Q 5,130
Multimedia Publicidad 4143-2339 12 CALLE 1-25, z. 10 Edif. Géminis 10 Of. 305	Ideal para la pequeña y mediana empresa que requieren mayor interacción en redes sociales sin mayor inversión 15 posts + 10 historias + 6 reels 15 días de publicación/mes Uso de #Hashtags virales para posicionar el negocio Creación de copy Reportes mensuales Calendarización mensual Incluye las 3 redes sociales principales FB, IG y Tiktok Monitoreo en tiempo real de la campaña y optimización de la misma. Manejo de presupuesto de publicidad de 0-Q 5,500	Q 3,650

*Lilian Patricia Guzmán Ramírez*

Licenciada en Letras por la USAC  
Colegiada activa 7596

patricia.guzman2014@gmail.com  
Cel.: 55652717

Guatemala, 6 de octubre de 2025

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

Estimado señor Decano:

Por este medio hago de su conocimiento que he realizado la revisión de estilo, ortografía y redacción del proyecto de graduación: **“DISEÑO DE IMAGEN GRÁFICA INSTITUCIONAL PARA EL CONSEJO NACIONAL DE ADOPCIONES -CNA- DE LA CIUDAD DE GUATEMALA”** de la estudiante **YENIFER PAOLA MONROY HUIT**, quien se identifica con carné **201902063** de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala para obtener el título de Diseñadora Gráfica en el grado académico de licenciatura.

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,

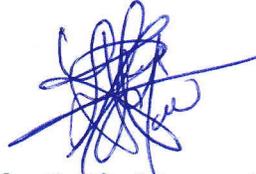


Lic. Lilian Patricia Guzmán Ramírez  
Licenciada en Letras  
Colegiada 7596

*Lilian Patricia Guzmán Ramírez*  
LCDA. EN LETRAS  
COLEGIADA No. 7596

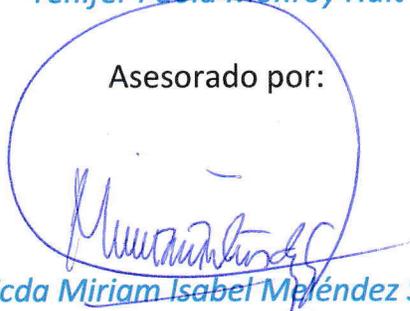
**"Diseño de imagen gráfica institucional para el Consejo Nacional de Adopciones  
-CNA- de la ciudad de Guatemala"**

Proyecto de Graduación desarrollado por:



*Yenifer Paola Monroy Huit*

Asesorado por:



*MSc. Licda Miriam Isabel Meléndez Sandoval*



*MSc. Licda Ileana Del Carmen Reina Ramírez*



*Lic. Rudy Orlando González Zepeda*

Imprímase:

**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**



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



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



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