

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



Diseño de estrategia de concientización para la prevención de la desnutrición infantil dirigida a padres de familia del municipio de Puerto Barrios, en el departamento de Izabal: proyecto elaborado para el programa «Un Milagro por Guate», impulsado por Fundación Azteca Guatemala.

Proyecto de Graduación desarrollado por:

Cinthia Marbella García Hernández

Previo a optar al título de:
Licenciada en Diseño Gráfico



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

**Diseño de estrategia de concientización para la prevención
de la desnutrición infantil dirigida a padres de familia del
municipio de Puerto Barrios, en el departamento de Izabal:
proyecto elaborado para el programa «Un Milagro por
Guate», impulsado por Fundación Azteca Guatemala**

Proyecto de Graduación desarrollado por:

Cinthia Marbella García Hernández

Previo a optar al título de:
Licenciada en Diseño Gráfico

«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»

Guatemala, agosto 2026

Junta Directiva

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano

Msc. Licda. 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

Arq. Francisco Ronaldo Herrarte Gonzalez
Secretario Académico

Tribunal Examinador

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano

Msc. Luis Gustavo Jurado Duarte
Examinador

M.Ed. Cindy Gabriela Ruano Palencia
Examinador

Arq. Francisco Ronaldo Herrarte Gonzalez
Secretario Académico

Agradecimientos

A Dios, por permitirme culminar esta etapa tan significativa de mi vida, por fortalecerme en los momentos de cansancio, guiarme con sabiduría y recordarme que sus promesas no fallan.

A mis padres, Samuel García y Ruth Noemí Hernández, por su amor incondicional, por su entrega y por ser mi mayor apoyo. Gracias por creer en mí incluso cuando dudé, por motivarme a avanzar y por recordarme que siempre estarán para mí. Este triunfo también es de ustedes.

A mi abuelita Medarda Calderón, por ser mi inspiración, por sus consejos llenos de cariño y por acompañarme con palabras que siempre me brindaron consuelo y fortaleza.

A mis hermanos, por su apoyo y por animarme a soñar en grande. Gracias por compartir conmigo la ilusión de construir un futuro próspero juntos.

A mis amigos, por acompañarme en este recorrido, por las risas que aliviaron las cargas y por hacer de los días difíciles momentos más ligeros y llevaderos.

A Fundación Azteca Guatemala, por brindarme la oportunidad de trabajar con ustedes y por todo el apoyo que me permitió crecer tanto personal como profesionalmente.

A mis catedráticos y asesores, por su paciencia, su dedicación y por las enseñanzas que dejaron huella. Y a la Universidad de San Carlos de Guatemala, por abrirme las puertas a una educación superior que transformó mi vida y mi manera de ver el mundo.

A todos, gracias por ser parte de este camino. Llevaré su apoyo siempre conmigo.

Índice

Introducción	12
---------------------	-----------

01 Planteamiento del proyecto **13**

1.1 Antecedentes	14
1.2 Definición y delimitación del problema	15
1.3 Justificación del proyecto	16
1.3.1 Trascendencia del proyecto	16
1.3.2 Incidencia del diseño gráfico	17
1.3.3 Factibilidad del proyecto	17
1.4 Objetivos	18
1.4.1 General	18
1.4.2 Específicos	18

02 Perfiles **19**

2.1 Perfil de la institución	20
2.1.1 Fundación Azteca Guatemala	20
2.1.2 Características del sector social	20
2.1.3 Historia	20
2.1.4 Misión	21
2.1.5 Visión	21
2.1.6 Valores	22
2.1.7 Objetivos de Un Milagro por Guate	22
2.1.8 Fuentes de financiamiento	22
2.1.9 Servicios	23
2.1.10 Cobertura	23
2.1.11 Identidad y comunicación visual	24
2.2 Perfil del grupo objetivo	26
2.2.1 Población universo	26

03 Planeación operativa **29**

3.1 Flujograma	30
3.2 Cronograma	33
3.3 Prevención de costos	35

04 Marco teórico **37**

4.1 Desnutrición infantil	38
4.1.1 La desnutrición	38
4.1.2 Clasificación de la desnutrición	39
4.1.3 La desnutrición, el enemigo más grande de la niñez	39
4.1.4 Causas principales	40
4.1.5 La desnutrición cambia la vida de los niños	41
4.1.6 Una mirada histórica	41
4.1.7 Desnutrición infantil en Guatemala	42
4.1.8 Un problema que persiste	43
4.1.9 ¿Cómo afecta la desnutrición a la sociedad?	44
4.1.10 Conclusión	44
4.2 El diseño gráfico como herramienta de cambio social	45
4.2.1 El surgimiento del diseño gráfico	46
4.2.2 El desarrollo del diseño gráfico en Guatemala	47
4.2.3 Una herramienta que transforma	48
4.2.4 El poder del diseño gráfico	49
4.2.5 Conclusión	50
4.3 Diseño gráfico con propósito	50
4.3.1 Concientización social a través del diseño gráfico	51
4.3.2 Concientizar para prevenir	51
4.3.3 Iniciativas de concientización	52
4.3.4 Herramientas visuales para prevenir	53
4.3.5 Aspectos clave para el diseño de materiales gráficos enfocados en la salud	53
4.3.6 Conclusión	54

05 Definición creativa

55

5.1 Brief de diseño	56
5.1.1 Información del cliente	56
5.1.2 Actividad de la institución	56
5.1.3 Programas de la Institución	56
5.1.4 Instituciones análogas	57
5.1.5 Proyecto a desarrollar	57
5.1.6 Objetivo de diseño	57
5.1.7 Descripción del proyecto	57
5.1.8 Presupuesto	57
5.1.9 Restricciones	58
5.1.10 Grupo objetivo	58
5.1.11 Mensaje a transmitir	58
5.2 Referencias visuales	58
5.2.1 Referente cromático	58
5.2.2 Referente tipográfico	59
5.2.3 Referente de tratamiento de imagen	59
5.3 Estrategia	60
5.3.1 ¿Qué?	60
5.3.2 ¿Para qué?	60
5.3.3 ¿Con qué?	60
5.3.4 ¿Con quiénes?	60
5.3.5 ¿Cuándo?	60
5.3.6 ¿Dónde?	60
5.4 Concepto creativo	61
5.4.1 Provocación	61
5.4.2 Mapa mental	62
5.4.3 Analogías	63
5.4.4 Concepto seleccionado	63
5.5 Premisas de diseño	64
5.5.1 Paleta de color	64
5.5.2 Tipografía	64
5.5.3 Tratamiento de imagen	65
5.5.4 Fotografía	65
5.5.5 Formato	66

06 Producción gráfica

67

6.1 Nivel de visualización 1	68
6.1.1 Propuesta n.º 1	68
6.1.2 Propuesta n.º 2	68
6.1.3 Propuesta n.º 3	69

6.1.4 Autoevaluación	69
6.1.5 Observaciones por estudiantes de décimo	70
6.2 Nivel de visualización 2	70
6.2.1 Validación con profesionales de diseño gráfico	71
6.2.2 Observaciones del grupo focal	71
6.2.3 Observaciones recibidas por estudiantes de décimo ciclo	72
6.3 Nivel de visualización 3	72
6.3.1 Validación con institución	73
6.3.2 Observaciones del grupo focal	73
6.3.3 Validación con el grupo objetivo	73
6.3.4 Observaciones del grupo focal	74
6.3.5 Observaciones recibidas por estudiantes de décimo ciclo	74
6.4 Resultados finales	75
6.5 Fundamentación técnica	88
6.5.1 Formato	88
6.5.2 Retícula	89
6.5.3 Código cromático	90
6.5.4 Código tipográfico	91
6.5.5 Código icónico-visual	92
6.5.6 Código lingüístico	93
6.6 Lineamientos de la puesta en práctica	93
6.6.1 Componentes del proyecto	93
6.6.2 Especificaciones técnicas	93
6.6.3 Condiciones de uso	94
6.6.4 Condiciones de reproducción	97
6.7 Aporte económico del estudiante	98

07 **Síntesis del proyecto** **99**

Conclusiones	100
Recomendaciones	100
Lecciones aprendidas	102

Referencias **104**

Índice de figuras

Figura 1. Un Milagro por Guate entrega de Manna pack rice	12
Figura 2. Un Milagro por Guate madre e hija	15
Figura 3. Un Milagro por Guate colaboradores	18
Figura 4. Un Milagro por Guate entrega de suministros	20
Figura 5. Directora regional FAZGUA	21
Figura 6. Logo Un Milagro por Guate, FAZGUA	22
Figura 7. Rotulo Un Milagro por Guate, FAZGUA	22
Figura 8. Publicación Un Milagro por Guate Puerto Barrios	23
Figura 9. Publicación Un Milagro por Guate Morales	23
Figura 10. Publicación Un Milagro por Guate Rio Banco	23
Figura 11. Publicación familias beneficiadas	23
Figura 12. Publicación Plantel Azteca	23
Figura 13. Madre sosteniendo bebé	24
Figura 14. Mujer sosteniendo niña	33
Figura 15. Flujograma	30
Figura 16. Niña beneficiaria	34
Figura 17. Retrato de niño latinoamericano	37
Figura 18. Retrato de hermanos en el pueblo	38
Figura 19. Niños felices en el campo	41
Figura 20. Retrato de niño	42
Figura 21. Composición tipográfica	44
Figura 22. Entrega de alimentos	47
Figura 23. Peso y medidas de niños	49
Figura 24. Familia beneficiaria sonriendo	52
Figura 25, 26 y 27. Colores	56
Figura 28, 29 y 30. Tipografías	57
Figura 31, 32 y 33. Ilustraciones <i>flat</i>	57
Figura 34. Mapa mental	60
Figura 35. Paleta de color	62
Figura 36. Premisa tipográfica	62
Figura 37, 38 y 39. Tratamiento de imagen	63
Figura 40, 41 y 42. Tratamiento de fotografía	63
Figura 43, 44 y 45. Formatos	64
Figura 46. Boceto 1	66
Figura 47. Boceto 2	66
Figura 48. Boceto 3	67
Figura 49. Autoevaluación	67
Figura 50. Digitalización de bocetos	67
Figura 51, 52 y 53. Nivel de visualización 2	68
Figura 54. Grupo focal diseñadores	69

Figura 55, 56 y 57. Nivel de visualización 3	70
Figura 58. Grupo focal institución	71
Figura 59. Grupo focal institución 2.	71
Figura 60. Fachada centro nutricional Un Milagro por Guate	72
Figura 61. Grupo focal beneficiarios	72
Figura 62, 63 y 64. Resultado definitivo	73
Figura 65. Volantes informativos	73
Figura 66 y 67. Volantes informativos 1	74
Figura 68, 69 y 70. Trifoliales recetarios	75
Figura 71 y 72. Afiches infografías	76
Figura 73. Afiches infografías 2	77
Figura 74. 1er folleto grapado	78
Figura 75, 76, 77 y 78. 1er folleto grapado vistas	79
Figura 79 y 80. 2do folleto grapado	80
Figura 81, 82 y 83. 3er folleto grapado	81
Figura 84. banners informativos	82
Figura 85, 86 y 87. Artes estáticos serie 1	83
Figura 88, 89, 90 y 91. Artes estáticos serie 2	84
Figura 92 y 93. Artes estáticos serie 3	85
Figura 94. Formatos	86
Figura 95. Retículas	87
Figura 96. Código cromático	88
Figura 97. Código tipográfico	89
Figura 98. Código icónico-visual	90
Figura 99. Piezas digitales planificación semanas 1-3	91
Figura 100. Piezas digitales planificación semanas 4-6	94
Figura 101. Piezas digitales planificación semanas 7 y 8	95

Índice de tablas

Tabla 1. 1er Cronograma	31
Tabla 2. 2do Cronograma	32
Tabla 3. Costos	33
Tabla 4. Aporte económico del estudiante	88

Introducción

Fundación Azteca Guatemala de Grupo Salinas, una organización sin fines de lucro, desarrolla el programa Un Milagro por Guate con el objetivo de reducir los índices de malnutrición en el país. Dicho programa proporciona alimentos a familias de recursos limitados y proporciona tratamiento especializado y seguimiento continuo en áreas vulnerables a través del Centro Nutricional Infantil Un Milagro por Guate, ubicado en Puerto Barrios, Izabal.

En un contexto donde Guatemala enfrenta una situación con altos índices de desnutrición infantil, impulsados por factores sociales y económicos relacionados con la pobreza y las desigualdades que afectan a miles de familias, Un Milagro por Guate representa un aporte significativo al desarrollo del país, ya que contribuye a mejorar las condiciones de salud, crecimiento y bienestar de la niñez.

Para fortalecer su impacto, se identificó la necesidad de orientar y sensibilizar a los padres de familia respecto a esta problemática mediante el uso de recursos gráficos. Por ello, este proyecto busca concientizar a los padres acerca de los signos de la desnutrición infantil y sus consecuencias en el futuro, así como promover hábitos de alimentación saludable a través de una estrategia que despierte su interés y fomente prácticas que mejoren su calidad de vida.

Este informe describe el proceso de investigación, planificación, desarrollo y ejecución de una estrategia de concientización para la prevención de la desnutrición infantil en Puerto Barrios, Izabal, dentro del programa Un Milagro por Guate impulsado por FAZGUA.

El contenido del proyecto se organiza en siete capítulos: el capítulo uno aborda el planteamiento del proyecto; el capítulo dos presenta el perfil de la institución y del grupo objetivo; el capítulo tres expone la planeación operativa; el capítulo cuatro desarrolla el marco teórico; el capítulo cinco define la propuesta creativa; el capítulo seis presenta la producción gráfica y sus niveles de visualización; y finalmente, el capítulo siete expone la síntesis del proyecto.

01

Capítulo 1

Planteamiento del proyecto

En el presente capítulo se presentan los antecedentes, la definición y delimitación del problema de comunicación visual, así como la justificación y los objetivos del proyecto.



1.1

Antecedentes

Guatemala es un país que cuenta con diversos y abundantes recursos naturales. No obstante, existe una lamentable desigualdad social y económica en la sociedad guatemalteca, la cual impide el desarrollo del país, afectando principalmente a los niños. Las condiciones desfavorables que enfrentan muchas familias han condenado a la infancia, presentando efectos de malnutrición, siendo la más alarmante la desnutrición crónica.

Según el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, UNICEF, Guatemala se encuentra en una situación alarmante; en el último lustro se ha observado un aumento de desnutrición crónica en niños menores de cinco años. Se ha detectado un alto porcentaje de desnutrición en la población escolar, indígena y habitantes de áreas rurales. De acuerdo con UNICEF, el país es el sexto país del mundo con peores cifras de desnutrición infantil.¹

Un artículo publicado por Prensa Libre revela que «Guatemala cerró el 2024 con 28 701 casos de desnutrición aguda en menores de cinco años y 83 fallecidos como resultado de la enfermedad».²

Según el Análisis CIF, Clasificación Integrada de la Seguridad Alimentaria en Fases de Inseguridad Alimentaria Aguda en Guatemala, publicado en agosto de 2024, se proyectó que entre marzo y mayo de 2025 más de 2.4 millones de personas enfrenten una crisis de inseguridad alimentaria. Los departamentos con mayor incidencia serán Alta Verapaz, Sololá, Chimaltenango, Chiquimula, Huehuetenango, y Totonicapán. En el caso de Izabal, se estima que 41 741 personas estarán en Fase 3 (crisis) y 4638 en Fase 4 (emergencia).

De acuerdo con un artículo publicado por el Grupo Banco Mundial, «la desnutrición compromete

el futuro del aspecto más importante para el desarrollo de un país: su capital humano, es decir, las personas que habitan en él. Al afectar sus conocimientos, habilidades y salud, estas no pueden desarrollar plenamente su potencial como miembros productivos de la sociedad.»³

El país enfrenta una situación preocupante, con un aumento de la desnutrición crónica en niños menores de cinco años durante los últimos cinco años.



Figura 1. Un Milagro por Guate entrega de Manna pack rice. Fuente: Municipalidad de Puerto Barrios

¹ «Desnutrición en Guatemala», UNICEF, acceso 19 de febrero del 2025, <https://www.unicef.es/noticia/desnutricion-en-guatemala>.

² José Manuel Patzán «Murieron 83 menores por desnutrición aguda en Guatemala en 2024, Prensa Libre, (enero 2025), <https://www.prensallibre.com/guatemala/comunitario/en-el-2024-mueren-83-menores-por-desnutricion>

³ Banco Mundial «Guatemala intensifica la lucha contra la desnutrición». Banco Mundial, 2019. Acceso 3 de agosto del 2025. <https://www.bancomundial.org/es/news>

La desnutrición en Guatemala es provocada por causas estructurales y socioeconómicas, desencadenando problemas de pobreza extrema en el país. La escasez, la inseguridad alimentaria y el mal manejo de fondos públicos para la educación y la salud, asimismo, la discriminación que enfrenta la población indígena, son parte fundamental de la problemática.

Los niños afectados por la desnutrición enfrentan restricciones físicas y cognitivas. En sus primeros años de vida, su desarrollo cerebral puede ser hasta un 40 % inferior al esperado, lo que afecta

en sus facultades de aprendizaje; y en su adultez, dificultades en integrarse al mercado laboral. Además, la desnutrición incide negativamente en el crecimiento económico y social de los países.⁴

Frente a esta situación, existen instituciones que contribuyen en la reducción de desnutrición en diferentes regiones, por ejemplo Fundación Azteca Guatemala, la cual busca combatir la desnutrición en niños por medio de su programa Un Milagro por Guate.

1.2

Definición y delimitación del problema

Fundación Azteca de Grupo Salinas es una organización sin fines de lucro que desarrolla programas sociales enfocados en educación, salud y ecología. Entre ellos se encuentra Un Milagro por Guate, una iniciativa que forma parte de la Gran Cruzada Nacional por la Nutrición, centrada en la distribución de raciones alimentarias y la promoción de la seguridad alimentaria en comunidades en situación de pobreza.⁵

A pesar del impacto positivo que tiene la iniciativa, que ha beneficiado a más de 5900 familias en seis departamentos del país, la Fundación enfrenta una limitación importante en el área de comunicación visual. Actualmente, no se desarrolla una estrategia gráfica educativa como parte integral del programa. Esta carencia ha sido identificada por el productor audiovisual institucional, quien expresó la necesidad de contar con profesionales del diseño gráfico para reforzar la dimensión comunicativa de las jornadas.⁶

La ausencia de piezas gráficas educativas que acompañen las entregas alimentarias y las actividades formativas genera una brecha de comprensión en el grupo beneficiario. Las familias atendidas no reciben información clara ni visualmente accesible sobre los objetivos del programa, los beneficios de los alimentos brindados, ni las prácticas adecuadas para mejorar su nutrición.

4 «Desnutrición en Guatemala», UNICEF, acceso 19 de febrero del 2025, <https://www.unicef.es/noticia/desnutricion-en-guatemala>.

5 FAZGUA, *Memoria de Labores 2024*, (fundacionazteca.com.gt, 2025).

6 Víctor Botón (productor audiovisual), en conversación con el autor, febrero 2025.

Esta situación afecta principalmente a los beneficiarios directos del programa, limitando su capacidad para apropiarse del contenido educativo e informativo que debería acompañar la asistencia alimentaria. Como consecuencia, se debilita el impacto a largo plazo de las acciones implementadas y se desaprovecha la oportunidad de generar cambios sostenibles en hábitos de alimentación y salud comunitaria.

El problema de comunicación visual se delimita a la necesidad de diseñar materiales gráficos educativos y de concientización que faciliten la comprensión, el aprendizaje y la participación activa de las familias beneficiarias del programa Un Milagro por Guate. Estos materiales deben estar orientados a sectores con niveles básicos de alfabetización y a originarios de zonas rurales con acceso limitado a información estructurada.

La ausencia de piezas gráficas educativas genera una brecha de comprensión en el grupo beneficiario.

1.3

Justificación

1.3.1 Trascendencia del proyecto

La desnutrición infantil es un problema crítico en Guatemala que afecta el desarrollo físico y cognitivo de los niños, con consecuencias irreversibles que comprometen su futuro.

El programa Un Milagro por Guate de Fundación Azteca Guatemala (FAZGUA) desempeña un papel fundamental en la lucha contra la desnutrición infantil mediante el suministro de alimentos para la recuperación nutricional de las familias. Para fortalecer su impacto, es esencial incorporar una estrategia de comunicación visual para concientizar sobre los riesgos de desnutrición infantil y promover hábitos de alimentación saludable en los beneficiarios.

Esta iniciativa no solo contribuirá a la reducción de la desnutrición infantil, sino que también aportará a la mejora de la calidad de vida de las familias. Contar con material visual adecuado facilitará la comprensión del problema, despertará el interés, evitará la desinformación y promoverá la adopción de hábitos alimenticios saludables y sostenibles.

1.3.2 Incidencia del diseño gráfico

Una estrategia de concientización sobre nutrición puede fomentar hábitos alimenticios adecuados en familias vulnerables que carecen de acceso a información confiable. El desarrollo de recursos informativos es clave para facilitar la comprensión y motivar a las familias a adoptar mejores prácticas nutricionales.

Sin una estrategia de comunicación efectiva se corre el riesgo de que los beneficiarios no logren mantener hábitos y prácticas de alimentación saludable a largo y mediano plazo, lo que limitaría el impacto del programa a corto plazo. Con un diseño adecuado se puede generar un cambio duradero, transformando la salud y el bienestar de las familias de manera sostenible.

Un ejemplo relevante es el programa Centros Nútreme de Fundación Puente, que demuestra cómo el uso de materiales visuales y educativos fortalece las competencias familiares y facilita cambios duraderos mediante una comunicación adecuada y clara.

1.3.3 Factibilidad del proyecto

La factibilidad del proyecto se sustenta en las condiciones institucionales favorables que brinda Fundación Azteca Guatemala, incluyendo acceso a información especializada, apoyo del centro nutricional y de la municipalidad de Puerto Barrios, así como recursos técnicos para el desarrollo gráfico. Además, la estructura del programa y sus alianzas estratégicas garantizan un entorno adecuado para una implementación eficiente, dentro de un plazo y recursos disponibles que aseguran el éxito de la propuesta.

Gracias a la formación del estudiante y el apoyo de tres asesores profesionales, se pretende asegurar una ejecución gráfica de calidad acorde a los objetivos establecidos.

Figura 2. Un Milagro por Guate madre e hija
Fuente: Municipalidad de Puerto Barrios



1.4

Objetivos

1.4.1 General

Apoyar al programa Un Milagro por Guate de Fundación Azteca Guatemala, con el fin de contribuir a la reducción de la desnutrición infantil mediante una estrategia de concientización dirigida a padres de familia del municipio de Puerto Barrios, Izabal.

1.4.2 Específicos

A. De Comunicación

Mostrar aspectos pertinentes a una alimentación saludable, con el fin de prevenir la desnutrición en el periodo de la primera infancia, a través de una estrategia de comunicación visual que sensibilice y fomente prácticas nutricionales saludables.

B. De Diseño

Diseñar materiales editoriales y digitales con el fin de comunicar de manera clara, empática y atractiva los mensajes educativos y de concientización de la estrategia, a través de recursos como volantes, afiches, folletos, infografías y materiales digitales.

El próximo capítulo aborda de manera detallada el perfil institucional del lugar donde se ejecuta el proyecto, junto con la descripción de las características del grupo objetivo, al cual se orienta la estrategia de concientización.

02

Capítulo 2

Perfiles

Se presenta la definición del perfil de Fundación Azteca Guatemala, acompañada de una descripción detallada del perfil del público objetivo al que está dirigido el proyecto, considerando sus características demográficas, geográficas, sociales y culturales.



2.1 Perfil del cliente



Figura 3. Un Milagro por Guate colaboradores
Fuente: Municipalidad de Puerto Barrios

2.1.1 Fundación Azteca Guatemala

Fundación Azteca de Grupo Salinas (FAZGUA) es una institución sin fines de lucro que promueve la transformación social y ambiental a través de múltiples programas a favor de la población guatemalteca, enfocados en tres ejes principales como son la educación, salud y ecología.⁷

2.1.2 Características del sector social

Fundación Azteca Guatemala se enfoca en mejorar la calidad de vida, mediante programas de impacto sostenible. El programa Un Milagro por Guate tiene como propósito integrarse a la Gran Cruzada por la Nutrición, en concordancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible: 1) Fin de la pobreza, 3) Salud y bienestar, y 10) Reducción de las desigualdades.

El programa opera a través de la entrega de miles de raciones alimentarias a familias en situación de mayor necesidad, fomentando la seguridad alimentaria en áreas impactadas por la pobreza.⁸

2.1.3 Historia

Desde 1997, Fundación Azteca de Grupo Salinas ha promovido la toma de conciencia y el cambio social y ambiental tanto al interior de Grupo Salinas como hacia la sociedad, mediante la responsabilidad social empresarial. Todas las empresas de Grupo Salinas y sus valores, la sociedad, instituciones y organizaciones son actores y pilares clave para el fomento y desarrollo de sus causas.

En 1999, fue reconocida a nivel mundial por la ONU con el Premio de la Sociedad Civil Viena como la organización más importante que trabaja en el campo de la prevención contra las drogas en el mundo, gracias a la exitosa campaña de salud Vive Sin Drogas.

En septiembre de 2008, se constituyó en el país, Fundación Azteca Guatemala, solo cuatro meses después de establecer Banco Azteca como parte de la estrategia de Grupo Salinas en Guatemala. Su objetivo es brindar a la población guatemalteca proyectos

⁷ FAZGUA, «Memoria de Labores 2024»

⁸ Fundación Azteca Guatemala, *Programa: Un milagro por Guate*, (Documentos internos, 2025).

Desde 1997, Fundación Azteca Guatemala ha promovido la toma de conciencia ambiental y el cambio social.

de esperanza en las áreas más afectadas y sectores más vulnerables. El grupo está integrado por diversas empresas comprometidas con Guatemala, como Banco Azteca, Elektra, TV Azteca Guate e Italika, que han apoyado sus proyectos. Más de 3,000 [sic] empleados y sus familias han sido voluntarios en sus campañas. Gracias a su transparencia y dedicación, han logrado que más instituciones del sector privado y del gobierno se sumen a su esfuerzo. Además, debido a su amplio alcance a nivel nacional, han podido llegar a toda la población.⁹

2.1.4 Misión

«Somos una organización independiente, transparente y con experiencia que impulsa la responsabilidad social, empresarial y la conciencia social a través de programas y proyectos para lograr la mayor transformación social y ecológica de Guatemala».¹⁰

A. Misión Un Milagro por Guate

«Proveer a las familias guatemaltecas beneficiadas, alimentos fortificados y de primera necesidad para que tengan acceso a una nutrición adecuada.»¹¹

2.1.5 Visión

«Ser una Fundación empresarial reconocida a nivel nacional e internacional como una organización referente y consciente que impacta positivamente a la sociedad guatemalteca a través de la ejecución de programas y proyectos sociales de educación, ecología y salud».¹²

A. Visión de Un Milagro por Guate

«Proporcionar alimento fortificado y de primera necesidad para fortalecer el adecuado desarrollo de los niños y la salud de las familias beneficiadas».¹³

9 FAZGUA, «Memoria de Labores 2024».

10 «Misión», fundacionazteca, acceso 6 de febrero del 2025, <https://www.fundacionazteca.com.gt>.

11 Fundación Azteca Guatemala, «Programa: Un milagro por Guate».

12 «Visión», fundacionazteca, acceso 6 de febrero del 2025, <https://www.fundacionazteca.com.gt>.

13 Fundación Azteca Guatemala, «Programa: Un milagro por Guate».

2.1.6 Valores

- Honestidad
- Lealtad a la empresa
- Pasión por el cliente
- Ejecución impecable
- Trabajo en equipo
- Mejora continua
- Confianza y respeto mutuo

2.1.7 Objetivos de Un Milagro por Guate por Guate

- Fomentar, a través del suministro de alimentos, una sana alimentación en las regiones beneficiadas.
- Prevenir enfermedades ocasionadas por la mala alimentación.
- Incentivar la participación de diferentes socios de negocio para alcanzar un mayor impacto.
- Disminuir la deserción estudiantil ocasionada por la malnutrición.
- Implementar, por medio del socio de negocio, un modelo de atención para la recuperación nutricional de pacientes que se encuentran en riesgo nutricional o desnutrición aguda moderada.¹⁴

2.1.8 Fuentes de financiamiento

A partir de la información recolectada de la memoria de labores 2024, se determinó que la institución obtiene fondos de diferentes fuentes: donaciones de instituciones, alianzas estratégicas con organizaciones quienes constantemente donan productos, como lo son Dos Pinos, Manna Rack Rice, Chispuditos, leche Australia y sobre todo, el conglomerado de Grupo Salinas.¹⁵



Figura 4. Un Milagro por Guate entrega de suministros
Fuente: Municipalidad de Puerto Barrios

¹⁴ Fundación Azteca Guatemala, «Programa: Un milagro por Guate».
¹⁵ FAZGUA, «Memoria de Labores 2024».

2.1.9 Servicios

Fundación Azteca Guatemala se enfoca en mejorar la calidad de vida, llevando esperanza a través de 15 programas de impacto sostenible, con acciones transparentes. Impulsan múltiples proyectos integrales a favor de la salud, nutrición, educación, proyectos productivos y protección al medio ambiente.

A. Un Milagro por Guate

El programa Un Milagro por Guate se centra en la donación de alimentos a familias de escasos recursos, con el propósito de apoyar su economía y, al mismo tiempo, contribuir a la reducción de los índices de malnutrición y desnutrición en las regiones beneficiadas. Además, ofrece servicios nutricionales a través del Centro Nutricional Un Milagro por Guate en Puerto Barrios, Izabal.

Un Milagro por Guate benefició 5,958 familias guatemaltecas durante el 2024.

2.1.10 Cobertura

Fundación Azteca Guatemala tiene una amplia cobertura en varios departamentos de la república. Según la Memoria de labores del 2024 de la institución, en el 2023 sus programas tuvieron presencia en 10 departamentos.

Durante el año 2024, el programa Un Milagro por Guate logró beneficiar a 5958 familias guatemaltecas vulnerables de seis departamentos del país: Baja Verapaz, Ciudad de Guatemala, Jalapa, Mazatenango, Retalhuleu e Izabal, donde se encuentra el centro nutricional.¹⁶



¹⁶ FAZGUA, «Memoria de Labores 2024».

Figura 5. Directora regional FAZGUA
Fuente: Fundación Azteca Guatemala

2.1.11 Identidad y comunicación visual de la institución

Cada programa de la fundación posee una identidad visual propia. En el caso de Un Milagro por Guate cuenta con su logotipo y una paleta de colores definida; sin embargo, su identidad visual aún presenta carencias y requiere un desarrollo más completo.



Figura 6. Logo Un Milagro por Guate, FAZGUA.
Fuente: Manual de Marca de Un Milagro por Guate.

A. Medios impresos

Según se observó, la fundación solamente cuenta con un rotulo institucional para identificar el centro nutricional infantil.



Figura 7. Rotulo Un Milagro por Guate, FAZGUA.
Fuente: elaboración propia

B. Medios digitales

Según observaciones, Fundación Azteca rara vez sube contenido con elementos de diseño de Un Milagro por Guate; no obstante, dentro del escaso contenido se encuentran principalmente *post* con fotografías dando a conocer lugares donde realizaron las jornadas nutricionales.



Figura 8. Publicación Un Milagro por Guate Puerto Barrios
Fuente: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=3002614469970381&set=pcb.3002615393303622>



Figura 9. Publicación Un Milagro por Guate Morales.
Fuente: <https://www.facebook.com/share/ID8nNrfGs/?mibextid=wwXlr>



Figura 10. Publicación Un Milagro por Guate Río Banco
Fuente: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=3050124138552747&set=pcb.3050099095221918>



Figura 11. Publicación familias beneficiadas.
Fuente: <https://www.facebook.com/share/p/IDAwgWYBfM/>



Figura 12. Publicación Plantel Azteca.
Fuente: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1054243293403346&set>

2.2 Grupo objetivo

2.2.1 Población universo

Padres de familia o cuidadores de niños de 0 a 5 años residentes en áreas rurales, quienes toman las decisiones sobre su alimentación.

A. Características geográficas

Se encuentran en la cabecera del municipio de Puerto Barrios, Izabal y sus aldeas cercanas, en la región costera del Caribe guatemalteco. El clima del municipio, así como en los litorales marinos, se considera tropical, pues casi todo el año mantiene su temperatura cálida con humedad promedio. Los veranos suelen ser muy calientes y nublados; los inviernos son cortos y permanece opresivo durante todo el año.

Esta zona es eminentemente agrícola y su principal producto de exportación es el banano, aunque sus cultivos se han diversificado y actualmente producen arroz, maíz y las frutas propias del lugar cálido; y se realiza la explotación del subsuelo para la extracción de minerales.¹⁷

B. Características sociodemográficas

Según se observó en algunas fotografías y videos documentales de las jornadas de entrega de alimentos compartidas en redes sociales, el grupo objetivo está conformado por padres de familia, en su mayoría madres jóvenes con hijos entre los 0-5 años de edad que asisten al centro nutricional infantil de Puerto Barrios.

Según Olga Cabrera, colaboradora de Fundación Azteca, la mayoría de los padres no ha recibido educación formal, y solo una minoría cuenta con algún grado de educación primaria. Las madres se dedican al hogar y al cuidado de los hijos, mientras que los padres trabajan como jornaleros.¹⁸

¹⁷ «Biblioteca de la Memoria, Izabal», *Memoriavirtualgt*, acceso 10 de agosto del 2025, <https://memoriavirtualguatemala.org/izabal/>.

¹⁸ Olga Cabrera (Coordinadora de proyectos), en conversación con el autor, marzo de 2025.





Familias vulnerables afectadas por la pobreza y la falta de acceso a recursos básicos

C. Características socioeconómicas

Los padres forman parte de familias vulnerables afectadas por la pobreza y la falta de acceso a recursos básicos. El acceso a una alimentación saludable es limitado por las restricciones económicas que poseen, la mayoría de madres son amas de casa y la mayoría de padres son trabajadores ocasionales en el sector agrícola o en el campo de la construcción.

De acuerdo con la información proporcionada por Olga Cabrera, colaboradora de Fundación Azteca, el grupo objetivo presenta una situación crítica, tienen ingresos muy limitados, lo que los ubica dentro de la categoría de clase baja.¹⁹

D. Características psicográficas

El grupo objetivo tiene un estilo de vida básico, los padres se caracterizan por tener ingresos insuficientes para cubrir sus necesidades. La mayoría son familias vulnerables que enfrentan dificultades de salud, vivienda y sobre todo alimentación debido al costo elevado de los alimentos, el salario bajo y la cantidad de niños en cada familia, que suelen ser numerosas. Su situación requiere de mucho apoyo para mejorar su calidad de vida.

Sus pocos ingresos les permiten nutrirse únicamente de alimentos básicos como frijol, huevo, arroz y tortillas. Los padres de familia tienen la motivación de mejorar su estilo de vida, desean que sus hijos tengan un mejor estado de salud y nutrición, están interesados en conocer la preparación adecuada de los alimentos y en recibir comida para sus hijos.²⁰

¹⁹ Olga Cabrera (Coordinadora de proyectos), en conversación con el autor, marzo de 2025.

²⁰ Olga Cabrera (Coordinadora de proyectos), en conversación con el autor, marzo de 2025.

E. Relación entre Grupo Objetivo e Institución

La relación entre el grupo objetivo y la fundación se establece principalmente a través del centro nutricional infantil ubicado en Puerto Barrios y en sus jornadas de entrega de alimentos que la fundación implementa en lugares con alta vulnerabilidad.

La interacción de la fundación con el grupo objetivo se da principalmente de manera presencial. Asimismo, El centro nutricional mantiene comunicación constante con los beneficiarios que asisten al centro para evaluar el incremento de talla y peso en los niños. Además, se mantiene comunicación con los padres por medio de WhatsApp, ya que esta plataforma facilita la coordinación, el seguimiento y la resolución de dudas de forma más ágil.

Según información brindada por Olga Cabrera, colaboradora de Fundación Azteca, «las familias llegan una vez al mes a algunos de los centros nutricionales. Otras familias llegan cada dos meses, debido a las dificultades del transporte y el alto costo de este. Cuando las familias llegan, se les entrega alimentos y se aprovecha a tomar talla y peso».²¹

A través de diversas publicaciones en sus redes sociales, observadas durante el mes de marzo del 2025, se logró analizar el nivel de satisfacción de los niños y padres de familia al recibir sus alimentos, también comparten palabras de agradecimiento con la fundación.

El centro nutricional mantiene comunicación con los beneficiarios para evaluar el incremento de talla y peso en los niños.

A continuación, se describen todos los procedimientos ejecutados, de acuerdo con la planificación operativa, para el desarrollo del proyecto de estrategia de concientización.

Figura 14. Mujer sosteniendo niño.
Fuente: [www.magnific.com/es/foto-gratis/](http://www.magnific.com/es/foto-gratis/cerrar-mujer-sosteniendo-nino_14099791.htm)
[cerrar-mujer-sosteniendo-nino_14099791.htm](http://www.magnific.com/es/foto-gratis/cerrar-mujer-sosteniendo-nino_14099791.htm)

²¹ Olga Cabrera (Coordinadora de proyectos), en conversación con el autor, marzo de 2025.

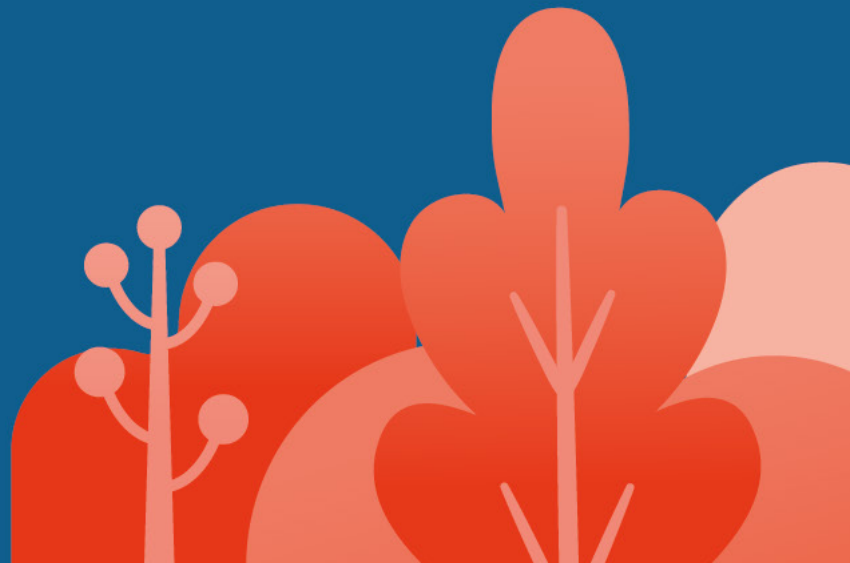


03

Capítulo 3

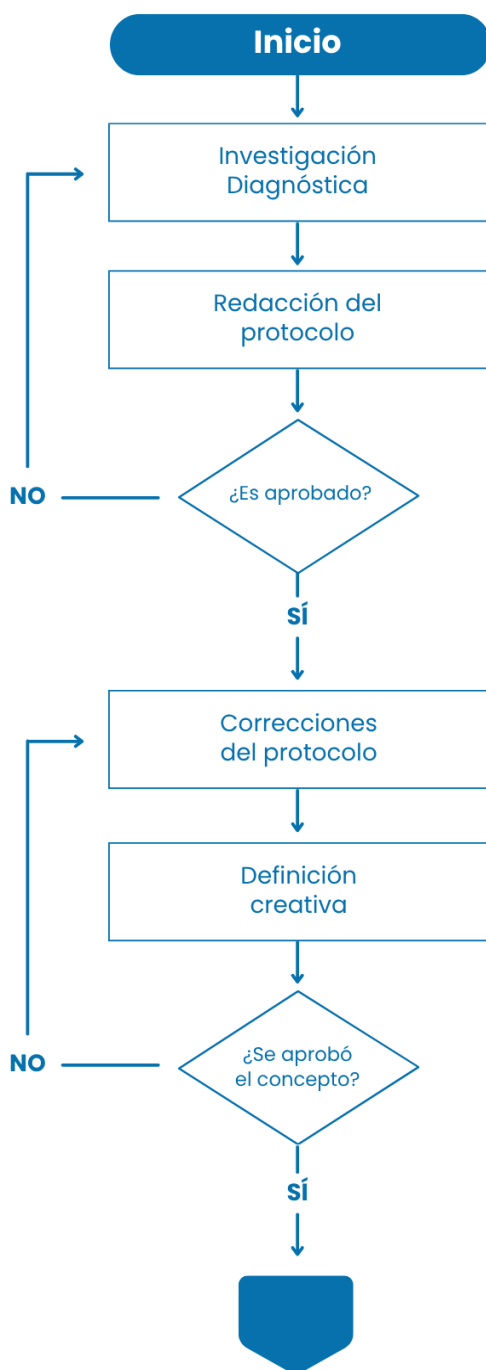
Planificación operativa

Se presenta la planificación y gestión del proyecto, que comprende la estructuración y definición de actividades, la programación del tiempo para las tareas clave y la previsión de costos, con el fin de asegurar su correcta ejecución.

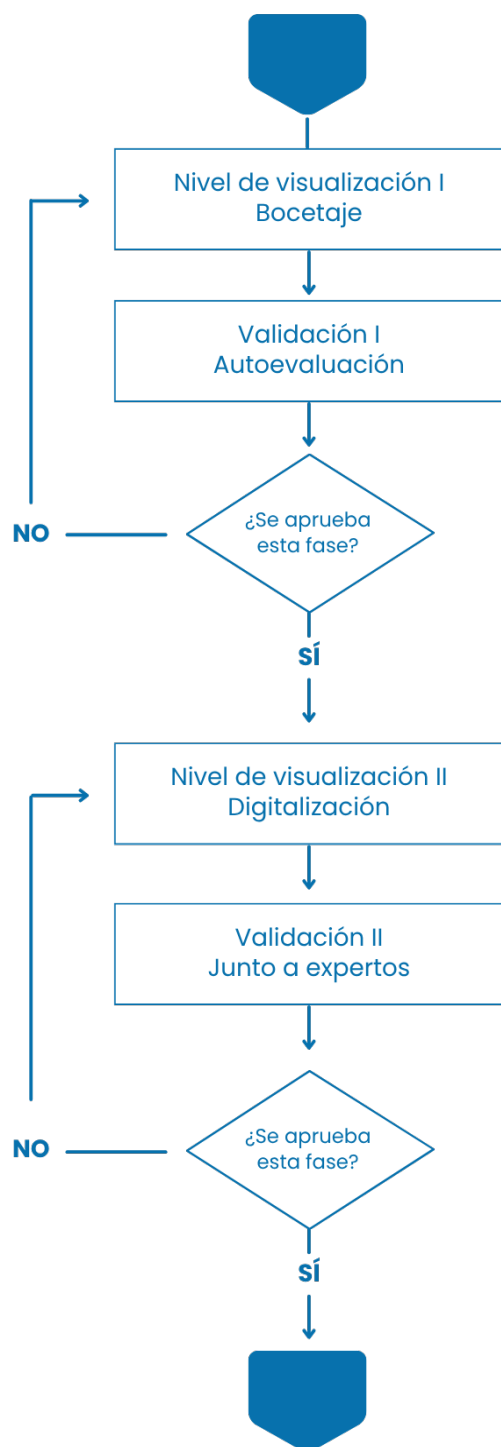


3.1 Flujograma

Un diagrama de flujo es la representación gráfica de un proceso, es decir, muestra gráficamente el flujo de acciones a seguir para cumplir con una tarea específica.²²



²² «Diagrama de flujo», repositorioUNAM, acceso 9 de agosto del 2025, <https://repositorio-uapa.cuaed.unam.mx>.



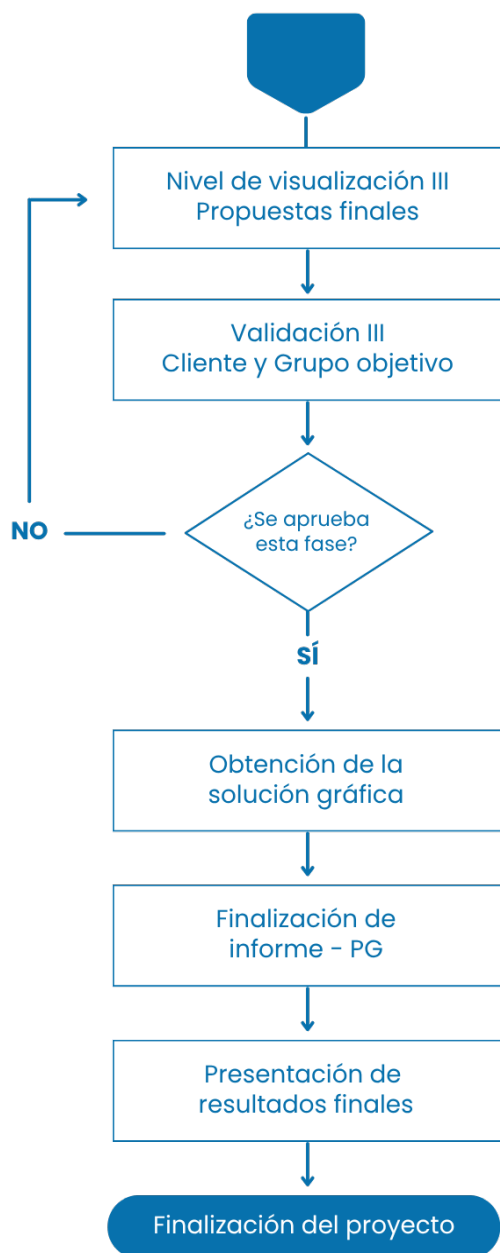


Figura 15. Flujoograma
Fuente: elaboración propia

3.2 Cronograma

El diagrama de Gantt muestra, mediante barras horizontales, las tareas del proyecto y el tiempo que toma cada una. Permite visualizar fácilmente la fecha de inicio y de término de cada actividad.²³

Tabla 1 – Cronograma

	Febrero				Marzo				Abril				Mayo			
Actividad	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Investigación de la institución																
Búsqueda de institución	■	■														
Diagnóstico de necesidades		■	■													
Investigación de problema social			■	■												
Redacción de protocolo																
Antecedentes del problema social					■	■										
Definición del problema de comunicación							■									
Justificación de proyecto								■								
Planteamiento de objetivos									■							
Definición del perfil de la institución y grupo objetivo										■	■					
Desarrollo de la planeación operativa												■	■			
Entrega de protocolo														■		

Tabla 1. 1er cronograma
Fuente: elaboración propia

²³ «Cronograma» Economipedia, acceso 9 de agosto del 2025, <https://economipedia.com/definiciones/cronograma.html>.

Tabla 2 – Cronograma

	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre			
Actividad	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Correcciones de protocolo																
Marco teórico																
Investigación y redacción de ensayos																
Definición creativa																
Elaboración del <i>brief</i> de diseño																
Aplicación de técnicas de conceptualización																
Insight y concepto creativo																
Definición de premisas																
Producción gráfica																
1er Nivel de visualización- Bocetos																
Autoevaluación																
2do. Nivel de visualización																
Validación con profesionales de diseño																
3er. Nivel de visualización - Arte final																
Validación con el cliente y G.O.																
Resultado final																
Evaluar y aplicar correcciones																
Preparación de artes finales																
Redacción final del informe																
Justificación del proyecto																
Redacción y síntesis del proyecto																
Presentación final																
Entrega final del informe																
Entrega de proyectos a la institución																
Presentación final de los proyectos																

Tabla 2. 2do Cronograma
Fuente: elaboración propia

3.3 Prevención de costos

Un presupuesto es una cifra anticipada que estima el coste que va a suponer algo en concreto. Por tanto, hace referencia a la cantidad de dinero que se necesita para hacer frente a una serie de gastos que son necesarios.²⁴

Tabla 3 – Costos

Costos Fijos	
Agua	Q110.00
Energía eléctrica	Q400.00
Internet y teléfono	Q300.00
Adobe suite	Q195.00
Costos Variables	
Útiles de oficina	Q200.00
Impresiones	Q2,500.00
Transporte	Q700.00
Viáticos	Q4,200.00
Servicios profesionales de diseño	
Proceso de Investigación	Q3,000.00
Proceso Creativo	Q4,000.00
Bocetaje	Q2,000.00
Estrategia	Q5,500.00
Digitalización	Q4,000.00
Ilustración	Q4,500.00
Validación	Q3,000.00
Imprevistos	Q3,460.50
Honorarios	Q7,000.00
Subtotal	Q45,065.50
Impuestos	
IVA (12%)	Q3,380.84
ISR (5%)	Q1,450.35
Total	Q52,726.64

Tabla 3. Costos
Fuente: elaboración propia

24 «Presupuesto» Economipedia, acceso 9 de agosto del 2025, <https://economipedia.com/definiciones/presupuesto>.

En el siguiente capítulo se presenta la base teórica del proyecto y los fundamentos para abordar la problemática social, el uso del diseño gráfico como solución y los criterios que guiarán la creación de los materiales gráficos.

Figura 16. Niña beneficiaria
Fuente: Municipalidad de Puerto Barrios



04

Capítulo 4

Marco teórico

Este capítulo presenta la fundamentación teórica que sustenta el proyecto, distribuidos en tres ensayos. La problemática social que se pretende tratar, el papel del diseño gráfico como herramienta para contribuir a su solución, y los fundamentos teóricos relacionados con los materiales gráficos que se elaborarán.



4.1

Desnutrición infantil:

un problema que marca vidas y sociedades

A nivel global, la humanidad enfrenta una amplia variedad de problemas sociales que amenazan el bienestar y la calidad de vida, entre los cuales destaca la malnutrición; este es un desafío de salud pública que afecta aproximadamente a una de cada tres personas en el mundo.²⁵

La malnutrición se define como una condición fisiológica anormal causada por un consumo insuficiente, desequilibrado o excesivo de los macronutrientes que aportan energía alimentaria (hidratos de carbono, proteínas y grasas) y los micronutrientes (vitaminas y minerales) que son esenciales para el crecimiento y el desarrollo físico y cognitivo.²⁶

La Organización Mundial de la Salud define la malnutrición como las carencias, excesos y desequilibrios de la ingesta calórica o nutricional de una persona. Una de las grandes afecciones de este desequilibrio es la desnutrición, la cual incluye un peso y talla insuficientes para la edad, así como un retraso significativo en el crecimiento de las personas.²⁷

4.1.1 La desnutrición

La desnutrición es una condición que surge debido a la ingesta insuficiente de calorías o de nutrientes esenciales, como vitaminas y minerales, necesarios para mantener una buena salud. La desnutrición ocurre cuando la alimentación carece de estos nutrientes o cuando el organismo es incapaz de absorberlos de forma correcta.²⁸

The State of Food Security and Nutrition in the World 2025 (El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo 2025) informó de que casi 673.2 millones de personas, es decir, el 8.3 % de la población mundial, estaban desnutridas en 2024.²⁹

La desnutrición tiene múltiples causas, entre las más recurrentes se encuentran: la pobreza, el acceso limitado a servicios de salud, el

Para el año 2024, se estimó que el 8.3 % de las personas en el mundo sufrían desnutrición.

²⁵ «Causas, síntomas de la malnutrición infantil», Latam Abbott, acceso 10 de agosto del 2025, <https://www.latam.abbott/corpnewsroom/>.

²⁶ «Por qué la nutrición es importante» Segunda conferencia internacional sobre la Nutrición Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, Italia, 2014.

²⁷ «Malnutrición», OMS, 2024. Última modificación junio del 2023, <https://www.who.int/es/news-room/>.

²⁸ «Desnutrición» Cancer gov, acceso 10 de agosto del 2025. <https://www.cancer.gov/espanol/publicaciones/diccionarios>

²⁹ «SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIÓN», FAO.org, acceso 10 de agosto del 2025, <https://www.fao.org/publications/fao-flagship-publications/the-state-of-food-security-and-nutrition>



Figura 17. Retrato de niño latinoamericano. Fuente: www.magnifico.com/es/foto-gratis/retrato-nino-hipi-no-lindo-feliz-sonriendo-camara_20949044.htm

acceso limitado al agua, saneamiento e higiene, la inseguridad alimentaria en los hogares, la desigualdad de género y el limitado conocimiento sobre nutrición.³⁰

4.1.2 Clasificación de la desnutrición

Las tres clases más comunes de desnutrición incluyen:

A. Desnutrición crónica

Es más común en la infancia y ocurre cuando un niño no recibe los nutrientes adecuados, lo que afecta considerablemente su desarrollo físico y cognitivo para el resto de su vida.

B. Desnutrición aguda

Esto ocurre cuando una persona tiene un bajo peso con relación a su talla, debido a una ingesta inadecuada de alimentos o al padecimiento recurrente de enfermedades.

C. Desnutrición aguda severa

Una forma extrema de desnutrición con un alto riesgo de muerte. Se caracteriza por un marcado adelgazamiento, pérdida de peso y signos de deterioro físico grave. Hay dos tipos de desnutrición aguda: marasmo y kwashiorkor.³¹

4.1.3 La desnutrición, el enemigo más grande de la niñez

Los niños y niñas están en una etapa crucial donde su cuerpo requiere muchos nutrientes para crecer, desarrollar el cerebro y fortalecer los órganos y el sistema inmunológico. Durante esta fase vital de crecimiento, la falta de una alimentación adecuada puede tener efectos devastadores, tanto a corto como a largo plazo, que comprometen su salud y bienestar.

El enfoque principal de este proyecto es la desnutrición infantil, como un desafío global que afecta a millones de niños y niñas en todo

³⁰ «Identifying Causes and Consequences of Undernutrition», sustainability.shiksha, acceso 10 de agosto del 2025, <https://sustainability.shiksha>.

³¹ «Tipos de desnutrición en Guatemala», worldvision, acceso 10 de agosto del 2025, <https://blog.worldvision.org.gt/noticias/cuales-son-los-tipos-de-desnutricion-en-guatemala>

el mundo. La desnutrición infantil se presenta cuando los menores no reciben los nutrientes esenciales para un desarrollo adecuado. Esta situación impacta de manera grave su salud, crecimiento, capacidad de aprendizaje y resistencia a enfermedades.

Un informe de UNICEF del año 2024 indica que aproximadamente 181 millones de niños y niñas menores de 5 años en el mundo viven en situación de pobreza alimentaria grave; lo que incrementa en un 50 % las probabilidades de sufrir desnutrición aguda, una forma de malnutrición potencialmente mortal.³²

4.1.4 Causas principales

La desnutrición, en los niños, puede ocurrir por varias razones. Algunas de las más comunes son la ausencia de alimentos saludables, esto provoca una baja cantidad de nutrientes; condiciones socioeconómicas precarias, prácticas alimentarias inadecuadas, falta de agua potable, ausencia de servicios de salud y bajos niveles educativos de los cuidadores, ya que la falta de información y conocimiento sobre una correcta alimentación aumenta la probabilidad de desnutrición infantil.

Asimismo, las mujeres desnutridas tienen mayor probabilidad de dar a luz a bebés con bajo peso, lo cual afecta también la calidad y cantidad de nutrientes que reciben a través de la lactancia. Por otro lado, factores como las guerras y los desastres relacionados con el cambio climático agravan la desnutrición infantil, generan inseguridad alimentaria, aumento en los precios de los alimentos y otras dificultades adicionales que complican aún más esta problemática.³³

³² «Uno de cada cuatro niños vive en situación de pobreza alimentaria infantil» UNICEF, acceso 10 de agosto del 2025, <https://www.unicef.org/es/comunicados-prensa/uno-cada-cuatro-ninos-vive-situacion-pobreza-alimentaria>.

³³ «Desnutrición infantil», UNICEF, acceso 10 de agosto del 2025, <https://www.unicef.es/causas/desnutricion-infantil>.



Figura 18. Retrato de hermanos en el pueblo.
Fuente: www.magnific.com/es/fotos-premium/5-enero-2017-closeup-grupo-ninos-camboyanos-aldea-flotante-kampong-khleang-cambodia_133384248.htm#from_element=cross_selling__photo

181 millones de niños menores de 5 años en el mundo viven en situación de pobreza alimentaria grave.

El desconocimiento de los padres sobre nutrición mantiene un ciclo intergeneracional de alimentación desequilibrada.

4.1.5 La desnutrición cambia la vida de los niños

La desnutrición impacta gravemente la salud física y el desarrollo de los niños, debilita el sistema inmunológico y aumenta el riesgo de enfermedades graves como neumonía, diarrea, malaria, VIH/SIDA o sarampión. Los niños con desnutrición aguda severa tienen una probabilidad mayor de morir por enfermedades. Además, provoca retrasos en el desarrollo cognitivo, limita su capacidad de aprendizaje y afecta, inevitablemente, su rendimiento académico.

El desconocimiento de los padres sobre nutrición mantiene un ciclo intergeneracional de alimentación desequilibrada, lo que dificulta que muchas familias puedan salir de esas condiciones.³⁴

4.1.6 Una mirada histórica

El hambre y el alimento han sido problemas que han existido desde siempre. No obstante, el estudio de estos temas ha evolucionado con el paso del tiempo y no fue sino hasta el siglo XX cuando se comenzó a definir conceptos como la malnutrición, así como a analizar la desnutrición desde una perspectiva social y fisiológica.

A inicios del siglo XX, la atención médica estaba puesta en enfermedades por falta de vitaminas; no existía un interés en la desnutrición en general. Fue hasta que las enfermedades de carencia de vitaminas dejaron de ser tan predominante que los investigadores comprendieron que la desnutrición desempeñaba un papel fundamental.³⁵

En 1933, la médica británica Cicely Williams identificó en África un síndrome caracterizado por edema y una rápida mortalidad en los niños. Fue entonces cuando denominó a esta enfermedad kwashiorkor; causada por dietas basadas casi exclusivamente en maíz. Años después, la OMS reconocería el kwashiorkor como una crisis de salud pública.³⁶

Luego de la Segunda Guerra Mundial se enfrentaron graves crisis alimentarias caracterizadas por una alta incidencia de desnutrición, en especial en Europa y Asia. En 1945, las Naciones Unidas crearon la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura FAO con el objetivo principal de lograr la seguridad alimentaria para todos y al mismo tiempo garantizar el acceso regular a alimentos suficientes y de buena calidad.³⁷

34 «Desnutrición infantil», UNICEF, acceso 10 de agosto del 2025, <https://www.unicef.es/causas/desnutricion>

35 J. Bernabeu-Mestre, «Notas para una historia de la desnutrición en la Iberoamérica del siglo XX», *Red de Malnutrición en Iberoamérica del Programa de Ciencia y Tecnología para el Desarrollo*, (2010), https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_

36 Heikens GT, Manary M, «75 años del Kwashiorkor en África» *National Library of Medicine*, (2009): doi 10.4314/mmj.v2i13.45627.

37 «Acerca de la FAO» FAO.org, acceso 10 de agosto del 2025, <https://www.fao.org/aboutfao>.

4.1.7 Desnutrición infantil en Guatemala

En 1949 se estableció el Instituto de Nutrición de Centro América y Panamá INCAP donde se llevaron a cabo los primeros estudios, en Guatemala, sobre epidemiología, características y tratamiento de la desnutrición aguda, y sus complicaciones clínicas como el marasmo y kwashiorkor.

Fue hasta 1954 que el Dr. Moisés Béhar publicó el primer estudio epidemiológico que identificó que estos padecimientos se debían a una grave deficiencia de proteínas en relación con las calorías, un descubrimiento innovador a nivel global. Un año después, se creó el Grupo Asesor de Proteínas en las Naciones Unidas para asesorar en el desarrollo de mezclas proteicas para la alimentación infantil. El Dr. Ricardo Bressani y su equipo del INCAP desarrollaron la Incaparina, un alimento suplementario para ayudar a combatir la desnutrición infantil y mejorar la nutrición en Guatemala.³⁸

Durante años, la desnutrición ha sido una de las problemáticas más alarmante de Guatemala que afectan principalmente a la población infantil. A pesar de no existir registros de muertes por desnutrición en el siglo XX, existen estudios y reportes históricos que permiten conocer la dimensión del problema en la segunda mitad del siglo XX. En la década de 1970 y 1980, las tasas de desnutrición infantil en Guatemala eran extremadamente altas. Para la década 1990, Guatemala ya tenía una de las tasas de desnutrición crónica infantil más altas en Latinoamérica, que afectaban hasta el 60 % de niños en el país.³⁹

La Organización Panamericana de la Salud y UNICEF señalaron que entre los años 2000 a 2010 la desnutrición crónica infantil en Guatemala seguía afectando a casi la mitad de los niños menores de cinco años. En esta época las muertes por desnutrición aguda comenzaron a ser monitoreadas más consistentemente. En promedio, durante estos años, se registraba alrededor de 100–300 muertes por desnutrición aguda cada año.

³⁸ «Primeras investigaciones del INCAP», INCAP, acceso 12 de agosto de 2025, <https://www.incap.int/index.php/es/contribuciones>.

³⁹ «Astrid Escobedo», *Guatemala y su historia de desnutrición*, eP investiga, (2024): acceso 12 de agosto del 2025, <https://epinvestiga.com/opinion/guatemala-y-su-historia-de-desnutricion/>.



Figura 19. Niños felices en el campo
Fuente: www.magnific.com/es/fotos-premium/hermosos-hermanos-jugando-camino-tierra-pueblo_131018188.htm#fromView=image_search&page=2&position=14&uid=d

4.1.8 Un problema que persiste

En Guatemala, un porcentaje cercano a la mitad de los niños menores de cinco años, es decir, uno de cada dos, sufre desnutrición crónica; esto ubica al país en el primer lugar de América Latina y sexto a nivel mundial en este preocupante problema, según datos de UNICEF. Además, se ha comprobado que apenas la mitad de los bebés menores de seis meses reciben lactancia materna exclusiva, un factor esencial para su salud óptima.⁴⁰

Por otra parte, el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social MSPAS reportó que durante los primeros cuatro meses del 2025 se registraron 7107 casos de desnutrición aguda en niños menores de cinco años. Esta cifra presenta un aumento del 5 % respecto al año anterior, una señal clara de que este problema sigue siendo de gran urgencia.⁴¹

De acuerdo con el Análisis de Clasificación Integrada de la Seguridad Alimentaria en

Fases CIF de Inseguridad Alimentaria Aguda en Guatemala, publicado en agosto de 2024, se estimó que entre marzo y mayo de 2025, más de 2.4 millones de personas atravesarían una crisis alimentaria. Los departamentos con mayor afectación serían Alta Verapaz, Sololá, Chimaltenango, Chiquimula, Huehuetenango y Totonicapán. En el caso específico de Izabal, se previó que 41 741 personas se encontrarían en Fase 3 de crisis y 4638 personas en Fase 4 de emergencia, lo que refleja un alto nivel de inseguridad alimentaria en el departamento.⁴²

En Guatemala, 1 de cada 2 niños sufre desnutrición crónica; esto ubica al país en el sexto a nivel mundial en esta problemática.

40 «En Guatemala el 46,5% de los niños sufre desnutrición», UNICEF, acceso 10 de agosto del 2025, <https://www.unicef.es/noticia/en-guatemala>.

41 Danny de León, Daniel Ramírez, «Desnutrición aguda en Guatemala» *Lahoragat*, (abril 2025): <https://lahora.gt/nacionales/dleon/2025/04/22/desnutricion-aguda-en-guatemala-mspas>.

42 «Análisis de Clasificación Integrada de la Seguridad Alimentaria en Fases (CIF) JUN2024 a MAYO 2025», SESAN, acceso 12 de agosto 2025, https://portal.sesan.gob.gt/wp-content/uploads/2024/08/Informe-CIF_Guatemala_Jun2024-a-Mayo2025-2.pdf.

4.1.9 ¿Cómo afecta la desnutrición infantil a la sociedad?

La desnutrición infantil representa un grave obstáculo para el desarrollo de Guatemala. Mientras la desnutrición aguda puede llevar a la muerte, la desnutrición crónica atrapa a las personas en un ciclo de consecuencias que duran toda la vida. Los niños afectados enfrentan dificultades para acceder a la educación y posteriormente al empleo, lo que reduce sus posibilidades de llegar a ser adultos productivos. Esto impacta negativamente al país, manteniéndolo en un estado de desarrollo limitado. Además, esta situación dificulta la formación de una población saludable; reduce el desarrollo, frena la innovación y perpetúa la desigualdad social.⁴³

La Constitución Política de la República de Guatemala, en su artículo 99, establece que el Estado debe velar porque la población reúna los requisitos mínimos para una vida digna, incluyendo el acceso a una alimentación adecuada para su bienestar.⁴⁴

En este marco, en Guatemala existen diversos esfuerzos para reducir la desnutrición infantil. Destaca la Secretaría de Seguridad Alimentaria y Nutricional de la Presidencia de la República con sus programas integrales. Además, otras organizaciones no gubernamentales también contribuyen significativamente, como El Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia UNICEF Guatemala; y Fundación Azteca Guatemala del Grupo Salinas, con la cual se desarrollará el presente proyecto. Esta última aporta a la reducción de la desnutrición infantil mediante su programa «Un Milagro por Guate» en regiones como la Ciudad de Guatemala, Retalhuleu, Mazatenango e Izabal.⁴⁵

4.1.10 Conclusión

La desnutrición infantil es un problema complejo que ha evolucionado durante muchos años; y afecta a millones de niños en todo el mundo, en especial en Guatemala. Su impacto va más allá de la salud individual, ya que también limita el desarrollo integral del país. Comprender sus causas y consecuencias nos ayuda a dimensionar la gravedad de esta situación y a reconocer la urgencia de actuar para romper el ciclo de la desnutrición; ofreciendo así, a miles de niños, la oportunidad de crecer sanos y con igualdad de condiciones para su desarrollo.

Figura 20. Retrato de niño.
Fuente: <https://www.magnific.com/es/fotos-premium/retrato-de-un-ni-no-con-una-camara-d2dcl&query=retrato+ni%C3%B1o+pobre>

43 «En Guatemala el 46,5% de los niños sufre desnutrición», UNICEF, acceso 10 de agosto del 2025, <https://www.unicef.es/noticia/en-guatemala>.

44 «Artículo 99 Alimentación y nutrición» Constitución Política de la República de Guatemala artículo 99, 31 de mayo de 1985.

45 Fundación Azteca Guatemala, «Memoria de Labores 2024».



4.2

El diseño gráfico:

como herramienta de cambio social

La comunicación es un proceso esencial para el desarrollo humano, presente en cada una de nuestras interacciones. La comunicación va más allá de transmitir información, también implica expresar emociones e ideas; educar, entretener y mucho más; y busca generar comprensión e impacto en quienes reciben el mensaje.⁴⁶

La comunicación visual facilita la comprensión del mensaje y la comunicación intercultural.

Existen diversas formas de comunicación: la comunicación visual, cuya esencia se encuentra en el poder de la imagen para transmitir mensajes de manera clara y significativa, de forma que pueda ser percibida total o parcialmente por la vista. Entre sus ventajas están la transmisión instantánea, la facilidad de comprensión y la comunicación intercultural.⁴⁷

Es en este punto donde el diseño gráfico se convierte en un recurso clave, una disciplina que combina arte, comunicación y tecnología para crear soluciones visuales y comunicativas. Consiste en la creación y organización de imágenes, tipografías, colores y formas, con el objetivo de transmitir un mensaje de manera efectiva.

Según Steve Heller y Seymour Chwast, referentes indiscutibles del diseño gráfico y la dirección de arte, «el diseño gráfico es el arte y la habilidad de combinar texto e imágenes en anuncios, revistas, libros, carteles, etiquetas y muchas otras formas de comunicación visual».⁴⁸

Milton Glaser, uno de los diseñadores gráficos más reconocidos a nivel mundial, define el diseño gráfico como «La habilidad de crear y desarrollar ideas visuales que comuniquen de manera efectiva información, emociones, valores y estética».⁴⁹

El diseño gráfico puede clasificarse dentro de diferentes sectores y maneras según su enfoque; en cada una se aplica la comunicación visual para resolver necesidades específicas.

⁴⁶ «Importancia de la comunicación», aicad, acceso 14 de agosto del 2025, <https://www.aicad.es/importancia-de-la-comunicacion>.

⁴⁷ «Conceptos de Comunicación Visual para Diseño Gráfico», Ilka Studio. Acceso 14 de agosto del 2025 <https://ilkaperea.com/2018/02/03/conceptos-de-comunicacion-visual-para-diseño-gráfico>

⁴⁸ Melanie Ceballos, «¿Qué es el diseño gráfico y cuál es su importancia?» *Areandina* (blog), 23 de octubre del 2023, <https://www.areandina.edu.co/blogs>.

⁴⁹ *Ibid.*

A. Publicidad

En el diseño publicitario se desarrollan anuncios que capten el interés de los consumidores.

B. Editorial

En esta área, el diseño realiza la maquetación y el diseño de libros, revistas, periódicos y otros medios impresos diversos.

C. Corporativo

Aquí, el diseño gráfico se emplea para crear la identidad visual de una empresa o una marca, como su logotipo, sus colores, sus tipografías y sus elementos gráficos.

D. Educativo

En este sector, el diseño gráfico juega un papel fundamental al facilitar la comprensión y el aprendizaje de contenidos mediante recursos como infografías, diagramas, ilustraciones y animaciones interactivas.

E. Social

En este contexto, se orienta a promover causas sociales o ambientales mediante campañas de concienciación o sensibilización.⁵⁰

4.2.1 El surgimiento del diseño gráfico y su desarrollo a través del tiempo

Para muchos diseñadores, determinar el origen exacto del diseño gráfico es un reto; sin embargo, existen periodos clave en los que esta disciplina tuvo un impacto significativo.

El origen del diseño gráfico se remonta a los inicios de la comunicación visual y la escritura. En la antigüedad, las sociedades usaban símbolos y marcas gráficas para transmitir ideas. Ejemplos tempranos de esta comunicación organizada incluyen las pinturas rupestres, los jeroglíficos egipcios y los códices ilustrados de las civilizaciones mesoamericanas y medievales.⁵¹

Mucho tiempo después, el invento de la imprenta por Johannes Gutenberg, en 1440, constituyó un hito que transformó para siempre la historia de la humanidad; y marcó un gran impacto en el diseño gráfico. La posibilidad de reproducir textos e imágenes de forma masiva abrió la puerta a una evolución constante.⁵²



Figura 21. Composición tipográfica.
Fuente: www.magnific.com/es/foto-gratis/vista-letras-metallicas-composicion-tipografica-espacio-copia_27506276.htm

⁵⁰ Ceballos, «¿Qué es el diseño gráfico y cuál es su importancia?».

⁵¹ «Historia del diseño gráfico: origen, evolución e influencia», Hispaprínt, acceso 14 de agosto del 2025, <https://hispaprínt.com/disenografico/historia>.

⁵² Lidia Palmer, «¿Qué es el diseño gráfico? Historia y elementos básicos» *Doméstica* (blog), 16 de octubre de 2023, <https://www.domestika.org/es/blog/10920>.

Durante la Revolución Industrial el aumento del comercio y la llegada de nuevos productos generaron la demanda de carteles, anuncios y empaques llamativos. Fue entonces cuando la publicidad gráfica empezó a profesionalizarse, dando lugar a los primeros impresores.⁵³

A partir de la década de 1920, el diseño gráfico comenzó a cambiar. Surgieron los primeros logotipos y en Alemania se estableció la Bauhaus, un movimiento de diseño que provocó un cambio profundo en la disciplina. A mediados del siglo XX apareció la fotografía a color y los avances más grandes en el diseño gráfico se dieron en las publicaciones, sobre todo en las revistas donde las portadas competían por llamar la atención.⁵⁴

En la década de 1960, Saul Bass revolucionó el diseño gráfico con sus icónicos carteles de cine. En los años 70, los mayores avances se centraron en la identidad corporativa, dando origen a los sistemas de marca y consolidando al logotipo como un elemento esencial para toda empresa.

A finales del siglo XX comenzó la era digital con la aparición de la computadora personal, lo que transformó por completo el diseño gráfico. Este dejó de ser únicamente estático o impreso para convertirse en un medio interactivo y adaptable, dando paso a nuevas especialidades y transformando el alcance de la disciplina. Con el tiempo, las tecnologías continuaron moldeando tanto el diseño gráfico como la manera de trabajar de los profesionales, hasta la actualidad.⁵⁵

4.2.2 El desarrollo del diseño gráfico en Guatemala

El diseño gráfico en Guatemala alcanzó su mayor impulso durante el siglo XX. A inicios de ese período, el país se encontraba rezagado en cuanto a tendencias artísticas y aún no se concebía el diseño gráfico como se entiende actualmente. No obstante, la comunicación visual ya se empleaba para apoyar la comunicación de empresas e instituciones gubernamentales.

En la década de 1920 comenzó la profesionalización del artista gráfico guatemalteco, principalmente en el ámbito de las artes aplicadas. En los años siguientes, esta práctica se fortaleció bajo diversas influencias extranjeras y fue consolidándose mediante la incorporación de elementos propios de la identidad nacional.

⁵³ «Historia del diseño gráfico: origen, evolución e influencia», Hispaprínt.

⁵⁴ Palmer, «¿Qué es el diseño gráfico? Historia y elementos básicos».

⁵⁵ *Ibid.*

Adolfo Nathan fue un diseñador alemán de artes aplicadas que llegó a Guatemala en 1936; trajo consigo las tendencias de vanguardia europeas. Con experiencia en cartelismo, diseño de vitrinas, empaques y logotipos de marcas reconocidas, encontró en el país múltiples oportunidades para desarrollarse.⁵⁶

Aunque la fotografía aún no tenía un papel importante en la publicidad nacional, el dibujo y la ilustración eran los medios predominantes, que reflejaban los ideales surgidos tras la Revolución de Octubre de 1944.⁵⁷

A partir de la década de 1950, la televisión en blanco y negro, transformó la comunicación de masas en Guatemala. Durante los años setenta, se incorporaron influencias del cómic y del Pop Art, junto con un renovado interés por el uso de la geometría.

En 1987, la carrera de Diseño Gráfico se estableció formalmente en la Universidad de San Carlos de Guatemala. Con el paso del tiempo, la profesión experimentó una rápida expansión y, en la actualidad, diversas universidades en Guatemala ofrecen esta especialidad.⁵⁸

4.2.3 Una herramienta que transforma

El diseño gráfico juega un papel importante en la solución de problemas sociales, permite transmitir mensajes impactantes y sensibilizar sobre diferentes temas. Su función no se limita únicamente a la producción de piezas visuales, sino que abarca el impacto que estas generan en las personas. La motivación detrás de su creación y el logro de sus objetivos radican en el propósito de transformar una realidad actual en una realidad ideal.⁵⁹

El diseño va más allá de crear mensajes visuales; ofrece soluciones concretas mediante productos, servicios, experiencias y procesos innovadores que buscan mejorar la calidad de vida. Hoy en día, los diseñadores son agentes activos en la construcción de un futuro más sostenible.

**El diseño gráfico
ofrece soluciones
que buscan mejorar
la calidad de vida**

A diferencia de los proyectos comerciales, los de impacto social no se evalúan por el retorno económico, sino por los cambios que generan en el comportamiento de las personas y los beneficios que aportan a las comunidades.⁶⁰

⁵⁶ Brenda Penados Baldizón «Nathan, el estilo americano, su influencia en el diseño gráfico en Guatemala» *Revista AVANCE*, (2011): 10, https://is.usac.edu.gt/revindex/articulos/editor2-r533_pi38_pfi55_ra537REVIS-TAI92021Articulo3.pdf.

⁵⁷ Penados, «Nathan, el estilo americano».

⁵⁸ «Reseña Histórica», Farusac, acceso 15 de agosto del 2025, <https://farusac.edu.gt/diseño-gráfico>.

⁵⁹ Jorge Frascara, *Diseño gráfico para la gente* (Argentina: Editorial Infinito, 2000), https://www.fadu.edu.uy/seminario-producto/files/2012/09/Diseño_gráfico_para_la_gente_frascara.pdf.

⁶⁰ Yolanda Moreno, «El diseño como herramienta de impacto social», *UDLAP* (blog), 29 de marzo de 2019, <https://blog.udlap.mx/blog/2019/03/29>.



Figura 22. Entrega de alimentos.
Fuente: Municipalidad de Puerto Barrios

«El público debe tener fácil acceso a la información que condiciona su bienestar» Jorge Frascara

El diseño gráfico actúa como vínculo para que la información médica sea comprendida por el público.

Para que los mensajes de la comunicación visual tengan impacto en el conocimiento o en las actitudes de las personas, deben ser atractivas, comprensibles y persuasivas. Su diseño debe basarse en la percepción visual, la psicología cognitiva y del comportamiento, así como en las preferencias, habilidades intelectuales y valores culturales del público al que se dirigen.

Un diseñador competente no solo crea los elementos visuales de una campaña, sino que también participa en definir el propósito y la estrategia de comunicación que la guiará. Al involucrarse desde la concepción de la idea hasta la planificación, puede asegurarse de que los mensajes visuales respondan realmente a las necesidades y objetivos, aprovechando al máximo su sensibilidad y experiencia.

«Es aparente que el público debe conocer mejor sus derechos, obligaciones básicas y tener acceso a información que condiciona su bienestar. Es aparente que hoy en día este conocimiento está afectado negativamente por el exceso de ruido creado por los medios masivos y por la falta de interés de muchos gobiernos. Es evidente que el diseño de comunicación visual tiene un papel que desempeñar en la sociedad. Es hora de que el diseño de comunicaciones se ocupe de las cosas que realmente importan: la vida, la muerte, el dolor, la felicidad y el bienestar de la gente.» Jorge Frascara, diseñador e investigador en diseño.⁶¹

4.2.4 El poder del diseño gráfico

El diseño gráfico, en el ámbito de la salud, juega un papel clave en la prevención de enfermedades, la promoción de hábitos saludables y el tratamiento y la recuperación de los pacientes. Funciona como un vínculo que facilita que la información médica sea comprendida por el público.

En el ámbito de la salud, la comunicación visual no es solo una cuestión de estética, sino una herramienta poderosa que puede salvar vidas.

⁶¹ Frascara, «Diseño gráfico para la gente».

En un contexto donde cada segundo cuenta, la efectividad de la información gráfica pueden significar la diferencia entre la comprensión instantánea y la confusión potencialmente peligrosa para las personas.⁶²

La comunicación visual en la salud es un puente entre la ciencia y la humanidad. Presentar la información de manera clara y efectiva no solo optimiza el funcionamiento de los sistemas de salud, sino que también empodera a los pacientes y contribuye a mejorar la calidad de la atención médica.

4.2.5 Conclusión

El diseño gráfico se ha consolidado como una herramienta poderosa de comunicación y transformación social, capaz de informar, generar conciencia, educar y motivar cambios positivos. En ámbitos sensibles como la salud y la resolución de problemas sociales, demuestra su impacto al transmitir mensajes claros y persuasivos, que reafirman su papel como un instrumento clave para construir sociedades más conscientes y comprometidas.

4.3

Diseño gráfico con propósito

En la sociedad actual, la comunicación visual ocupa un papel verdaderamente protagonista, lo que hace que los mensajes gráficos tengan un peso e influencia mayor que otros tipos de comunicación. Estos impactan de manera directa en las conductas, hábitos, ideologías, opiniones y tendencias de la población, incluso más de lo que muchos diseñadores suelen imaginar. El diseño gráfico, por tanto, se encuentra presente en casi todas las dimensiones de la vida social.⁶³

En el ámbito de la salud pública, el diseño gráfico puede marcar la diferencia entre el bienestar y el riesgo. Su valor radica en la capacidad de transformar mensajes complejos en contenidos claros, comprensibles y atractivos para la población en general.

**Su valor radica
en transformar
mensajes complejos
en contenidos claros
y comprensibles.**

⁶² «Diseño Gráfico para la Salud: Claves para una Comunicación Visual Efectiva», La divina proporción, acceso 15 de agosto de 2025, <https://ladivinaproporcion.es/diseño-gráfico-para-la-salud>.

⁶³ Deborah Rozenbaum, «El rol social del diseñador del área de la salud» (XVII Semana congreso Internacional de Diseño en Palermo, 2022), <https://dspace.palermo.edu>.

A través de la
concientización las
personas desarrollan
una comprensión
crítica de su realidad

Figura 23. Peso y medidas de niños.
Fuente: Municipalidad de Puerto Barrios



No obstante, dentro del sector de la salud, el diseño adquiere particularidades específicas, ya que la mayoría de sus estrategias comunicativas se enfocan en la concientización y la prevención.

4.3.1 Concientización social a través del diseño gráfico

Según el pedagogo Paulo Freire, la concientización es el proceso a través el cual las personas desarrollan una comprensión crítica de la realidad que las rodea, reconociendo las causas de sus problemas y adquiriendo la capacidad de actuar para transformarla.⁶⁴

Las estrategias de concientización social en el ámbito del diseño gráfico tienen como objetivo informar, educar y movilizar a la población en torno a problemáticas que abarcan desde la salud y el cuidado del medio ambiente, hasta la igualdad y los derechos humanos. El diseño gráfico tiene una función importante al generar mensajes que puedan captar la atención y comunicar con claridad la relevancia y urgencia de estas temáticas. Mediante el uso estratégico de imágenes, colores, tipografía y composición, los diseñadores logran simplificar contenidos complejos y presentarlos de forma atractiva y memorable, que despiertan empatía, emoción e impulsan a la acción.⁶⁵

4.3.2 Concientizar para prevenir

La mayor parte de las intervenciones del diseño gráfico en el campo de la salud están orientadas a generar conciencia; buscan, mediante sus mensajes, promover un cambio de actitud en la población. Esto incluye fomentar hábitos saludables, la realización de controles y estudios de diagnóstico, vacunaciones, entre otras acciones preventivas.

⁶⁴ José Marín Gonzáles, «PAULO FREIRE: EL MÉTODO DE LA CONCIENTIZACIÓN», *revista Albuquerque*, vol. 12, (julio 2020): 24, <https://doi.org/10.46401/ard-h.2020v12.12096>

⁶⁵ «El Poder del DG en Campañas de Concienciación Social», *miramultimedia*, acceso 17 de agosto del 2025, <https://miramultimedia.com/el-poder-del-dise-no-grafico-en-campanas-de-concienciacion-social/>.

A pesar de los avances del siglo XXI, muchas de las enfermedades que más afectan a la población no cuentan con cura si no se detectan de manera temprana. Por ello, la incorporación de hábitos saludables y la realización de controles periódicos son fundamentales para prevenirlas o tratarlas de manera efectiva en sus etapas iniciales.

En este sentido, la eficacia de las piezas visuales del sector salud influye directamente en el bienestar público, ya que su capacidad de persuasión puede determinar en gran medida la adopción de conductas que mejoren la salud de la sociedad.⁶⁶

Las piezas visuales pueden motivar conductas que mejoren la salud de la sociedad.

4.3.3 Iniciativas de concientización frente a la desnutrición infantil en Guatemala

Guatemala se encuentra entre los países de la región con un mayor porcentaje de población que enfrenta subalimentación e inseguridad alimentaria, factores estrechamente vinculados a la desnutrición. Actualmente, el 46 % de los niños menores de cinco años padece desnutrición crónica.⁶⁷

Frente a la gravedad de esta situación, diversas organizaciones han desarrollado campañas dirigidas a concientizar a la población sobre la desnutrición, con el fin de generar cambios de hábitos y promover medidas preventivas.

La Secretaría de Seguridad Alimentaria y Nutricional SESAN de Guatemala lanzó en 2019 la campaña «¡Mejoremos nuestro futuro!», con el objetivo de sensibilizar y concienciar a la población sobre la magnitud y trascendencia del problema nutricional en el país. Además, buscaba promover cambios de comportamiento en padres y madres de niños menores de 2 años, mediante una estrategia TTL que incluyó *posts* en redes sociales, anuncios en prensa, radio, *spots* y videos dirigidos a municipios con alta incidencia de desnutrición aguda.⁶⁸

Por su parte, UNICEF, en colaboración con la Unión Europea, ha desarrollado iniciativas orientadas a la prevención de la desnutrición infantil en Guatemala, como el «Proyecto Estrategia Integral para Combatir la Desnutrición Crónica». Este proyecto se centra en la concientización y educación de madres sobre alimentación adecuada, saneamiento, higiene y lactancia materna.

Entre sus acciones se encuentra la publicación de un recetario que

⁶⁶ Rozenbaum, «El rol social del diseñador del área de la salud».

⁶⁷ «En Guatemala el 46,5% de los niños sufre desnutrición», UNICEF, acceso 10 de agosto del 2025, <https://www.unicef.es/noticia/en-guatemala>

⁶⁸ «Campaña de comunicación en SAN», SESAN, acceso 17 de agosto del 2025, <https://portal.sesan.gob.gt/campana-de-comunicacion-en-san/>

ofrece consejos prácticos con alimentos disponibles en casa, facilitando que niñas y niños crezcan saludables.⁶⁹

4.3.4 Herramientas visuales para prevenir la desnutrición infantil

En el ámbito de la salud, los diseñadores gráficos se convierten en aliados de médicos y especialistas, ya que desarrollan piezas visuales capaces de impactar directamente en la vida de las personas. Desde folletos educativos hasta aplicaciones móviles, el diseño gráfico en la salud abarca una amplia variedad de productos que requieren precisión técnica y también sensibilidad humana, combinando información clara con un enfoque empático hacia el público.

Su rol es fundamental en la educación nutricional y la prevención de enfermedades, debido a que permite elaborar materiales visuales atractivos y comprensibles, que contribuyen a la difusión de información sobre alimentación saludable. Estos recursos, que incluyen infografías, folletos y otros medios, deben adaptarse al público objetivo y emplear un lenguaje visual accesible y empático, con el propósito de fomentar cambios positivos en los hábitos alimenticios.⁷⁰

Para el presente proyecto se emplearon diversas herramientas y recursos de comunicación visual con el propósito de generar conciencia y promover la adopción de hábitos de alimentación saludable.

A. Infografías

Son herramientas visuales que combinan texto y gráficos para transmitir información de forma clara y comprensible. Su valor reside en su capacidad de simplificar información compleja y hacerla fácilmente accesible.⁷¹

Las infografías son un recurso versátil que puede

adaptarse a diversos formatos. Entre sus principales aplicaciones se encuentran:

a) Folletos y volantes. Son recursos de carácter informativo que presentan datos relevantes de manera breve y organizada, apoyándose en elementos gráficos y visuales.

b) Banners y pósteres. Sirven para comunicar mensajes clave de forma visual y atractiva. Son una herramienta versátil para captar la atención del público y generar interés.

B. Ilustraciones

Son representaciones visuales que comunican un concepto generalmente mediante dibujos o pinturas. Ideales para comunicar problemas sociales, debido a que simplifican conceptos complejos, generan impacto visual y facilitan la comprensión en públicos con distintas edades y niveles educativos.⁷²

C. Fotografía

La fotografía constituye un recurso capaz de capturar momentos reales y generar empatía inmediata. En problemáticas sociales, una imagen puede despertar conciencia, provocar reflexión y motivar la acción.⁷³

4.3.5 Aspectos clave para el diseño de materiales gráficos enfocados en la salud

El diseño de materiales gráficos enfocados en la salud requiere considerar ciertos aspectos clave que garanticen claridad y efectividad en el mensaje.

A. Simplicidad

Los mensajes deben ser directos y fáciles de comprender, para evitar la saturación de información. Un diseño simple facilita que el público capte rápidamente la idea central la retenga por más tiempo.

69 «Estrategia integral para combatir la desnutrición crónica en Guatemala», UNICEF, acceso 17 de agosto del 2025, <https://www.unicef.org/guatemala/estrategia-integral-para-combatir-la-desnutricion>.

70 Espejo, Juan Pablo, Tumaní, María Fernanda, Aguirre, Carolina, Sánchez, Julieta, & Parada, Alejandra, «Educación alimentaria nutricional: Estrategias para la adherencia al plan dietoterapéutico» *Revista chilena de nutrición*, Vol 49, (2022): 3, <https://dx.doi.org/10.4067/s0717-75182022000300391>.

71 «Qué es una infografía», Facultad de Diseño. Universidad OTR, acceso 17 de agosto del 2025, <https://fd.ort.edu.uy/blog/que-es-una-infografia>.

72 «¿Para qué sirven las ilustraciones?», pixartprinting, acceso 30 de agosto del 2025, <https://www.pixartprinting.es/sirven-realmente-ilustraciones/>.

73 «La intersección del arte y el activismo», AREAI, acceso 17 de agosto de 2025, <https://areai4africa.org/how-photography-can-drive-social-change>.

B. Claridad de Mensaje

La información ha de presentarse de manera breve y comprensible, debe emplear un lenguaje sencillo que permita identificar con rapidez la idea principal.

C. Consistencia

Es importante mantener una identidad visual uniforme en todos los recursos para fortalecer el impacto del mensaje.

D. El color y la tipografía

El contraste y jerarquía adecuada en una pieza visual no solo resalta elementos importantes, sino que también orienta al espectador a lo largo del diseño, debido a que funciona como un narrador visual. Asimismo, es clave seleccionar colores que transmitan sensaciones de calma y confianza. La tipografía, por su parte, debe elegirse con cuidado para garantizar legibilidad y jerarquía, ya que estos aspectos constituyen la base de una comunicación clara y efectiva.⁷⁴

4.3.6 Conclusión

En la búsqueda de alternativas para combatir la desnutrición infantil en Guatemala, el diseño gráfico desempeña un papel fundamental. Desarrollar estrategias de comunicación visual orientadas a la concientización no solo permite educar, sino también generar reflexión y, posteriormente, motivar a la acción. Este enfoque resulta clave para prevenir y transformar hábitos y actitudes frente a la desnutrición infantil.

El uso de infografías, fotografías e ilustraciones facilita la comprensión de manera sencilla la magnitud de la problemática, facilitando su interpretación por parte de la población. Sin embargo, el impacto de estos materiales está estrechamente ligado de su correcta ejecución: desde la simplicidad y claridad del mensaje hasta el manejo adecuado de los elementos gráficos, cada detalle resulta esencial para lograr una comunicación que impulse el cambio social.



Figura 24. Familia beneficiaria sonriendo
Fuente: Municipalidad de Puerto Barrios

En el siguiente capítulo se presenta la definición creativa, donde se desarrollan la conceptualización y construcción de los elementos gráficos que se llevarán a cabo.

⁷⁴ «Diseño Gráfico para la Salud: Claves para una Comunicación Visual Efectiva», La divina proporción, acceso 15 de agosto de 2025, <https://ladivina-proporcion.es/diseño-gráfico-para-la-salud>.

05

Capítulo 5

Definición creativa

En este capítulo se desarrolla la definición creativa, abordando los elementos esenciales para la elaboración de la producción gráfica, incluyendo el *briefing* de diseño, los referentes visuales, la estrategia y el concepto creativo, así como las premisas clave que orientarán todo el proceso de construcción gráfica.



5.1

Brief de diseño

Un *brief* o *briefing* es un documento informativo que contiene la información más relevante e importante de un proyecto y que sirve como punto de partida para establecer una comunicación efectiva entre el cliente y el profesional.⁷⁵

Información más importante para el punto de partida de un proyecto

5.1.1 Información del cliente

Nombre de la institución: Fundación Azteca Guatemala del Grupo Salinas

Ubicación: 5 avenida 5-55 Zona 14, Edificio de Europlaza Torre 4 Penthouse, Ciudad de Guatemala

Número telefónico: +502 22914200

Nombre del jefe inmediato: Víctor Botón

Puesto: Productor audiovisual

Número telefónico: +502 22914200

Correo electrónico: victor.bottonn@gruposalinas.com.mx

5.1.2 Actividad de la institución

Fundación Azteca de Grupo Salinas (FAZGUA) es una institución sin fines de lucro que promueve la transformación social y ambiental a través de múltiples programas a favor de la población guatemalteca, enfocados en tres ejes principales como son la educación, salud y ecología.

5.1.3 Programas de la Institución

Fundación Azteca desarrolla nueve programas principales entre los cuales están: Plantel Azteca; Orquesta sinfónica Esperanza Azteca; La Gira Vive; Guate es tu tierra, quédate; Misión Juguete; Limpiemos nuestra Guatemala; Que vivan nuestros lagos; Bingo Karaoke y Un Milagro por Guate, dónde se trabajó en este proyecto.

A. Un Milagro por Guate

Programa social de FAZGUA, combate la desnutrición en niños de 0 a 3 años y la malnutrición en otros miembros de la familia mediante la entrega de raciones alimentarias y la promoción de seguridad alimentaria en zonas vulnerables.

⁷⁵ «¿Qué es un brief o briefing y para qué sirve?», Doméstika, acceso 17 de agosto del 2025. <https://www.domestika.org/es/2802-que-es-un-brief-o-briefing-y-para-que-sirve>

5.1.4 Instituciones análogas

- a) Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia UNICEF
- b) Secretaría de Seguridad Alimentaria y Nutricional SESAN
- c) Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social MSPAS
- d) CARE Guatemala
- e) Organización Puente

5.1.5 Proyecto a desarrollar

Estrategia de concientización dirigida a padres beneficiarios del programa Un Milagro por Guate de Fundación Azteca Guatemala en Puerto Barrios, Izabal, orientada a promover hábitos alimenticios saludables y contribuir a la prevención de la desnutrición infantil. El proyecto contempla la difusión de contenidos en diversos medios tanto impresos como digitales.

Comunicar de manera clara, y atractiva los mensajes educativos

5.1.6 Objetivo de diseño

Diseñar materiales editoriales y digitales con el fin de comunicar de manera clara, empática y atractiva los mensajes educativos y de concientización de la estrategia, a través de recursos como volantes, afiches, folletos, infografías y materiales digitales.

5.1.7 Descripción del proyecto

La estrategia incluye el desarrollo de materiales con contenidos orientados a la prevención de la desnutrición infantil, los cuales serán difundidos en medios impresos y digitales.

A. Medios impresos

Infografías en diversos formatos como trifoliales, volantes, folletos, *banners* y afiches que serán distribuidas de forma presencial durante las citas nutricionales y las charlas informativas.

B. Medios digitales

Piezas digitales con información relevante y mensajes de concientización que serán enviadas, durante un periodo de dos meses, a los grupos de difusión de WhatsApp conformados por padres y madres atendidos en el centro nutricional.

Contenidos orientados a la prevención de la desnutrición infantil

5.1.8 Presupuesto

Estimación aproximada del costo del proyecto Q 52 726.64

5.1.9 Restricciones

Es necesario seguir las instrucciones del manual de marca de la fundación, así como asegurar el uso correcto de su logotipo, el del programa y el de la Municipalidad de Puerto Barrios.

5.1.10 Grupo objetivo

Padres, madres o cuidadores de niños de 0 a 5 años que residen en Puerto Barrios, Izabal, y aldeas cercanas, pertenecientes a familias de escasos recursos, responsables de la alimentación y el cuidado de los niños a su cargo.

5.1.11 Mensaje a transmitir

Resaltar la importancia de una buena nutrición en la primera infancia, promover hábitos de alimentación saludable y dar a conocer los principales signos de desnutrición en los niños, así como sus consecuencias.

5.2 Referencias visuales

Las referencias visuales son imágenes o elementos visuales que sirven como guía o inspiración para crear un diseño o guiar una experiencia determinada.⁷⁶

A continuación, se presentan las referencias visuales que respaldan el proceso de diseño, asegurando una línea gráfica definida y coherente, además de servir como inspiración para todos los elementos del proyecto.

5.2.1 Referente cromático



Figura 25, 26 y 27. Colores.
Fuente: <https://pin.it/5lrdov2rM>, <https://pin.it/7nymLYZiv>
y <https://pin.it/4Rw7mxDvu>

⁷⁶ «¿Cómo puedes usar referencias visuales para comunicar tu visión de diseño», LinkedIn, acceso 21 de septiembre de 2025, <https://es.linkedin.com/advice/1/how-can-you-use-visual-references-communicate>.

5.2.2 Referente tipográfico



learning a
language is
f^oing hard
that's why
we made it
f^oing fun.

Figura 28, 29 y 30. Tipografías.
Fuente: <https://pin.it/6T46uYXkh>, <https://pin.it/3o6s57ASZ>, <https://pin.it/6z5vtjpl>

5.2.3 Referente de tratamiento de imagen

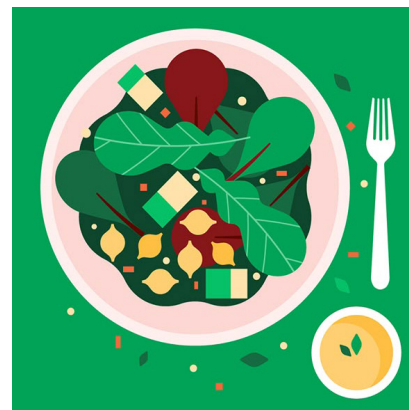
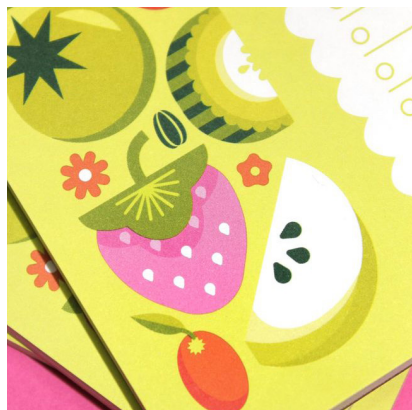


Figura 31, 32 y 33. Ilustraciones flat.
Fuente: <https://pin.it/3hALVfdAG>, <https://pin.it/1cZuZjxb>,
<https://pin.it/QIESHwLue>

5.3 Estrategia

Para realizar la estrategia del proyecto, se utilizó la técnica 6W, la cual consiste en un método de análisis y recolección de información que se basa en hacer seis preguntas para comprender un problema, proyecto o situación.⁷⁷

5.3.1 ¿Qué?

Una estrategia de concientización destinada a informar y sensibilizar sobre la desnutrición infantil, destacando sus consecuencias y promoviendo la adopción de hábitos alimenticios saludables desde edades tempranas.

5.3.2 ¿Para qué?

Se busca contribuir a la reducción y prevención de la desnutrición de la primera infancia mediante la concientización de los padres de familia. Se espera que, gracias a los materiales editoriales y contenidos digitales proporcionados, los padres comprendan los mensajes y adopten acciones concretas para mejorar la salud y el bienestar de sus hijos.

5.3.3 ¿Con qué?

Se elaborarán piezas editoriales como volantes, afiches, folletos y *banners* y contenidos digitales para ser enviados en grupos de difusión por WhatsApp. Estos materiales tendrán un enfoque informativo y estarán acompañados de mensajes motivacionales que refuercen la importancia de prevenir la desnutrición infantil.

5.3.4 ¿Con quiénes?

El proyecto está dirigido principalmente a madres, padres y cuidadores de niños de 0 a 5 años, quienes son responsables de las decisiones relacionadas con la alimentación de sus hijos. Contará con el acompañamiento de colaboradores del Centro Nutricional infantil Un Milagro por Guate, quienes serán los encargados de proporcionar charlas y orientación para reforzar los mensajes del material.

5.3.5 ¿Cuándo?

La distribución de los materiales impresos se realizó durante las charlas y eventos de entrega de alimentos organizados estratégicamente por FAZGUA y la municipalidad de Puerto Barrios, en coordinación con los aliados estratégicos, así como durante las visitas médicas de los padres y sus hijos al centro nutricional. La estrategia se planificó tomando en cuenta los contextos locales y las necesidades emergentes, con el objetivo de maximizar su alcance e impacto en la concientización sobre la desnutrición infantil.

El material digital se previó para ser enviado por mensaje a partir del inicio de la planificación de charlas y entregas estratégicas del centro nutricional infantil. La difusión se llevó a cabo durante dos meses, con una frecuencia de dos envíos por semana.

5.3.6 ¿Dónde?

La estrategia se desarrolló en Puerto Barrios, Izabal, principalmente en el Centro Nutricional Un Milagro por Guate y en las aldeas cercanas, con el apoyo de FAZGUA y la Municipalidad de Puerto Barrios. Estas instituciones facilitaron la coordinación, el acceso a los padres y madres, y el acompañamiento necesario.

⁷⁷ Enrique Estrella, «La regla de las 6W», *Verdes digitales* (blog), 29 de mayo de 2017, <https://verdesdigitales.com/2017/05/29/blog-articulos-publicidad-para-empresas>.

5.4 Concepto creativo

El concepto creativo es una idea clara que transmite la esencia de una marca o campaña a través de una frase impactante y altamente recordable.⁷⁸

Para el desarrollo del concepto creativo se aplicaron tres técnicas específicas, con el objetivo de explorar diferentes enfoques y generar ideas que sirvieran de base para la propuesta final.

5.4.1 Provocación

La provocación es una técnica que requiere el pensamiento lateral. La técnica consiste en crear ideas intencionalmente absurdas o ilógicas, que cuestionan o niegan algo que normalmente damos por hecho en la situación.⁷⁹

Provocación	Si fuera cierto	Idea
La nutrición no es realmente importante	Los padres no tendrían porque preocuparse	Cada plato define el destino de un niño
La niños no necesitan alimentarse.	Los padres no invertirían en alimentación	Más que amor, los niños necesitan nutrición.
La desnutrición no existe	Cada niño crecería con fuerza y oportunidades	Cada bocado es una oportunidad para crecer.

A. Concepto creativo:

Cada bocado es una oportunidad para crecer

Cada comida nutritiva impulsa el desarrollo físico, intelectual y emocional de los niños, convirtiéndose en un acto que transforma su futuro. Alimentar bien no solo cubre una necesidad básica: abre puertas a la salud, al aprendizaje y a nuevas posibilidades de vida.

⁷⁸ Erick Enzo Cordova «La Fórmula del Concepto Creativo», *LinkedIn* (blog), 21 de abril de 2019, <https://es.linkedin.com/pulse/la-f%C3%B3rmula-del-concepto-creativo-erick-enzo-cordova-bandini>

⁷⁹ «Técnicas de Creatividad para la Innovación», Neuronilla, acceso 21 de septiembre del 2025, <https://neuronilla.com/desarrolla-creatividad/tecnicas-creatividad/>.

5.4.2 Mapa mental

Es una técnica de usos múltiples, popularizada por Tony Buzan. Su principal aplicación en el proceso creativo es la exploración del problema y la generación de ideas. En la exploración del problema es recomendable su uso para tener distintas perspectivas.⁸⁰

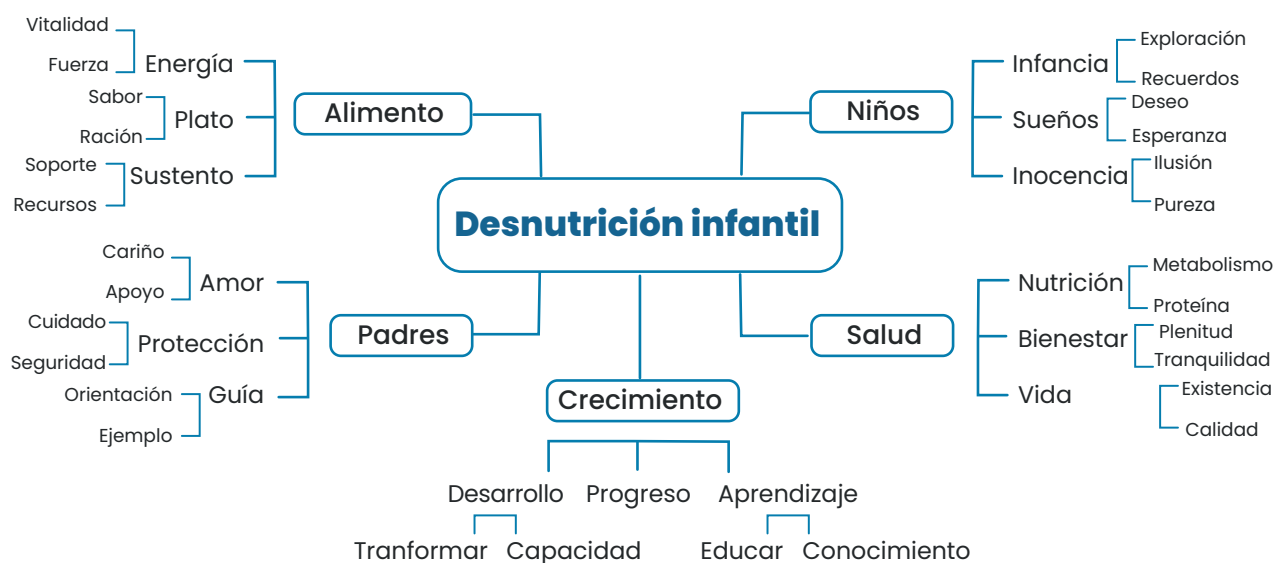


Figura 34. Mapa mental
Fuente: elaboración propia

A. Concepto creativo: Amor que nutre

Este concepto expresa cómo el afecto y la dedicación de madres, padres y cuidadores se manifiestan en la alimentación diaria. Cada comida preparada con cuidado, protege, fortalece y acompaña el crecimiento de los niños. Nutrir es una forma de amar, ese amor se refleja en su bienestar y en las oportunidades que tendrán para un futuro más saludable y pleno.

⁸⁰ Cordova «La Fórmula del Concepto Creativo».

5.4.3 Analogías

Consiste en resolver un problema mediante un rodeo: en lugar de atacarlo de frente se compara el problema con otra situación, objeto o idea.⁸¹

Ideas clave	Analogías	Conexiones
La nutrición es la base del crecimiento	Semillas	Semillas de vida en cada bocado
Nutrir es brindar oportunidades	Llave y puertas	Nutrir es la llave para un mundo de posibilidades
Los alimentos aportan nutrientes para crecer	Cocina	La receta del futuro empieza en un plato
Combatir la desnutrición da oportunidades	Futuro	Nutriendo Futuros

A. Concepto creativo: Nutriendo Futuros

Transmite de forma clara y poderosa la responsabilidad que tienen los padres en garantizar el desarrollo integral de sus hijos a través de una buena alimentación.

5.4.4 Concepto seleccionado

Nutriendo Futuros

El concepto sintetiza la misión y propósito del proyecto, aludiendo directamente al impacto que una buena nutrición tiene en el desarrollo integral de los niños y niñas. Hace referencia al cuidado, educación y fortalecimiento de habilidades que contribuyen a su crecimiento saludable y equilibrado. La palabra «Futuros» se traduce en oportunidades, bienestar y desarrollo sostenible a largo plazo.

Una buena nutrición tiene impacto en el desarrollo integral de los niños y niñas

⁸¹ Cordova «La Fórmula del Concepto Creativo» .

5.5 Premisas de diseño

Las premisas de diseño son los criterios que servirán como guía para que el diseñador a través de un proceso reflexivo establezca la respuesta de diseño más adecuada.⁸²

5.5.1 Paleta de color

La paleta de color seleccionada establece la identidad visual del proyecto. Se trata de una variación de la paleta institucional verde, azul, amarillo y rojo que refuerza la unidad visual con la institución. Son colores vivos que transmiten energía y optimismo, complementan el enfoque motivacional e inspiracional del proyecto para animar a los padres a involucrarse activamente y aportar en la nutrición de sus hijos.

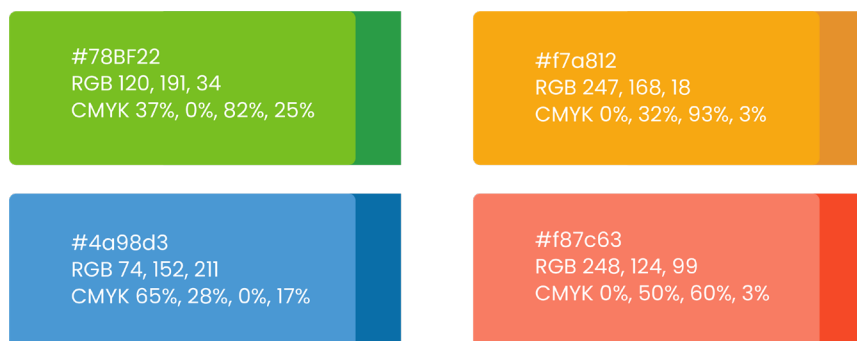


Figura 35. Paleta de color
Fuente: elaboración propia

5.5.2 Tipografía

Para la tipografía se eligió Eigerdals en titulares y subtítulos, una tipografía de formas suaves y amables que transmite calidez, dinamismo y cercanía, generando un impacto visual claro y atractivo. Complementariamente, se emplea Nunito para el cuerpo de texto, gracias a su diseño redondeado, legible y armónico, que facilita la lectura prolongada y aporta un contraste equilibrado con los encabezados.



Figura 36. Premisa tipográfica
Fuente: elaboración propia

⁸² «Qué son las Premisas de Diseño en Proyectos Creativos», Studocu, acceso 21 de septiembre del 2025, <https://www.studocu.com/es-mx/document/instituto-superior-de-arquitectura-y-diseno/>.

5.5.3 Tratamiento de imagen

Se utilizaron ilustraciones de estilo *semi-flat* con degradados, aportando claridad y modernidad al proyecto. Este enfoque visual facilita la transmisión del mensaje de manera atractiva. Los personajes, diseñados con un estilo sencillo y tierno, buscan ser comprensibles y empáticos para diferentes públicos. Además, se incorporarán también elementos de papelería para organizar y enmarcar la información.

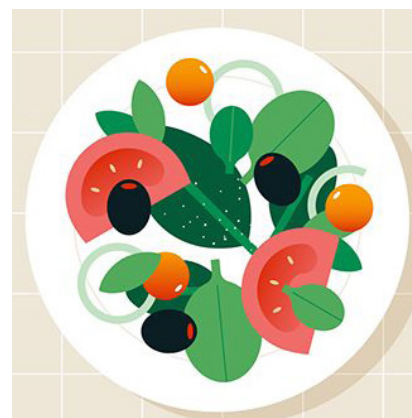


Figura 37, 38 y 39. Tratamiento de imagen
Fuentes: <https://pin.it/70RpExChn>, <https://pin.it/2LoShbuQq>, <https://pin.it/3dRKzhv0S>

5.5.4 Fotografía

Se utilizaron fotografías reales de los beneficiarios tomadas durante las jornadas o citas nutricionales. La iluminación, las poses y las expresiones serán naturales, procurando reflejar la autenticidad y cercanía de las personas. Además, las fotografías se presentarán dentro de un marco con estilo de fotografía instantánea.



Figura 40, 41 y 42. Tratamiento de fotografía.
Fuente: <https://pin.it/7CQl6qnCx>, <https://pin.it/tw9yxSHE>, <https://pin.it/qSax4c5OJ>

5.5.5 Formato

Se utilizaron infografías adaptadas a distintos formatos y tamaños como trifoliales, volantes, folletos y afiches, para asegurar versatilidad y alcance del mensaje. Además, se desarrollaron piezas digitales en formato 3:4, ideales para ser compartidas por mensaje de WhatsApp. Esta diversidad de materiales permite comunicar la información en distintos contextos. Todas las piezas se elaboraron sobre una retícula modular, garantizando orden y consistencia.



Figura 43, 44 y 45. Formatos
Fuente: <https://pin.it/1flh68ztc>, <https://pin.it/1xUzfCn5>, <https://pin.it/1noyKg75m>, <https://pin.it/362p0DXgp>,

El próximo capítulo muestra la producción gráfica desarrollada durante la fase de ejecución, así como el proceso de validación y el resultado final obtenido.

06

Capítulo 6

Producción gráfica

En este capítulo se presenta la producción gráfica, correspondiente a la fase de ejecución. El proceso incluyó tres etapas de validación: inicialmente la autoevaluación, seguida de la revisión por expertos en diseño gráfico y, finalmente, la validación con el personal de la institución y los beneficiarios. En cada etapa se aplicaron los ajustes necesarios, los cuales se muestran junto con el resultado final.

Además, en este capítulo se presentan los lineamientos para la puesta en práctica y el aporte económico del estudiante.



6.1

Nivel de visualización 1

La primera etapa de visualización consistió en un proceso de bocetaje manual, elaborado a partir del concepto creativo y las premisas de diseño. Posteriormente, la estudiante realizó una autoevaluación para identificar la propuesta que mejor respondía a las necesidades del material gráfico. Como parte de este proceso, se desarrollaron varias alternativas de bocetos a mano, pensadas para infografías en formato media carta.

6.1.1 Propuesta n.º 1

En esta propuesta se decidió dar protagonismo a la ilustración, ubicándola en el centro del diseño. Dado el enfoque nutricional, se incorporaron ilustraciones relacionadas con los diferentes tipos de alimentación. La información se organizó en recuadros alrededor de la ilustración principal, logrando así una composición equilibrada, ordenada y coherente.



Figura 46. Boceto 1
Fuente: elaboración propia

6.1.2 Propuesta n.º 2

Para la segunda propuesta se mantuvo el uso de recuadros para la información; sin embargo, se optó por una composición diferente. En esta, el titular y la ilustración se ubican en la parte superior para generar mayor amplitud visual. Los recuadros se organizaron en formato de cuadrícula, mientras que los logotipos y la fuente se colocaron en la parte inferior.

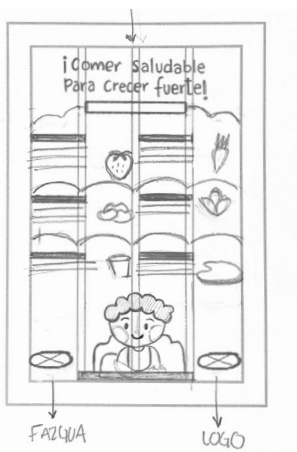


Figura 47. Boceto 2
Fuente: elaboración propia

6.1.3 Propuesta n.º 3

En la última propuesta, el diseño se estructura con el titular en la parte superior, resaltando el mensaje principal. La ilustración central inferior muestra a un niño, acompañado de íconos que representan distintos alimentos saludables. Se incorporaron formas suaves y redondeadas que aportan dinamismo y cumplen la función de organizar y dividir la información en secciones temáticas, guían la mirada del espectador y refuerzan la narrativa visual.



Figura 48. Boceto 3
Fuente: elaboración propia

6.1.4 Autoevaluación

Luego de finalizar el proceso de bocetaje, se realizó un ejercicio de autoevaluación de las propuestas con una matriz de autoevaluación para definir la mejor propuesta gráfica.

Finalmente, se decidió seleccionar la propuesta número 2, ya que presenta una composición ordenada y armónica, con un buen equilibrio entre ilustraciones y texto, aprovechando de forma adecuada cada espacio. A continuación, se presenta la versión digitalizada de la propuesta.

 USAC UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA		FACULTAD DE ARQUITECTURA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA				
AUTOEVALUACIÓN						
Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTAS GRÁFICAS				
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
1	Pertinencia: La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.					X
2	Memorabilidad: Califica si el diseño es captado por el usuario. Asimismo, si recuerda el mensaje fácilmente para crear una imagen estable en su mente.				X	
3	Fijación: El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.					X
4	Legibilidad: Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.					X
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.					X
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, más específica es su referencia.					X
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.				X	
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.					X
9	Diseño Tipográfico: La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, legibles y relacionadas al diseño, creando nexos.					X
10	Uso del Color: Indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y valores de la institución; tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.					X
TOTAL					4	5

Figura 49. Autoevaluación
Fuente: elaboración propia



Figura 50. Digitalización de bocetos.
Fuente: elaboración propia

6.1.5 Observaciones recibidas por estudiantes de décimo ciclo

Las propuestas, incluida la versión digitalizada de la propuesta seleccionada, fueron presentadas a estudiantes de décimo ciclo de la Licenciatura en Diseño Gráfico, quienes compartieron los siguientes comentarios:

- 1) Se recomendó evitar el uso excesivo del color verde para no caer en monotonía, incorporando otros tonos que generen contraste.
- 2) La pieza presenta una sobrecarga visual, por lo que es importante evaluar qué elementos pueden eliminarse y dejar espacios en blanco que permitan al diseño respirar.
- 3) Se sugirió revisar el tamaño de los márgenes para prevenir inconvenientes al momento de imprimir.

6.2 Nivel de visualización 2

El nivel de visualización 2 consiste en una validación con profesionales del diseño gráfico, quienes, con base en su experiencia, aportaron las sugerencias pertinentes a las piezas gráficas presentadas.

Antes de llevar a cabo la validación, se realizaron los ajustes correspondientes al primer nivel de visualización y se crearon dos piezas adicionales para mostrar variaciones en el diseño.



Figura 51, 52 y 53. Nivel de visualización 2.
Fuente: elaboración propia

6.2.1 Validación con profesionales de diseño gráfico

La validación fue realizada por medio de la técnica grupo focal, la cual consiste en un método de investigación cualitativa en el que un pequeño grupo de participantes entabla un debate guiado sobre un tema concreto.⁸³

A. Participantes del grupo focal

- 1) Lic. Javier Rueda - Diseñador gráfico senior en la agencia internacional de diseño Bosque, con 7 años de experiencia.
- 2) Lcda. Carolina Pérez - Diseñadora gráfica senior en el Museo de los Niños Guatemala, con 6 años de experiencia.
- 3) Lic. Randy Gil - Diseñador gráfico *freelance* experto en diseño editorial y audiovisual, con 10 años de experiencia.
- 4) Lcda. Fátima Hernández - Diseñadora gráfica *Freelance* enfocada en el diseño social, con 6 años de experiencia.
- 5) Lcda. Teresa Martínez - Diseñadora gráfica *freelance* enfocada en el diseño de marca y diseño editorial, con 4 años de experiencia.

6.2.2 Observaciones del grupo focal

- 1) Se recomendó evaluar el tamaño del texto para garantizar su legibilidad y considerar la cantidad de información. Se sugirió evitar la saturación de los volantes con exceso de texto, ya que en Guatemala el hábito de lectura es limitado.
- 2) Se indicó que las ilustraciones son adecuadas para el grupo objetivo; sin embargo, se sugirió incorporar elementos culturales que permitan una mayor identificación, como cabello negro y tez más morena.
- 3) Se recomendó jugar más con los títulos, siguiendo el ejemplo de la primera pieza, buscando frases más llamativas que capten la atención del público.
- 4) Se comentó que el uso de bloques de texto es una buena técnica para organizar toda la información, ya que facilita su lectura, y se recomendó continuar implementando este recurso en futuras piezas.

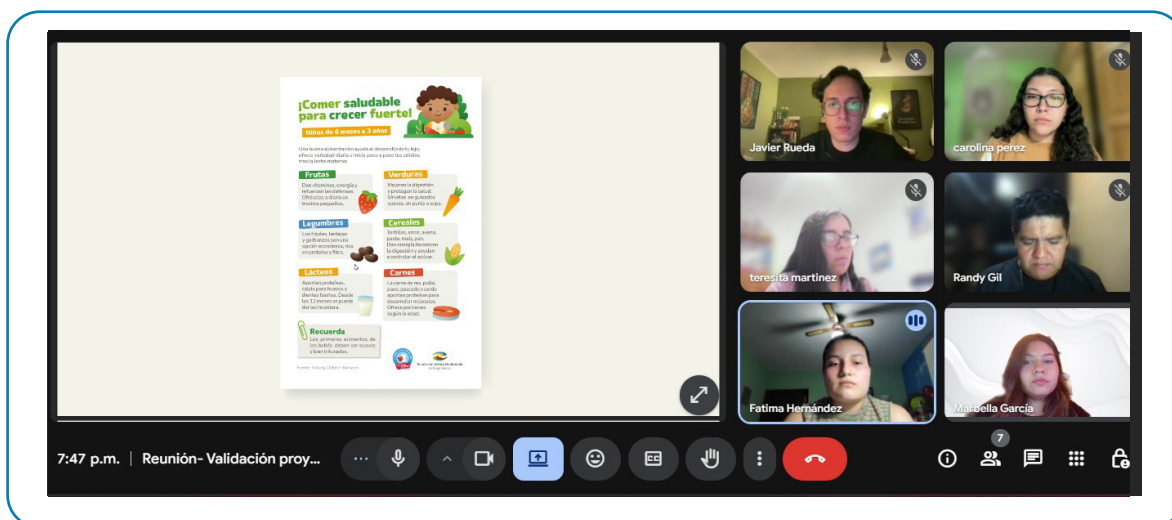


Figura 54. Grupo focal diseñadores
Fuente: elaboración propia

83 «Guía fundamental de la investigación cualitativa», ATLAS.ti, acceso 3 de octubre del 2025, <https://atlasti.com/es/guias/guia-investigacion-cualitativa-parte-1/grupos-focales>.

6.2.3 Observaciones recibidas por estudiantes de décimo ciclo

Todas las propuestas fueron presentadas a estudiantes de décimo ciclo de la Licenciatura en Diseño Gráfico, quienes compartieron los siguientes comentarios:

- 1) La información se encuentra organizada; sin embargo, se recomendó evaluar la cantidad de texto
- 2) Se señaló que el uso de texto blanco sobre fondo amarillo podría dificultar la lectura, se sugirió hacer pruebas de impresión.
- 3) Se indicó que los íconos de la pieza 3 no resultan del todo legibles y sería conveniente ajustar su tamaño o estilo para mejorar la claridad y legibilidad.

6.3 Nivel de visualización 3

En este nivel de visualización se lleva a cabo la validación con el personal de la institución y con miembros del grupo objetivo, con el propósito de evaluar la funcionalidad del material gráfico.

Antes de esta validación, se realizaron todas las correcciones sugeridas por los expertos en diseño, con el fin de aproximarse al resultado final.

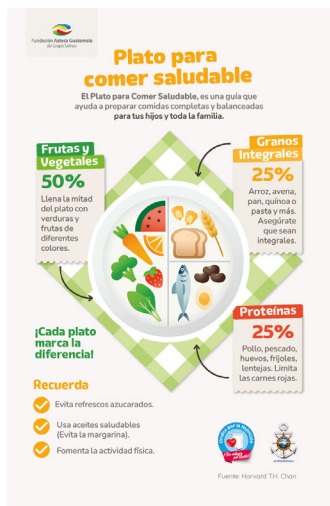


Figura 55, 56 y 57. Nivel de visualización 3
Fuente: elaboración propia



Figura 58. Grupo focal institución. Fuente: elaboración propia



Figura 59. Grupo focal institución 2. Fuente: elaboración propia

6.3.1 Validación con institución

Tras implementar las correcciones y ajustes, se procedió a la siguiente etapa de validación con el personal de la institución. Para ello, se empleó nuevamente la técnica de grupo focal, utilizando preguntas que sirvieron de guía.

A. Participantes del grupo focal

- 1) Ing. Maribel Rincón – Directora regional de Fundación Azteca Guatemala
- 2) Víctor Botón– Productor audiovisual
- 3) Josh Pérez – *Community manager*
- 4) Olga Cabrera – Coordinadora de proyectos
- 5) Estuardo Trujillo– Contador

6.3.2 Observaciones del grupo focal

- 1) La información está bien distribuida en la cantidad de volantes, ya que concentrarla en uno solo los haría ver recargados.
- 2) Los vectores simples resultan adecuados para las madres y se sugirió mantener esa línea gráfica.
- 3) Se resaltó que la variedad de composiciones evita la monotonía y se expresó el deseo de que este criterio se mantenga en las demás piezas.
- 4) Se indicó que los logotipos deben presentarse en un tamaño ligeramente mayor.

6.3.3 Validación con el grupo objetivo

Una vez realizados los ajustes necesarios, se llevó a cabo la validación del material gráfico con las madres de familia que acuden al centro nutricional con sus hijos. El objetivo fue analizar su funcionalidad, empleando nuevamente la técnica de grupo focal.

A. Participantes del grupo focal

- 1) Leslie Calderón- Madre de dos niños
- 2) Griselda Martínez- Madre de dos niños
- 3) María Isabel Martínez- Madre de cuatro niños
- 4) Coral Ramírez- Madre de dos niños
- 5) Hilda Cao - Madre de un niño

6.3.4 Observaciones del grupo focal

- 1) Se consideró que la información presentada era adecuada y que no contenía palabras difíciles de comprender.
- 2) Se señaló que el material resultaría de gran ayuda para las madres primerizas y se mencionó que hubiera sido valioso contar con toda esa información en su propio proceso de maternidad.
- 3) Se reiteró que el contenido sería especialmente útil para quienes tuvieran su primer hijo, ya que reunía explicaciones claras y necesarias.
- 4) Se destacó que las ilustraciones hacían el material más atractivo y que otras madres probablemente se sentirían motivadas a leerlo.

6.3.5 Observaciones recibidas por estudiantes de décimo ciclo

Todas las propuestas fueron presentadas a estudiantes de décimo ciclo de la Licenciatura en Diseño Gráfico, quienes compartieron los siguientes comentarios:

- 1) Se recomendó evaluar la colocación del logo de la institución en la parte superior y considerar la eliminación del recuadro gris.



Figura 60. Fachada centro nutricional Un Milagro por Guate.
Fuente: elaboración propia



Figura 61. Grupo focal beneficiarios. Fuente: elaboración propia

Con base en los comentarios recibidos por la institución y el grupo objetivo, se realizaron los ajustes finales antes de obtener el resultado definitivo, considerando aspectos como los colores, la colocación de los logos y la revisión de los textos.



Figura 62, 63 y 64. Resultado definitivo. Fuente: elaboración propia

6.4

Resultados finales

Luego de implementar los últimos ajustes, se procedió a la elaboración de las piezas gráficas para el resultado final, el cual integró todas las observaciones y mejoras planteadas en las fases de validación.

Volantes

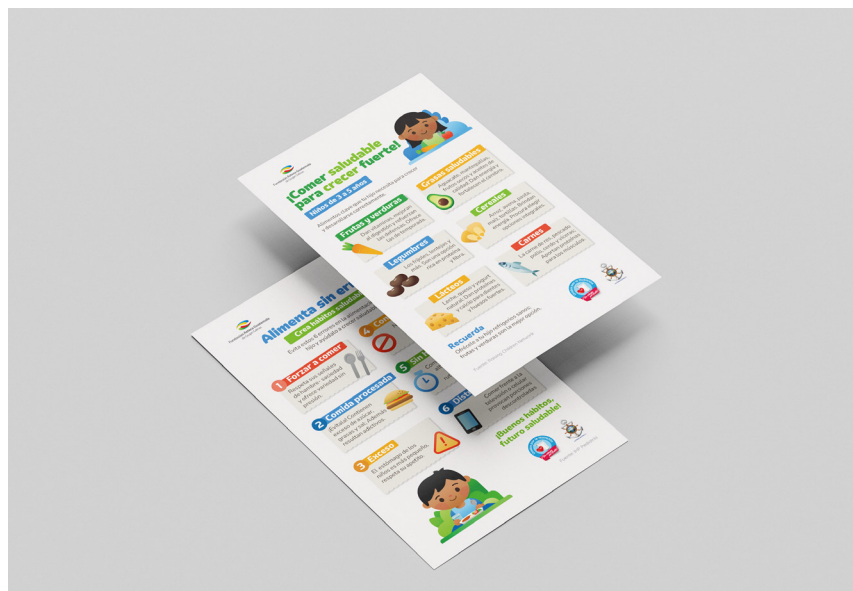


Figura 65. Volantes informativos. Fuente: elaboración propia





Figura 66 y 67. Volantes informativos 1. Fuente: elaboración propia

Trifoliales

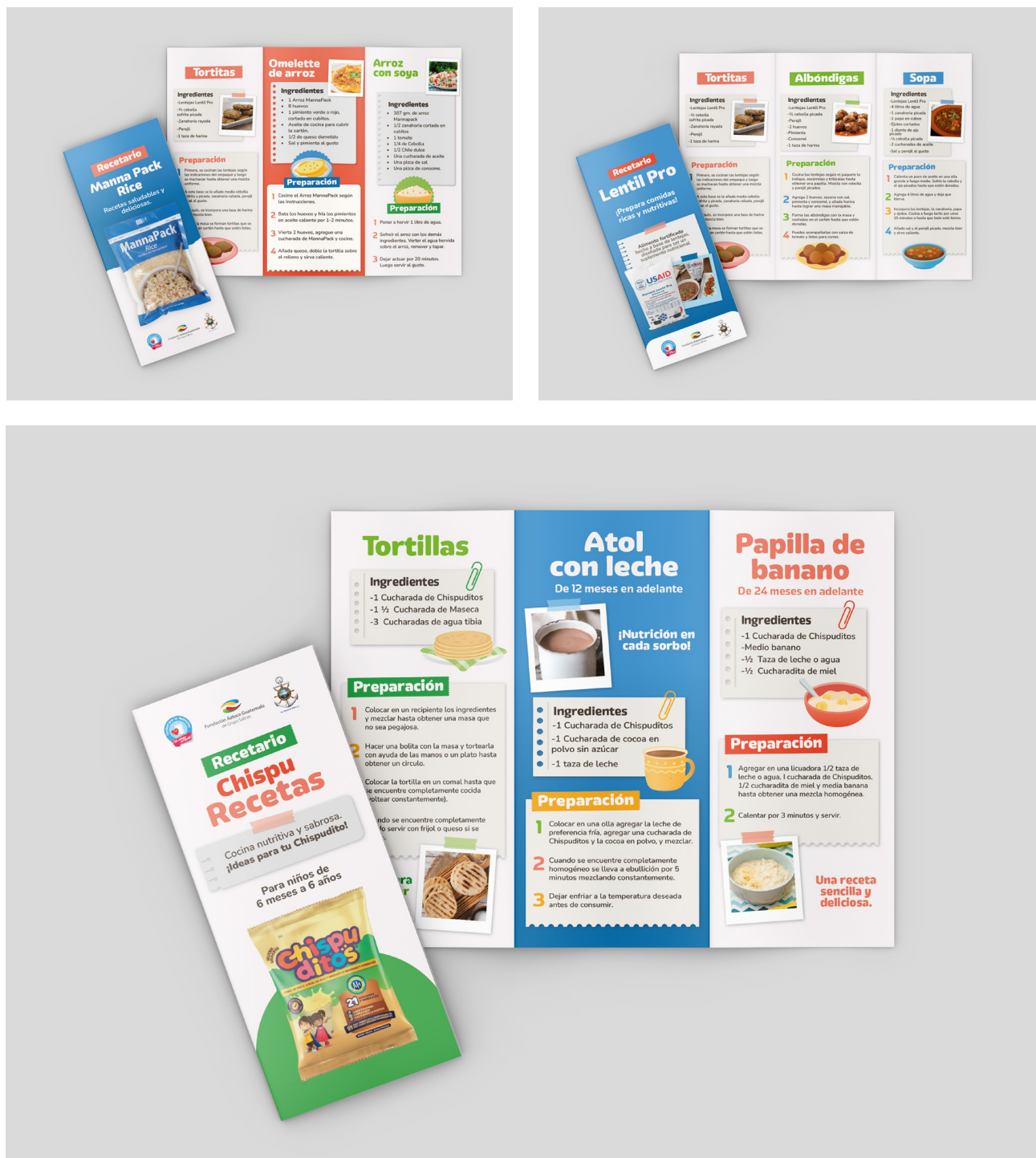


Figura 68, 69 y 70. Trifoliales recetarios. Fuente: elaboración propia

Afiches



Figura 71 y 72. Afiches infografías. Fuente: elaboración propia



Figura 73. Afiches infografías 2. Fuente: elaboración propia

Folletos



Figura 74. 1er folletos grapado. Fuente: elaboración propia



Figura 75, 76, 77 y 78. 1er folleto grapado vistas. Fuente: elaboración propia



Figura 79 y 80. 2do folleto grapado. Fuente: elaboración propia



Figura 81, 82 y 83. 3er folleto grapado 2. Fuente: elaboración propia

Banners



Figura 84. Banners informativos. Fuente: elaboración propia

Piezas digitales

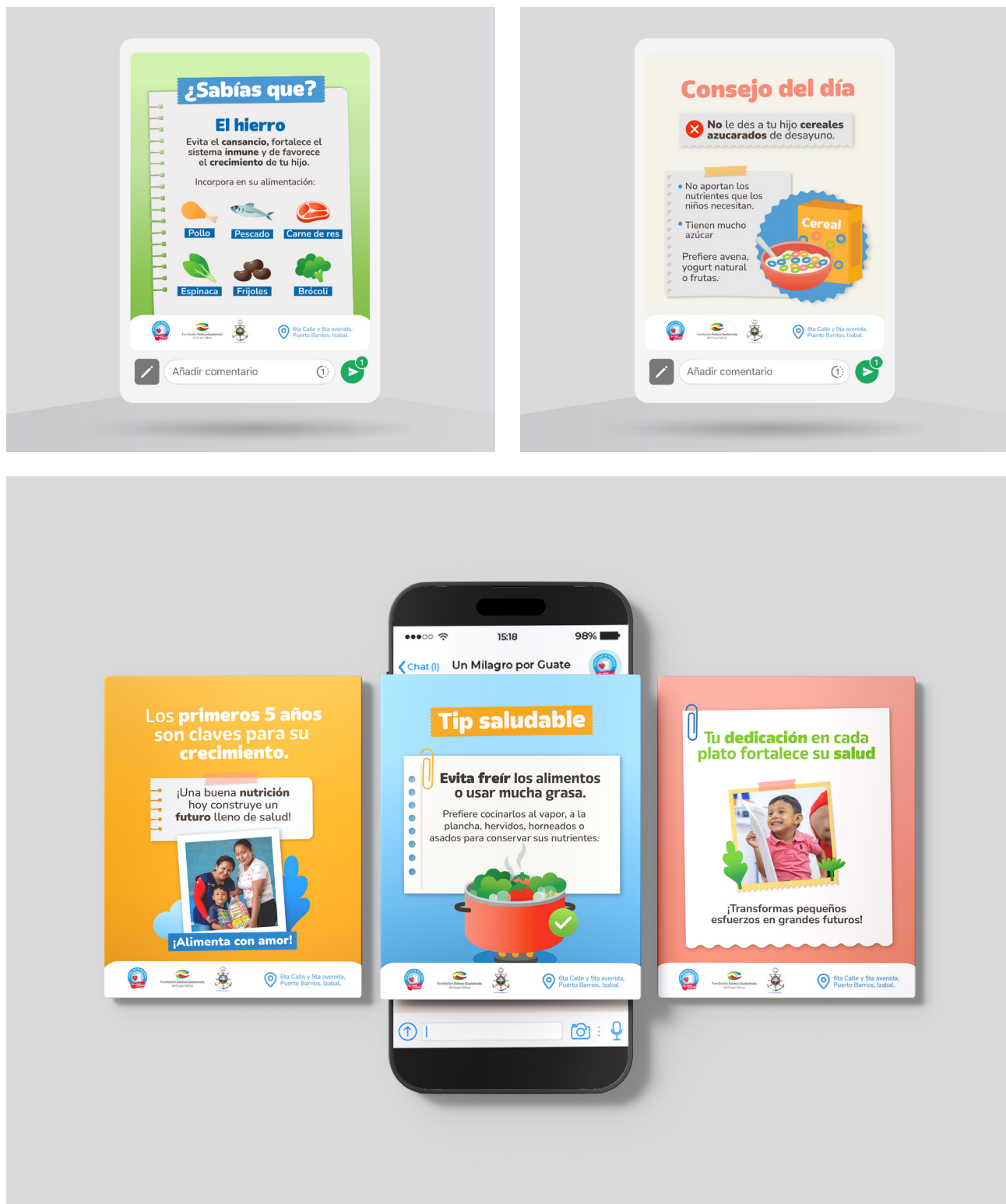


Figura 85, 86, 87. Artes estáticos serie 1. Fuente: elaboración propia

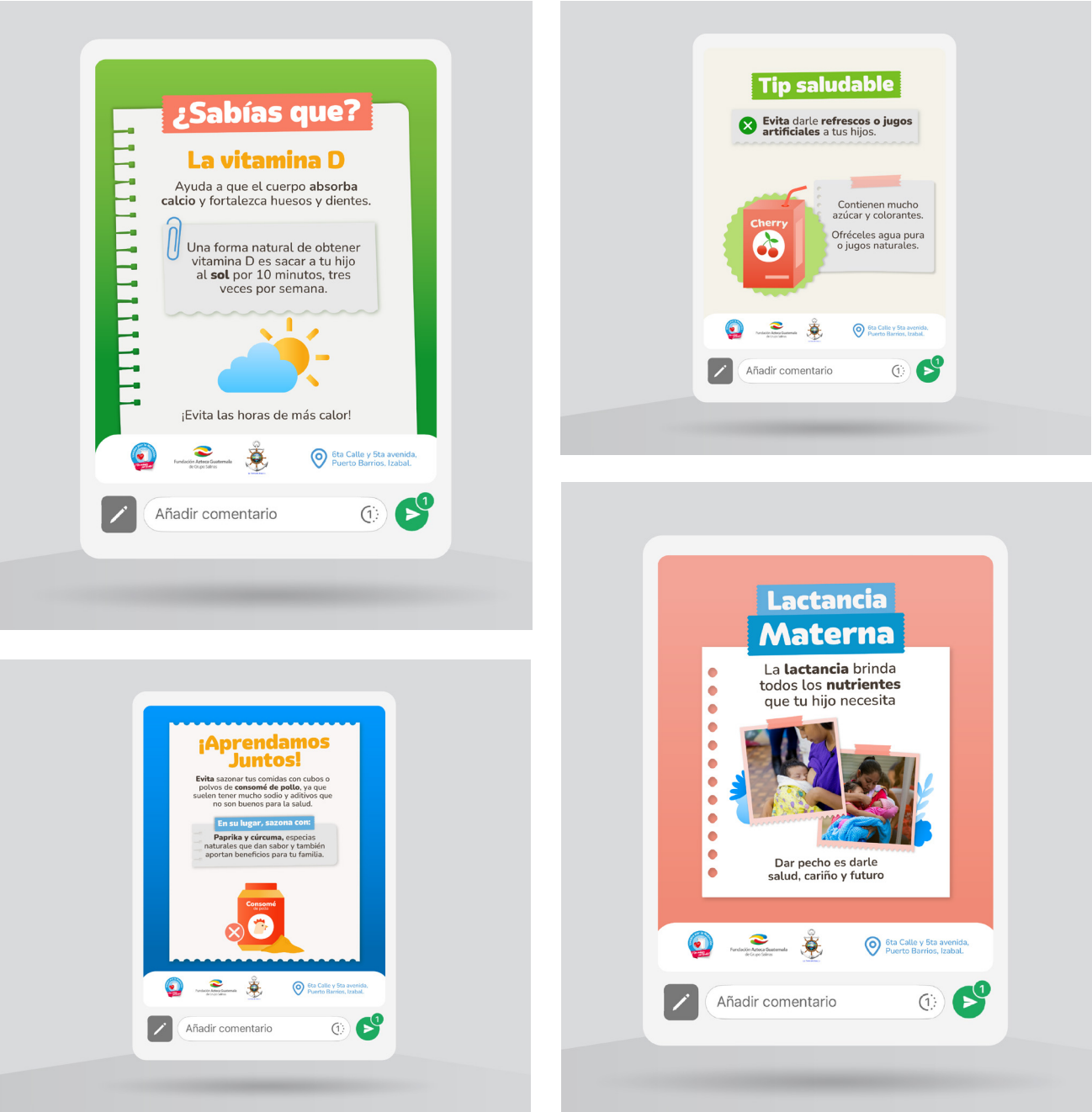


Figura 88, 89, 90, 91. Artes estáticos serie 2. Fuente: elaboración propia

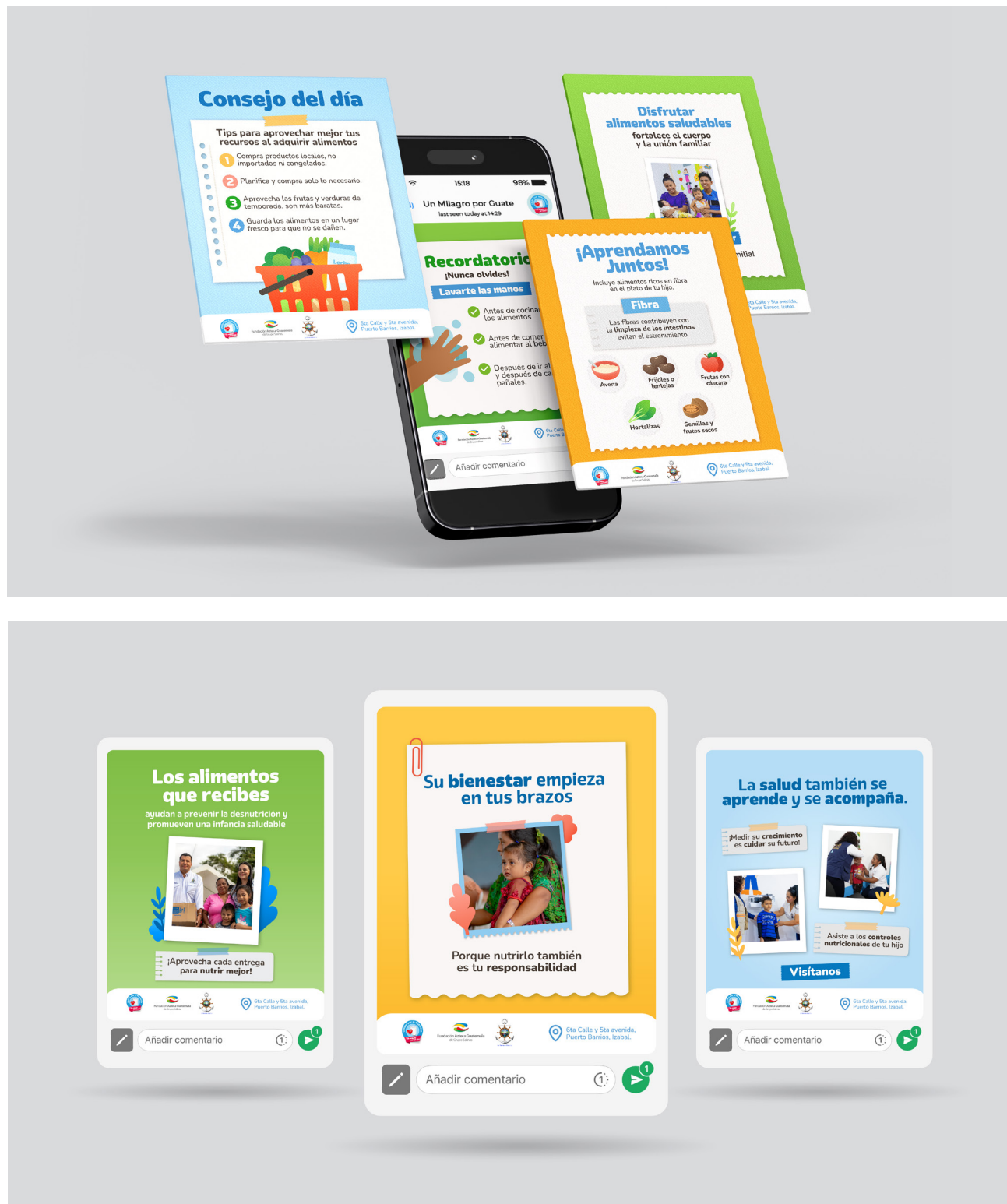


Figura 92 y 93. Artes estáticos serie 3. Fuente: elaboración propia

6.5 Fundamentación técnica

Tras la presentación de los resultados finales, se realiza la fundamentación de las propuestas gráficas, donde se exponen y justifican técnicamente los criterios aplicados en su elaboración.

6.5.1 Formato

Considerando que la estrategia se llevaría a cabo en encuentros presenciales entre el grupo objetivo y la institución, se consideró necesario difundir principalmente piezas impresas y complementar con piezas digitales en momentos oportunos.

Los formatos definidos para cada una de las piezas impresas fueron seleccionados según el tipo y función de cada material. Las infografías tipo volante se diseñaron en formato media carta (5.5 x 8.5 pulgadas), mientras que los afiches se desarrollaron en tamaño tabloide vertical (11 x 17 pulgadas).

Para las piezas complementarias, se empleó tamaño carta horizontal (11 x 8.5 pulgadas) en los trifoliales y A6 (4.1 x 5.8 pulgadas) en los folletos grapados y *banners* con estructura tipo araña (23.5 x 63 pulgadas). En cuanto a las piezas digitales, se trabajó con el formato 4:5 (1080px x 1350px), ideal para su visualización desde dispositivos móviles.

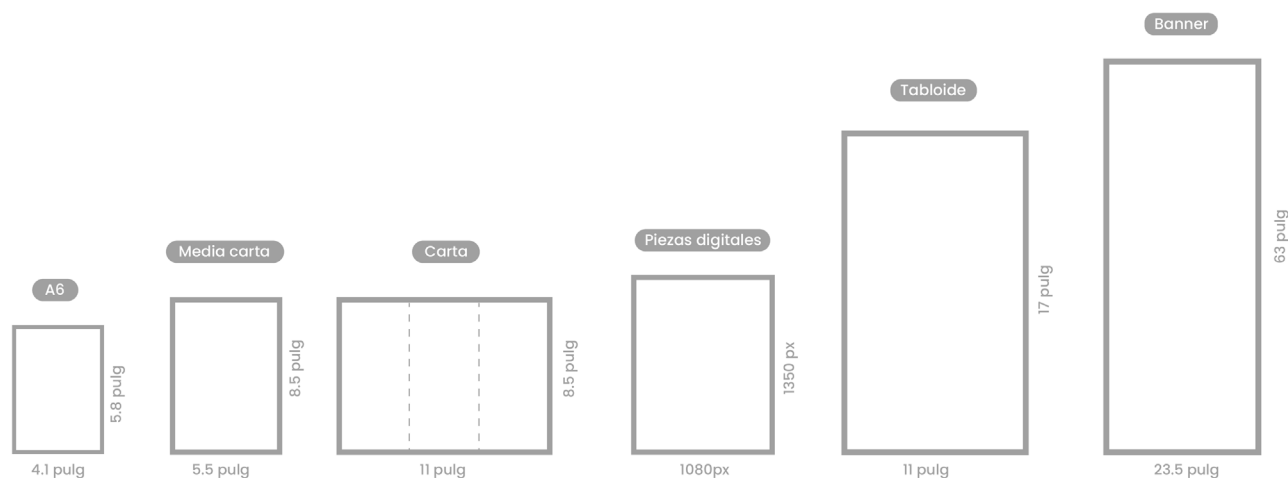


Figura 94. Formatos
Fuente: elaboración propia

6.5.2 Retícula

Para la composición de piezas en formato media carta y A6, se optó por utilizar una retícula de columnas, se consideró el tamaño de la página y la cantidad de información. Esta retícula facilita la alineación de los elementos y permite crear una estructura lógica y limpia. Asimismo, divide la página en secciones verticales, lo que ayuda a mantener todos los elementos alineados y organizados, evitando que el diseño se perciba desordenado.

Para la organización de los elementos y del contenido de las demás piezas, se optó por utilizar una retícula modular. Esta retícula divide el espacio en columnas y filas, generando una serie de módulos que permiten crear un diseño coherente y equilibrado. Además, resulta versátil y ofrece un control preciso sobre la disposición de los elementos dentro de la composición.

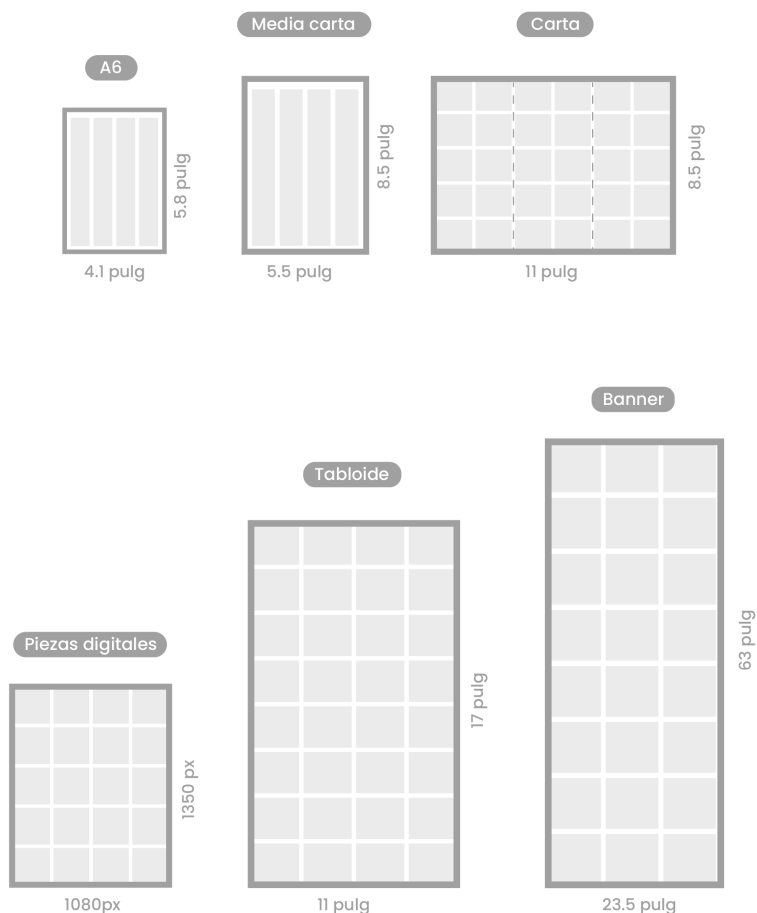


Figura 95. Retículas
Fuente: elaboración propia

6.5.3 Código cromático

Para la selección de la paleta de color se tuvo en cuenta la identidad institucional y los objetivos del proyecto. Se eligieron tonos cercanos a la paleta institucional, lo que permite mantener coherencia visual con la fundación.

Los colores seleccionados presentan un contraste adecuado que asegura buena legibilidad y versatilidad, ideales para resaltar la información clave y la iconografía. Además, se eligieron tomando como base el concepto creativo y se optó por colores llamativos que generan emociones positivas en el grupo objetivo, con el fin de reforzar el mensaje motivacional y el llamado a la acción que promueve la concientización.

Cada color principal cuenta con variaciones tonales que aportan dinamismo a las composiciones gráficas y que, además, se utilizaron para crear degradados en los distintos elementos. También se incorporaron colores neutros que complementan las ilustraciones y proporcionan equilibrio visual, evitando saturación o conflicto cromático. La codificación se encuentra tanto en RGB como en CMYK, considerando el uso que se dará en piezas digitales e impresas.

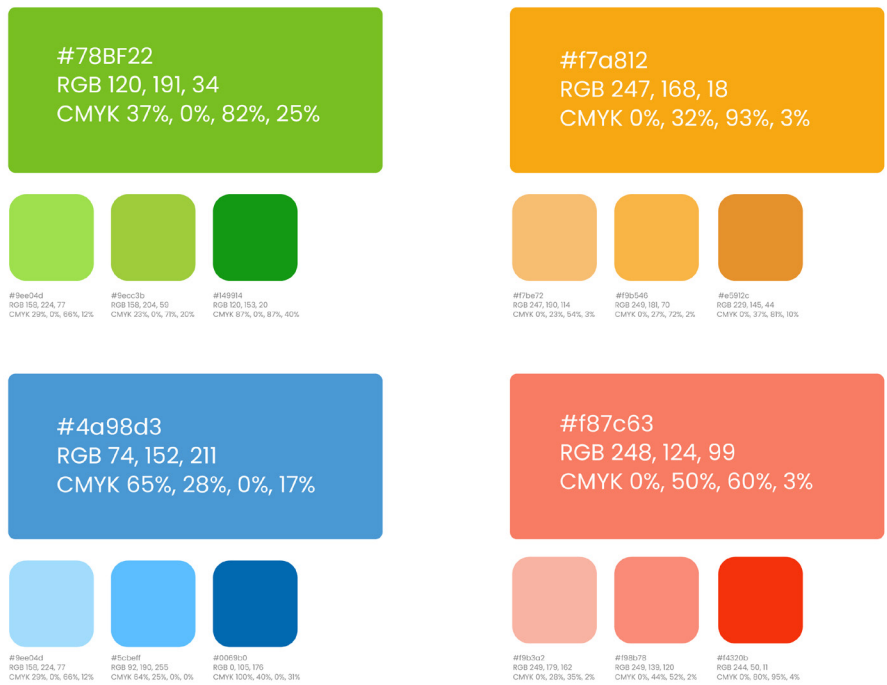


Figura 96. Código cromático
Fuente: elaboración propia

6.5.4 Código tipográfico

El código tipográfico utilizado en las piezas está compuesto por dos tipografías *sans serif* coherentes con la identidad del proyecto Eigerdals y Nunito.

Eigerdals se emplea en titulares y subtítulos, especialmente en sus pesos más gruesos, por su estilo moderno de formas suaves y redondeadas, que transmiten una sensación visual agradable y equilibrada. Estas características la convierten en una opción ideal para destacar jerárquicamente los encabezados y resaltar los mensajes principales.

Tras varias pruebas, se determinó que Nunito es la tipografía más adecuada para el cuerpo de texto, gracias a su excelente legibilidad en párrafos, cualidad que favorece una lectura fluida tanto en medios digitales como impresos.

Titulares

Eigerdals

a b c d e f g h i j k l m n 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
O P Q R S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Cuerpo de texto

Nunito

a b c d e f g h i j k l m n 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
O P Q R S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Figura 97. Código tipográfico
Fuente: elaboración propia

6.5.5 Código icónico-visual

El código icónico-visual aplicado en las piezas gráficas se basa en ilustraciones vectoriales de trazos simples y redondeados que aportan un carácter infantil y amigable, lo que facilita la comprensión del mensaje y mantiene coherencia con la temática y el propósito del proyecto.

Además, se utilizaron fotografías reales de los beneficiarios con poses y expresiones naturales que reflejen su autenticidad. Estas imágenes se incorporaron dentro de un marco con estilo de fotografía instantánea, lo cual transmite una conexión más humana; y permite que las fotografías se integren con armonía a la composición sin romper abruptamente con la línea gráfica.

Además, se incluyeron elementos que evocan papel, recortes y texturas manuales, reforzando una estética amigable. Esta combinación de recursos visuales fortalece la conexión emocional con el público y contribuye a transmitir el mensaje de manera clara.



Figura 98. Código icónico-visual
Fuente: elaboración propia

6.5.6 Código lingüístico

El código lingüístico utilizado fue analizado según el contexto del grupo objetivo. Se implementó un código lingüístico educativo que consiste en simplificar información compleja de manera clara, concisa y accesible, con el fin de facilitar la comprensión y la conexión del grupo objetivo.⁸⁴

6.6 Lineamientos de la puesta en práctica

A manera de garantizar la puesta en práctica de las piezas gráficas elaboradas en este proyecto, se detallan los materiales elaborados, incluyendo sus especificaciones técnicas, recomendaciones de uso y reproducción, con el propósito de garantizar su correcta aplicación y efectividad.

6.6.1 Componentes del proyecto

Se hará entrega a la institución los siguientes archivos:

A. Materiales impresos

- Archivo editable Adobe InDesign
- Archivo editable Adobe Illustrator
- Documento PDF
- Carpeta de ilustraciones y tipografías

B. Materiales digitales

- Archivo editable Adobe Illustrator
- Documentos PNG de las piezas digitales
- Carpeta de ilustraciones y tipografías

6.6.2 Especificaciones técnicas

A. Volantes media carta

- Diseñado en Adobe InDesign 2025
- Formato: PDF para impresión CMYK
- Tamaño: 5.5 x 8.5 pulgadas
- Márgenes: 0.5 Pulgadas
- Sangrado: 0.125 pulgadas
- Resolución: 300 PPI
- Publicación: 6 piezas

⁸⁴ «¿Cómo hacer una infografía?», CADAUCM, acceso 11 de octubre del 2025, https://portal.ucm.cl/content/uploads/2020/03/Guia_Taller_Infografias.pdf.

B. Afiches tabloide

- Diseñado en Adobe Illustrator 2025
- Formato: PDF para impresión CMYK
- Tamaño: 11 x 17 pulgadas
- Márgenes: 0.5 Pulgadas
- Sangrado: 0.125 pulgadas
- Resolución: 300 PPI
- Publicación: 6 piezas

C. Trifoliales

- Diseñado en Adobe Illustrator 2025
- Formato: PDF para impresión CMYK
- Tamaño: 11 x 8.5 pulgadas
- Márgenes: 0.3 Pulgadas
- Sangrado: 0.125 pulgadas
- Resolución: 300 PPI
- Publicación: 3 piezas

D. Folleto grapado 8 páginas

- Diseñado en Adobe Illustrator 2025
- Formato: PDF en pliegos para impresión CMYK
- Tamaño: 4.1 x 5.8 pulgadas
- Márgenes: 0.3 Pulgadas
- Sangrado: 0.125 pulgadas
- Resolución: 300 PPI
- Publicación: 3 piezas

E. Banners

- Diseñado en Adobe Illustrator 2025
- Formato: PDF para impresión CMYK
- Tamaño: 23.5 x 63 pulgadas
- Márgenes: 2.5 Pulgadas
- Sangrado: 0.125 pulgadas
- Resolución: 300 PPI
- Publicación: 3 piezas

F. Piezas digitales

- Diseñado en Adobe Illustrator 2025
- Formato: PNG
- Tamaño: 1080px x 1350px
- Márgenes: 30px Pulgadas
- Resolución: 150 PPI
- Publicación: 16 piezas

6.6.3 Condiciones de uso

Las piezas gráficas fueron entregadas de forma digital, a través de una carpeta compartida en Google Drive. En ella se incluirán los materiales mencionados previamente.

- Medios impresos: 6 volantes, 6 afiches, 3 trifoliales, 3 folletos grapados y 3 *banners*.
- Medios digitales: 16 piezas estáticas.

Los volantes, trifoliales y folletos impresos fueron elaborados con el propósito de ser utilizados como herramientas de apoyo durante las charlas nutricionales impartidas por el Centro Nutricional Infantil Un Milagro por Guate, así como en las jornadas de entrega de alimentos organizadas por Fundación Azteca Guatemala.

Los afiches y *banners* impresos se desarrollaron con la intención de colocarse estratégicamente en los alrededores del centro nutricional, con el fin de reforzar los mensajes educativos y mantener la información visible para las familias beneficiarias.

Por su parte, las piezas digitales están diseñadas para difundirse a través de grupos de WhatsApp dirigidos a padres y madres de familia, con una frecuencia de dos envíos por semana durante un periodo de dos meses. Los mensajes se compartirán en horarios matutinos, entre las 7:00 a. m. y 10:00 a. m., con el fin de facilitar el acceso a información nutricional práctica, reforzando los contenidos incluso fuera de las actividades presenciales.

A continuación, se muestran todas las piezas digitales destinadas a ser enviadas por WhatsApp, acompañadas de su mensaje complementario y la planificación correspondiente.

Semana 1

Lunes



¡El Tip de Hoy! Evita la grasa extra. Cocina al vapor para que las vitaminas se queden en la comida, no se escapen.

Viernes



¡Ojo al desayuno! Dile NO a los cereales llenos de azúcar. Cambiemos a opciones naturales.

Semana 2

Martes



Los primeros 5 años marcan la diferencia. ¡Nutre con amor hoy para un futuro lleno de salud!

Semana 3

Sábado



¿El secreto para que crezcan felices? Comer rico y sano JUNTOS. ¡La salud empieza en casa.

Miércoles



¡Ahorra y come mejor! Sigue estos 4 tips para maximizar tu compra. Más calidad, menos gasto.

Domingo

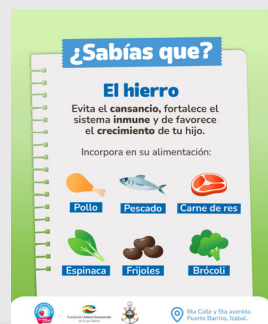


¡Tip CLAVE! Cuidado con el azúcar oculto en las bebidas. Para la sed de tus peques, ¡siempre agua!

Figura 99. Piezas digitales planificación semanas 1-3
Fuente: elaboración propia

Semana 4

Martes



¿Buscas energía y defensas?
¡Incluye Hierro en su dieta!
Su crecimiento lo necesita.

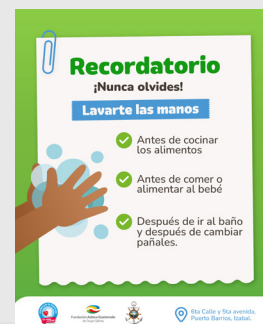
Viernes



Dar pecho es dar la mejor defensa y los nutrientes que tu bebé necesita. ¡Salud y amor en cada toma!

Semana 5

Miércoles



¡Recordatorio Rápido!
Lavarse las manos es el mejor escudo protector contra enfermedades.

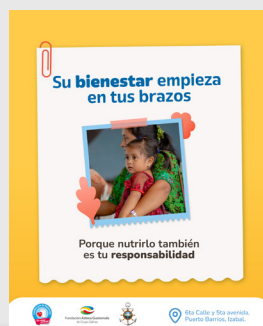
Semana 6

Sábado



¡No olvides el control! Medir su crecimiento es asegurar su futuro. Te esperamos en el centro nutricional.

Jueves



La nutrición de tu hijo está en tus manos. Eres su guía. ¡Una gran responsabilidad que vale la pena!

Domingo



Evita el consomé. ¡Prueba con paprika y cúrcuma! Más sabor y muchos beneficios para tu familia.

Figura 100. Piezas digitales planificación semanas 4-6
Fuente: elaboración propia

Semana 7

Miércoles



¿Quieres buena digestión? Agrega avena, lentejas y semillas. La fibra es clave para la salud intestinal.

Sábado



¡Infancia Saludable! Los. Aprovecha cada entrega al máximo para nutrir mejor a tu familia.

Semana 8

Martes



¡Sigue adelante! Tu esfuerzo en cada comida es la base de su sonrisa y su futuro.

Viernes



¡Recarga la Vitamina D! Unos minutos de sol son clave para absorber el calcio. ¡Aprovecha la luz natural!

6.6.4 Condiciones de reproducción

En el caso de las piezas digitales, su uso es exclusivo para ser enviado en plataformas digitales, por lo tanto, no debe realizarse una reproducción física.

A. Volantes

Tamaño 5.5 x 8.5 pulgadas, impresión a color, alta resolución en papel couché.

B. Afiches

Tamaño 11 x 17 pulgadas, impresión a color, alta resolución en papel Husky.

C. Trifoliales

Tamaño 11 x 8.5 pulgadas, impresión dúplex a color, alta resolución en papel couché.

D. Folletos grapados 8 páginas

Tamaño A6 4.1 x 5.8 pulgadas (pliego A5 5.8 x 8.27 pulgadas antes de doblar), impreso a color en alta resolución sobre papel couché. La impresión se realizará en pliegos tiro y retiro, y engrapado al centro para su encuadernación.

E. Banners

Tamaño 23.5 x 63 pulgadas, impresión a color, alta resolución en vinil. Diseñado para colocarse en estructura tipo araña.

Figura 101. Piezas digitales planificación semanas 7 y 8
Fuente: elaboración propia

6.7

Aporte económico del estudiante

A continuación, se presenta el aporte económico que el estudiante realizó mediante el desarrollo del proyecto.

Tabla 4 – Aporte del estudiante

Costos Fijos	
Agua	Q110.00
Energía eléctrica	Q400.00
Internet y teléfono	Q300.00
Adobe suite	Q195.00
Costos Variables	
Útiles de oficina	Q200.00
Impresiones	Q2,500.00
Transporte	Q500.00
Viáticos	Q4,200.00
Servicios profesionales de diseño	
Proceso de Investigación	Q3,000.00
Proceso Creativo	Q4,000.00
Bocetaje	Q2,000.00
Estrategia	Q5,000.00
Digitalización	Q4,000.00
Ilustración	Q4,500.00
Validación	Q3,000.00
Depreciación	Q311.00
Honorarios (3 meses)	Q7,000.00
Subtotal	Q41,216.00
Impuestos	
IVA (12%)	Q4,945.92
ISR (5%)	Q2,060.8
Total	Q48,222.72

Tabla 4. Aporte del estudiante
Fuente: elaboración propia

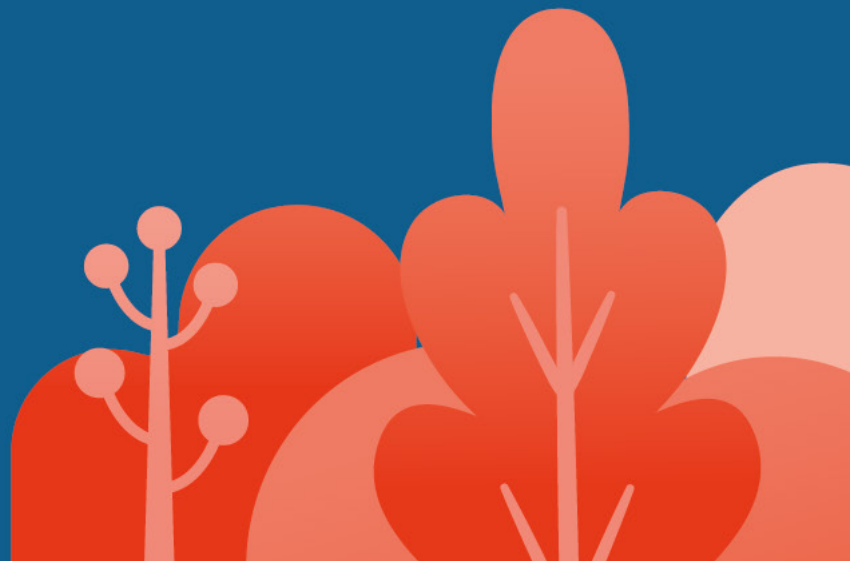
A continuación se muestran las conclusiones, recomendaciones y aprendizajes obtenidos durante el proceso de desarrollo del proyecto.

07

Capítulo 7

Síntesis del proyecto

En este capítulo se presentan las conclusiones, recomendaciones y aprendizajes obtenidos a lo largo de la planificación, desarrollo y ejecución del proyecto.



Conclusiones

- 1) Se brindó apoyo al programa Un Milagro por Guate de Fundación Azteca Guatemala, mediante el desarrollo de una estrategia de concientización orientada a padres de familia del municipio de Puerto Barrios, Izabal, con el propósito de contribuir a la reducción de la desnutrición infantil.
- 2) Se mostraron aspectos pertinentes a una alimentación saludable orientados a la prevención de la desnutrición durante la primera infancia, por medio de una estrategia de comunicación visual diseñada para sensibilizar y promover prácticas nutricionales adecuadas.
- 3) Se diseñaron materiales editoriales y digitales con el propósito de transmitir de manera clara, empática y atractiva los mensajes educativos y de concientización de la estrategia, utilizando recursos como volantes, afiches, folletos, *banners* y contenidos digitales.

Recomendaciones

A. Fundación Azteca Guatemala

Se sugiere que Fundación Azteca Guatemala y el Centro Nutricional Infantil Un Milagro por Guate continúen fortaleciendo estrategias de comunicación visual que informen, sensibilicen y fomenten hábitos saludables entre los beneficiarios y la población en general, ya que la desnutrición es un problema que afecta a toda Guatemala.

Resulta conveniente incorporar colaboradores especializados en nutrición para ofrecer un seguimiento integral y personalizado a los pacientes, asegurando la efectividad de los programas.

De igual manera, se recomienda producir contenido investigativo y educativo sobre la problemática, su impacto en la población atendida y en el país, con el objetivo de generar conciencia, mejorar la toma de decisiones y consolidar el compromiso con sus metas institucionales.

B. A la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala

Se recomienda que las autoridades de la Escuela de Diseño Gráfico establezcan una guía actualizada para el proceso del proyecto de graduación y aseguren que cada docente cumpla con sus requerimientos. Esto permitirá evitar la saturación de contenido adicional innecesario, que retrasa el avance del estudiante.

Se sugiere revisar los tiempos de ejecución de cada actividad del cronograma, considerando que cada proyecto tiene un ritmo distinto. Por ello, más importante que cumplir con un requisito rígido de quinientas horas o monitorear cada actividad diaria, es garantizar la entrega puntual y la alta calidad gráfica de los trabajos.

Se recomienda organizar el primer semestre para investigación y planeación, y el segundo semestre para definición creativa y producción gráfica, asignando tiempo suficiente a esta última, que es tan importante como la planificación. Esto permitirá que los estudiantes desarrollen piezas de calidad profesional, sin verse limitados por un cronograma demasiado rígido.

C. A los futuros estudiantes de Proyecto de Graduación

Se aconseja a los estudiantes priorizar su salud por encima de la carga académica, ya que el proyecto de graduación puede generar estrés o derivar en prácticas poco saludables.

Se recomienda que, desde el octavo ciclo, los estudiantes inicien a investigar por cuenta propia sobre el proceso de graduación y los requisitos que exige la universidad, así como las instituciones donde planean desarrollar su proyecto. Esto permitirá identificar con anticipación instituciones comprometidas, con personal especializado, que proporcionen información y que trabajen en un tema de interés para el estudiante.

Aunque es comprensible que los estudiantes deseen entregar proyectos complejos, que requieren más tiempo, experiencia y recursos, no siempre es recomendable. Es de suma importancia considerar el costo y el tiempo limitado que la escuela asigna para la entrega final.

Lecciones aprendidas

- 1) Durante el desarrollo del proyecto se aprendió que recibir múltiples opiniones puede resultar abrumador y dificultar la toma de decisiones. Por ello, se consideró fundamental mantener el criterio propio y priorizar las recomendaciones de los asesores, quienes brindan orientación clave para el avance del trabajo.
- 2) La organización también fue un aprendizaje significativo; contar con cronogramas diarios y semanales facilita la planificación de tareas, permite prever imprevistos y optimiza la ejecución del proyecto. Herramientas como presupuestos y flujogramas resultaron esenciales para el control y seguimiento de cada etapa.
- 3) Otro aspecto relevante fue la importancia de plantear todas las dudas y solicitar aclaraciones sobre cualquier información o proceso que no quedara claro. Si bien la guía de los asesores resulta fundamental, también es crucial desarrollar autonomía, buscando información y soluciones de manera independiente para asegurar el cumplimiento de los objetivos del proyecto.

Referencias

en línea

- Abbott, Latam. «Causas, síntomas de la malnutrición infantil». Acceso 10 de agosto de 2025. <https://www.latam.abbott/corpnnewsroom/>
- Aicad. «Importancia de la comunicación». Acceso 14 de agosto de 2025. <https://www.aicad.es/importancia-de-la-comunicacion>
- Alonso, Lucía. *Domestika* (blog). <https://www.domestika.org/es/blog/2802-que-es-un-brief-o-briefing-y-para-que-sirve>
- AREAI. «La intersección del arte y el activismo». Acceso 17 de agosto de 2025. <https://areai4africa.org/how-photography-can-drive-social-change>
- ATLAS.ti. «Guía fundamental de la investigación cualitativa». Acceso 3 de octubre de 2025. <https://atlasti.com/es/guias/guia-investigacion-cualitativa-parte-1/grupos-focales>
- Banco Mundial. «Guatemala intensifica la lucha contra la desnutrición». Acceso 3 de agosto de 2025. <https://www.bancomundial.org/es/news>
- Bernabeu Mestre, Josep. «Notas para una historia de la desnutrición en la Iberoamérica del siglo XX». *Red de Malnutrición en Iberoamérica del Programa de Ciencia y Tecnología para el Desarrollo*. (2010). http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-16112010000900002
- Bonaccorsi, Alessandro. *pixartprinting* (blog). <https://www.pixartprinting.es/blog/sirven-realmente-ilustraciones/>
- Córdova, Erick. *Verdes Digitales* (blog). <https://verdesdigitales.com/2017/05/29/blog-articulos-publicidad-para-empresas>
- De León, Danny, y Ramirez, Daniel. «Desnutrición aguda en Guatemala». *Lahora.gt*. (22 de abril del 2025). <https://lahora.gt/nacionales/dleon/2025/04/22/desnutricion-aguda-en-guatemala-mspas>
- Economipedia. «Cronograma». Acceso 9 de agosto de 2025. <https://economipedia.com/definiciones/cronograma.htm>
- Economipedia. «Presupuesto». Acceso 9 de agosto de 2025. <https://economipedia.com/definiciones/presupuesto>
- Escobedo, Astrid. «Guatemala y su historia de desnutrición». *eP Investiga*. (24 de octubre de 2024). Acceso 12 de agosto de 2025. <https://epinvestiga.com/opinion/guatemala-y-su-historia-de-desnutricion/>
- FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura). «Acerca de la FAO». <https://www.fao.org/aboutfao>
- FAO. «Segunda conferencia internacional sobre la Nutrición». Acceso agosto de 2025. <https://www.fao.org/about/meetings/icn2/es/>
- FAO. «Seguridad alimentaria y nutrición». Food and Agriculture of United Nations. Acceso 10 de agosto de 2025. <https://www.fao.org/publications/fao-flags-hip-publications/the-state-of-food-security-and-nutrition>
- Frascara, Jorge. *Diseño gráfico para la gente*. Buenos Aires: Ediciones Infinito, 2000. https://www.fadu.edu.uy/seminario-producto/files/2012/09/Diseno_grafico_para_la_gente_frascara.pdf
- Fundación Azteca Guatemala. *Memoria de Labores 2024*. Editado por Víctor Botón. Guatemala: Enero del 2025.
- Fundación Azteca Guatemala. *Programa: Un milagro por Guate*. Editado por Víctor Botón. Guatemala: Enero del 2025.
- Heikens, Tom, y Manary, Mark. «75 años del Kwashiorkor en África». *National Library of Medicine*. (Septiembre de 2019). <https://doi.org/10.4314/mmj.v21i3.45627>
- Historia del diseño gráfico: origen, evolución e influencia*. <https://hisaprint.com/blog/disenografico/historia>
- Ilka Studio. «Conceptos de Comunicación Visual para Diseño Gráfico». Acceso 14 de agosto de 2025. <https://ilkaperea.com/2018/02/03/conceptos-de-comunicacion-visual-para-diseno-grafico>
- INCAP. «Primeras investigaciones del INCAP». Acceso 12 de agosto de 2025. <https://www.incap.int/index.php/es/contribuciones>
- Instituto Nacional del Cáncer. «Desnutrición». Acceso 10 de agosto de 2025. <https://www.cancer.gov/espanol/publicaciones/diccionarios>
- La Divina Proporción. «Diseño gráfico para la salud: Claves para una comunicación visual efectiva». Acceso 15 de agosto de 2025. <https://ladivinaproporcion.es/dise-no-grafico-para-la-salud>
- LinkedIn. «¿Cómo puedes usar referencias visuales para comunicar tu visión de diseño?». Acceso 21 de septiembre de 2025. <https://es.linkedin.com/advice/1/how-can-you-use-visual-references-communicate>

- Marín González, José. «Paulo Freire: el método de la concientización». *Revista Albuquerque*, vol. 12, n.º 24 (diciembre de 2020). DOI: <https://doi.org/10.46401/ardh.2020.v12.12096>
- Melanie Ceballo. *Areandina* (blog). <https://www.areandina.edu.co/blogs/que-es-el-diseno-grafico-y-su-importancia>
- Memoria Virtual Guatemala. *Biblioteca de la Memoria, Izabal*. Acceso 10 de agosto de 2025. <https://memoriavirtualguatemala.org/izabal/>
- Miramultimedia. «El poder del diseño gráfico en campañas de concienciación social». Acceso 17 de agosto de 2025. <https://miramultimedia.com/el-poder-del-diseno-grafico-en-campanas-de-concienciacion-social/>
- Neuronilla. «Técnicas de creatividad para la innovación». Acceso 21 de septiembre de 2025. <https://neuronilla.com/desarrolla-creatividad/tecnicas-creatividad/>
- Organización Mundial de la Salud. «Malnutrición». Acceso 10 de agosto de 2025. <https://www.who.int/es/news-room/>
- Palmer, Lidia. *Domestika* (blog). <https://www.domestika.org/es/blog/10920-que-es-el-diseno-grafico-historia-y-elementos-basicos>
- Patzán, José Manuel. «Murieron 83 menores por desnutrición aguda en Guatemala en 2024». *Prensa Libre*. (enero de 2025). <https://www.prensalibre.com/guatemala/comunitario/en-el-2024-mueren-83-menores-por-desnutricion>
- Penados Baldizón, Brenda. «Nathan, el estilo americano, su influencia en el diseño gráfico en Guatemala». *Revista Avance*, vol. 19, n.º 2 (junio de 2021). <https://ojs.farusac.edu.gt/index.php/avance/es/article/view/106>
- Rozenbaum, Deborah. «El rol social del diseñador del área de la salud». Congreso. XVII Semana Internacional de Diseño en Palermo, octubre de 2022. Acceso 17 de agosto de 2025. <https://dspace.palermo.edu>
- SESAN. «Análisis de Clasificación Integrada de la Seguridad Alimentaria en Fases (CIF) JUN2024 a MAYO2025». Acceso 12 de agosto de 2025. https://portal.sesan.gob.gt/wp-content/uploads/2024/08/Informe-CIF_Guatemala_Jun2024-a-Mayo2025-2.pdf
- SESAN. «Campaña de comunicación en SAN». Acceso 17 de agosto de 2025. <https://portal.sesan.gob.gt/campana-de-comunicacion-en-san/>
- Studocu. «Qué son las premisas de diseño en proyectos creativos». Acceso 21 de septiembre de 2025. <https://www.studocu.com/es-mx/document/instituto-superior-de-arquitectura-y-diseno/>
- Sustainability.shiksha. «Identifying Causes and Consequences of Undernutrition». Acceso 10 de agosto de 2025. <https://sustainability.shiksha>
- Universidad de las Américas Puebla. Blog. <https://blog.udlap.mx/blog/2019/03/29>
- Universidad ORT Uruguay, Facultad de Diseño. «Qué es una infografía». Acceso 17 de agosto de 2025. <https://fd.ort.edu.uy/blog/que-es-una-infografia>
- Unidad de Apoyo para el Aprendizaje (UNAM). «Diagrama de flujo». Acceso 9 de agosto de 2025. <https://repositorio-uapa.cuaed.unam.mx>
- UNICEF. «Desnutrición en Guatemala». 2024. Acceso 19 de febrero de 2025. <https://www.unicef.es/noticia/desnutricion-en-guatemala>
- UNICEF. «Desnutrición infantil». Acceso 10 de agosto de 2025. <https://www.unicef.es/causas/desnutricion-infantil>
- UNICEF. «Estrategia integral para combatir la desnutrición crónica en Guatemala». Acceso 17 de agosto de 2025. <https://www.unicef.org/guatemala/estrategia-integral-para-combatir-la-desnutricion>
- UNICEF. «En Guatemala el 46,5% de los niños sufre desnutrición». Acceso 10 de agosto de 2025. <https://www.unicef.es/noticia/en-guatemala>
- UNICEF. «Uno de cada cuatro niños vive en situación de pobreza alimentaria infantil». Acceso 10 de agosto de 2025. <https://www.unicef.org/es/comunicados-prensa/uno-cada-cuatro-ninos-vive-situacion-pobreza-alimentaria>
- World Vision. «Tipos de desnutrición en Guatemala». Acceso 10 de agosto de 2025. <https://blog.worldvision.org.gt/noticias>

Licenciada en Letras Keila Ivonne Lepe
Ciudad San Cristóbal
Teléfono 41755812

Guatemala, julio 8 de 2026

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

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento he realizado la revisión de estilo del proyecto de graduación ***Diseño de estrategia de concientización para la prevención de la desnutrición infantil dirigida a padres de familia del municipio de Puerto Barrios, en el departamento de Izabal: proyecto elaborado para el programa "Un Milagro por Guate", impulsado por Fundación Azteca Guatemala*** de la estudiante ***Cinthia Marbella García Hernández*** de la Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico, carné universitario **202102983**, previamente a conferírsele el título de Diseñadora Gráfica en el grado académico de Licenciada.

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,

Keila Ivonne Lepe
LICENCIADA EN LETRAS
COLEGIADO 29550



Keila Ivonne Lepe
Licenciada en Letras
Colegiado núm. 29 550

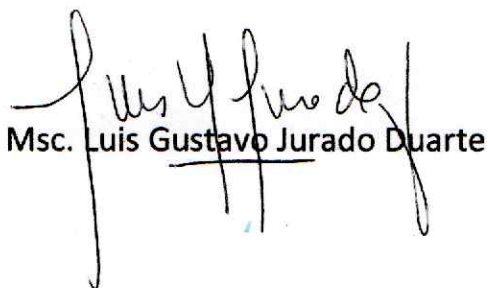
Diseño de estrategia de concientización para la prevención de la desnutrición infantil dirigida a padres de familia del municipio de Puerto Barrios, en el departamento de Izabal: proyecto elaborado para el programa "Un Milagro por Guate", impulsado por Fundación Azteca Guatemala.

Proyecto de Graduación desarrollado por:



Cinthia Marbella García Hernández

Asesorado por:



Msc. Luis Gustavo Jurado Duarte



Licda. Cindy Gabriela Ruano Palencia

Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA