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

DESARROLLO Y PRODUCCIÓN DE MATERIAL AUDIOVISUAL

Para incentivar donaciones y adopción de mascotas para el **Albergue Municipal de Mascotas de Mixco**



Proyecto desarrollado por: **Carlos Alberto Chet Portillo**

Para optar al título de: **Licenciado en Diseño Gráfico**

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

Desarrollo y producción de material audiovisual, para incentivar donaciones y adopción de mascotas para el **Albergue Municipal de Mascotas de Mixco**

Proyecto desarrollado por: **Carlos Alberto Chet Portillo**
Para optar al título de: **Licenciado de Diseño Gráfico**

Guatemala, octubre de 2026

«Me reservo los derechos de autor, haciéndome responsable de la información sustentada adjunta, en el tema del informe, el análisis y conclusión final, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala».

Junta Directiva

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano

Msc. 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

Arq. Francisco Ronaldo Herrarte Gonzalez
Secretario Académico

Msc. Ileana del Carmen Reina Ramírez
Examinador

Msc. Miriam Isabel Meléndez
Examinador

AGRADECIMIENTOS

Quiero empezar agradeciendo a la persona que siempre ha confiado en mí y me ha dado su apoyo incondicional y necesario para llegar a este punto. **A mi amada madre Claudia**, una mujer extraordinaria que me ha demostrado desde pequeño el respeto, el amor y el como seguir adelante a pesar de todas las dificultades que se presente en la vida. Siempre estando para mí en mis peores momentos, dandomé un fuerte abrazo cuando más lo necesitaba, Este triunfo es también de ella, por todos los sacrificios, paciencia, enojos y frustraciones que ha vivido durante tantos años y que a pesar de todo eso, hoy se ve reflejado en un logro que es de ambos, en su hijo que crió y que la ama con todo su corazón. Gracias por tanto máma y te agradezco de todo corazón todo lo que has hecho por mí.

A mi hermano **Mario**, por todas la veces que me llevaba y traía del colegio a la casa, en las ocasiones que me ayudaba en mis tareas desde muy pequeño y todas veces que compartimos risas y enojos, por que al final somos hermanos y nos vamos a querer a nuestra manera.

A mi tío Oscar y a mi tía Lily, que aunque no estén presentes, se qué desde el cielo estan orgullosos de como he crecido en todos los ámbitos posibles de la vida y que estoy seguro también que lo estarán celebrando conmigo.

A mi grupo de amigos, **10 amigos** que tuve durante este transcurso y que sin ellos la vida universitaria no hubiera sido la misma, por su apoyo que desde tan temprana etapa, donde cuando no sabía nada, ellos estaban ahí para explicarme y motivarme a mejorar día tras día.

A la vida y a Dios por darme sabiduría, paciencia y caracter que he forjado durante años, donde he aprendido de lo bueno, como también de lo malo.

De una manera especial, **a Natalie**, que su apoyo desde un inicio en este camino fue fundamental para saber todo lo que sé hasta el día de hoy, por estar conmigo cuando más lo necesitaba y cuando creía que no podía más, por su apoyo incondicional y sus palabras de cariño que siempre las llevare en mi corazón.

A **Arnold,** que con él comenzo mi etapa de trabajar en equipo, por ser un excelente compañero de trabajo y por ser un amigo ejemplar que siempre estuvo para mí.

A **Gilberto y Gabriel**, por todas esas noches donde nos quedabamos riendo, jugando y compartiendo desvelos por tareas, donde hasta el día de hoy, nos seguimos uniendo más como amigos.

A mí, que a pesar de haber sufrido muchos quebrantes de salud, he sabido reponerme y sobre todo salir adelante sin depender de nadie más, tratanto de superarme cada día que pasa, no solo para sentirme mejor, si no para qué cuando vea un poco hacía atrás, vea todo lo que he avanzado y me haga sentir orgulloso, demostrando que jamás me doy por vencido. Donde como diria mi madre, cada sacrificio tiene su recompensa.

A la Universidad de San Carlos de Guatemala, por abrirme sus puertas y brindandome el apoyo necesario para poder formarme como un profesional y demostrando así, que es la mejor universidad de toda Guatemala.

A mi mascota Mía, por ser una mascota fiel, amorosa y sobre todo protectora, por limpiar mis lágrimas cuando sentía que no podía, por hacerme feliz todos los días con sus ocurrencias y por último, por llegar a mi vida en el momento que no sabía que la necesitaba. **A mi segunda mascota Cindy**, por ser una chihuahua divertida, dramática y amorosa, que ha estado para mí, acompañandome en desvelos. Y por último **a mi mascota Romeo,** porque gracias a él que llego cuando era niño, me demostro que los perros son parte importante de uno, que se vuelve familia y que se deben de cuidar y proteger, ya que ellos darían la vida por nosotros.

ÍND

Introducción..... 23

1 | Planteamiento del proyecto..... 24

1.1. Antecedentes del Problema de Comunicación Visual..... 25

1.1.1. Contextualización..... 26

1.2. Definición y Delimitación del Problema de Comunicación Visual..... 28

1.2.1. Desafíos de comunicación en el Albergue de Mascotas de Mixco promoviendo la adopción y las donaciones a través del diseño..... 28

1.3. Justificación del proyecto 29

1.3.1. Trascendencia del proyecto..... 29

1.3.2. Incidencia del diseño gráfico..... 29

1.3.3. Factibilidad del proyecto..... 29

1.4. Objetivos..... 30

1.4.1. Objetivo General..... 30

1.4.2. Objetivos Específicos..... 30

2 | Perfiles..... 32

2.1. Perfil de la Institución a quien se apoya..... 33

2.1.1. Características del Sector Social..... 33

2.1.2. Historia..... 34

2.1.3. Objetivos..... 35

2.2. Antecedentes Gráficos..... 38

2.3. Perfil de Grupo Objetivo..... 40

2.3.1. Población Universo del Grupo objetivo..... 40

2.3.2. Muestra..... 40

3 | Planeación operativa..... 44

3.1. Flujograma..... 45

3.2. Cronograma..... 48

3.3. Presupuesto..... 49

4 | Marco Teórico..... 50

4.1. Marco Teórico Dimensión Social y Ética..... 51

4.2. Marco Teórico Dimensión Estética y Funcional..... 53

ICE

5 | Definición Creativa..... 56

5.1. Brief de diseño..... 57
5.2. Descrip. de la Estrategia de la pieza..... 58
5.3. *Insight*..... 59
5.4. Concepto Creativo..... 59
5.5. Premisas de Diseño..... 60
5.6. Códigos Visuales..... 62
5.6.1. Paleta de colores institucional..... 62
5.6.2. Tipografía institucional..... 62
5.6.3. Elementos Gráficos..... 63
5.6.4. Estilo Audiovisual..... 64
5.6.5. Colorización..... 65

6 | Producción Gráfica..... 66

6.1. Previsualización..... 67
6.1.1. Guión Literario - Video Documental “Crea su mundo Mejor”..... 67
6.1.2. Guión Técnico - Video Documental “Crea su mundo Mejor”..... 71
6.1.3. Bocetos Iniciales para *Storyboard*..... 73
6.2. Nivel de Producción Gráfica 1..... 74
6.2.1. *Storyboard*..... 74
6.2.2. Bocetos *Motion Graphics*..... 75
6.3. Nivel de Producción Gráfica 2..... 80
6.4. Nivel de Producción Gráfica 3..... 86
6.4.1. Guía de Validación con expertos en diseño gráfico y en el área audio-visual..... 86
6.4.2. Guía de Observación – Validación con la Institución..... 87
6.4.3. Encuesta de Validación – Grupo Objetivo..... 87
6.4.4. Tomas Video Documental..... 88
6.4.5. Video *Motion Graphics* Beneficios de Castración 92
6.4.6. Video *Motion Graphics* Jornadas de Adopción..... 94
6.4.7. Video *Motion Graphics* Pasos para denunciar maltrato animal..... 96
6.5. Propuesta Gráfica Final Fundamentada..... 98
6.5.1. Piezas Gráficas..... 98
6.6. Vista preliminar de la pieza gráfica..... 100
6.6.1. Video Documental..... 100

6.7. Vista preliminar de la pieza gráfica..... 102
6.7.1. Videos *Motion Graphics*..... 102
6.8. Lineamientos para la puesta en práctica..... 104
6.8.1. Video Documental – Lineamientos de Publicación..... 104
6.8.2. Videos Motion Graphics – Lineamientos de Publicación..... 104
6.9. Honorarios..... 106

Síntesis del proyecto..... 108
Conclusiones..... 109
Recomendaciones..... 110
Lecciones Aprendidas..... 111

Fuentes Consultadas..... 112

ÍNDICE DE FIGURAS

Índice de figuras

Figura 01. Logotipo Albergue Municipal de Mascotas Mixco. Extraído de Google Drive. https://drive.google.com/drive/folders/1jeD_9c-7hwh7Yxn6HRo_ZppHQMEFxwZF **34**

Figura 02. Portada de la página de facebook oficial del albergue municipal de mascotas de Mixco. Extraído de: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1170194221341543&set=a.664603705233933 **38**

Figura 03. Post para redes socales sobre jornada de adopción. Extraído de: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1192181395809492&set=pb.100050529277465.-2207520000&type=3 **39**

Figura 04. Post para redes sociales sobre jornada de adopción. Extraído de: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1376709004023396&set=pb.100050529277465.-2207520000&type=3 **39**

Figura 05. Post para redes sociales sobre hogares temporales. Extraído de: https://www.facebook.com/share/p/1BDmCZUAX4/ **39**

Figura 06. Post para redes sociales sobre jornada de adopción. Extraído de: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1226648879029410&set=pb.100050529277465.-2207520000&type=3 **39**

Figura 07. Imagen de jornada de castración. Extraído de: https://www.facebook.com/share/1CTDSFC7ix/ **51**

Figura 08. Imagen de visita a Escuela para incentivar la adopción de perros. Extraído de: https://www.facebook.com/share/17hbsj6cKf/ **52**

Figura 09. Imagen de grabación a entrevistas a Ingrid Juaréz, encargada del área de rescate de la institución. Elaboración propia **53**

Figura 10. Premisas de diseño para Proyecto A. Elaboración propia **61**

Figura 11. Paleta de colores institucional. Elaboración propia **62**

Figura 12. Tipografía Institucional, Paper Works. Elaboración propia **62**

Figura 13. Tipografía institucional, Nexa. Elaboración propia **62**

Figura 14. Huella de perro para uso general del proyecto. Elaboración propia **63**

Figura 15. Recurso de hueso en modelo 3D. Creado con Adobe Firefly. **63**

Figura 16. Recurso de plato de comida con concretas en modelo 3D. Creado con Adobe Firefly. **63**

Figura 17. Recurso de collar para perro en modelo 3D. Creado con Adobe Firefly. **63**

Figura 18. Patrón de ondas. Elaboración propia. **63**

Figura 19. Recurso de Jeringa en modelo 3D. Creado con Adobe Firefly. **63**

Figura 20. Recurso de salud y huella de perro en modelo 3D. Creado con Adobe Firefly. **63**

Figura 21. Recurso de huellita dañada con una lupa en modelo 3D. Creado con Adobe Firefly. **63**

Figura 22. Recurso de pelota para perro en modelo 3D. Creado con Adobe Firefly. **63**

Figura 23. Toma Abierta y Toma Cerrada para Video Documental. Extraído de: https://mx.pinterest.com/pin/844493675089019 **64**

Figura 24. Colorización para Vídeo Documental. Extraído de: https://www.etsy.com/es/listing/1895371545/paquete-de-lut-sony-s-log3-gradacion-de?ls=r&external=1&rec_type=ss&ref=landingpage_similar_listing_top-1&pro=1&sts=1&dd=1&content_source=93a4af56cd49f77f50c960771a8ef11c%253A9700d858429c48f46512dc1877b845049de5fb27&logging_key=93a4af56cd49f77f50c960771a8ef11c%3A9700d858429c48f46512dc1877b845049de5fb27 **65**

Figura 25. Boceto storyboard toma abierta, Entrevista a encarga del área de rescate. Elaboración Propia **73**

Figura 26. Boceto storyboard toma abierta, entrevista a médica veterinaria. Elaboración Propia **73**

Figura 27. Boceto storyboard, plano detalle, toma a patas de perro. Elaboración Propia **61**

Figura 28. Boceto storyboard toma abierta, entrevista a encargado de la oficina de protección animal. Elaboración Propia **73**

Figura 29. Boceto storyboard plano general, toma a perro en situación de calle. Elaboración Propia. **73**

Figura 30. Boceto para animación de preguntas para video documental. Elaboración Propia. **73**

Figura 31. Realización de Storyboard para Video Documental, parte 1 de 2. Elaboración Propia. **74**

Figura 32. Realización de Storyboard para Video Documental, parte 2 de 2. Elaboración Propia. **75**

Figura 33. Boceto Inicial para Motion Graphics de Jornadas de Adopción. Elaboración Propia. **76**

Figura 34. Boceto Inicial para Motion Graphics de beneficios de la castración. Elaboración Propia. **76**

Figura 35. Boceto Inicial para Motion Graphics de Pasos para hacer una denuncia por maltrato animal. Elaboración Propia. **77**

Figura 36. Autoevaluación Bocetaje. Elaboración Propia. **78**

Figura 37. Autoevaluación Bocetaje. Elaboración Propia. **79**

Figura 38. Plano Cerrado, entrevista a Jefe de la Oficina de Protección Animal, 2025. Elaboración Propia. **79**

Figura 39. Plano Abierto, entrevista a Encargada del Área de Denuncias y Rescates, 2025. Elaboración Propia. **79**

Figura 40.
Plano Cerrado, entrevista a Epesista Veterinaria, 2025. Elaboración Propia. **81**

Figura 41. Plano Cerrado, entrevista a Encargada del Área de Denuncias y Rescates, 2025. Elaboración Propia. **81**

Índice de figuras

Figura 42. Toma de Perro Albergado del Albergue Municipal de Mascotas Mixco, 2025. Elaboración Propia. **82**

Figura 43. Toma de casa de perro en situación de calle, 2025. Elaboración Propia. **82**

Figura 44. Toma de perro albergado del Albergue Municipal de Mascotas Mixco, 2025. Elaboración Propia. **83**

Figura 45. Toma de Vehículo llamado Ambucan para rescates y apoyo al Albergue, 2025. Elaboración Propia. **83**

Figura 46.
Diseño para información sobre Jornadas de Adopción. Elaboración Propia. **84**

Figura 47. Diseño para información sobre Beneficios de la Castración. Elaboración Propia. **84**

Figura 48. Diseño para información sobre pasos para denunciar maltrato animal. Elaboración Propia. **85**

Figura 49. Diseño de plantilla para preguntas para video documental. Elaboración Propia. **85**

Figura 50. Toma corregida con colorización para Video Documental, 2025. Elaboración Propia. **88**

Figura 51. Toma de casa de perro en situación de calle con correción de colorización para video documental, 2025. Elaboración Propia. **88**

Figura 52.
Plano general de perro en situación de calle, 2025. Elaboración Propia. **89**

Figura 53. Primerisimo plano de perro albergado, 2025. Elaboración Propia. **89**

Figura 54. Toma de perro albergado 2025. Elaboración Propia. **90**

Figura 55. Toma general de Albergue Municipal de Mascotas Mixco, 2025. Elaboración Propia. **90**

Figura 56. Diseño y animación de primera pregunta para vidoe documental, 2025. Elaboración Propia. **91**

Figura 57. Toma plano cerrado de entrevista con animación de nombre, 2025. Elaboración Propia. **91**

Figura 58. Animación motion graphics, Beneficios de la Castración. Elaboración Propia. **92**

Figura 59. Animación motion graphics, Beneficios de la Castración. Elaboración Propia. **92**

Figura 60. Animación motion graphics, Beneficios de la Castración. Elaboración Propia. **93**

Figura 61. Animación motion graphics, Call to action. Elaboración Propia. **93**

Figura 62. Animación motion graphics, Jornadas de Adopción. Elaboración Propia. **94**

Figura 63. Animación motion graphics, Jornadas de Adopción. Elaboración Propia. **94**

Figura 64.
Animación motion graphics, Jornadas de Adopción. Elaboración Propia. **94**

Figura 65. Animación motion graphics, Call to action. Elaboración Propia. **95**

Figura 66. Animación motion graphics, Pasos para denunciar maltrato animal. Elaboración Propia. **96**

Figura 67. Animación motion graphics, Pasos para denunciar maltrato animal. Elaboración Propia. **96**

Figura 68. Animación motion graphics, Pasos para denunciar maltrato animal. Elaboración Propia. **97**

Figura 69. Animación motion graphics, Call to action. Elaboración Propia. **97**

Figura 70. Visualización celular de Vídeo Documental. Elaboración Propia. **100**

Figura 71. Visualización en la Red Social de Facebook de Vídeo Documental. Elaboración Propia. **100**

Figura 72. Visualización en computadora de Video Documental. Elaboración Propia. **101**

Figura 73. Visualización en computadora de Video Documental. Elaboración Propia. **101**

Figura 74. Visualización de motion graphics en Municipalidad de Mixco. Elaboración Propia. **102**

Figura 75. Visualización de motion graphics en Municipalidad de Mixco. Elaboración Propia. **102**

Figura 76. Visualización de motion graphics en Municipalidad de Mixco. Elaboración Propia. **103**

Índice de figuras



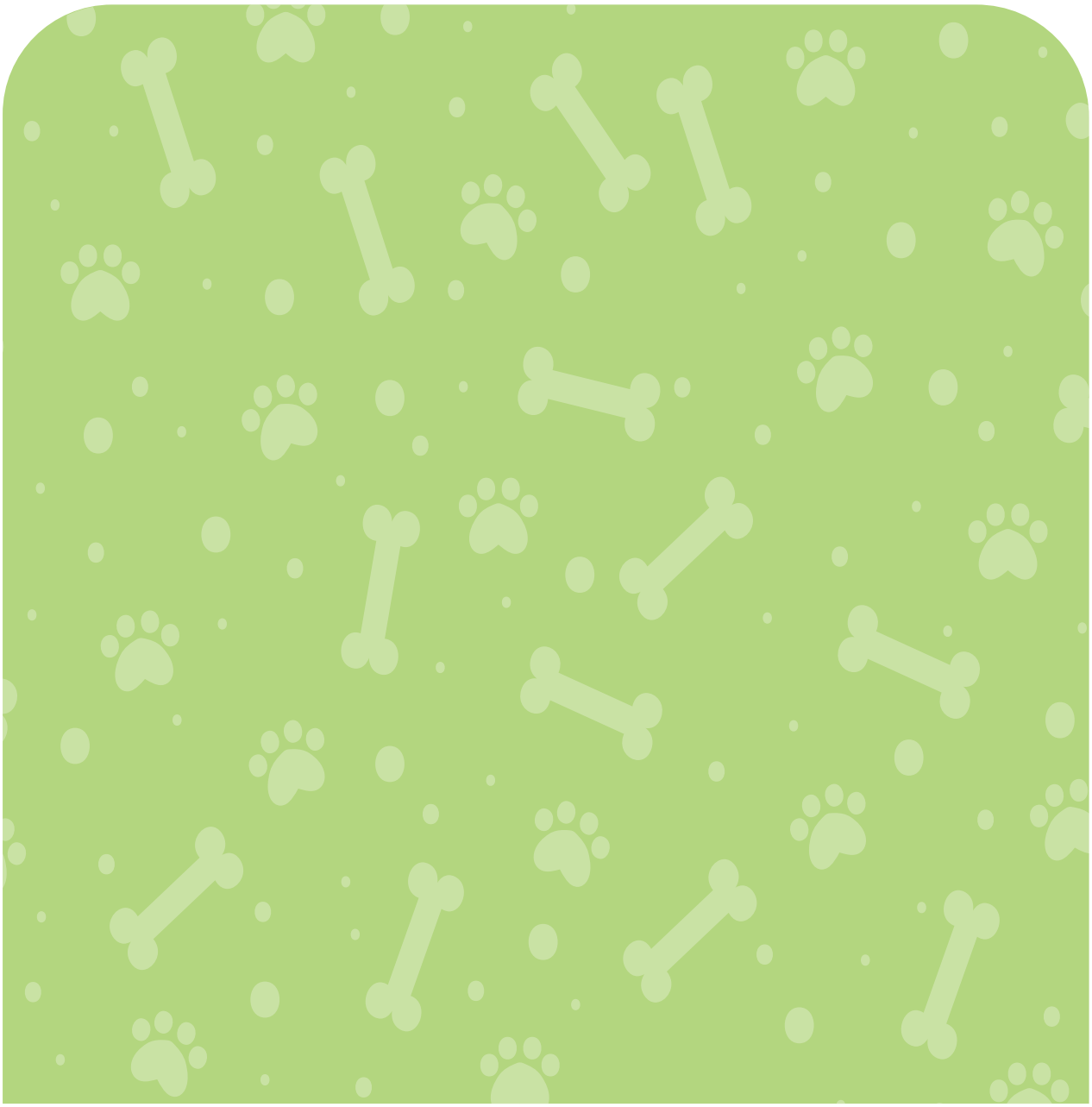
ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01. El cronograma proporciona una guía sobre las fechas en que se llevarán a cabo las distintas actividades del proyecto. **48**

Tabla 02. El presupuesto ofrece una proyección aproximada de los gastos necesarios para llevar a cabo el proyecto, considerando los costos fijos y variables, las etapas del proceso de diseño, posibles imprevistos, honorarios profesionales y los respectivos impuestos. **49**

Tabla 03. Guión técnico para el video documental "Crea su mundo mejor". **70**

Tabla 04. Presupuesto de aporte económico del estudiante. **106**



INTRODUCCIÓN

El Albergue Municipal de Mascotas de Mixco enfrenta diversos desafíos en la obtención de donaciones y en la promoción de la adopción responsable de animales en situación de abandono. A pesar del esfuerzo del personal y voluntarios, la falta de estrategias efectivas de comunicación ha limitado significativamente su alcance, reduciendo las oportunidades de brindar un hogar digno a los animales rescatados. La sobrepoblación y el abandono de mascotas siguen siendo problemas recurrentes en el sector, lo que evidencia la necesidad urgente de fortalecer la visibilidad del albergue y su labor.

Se identifica que el albergue requiere materiales de comunicación más atractivos y accesibles, especialmente en formato audiovisual, así como estrategias sólidas en redes sociales que permitan conectar de manera más directa con el público.
Este proyecto tiene como objetivo principal desarrollar un vídeo documental y una serie de 3 vídeos motion graphics contando con el apoyo, difusión directamente en la Municipalidad de Mixco. Todo ello orientado a generar mayor conciencia sobre la problemática del abandono, incentivar las donaciones económicas, material y personal fomentando así, la adopción responsable de mascotas. Asimismo, se busca construir una identidad visual coherente y empática, capaz de transmitir el valor del trabajo del albergue y sensibilizar a la comunidad sobre la importancia del bienestar animal.

A través de esta propuesta, se espera contribuir a mejorar la sostenibilidad del albergue y garantizar una mejor calidad de vida para los animales que esperan una segunda oportunidad.

Palabras claves: Adopción, Audiovisual, Albergue, Digital, Donación, Redes Sociales.

CAPÍTULO 1

1. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO

Para iniciar este proyecto, es esencial explicar y analizar algunos aspectos relacionados con el problema que se abordará. Para ello, se reunieron antecedentes importantes, se definió con claridad el problema de comunicación visual, se presentó la justificación del proyecto y se establecieron los objetivos que orientarán su desarrollo.

Temas

- *Antecedentes del Problema de Comunicación Visual*
- *Definición y Delimitación del Problema de Comunicación Visual*
- *Justificación del proyecto*
- *Objetivos*

1.1. Antecedentes del Problema de Comunicación Visual

La sobrepoblación de perros callejeros en Guatemala es un problema alarmante. Según Agencias Universitarias, «hay aproximadamente un perro o gato en las calles por cada cuatro habitantes, lo que equivale a alrededor de 4.25 millones de animales sin hogar en el país».[1] Esta situación no solo representa un desafío para el bienestar animal, sino que también implica riesgos para la salud pública y la seguridad de las comunidades del municipio.

Los albergues y organizaciones de rescate animal enfrentan múltiples obstáculos, entre ellos, la falta de recursos y estrategias de comunicación visual efectivas para promover la adopción y concienciar a la población. La comunicación visual es esencial en el diseño gráfico, ya que permite captar la atención, transmitir información y generar emociones en el espectador.

Sin embargo, muchas instituciones carecen de las herramientas y conocimientos necesarios para desarrollar campañas visuales impactantes que fomenten la adopción y el apoyo comunitario, evitando que siga creciendo la sobrepoblación de animales.

Según Animal Dreams, «la promoción de la adopción de mascotas es una tarea fundamental para garantizar el bienestar de los animales y reducir la población de animales abandonados. A través de diferentes estrategias, es posible concienciar a la población sobre los beneficios de la adopción y fomentar la colaboración con entidades de protección animal».[2]

Además, una identidad visual sólida y coherente puede mejorar la percepción pública de los albergues, atrayendo a más voluntarios y donantes.

Abordar el problema de la sobrepoblación de perros callejeros en Guatemala requiere una combinación de recursos adecuados y estrategias de comunicación visual efectivas. Fortalecer la capacidad de los albergues para desarrollar campañas visuales atractivas es fundamental para promover la adopción responsable y garantizar el bienestar de estos animales.

[1] María Suzette Quiroa Flores, «Perros callejeros, un problema creciente en Guatemala», Agencia Universitaria de Noticias, 8 de julio del 2024, Acceso el 26 de febrero del 2025, https://agenciauniversitariadenoticias.com.gt/nacionales/perros-callejeros-un-problema-creciente-en-guatemala/.

[2] Animal Dreams, «Promoción de la adopción de mascotas», Animal Dreams, Acceso el 5 de marzo de 2025, https://animaldreams.es/blog/promocion-de-la-adopcion-de-mascotas/.

1.1.1 Contextualización

Diseño Gráfico y la Comunicación Visual

El albergue enfrenta un desafío significativo en la construcción de su identidad visual. Actualmente, a pesar de tener una línea gráfica establecida, la inconsistencia y no tener unos parámetros exactos en los diseños pueden afectar la percepción de la institución, restándole profesionalismo y credibilidad. La identidad visual no solo ayuda a diferenciar una organización, sino que también influye en la manera en que la comunidad la percibe y se relaciona con ella.

Para mejorar su impacto, el albergue podría desarrollar todo su contenido con la línea gráfica que ya tienen, con su paleta de colores, tipografías y elementos visuales coherentes que refuercen su mensaje y valores. Además, la creación de materiales gráficos atractivos y bien estructurados ayudaría a fortalecer su presencia en redes sociales y otros medios, facilitando la difusión de campañas de adopción, jornadas de vacunación y actividades de concientización. A través de una estrategia visual más sólida, el albergue podría captar la atención del público, fomentar la participación activa de voluntarios y patrocinadores, y aumentar el impacto de sus esfuerzos en la comunidad.

Institucional y Administrativo

Como entidad municipal, el albergue enfrenta retos en la gestión de sus canales de comunicación interna y externa. La falta de una estrategia clara de difusión puede dificultar la coordinación con otras instituciones, la planificación de campañas y la gestión eficiente de los recursos disponibles. Sin una comunicación institucional efectiva, la información sobre los programas, necesidades y avances del albergue puede no llegar de manera adecuada a los actores clave, como autoridades municipales, organizaciones aliadas y la comunidad en general.

Para optimizar su funcionamiento, el albergue podría establecer protocolos de comunicación interna más efectivos, asegurando que la información fluya de manera organizada entre su personal y colaboradores. Asimismo, mejorar la divulgación externa con informes periódicos, alianzas con otras instituciones y el uso estratégico de medios digitales podría permitir una mejor gestión de recursos y una mayor visibilidad de sus iniciativas. De esta manera, no sólo fortalecería su estructura organizativa, sino que también podría generar mayor confianza y apoyo dentro de la comunidad y alrededor del sector gubernamental.



Social y Comunitario

El albergue enfrenta dificultades para transmitir mensajes clave sobre el cuidado y bienestar de los animales debido a una estrategia de comunicación visual deficiente. La falta de una identidad visual consistente, acompañada de materiales gráficos poco llamativos, puede generar que la comunidad no se involucre activamente en las iniciativas de adopción, rescates o el apoyo directo para el albergue. La información que se comparte a través de canales como redes sociales podría no captar la atención o no ser comprendida de manera efectiva, lo que limita el alcance de las campañas educativas y de sensibilización.

Una solución sería crear materiales visuales impactantes que utilicen elementos gráficos claros y atractivos, como post informativo o vídeos cortos para explicar de forma simple y directa los procesos de adopción, cuidado animal y como apoyo a albergues de mascotas es fundamental.

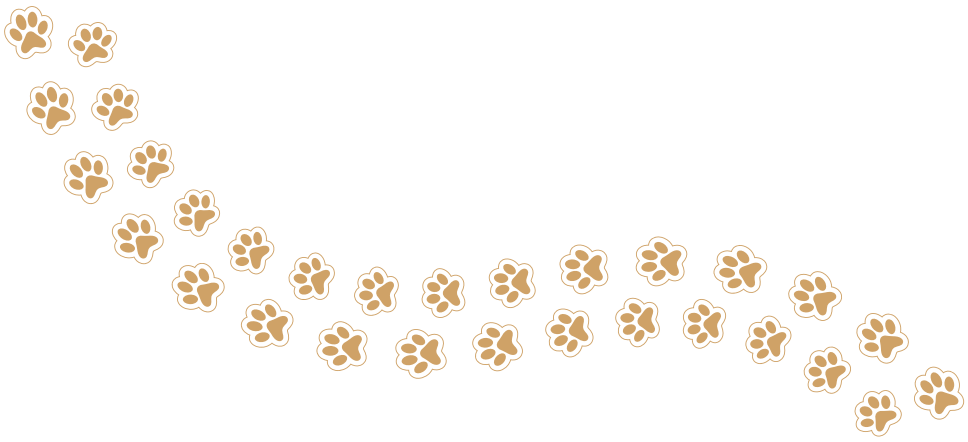
Con un enfoque visual más fuerte y coherente, el albergue podría aumentar la participación de la comunidad y lograr un cambio más efectivo en las actitudes hacia los animales rescatados.

1.2. Definición y Delimitación del Problema de Comunicación Visual

1.2.1. Desafíos de comunicación en el Albergue de Mascotas de Mixco promoviendo la adopción y las donaciones a través del diseño

En el Municipio de Mixco, el Albergue de Mascotas enfrentan una crisis de adopción y financiamiento debido a la falta de una comunicación visual efectiva que sensibilice a la población sobre la importancia de la adopción responsable y las donaciones. La desinformación y la ausencia de estrategias claras de identidad institucional han limitado el alcance de las campañas de concienciación, afectando el apoyo comunitario y la sostenibilidad de estos refugios. Aunque cuentan con plataformas digitales como *Facebook, Instagram* y *TikTok* el material gráfico y audiovisual no siempre logra generar una respuesta activa del público, lo que contribuye a la saturación de los albergues y a la falta de recursos para atender a los animales rescatados.

Se estima que en Guatemala hay alrededor de 4.25 millones de perros y gatos en situación de calle, lo que no solo impacta en la calidad de vida de estos animales, sino que también representa un problema de salud pública.[3] A pesar de que este problema se ha mantenido durante décadas, con nuevas incorporaciones semanales de perros en los refugios, la falta de estrategias de comunicación adecuadas ha impedido un aumento significativo en la tasa de adopción, poniendo en riesgo la continuidad del trabajo de estas instituciones.



[3] María Suzette Quiroa Flores, «Perros callejeros, un problema creciente en Guatemala», Agencia Universitaria de Noticias, 8 de julio del 2024, Acceso el 26 de febrero del 2025, https://agenciauniversitariadenoticias.com.gt/nacionales/perros-callejeros-un-problema-creciente-en-guatemala/

1.3. Justificación del proyecto

1.3.1. Trascendencia del proyecto

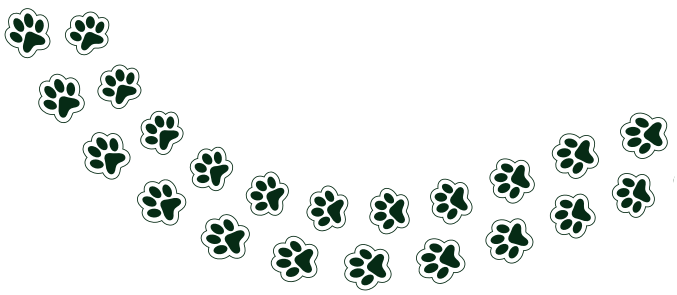
El proyecto de desarrollo y producción de material audiovisual tiene un impacto significativo a largo plazo en la solución del abandono animal, al fomentar una cultura de adopción responsable y de colaboración ciudadana. Desde el nivel del Diseño Gráfico, se promueve una narrativa visual emocional y educativa que puede establecer un modelo replicable de comunicación social, aplicable en otros albergues o causas sociales. A nivel de Comunicación Visual, se genera un cambio sostenido en la percepción de los animales rescatados, posicionándolos no solo como seres necesitados, sino como compañeros valiosos, promoviendo un vínculo emocional duradero. En el nivel social, la iniciativa contribuye a la reducción de animales en abandono, la descongestión de refugios y el fortalecimiento del tejido comunitario, mediante el apoyo activo de la población hacia el albergue.

1.3.2. Incidencia del diseño gráfico

La propuesta tendrá logros visibles a corto y mediano plazo gracias a la intervención directa del Diseño Gráfico en la creación de contenidos audiovisuales que conecten con la audiencia a través de emociones, empatía y claridad visual. Se espera un aumento en la visibilidad del Albergue Municipal de Mixco, mayor interacción en redes sociales como *Instagram, Facebook y TikTok*, como también el interés de visitar las ubicaciones donde el Albergue tenga jornadas de adopción. Esto tendrá una mejora en la percepción pública conectándolo a la calidad gráfica y narrativa de los materiales permitirá captar la atención del público joven y adulto, facilitando la comprensión del proceso de adopción y motivando acciones inmediatas, como visitas al albergue, adopciones, o donaciones.

1.3.3. Factibilidad del proyecto

El proyecto es completamente viable, ya que cuenta con recursos humanos, técnicos y contextuales adecuados para su desarrollo. Existen condiciones favorables como el equipo técnico necesario para la producción audiovisual (cámaras, *software* de edición y acceso a plataformas digitales) así como del conocimiento y habilidades en diseño gráfico y comunicación visual, esenciales para desarrollar contenido de calidad profesional. El enfoque del proyecto está alineado con una tendencia creciente de conciencia animalista en la sociedad, lo cual facilita su recepción. El conocimiento técnico en producción, implementación, publicación, divulgación y diseño audiovisual asegura la posibilidad de ejecutar materiales dentro de un plazo establecido de 10 a 12 semanas, sin requerir insumos difíciles de obtener ni inversiones económicas altas.



1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Fomentar la adopción responsable y la colaboración comunitaria en el Albergue Municipal de Mascotas de Mixco, mediante el desarrollo y producción de material audiovisual para redes sociales, dirigida a jóvenes y adultos para la promoción de la adopción responsable, generando apoyo al Albergue Municipal de Mascotas, reduciendo de está manera la población de perros y gatos en situación de abandono.

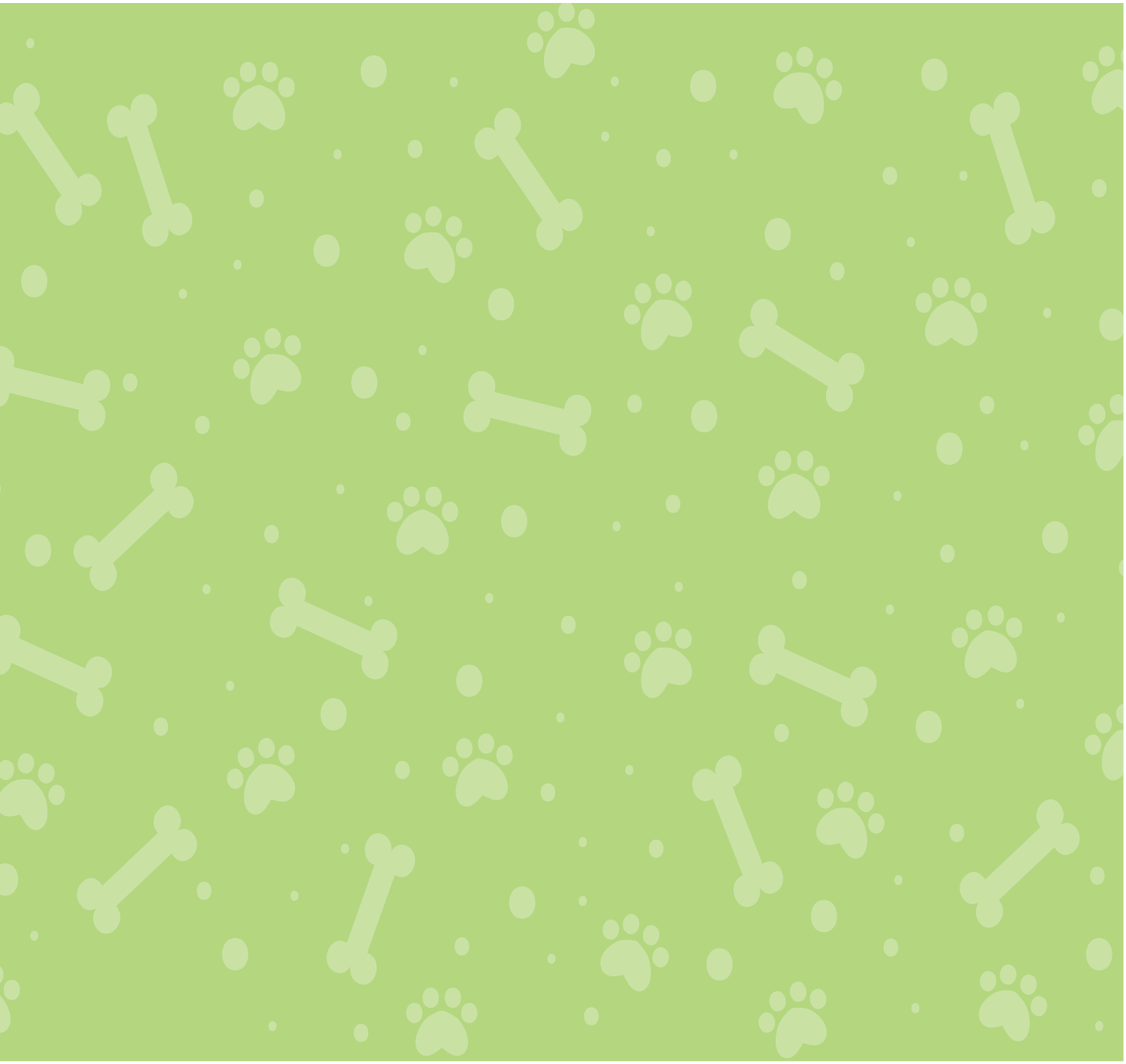
1.4.2. Objetivos Específicos

De Comunicación Visual

Informar el proceso de adopción para animales rescatados y maneras de apoyo al albergue municipal de mascotas de Mixco mediante el desarrollo y producción de material audiovisual para redes sociales, captando la atención del público objetivo, sensibilizando y generando empatía hacia los animales en situación de abandono.

De Diseño Gráfico

Desarrollar un material audiovisual atractivo y eficaz, adaptado a las diferentes características de las plataformas digitales (redes sociales del Albergue) que incluyan una narrativa visual llamativa y emocional, fortaleciendo la percepción pública sobre los animales en abandono y mejorando la visibilidad del albergue en las redes sociales para generar el apoyo comunitario.



2 CAPÍTULO

2. PERFILES

Este capítulo sirve para presentar los perfiles de la institución y del grupo objetivo, estos perfiles son una parte muy fundamental para poder realizar el proyecto, ya qué nos proporcionan infomración clave para poder desarrollo de este mismo.

Temas

- *Perfil de la institución*
- *Perfil de grupo objetivo*

2.1. Perfil de la Institución a quien se apoya

2.1.1. Características del Sector Social:

El abandono de mascotas y la proliferación de perros callejeros constituyen un problema serio y persistente en Guatemala. A pesar de los esfuerzos de organizaciones y voluntarios, la situación continúa agravándose. Siendo esto una falta de políticas públicas claras y de respaldo institucional dejando esta tarea en manos de ciudadanos y de asociaciones. Según información de la página, La Hora, «la ausencia de políticas públicas claras y de apoyo estatal ha dejado esta problemática en manos de la ciudadanía y organizaciones independientes».[4]

La adopción responsable y la adecuada gestión de donaciones son esenciales para enfrentar esta realidad. Organizaciones como Vida Animal y Animal Aware trabajan de forma continua para rescatar y dar refugio a animales abandonados, dependiendo casi exclusivamente de la caridad privada.

En el caso de Vida Animal, el gasto mensual en alimentación ronda los Q15,000, lo que revela su vulnerabilidad ante la escasez de recursos.[5]

A ello se suma la necesidad de una mayor colaboración entre instituciones, voluntarios y sociedad civil. Las campañas de sensibilización pueden lograr avances significativos, pero sin una base estructural desde el Estado, los esfuerzos resultan insuficientes. En este contexto, los refugios no solo luchan por mejorar la calidad de vida de los animales, sino también por garantizar su propia sostenibilidad ante la falta de una legislación adecuada y de recursos constantes.

El consejo nacional de adopciones (CNA) es la entidad encargada de poder realizar y regular las adopciones del país. Según información oficial, todos sus servicios que brindan en CNA son totalmente gratuitos.[6] Sin embargo, en la práctica, el proceso de adopción de mascotas está medido por organizaciones no lucrativas, qué aunque busquen siempre un bien común pueden operar en un contexto de recursos limitados y con muy poca supervisión estatal.

[4] La Hora, «ONG al rescate de los animales de la calle sin la ayuda del Estado», acceso el 5 de abril de 2024, https://hemeroteca.lahora.gt/ong-al-rescate-de-los-animales-de-la-calle-sin-la-ayuda-del-estado

[5] Soy502, «Vida Animal, el santuario de las mascotas sin hogar», acceso el 5 de abril de 2025, https://www.soy502.com/articulo/vida-animal-el-santuario-de-las-mascotas-sin-hogar

[6] «Consejo Nacional de Adopciones», Consejo Nacional de Adopciones de Guatemala, acceso el 17 de febrero de 2025, https://www.cna.gob.gt.

Un aspecto preocupante es la falta de un registro nacional unificado de mascotas, lo que dificulta el seguimiento de los animales adoptados y la implementación de políticas efectivas de control y bienestar animal. Además, la ausencia de campañas masivas de esterilización contribuye al crecimiento descontrolado de la población de animales callejeros, exacerbando el problema de abandono y maltrato.

La sostenibilidad de los albergues de animales en Guatemala depende en gran medida de las donaciones de individuos y empresas. Programas como Alimenta a medida de las donaciones de individuos y empresas. Programas como «Alimenta a un perro o un gato sin hogar», iniciado en 2018 por la cadena de tiendas Arca de Noé[7], buscan recaudar alimentos, medicamentos y otros productos para beneficiar a distintos albergues.

La falta de transparencia en la gestión de donaciones es otro punto crítico. Sin mecanismos claros de rendición de cuentas, es difícil para los donantes conocer el destino exacto de sus aportes, lo que puede generar desconfianza y afectar la continuidad del apoyo. Además, la ausencia de incentivos fiscales para las donaciones a organizaciones de bienestar animal limita el potencial de recaudación de fondos.

2.1.2. Historia

El Albergue Municipal de Mascotas de Mixco fue inaugurado en diciembre de 2017, como una manera de darle respuesta a una problemática creciente de animales en situación de calle, abandono y maltrato en el municipio de Mixco, Guatemala. Con el respaldo de la Municipalidad de Mixco, el albergue no únicamente busca proteger animales, sino también ser un motor de cambio para la comunidad, involucrando a voluntarios, asociaciones y entidades privadas para mejorar la calidad de vida de los animales. Así mismo, según un artículo del sitio *web* Soy502, «el albergue forma parte de una serie de acciones que Mixco está desarrollando para el cuidado animal. Al mismo tiempo se imparten charlas educativas y se reparten volantes a niños de varios establecimientos sobre el cuidado animal. Por otro lado, Mixco cuenta con una unidad para rescate y la asesoría jurídica para retirar animales que sean maltratados en algunos sitios.»[8]



Figura 01. Logotipo Albergue Municipal de Mascotas Mixco. Extraído de Google Drive. https://drive.google.com/drive/folders/1jeD_9c-7hwh7Yxn6HRo_ZppHQMEFxwZF

[7] «Donaciones» Arca de Noé, acceso el 17 de febrero de 2025, https://arcadenoe.com.gt/pages/donaciones

[8] Soy502, «Neto Bran inaugura albergue municipal de animales», Soy502, acceso el 10 de marzo de 2025, https://www.soy502.com/articulo/neto-bran-inaugura-albergue-municipal-animales-32419

Misión

Crear conciencia al vecino del cuidado de una mascota y erradicar la sobrepoblación de perros en la calle, para que todas las mascotas en situación de calle puedan tener una vida lo más digna posible.

Visión

Ser el albergue ejemplo y modelo en el país, proporcionando rescate, esterilización, castración y protección a animales en situación de calle, creando conciencia y simpatía entre los vecinos del lugar.

Valores

• *Compromiso:* Asumir la responsabilidad de cuidar y mejorar la calidad de vida de los animales.

• *Solidaridad:* Fomentar la colaboración entre la comunidad, autoridades y empresas para lograr el bienestar animal.

• *Responsabilidad:* Promover la adopción responsable y la tenencia adecuada de mascotas.

• *Compasión:* Actuar con empatía y respeto hacia todos los seres vivos, protegiendo su dignidad.

• *Educación:* Impulsar campañas de sensibilización para concienciar a la sociedad sobre el cuidado adecuado de los animales.

2.1.3. Objetivos

Objetivo General:

Proporcionar un refugio seguro, atención médica especializada y promover la adopción responsable de perros y gatos rescatados, contribuyendo a la reducción del abandono y maltrato animal en el municipio de Mixco.

Objetivo Específicos:

Brindar atención veterinaria preventiva y correctiva a los animales rescatados, promover la adopción responsable mediante campañas de sensibilización, fomentar la conciencia sobre el bienestar animal a través de actividades educativas y, finalmente, reducir la población de animales callejeros mediante programas de esterilización, decomisos y rescate.

Servicios:

El Albergue Municipal de Mascotas de Mixco brinda servicios orientados al bienestar animal y comunitario, como atención veterinaria, adopción responsable, campañas educativas, programas de esterilización masiva y rescate de animales en situación de abandono o peligro.

Cobertura

La cobertura del albergue abarca Mixco y zonas cercanas, extendiendo su apoyo a otras regiones de Guatemala mediante campañas, adopciones y servicios veterinarios para comunidades con acceso limitado a atención animal.



Beneficiarios

• *Animales Rescatados:* El albergue se dedica al rescate de perros y gatos en situación de abandono o maltrato en el municipio de Mixco. Estos animales reciben atención médica, alimentación y un espacio seguro mientras esperan ser adoptados. La labor del albergue ha sido destacada en diversas publicaciones, resaltando su compromiso con el bienestar animal.

• *Adoptantes Responsables:* Personas o familias interesadas en brindar un hogar a una mascota pueden acudir al albergue. El proceso de adopción incluye asesoría para garantizar que los adoptantes comprendan las responsabilidades que conlleva tener una mascota. El albergue organiza jornadas de adopción y eventos para facilitar la conexión entre animales y adoptantes.

• *Comunidad en General:* La ciudadanía se beneficia indirectamente a través de programas de educación y sensibilización sobre tenencia responsable de mascotas. Estas iniciativas buscan reducir la población de animales callejeros y promover el respeto hacia los animales. Además, la existencia del albergue contribuye a una ciudad más limpia y segura al controlar la población animal existente.

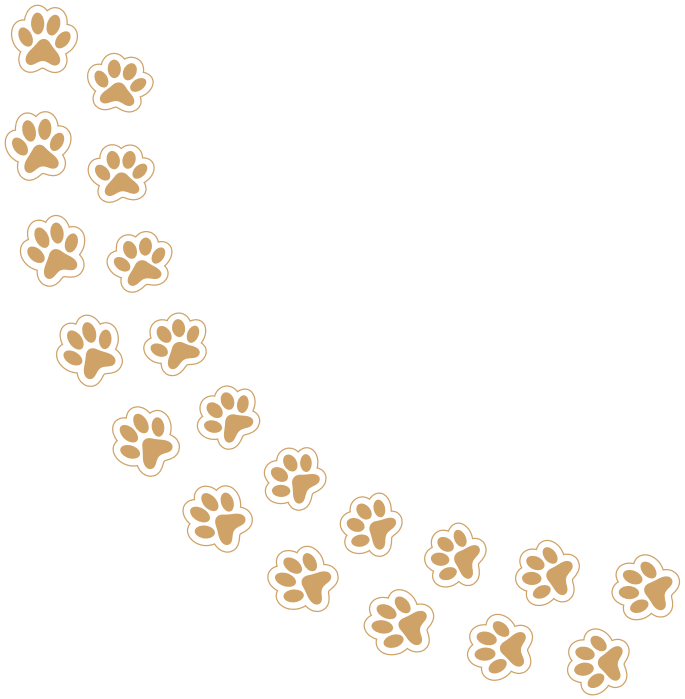
Fuentes de Financiamiento

El albergue obtiene fuentes de financiamiento de diferentes fuentes, que incluyen:

• *Donaciones:* Aportaciones de ciudadanos, empresas privadas y fundaciones que apoyan el bienestar animal.

• *Actividades de recaudación de fondos:* Eventos y campañas para recaudar fondos destinados a la mejora de las instalaciones y servicios del albergue.

• *Colaboraciones con otras organizaciones:* Alianzas con ONGs, instituciones educativas y empresas que contribuyen con recursos y apoyo logístico.



2.2. Antecedentes Gráficos

El análisis de los antecedentes gráficos del Albergue Municipal de Mascotas de Mixco revela una notable ausencia de una línea gráfica establecida. Los materiales publicados en sus redes sociales carecen de coherencia visual y conceptual, lo que dificulta la construcción de una identidad visual sólida.

Esta falta de uniformidad afecta la efectividad de la comunicación y el impacto en el público objetivo, ya que los diseños presentan variaciones en tipografía, paleta de colores y composición, sin seguir un estilo definido. La ausencia de una identidad visual clara limita el reconocimiento de la organización y reduce la eficacia de sus mensajes, afectando así su alcance y conexión con la comunidad.



Figura 02. Portada de la página de facebook oficial del albergue municipal de mascotas de Mixco. Extraído de: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1170194221341543&set=a.664603705233933



Figura 03. Post para redes socales sobre jornada de adopción. Extraído de: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1192181395809492&set=pb.100050529277465.-2207520000&type=3



Figura 04. Post para redes sociales sobre jornada de adopción. Extraído de: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1376709004023396&set=pb.100050529277465.-2207520000&type=3



Figura 05. Post para redes sociales sobre hogares temporales. Extraído de: https://www.facebook.com/share/p/1BDmCZUAX4/



Figura 06. Post para redes sociales sobre jornada de adopción. Extraído de: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1226648879029410&set=pb.100050529277465.-2207520000&type=3

Se puede llegar a notar en el material gráfico digital para sus redes sociales, cómo se carece de una unidad visual debido a una gran falta de una línea gráfica que a pesar que la tengan, no sé observa que se pueda utilizar de una manera efectiva, logrando así un gran menor impacto visual en su respectivo diseño y en su función para la institución.

2.3. Perfil de Grupo Objetivo

2.3.1. Población Universo del Grupo objetivo

El proyecto está dirigido a personas amantes de los animales, enfocándose en perros y gatos, con el propósito de fomentar la adopción y el apoyo a los albergues. Para delimitar la población universo, se ha tomado como referencia a los 95,000 seguidores de la página oficial de Facebook del Albergue Municipal de Mascotas de Mixco, ya que representan un grupo con un alto interés en el bienestar animal y una predisposición a interactuar con iniciativas relacionadas con la adopción y el voluntariado. Aunque el grupo objetivo principal abarca a toda la población del municipio de Mixco, esta delimitación permite una segmentación más efectiva para identificar a quienes están realmente comprometidos con la causa. A partir de esta población, se seleccionará un grupo focal que permitirá obtener información más específica sobre las motivaciones, barreras y nivel de participación en actividades relacionadas con la adopción y el mantenimiento del refugio.[9]

2.3.2. Muestra

Dado el enfoque cualitativo del estudio, se optó por trabajar con un grupo focal conformado por 10 personas. La selección de los participantes se basó en su experiencia previa con la adopción de mascotas, así como en su vínculo con el albergue a través de labores de voluntariado o aportes mediante donaciones. Este grupo representó una fuente valiosa de información, ya que su conocimiento directo y su compromiso con la causa permitieron enriquecer el análisis.

La elección de un grupo focal facilitó la exploración profunda de percepciones, motivaciones y barreras que enfrentan las personas al momento de adoptar o colaborar con el refugio. A través de la interacción entre los participantes, fue posible identificar elementos clave que influyen en sus decisiones, así como comprender de manera más amplia las oportunidades y desafíos presentes en el contexto del albergue. Este enfoque permitió obtener una perspectiva más humana, sensible y cercana a la realidad del fenómeno estudiado.

[9] Albergue Municipal de Mascotas Mixco, «Página oficial», Facebook, acceso el 19 de marzo de 2025, https://www.facebook.com/AlbergueMunicipaldeMascotasMixco?locale=es_LA .

Características geográficas

- País: Guatemala
- Departamento: Guatemala
- Municipio: Mixco[10]

Análisis e interpretación

El municipio de Mixco está ubicado en el Departamento de Guatemala, una localidad que ha experimentado un crecimiento urbano acelerado en las últimas décadas. Esta expansión ha generado tanto oportunidades como retos en el manejo de recursos, incluyendo los servicios de bienestar animal.

El Albergue Municipal de Mascotas de Mixco, al estar ubicado en esta área, enfrenta la particularidad de atender a una población diversa que varía en acceso y cercanía a la institución.

Si bien Mixco se encuentra cerca de la Ciudad de Guatemala, lo que facilita la visibilidad del albergue en algunas áreas, el crecimiento desmedido y la dispersión urbana dentro del municipio pueden dificultar el alcance de la información sobre los servicios del albergue en zonas más alejadas.

Esto podría influir en la participación de los residentes en actividades de adopción y apoyo al albergue, ya que la proximidad geográfica puede afectar tanto el conocimiento como la disposición para involucrarse con la institución.

Características Sociodemográficos

- **Edad:** 21 a más de 41 años.
- **Género:** Mujeres y hombres dónde 60% son mujeres y el resto que es 40% son hombres.
- **Formación académica:** Nivel superior (Universidad).
- **Responsabilidades o función en el hogar:** Apoyo en la casa ya que cuentan con trabajo de medio tiempo.

Análisis e interpretación

La muestra está compuesta por personas de 21 a 41 años, en su mayoría mujeres, lo que refleja un interés significativo de este grupo en temas de bienestar animal. Todos los participantes tienen nivel superior, lo que sugiere una mayor capacidad para acceder a información y tomar decisiones conscientes sobre la adopción.

Además, al tener trabajos de medio tiempo, cuentan con tiempo limitado, lo que implica que las campañas del Albergue Municipal de Mascotas de Mixco deben ser flexibles y adaptarse a su disponibilidad para fomentar la adopción y el apoyo sin demandarlos mucho tiempo.

10 «Geología de Mixco, Guatemala», Geotecnia Fácil, acceso el 19 de marzo de 2025, https://geotecniafacil.com/geologia-mixco-guatemala/.

Características Socioeconómicas

- Clase Social: Media
- Nivel Socioeconómico -NSE- : C
- Hábitos de consumo: Uso de redes sociales como *tiktok, instagram y facebook.*
- Frecuencia de consumo: De lunes a domingo aunque con mayor actividad los fines de semana.

Análisis e interpretación

El grupo focal pertenece principalmente a la clase social media, con un nivel socioeconómico C, lo que refleja un poder adquisitivo moderado. En cuanto a hábitos de consumo, destacan el uso frecuente de redes sociales, como *TikTok, Instagram y Facebook*, especialmente los fines de semana, lo que indica que estas plataformas son claves para llegar al público objetivo del Albergue Municipal de Mascotas de Mixco. Dado que están acostumbrados a interactuar con contenido visual y dinámico, las campañas de sensibilización y adopción deben aprovechar estos medios para generar mayor impacto y *engagement.*

Características Psicográficas

- Estilo de vida: Valoran la compañía y el bienestar de los animales.
- Hábitos: La mayoría adopta por compañía y apoya al albergue por su importancia.
- Motivaciones: La principal motivación es la compañía, seguida por el amor a los animales en general.
- Valores: Se valora el bienestar animal y la adopción responsable.
- Cultura Visual: Al ver redes sociales, les llama la atención un poco más publicaciones llamativas y que conecten las mascotas con ellos y el amor animal.

Análisis e interpretación

La principal motivación para adoptar una mascota es la compañía, seguida por el amor a los animales y la responsabilidad social. Esto sugiere que la adopción es impulsada principalmente por razones emocionales. En cuanto el apoyo directamente al Albergue Municipal de Mascotas de Mixco, más de la mitad lo considera importante, lo que refleja un interés general en su labor. Las principales barreras para adoptar son la falta de tiempo, el costo y el espacio, lo que indica áreas clave a abordar en futuras campañas de sensibilización.

Relación entre el grupo objetivo y el Albergue Municipal de Mascotas Mixco

- Conocimiento de la institución: El 60% conoce el Albergue Municipal de Mixco, pero el 40% no, lo que indica una oportunidad para aumentar su visibilidad.
- Frecuencia de visita presencial: Sólo el 20% ha considerado adoptar del albergue, lo que muestra que aún falta promover más la adopción en esta institución.
- Servicios más utilizados: Un 10% ha donado, y el 50% estaría dispuesto a colaborar,

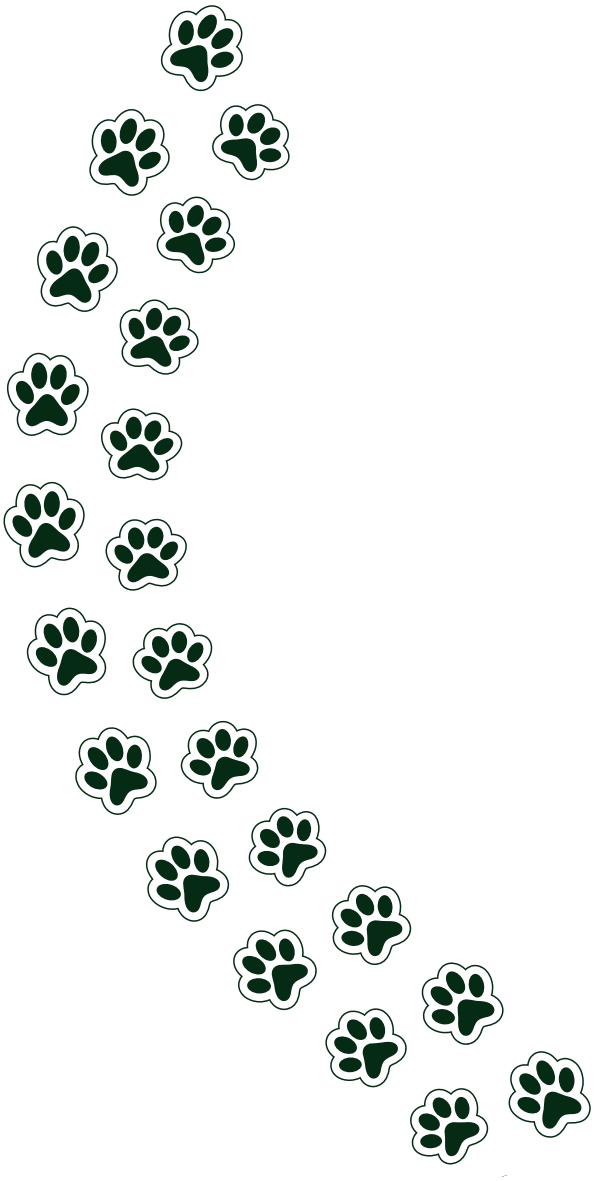
lo que sugiere un incremento de interés en apoyar más al albergue.

• **Nivel de satisfacción:** Aunque las visitas son limitadas, hay potencial para mejorar el apoyo y la satisfacción con más interacción.

Análisis e interpretación

El 60 % de la muestra conoce el Albergue Municipal de Mascotas de Mixco, lo que muestra que una porción significativa está familiarizada con la institución. Sin embargo, un 40 % no tiene conocimiento, lo que señala una oportunidad de mejorar la visibilidad y promoción del albergue. En cuanto a la adopción, aunque un 50 % expresó interés en adoptar una mascota, solo un 20 % ha considerado adoptar específicamente del albergue, lo que refleja una brecha entre el interés general y la acción concreta de adopción.

Por otro lado, el apoyo al albergue se muestra favorable, ya que el 10 % ha realizado donaciones y el 50 % está dispuesto a colaborar, ya sea como voluntarios o con contribuciones. Esto indica una disposición positiva hacia el albergue, aunque un 40 % aún no ha brindado apoyo, lo que señala una área potencial para fortalecer la relación con la comunidad y fomentar de está manera, más participación.



3

CAPÍTULO

3. PLANEACIÓN OPERATIVA

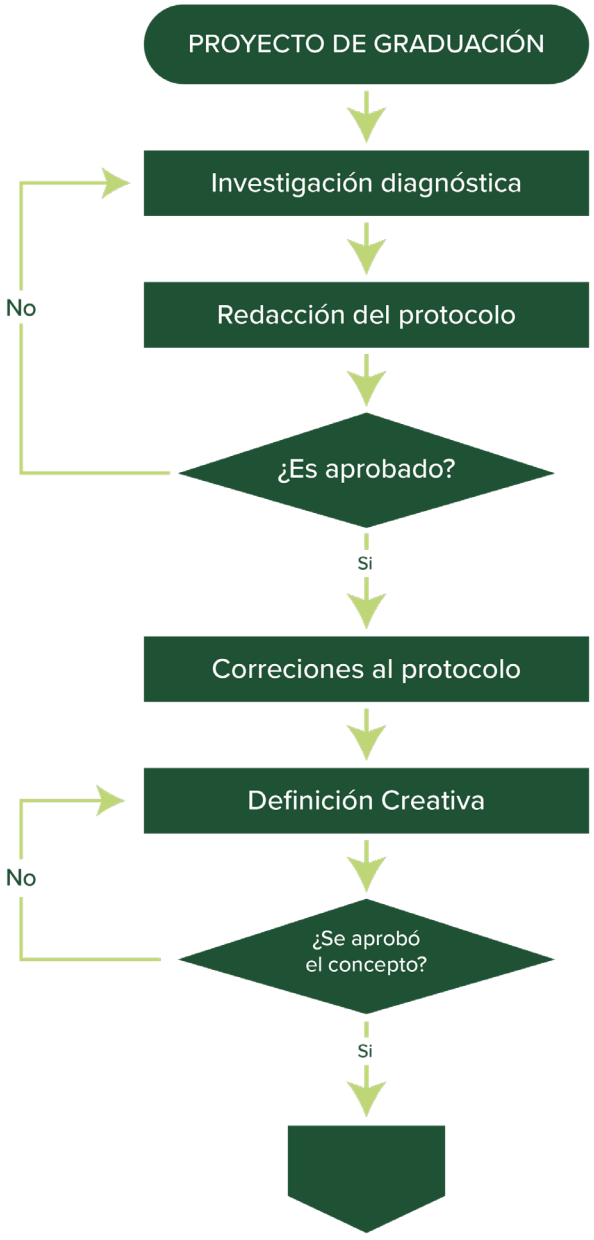
En este capítulo se presenta una estructura del proyecto, la cual contiene un flujograma del proceso, un cronograma con las fechas principales de ejecución y un presupuesto que presenta la estimación económica del mismo.

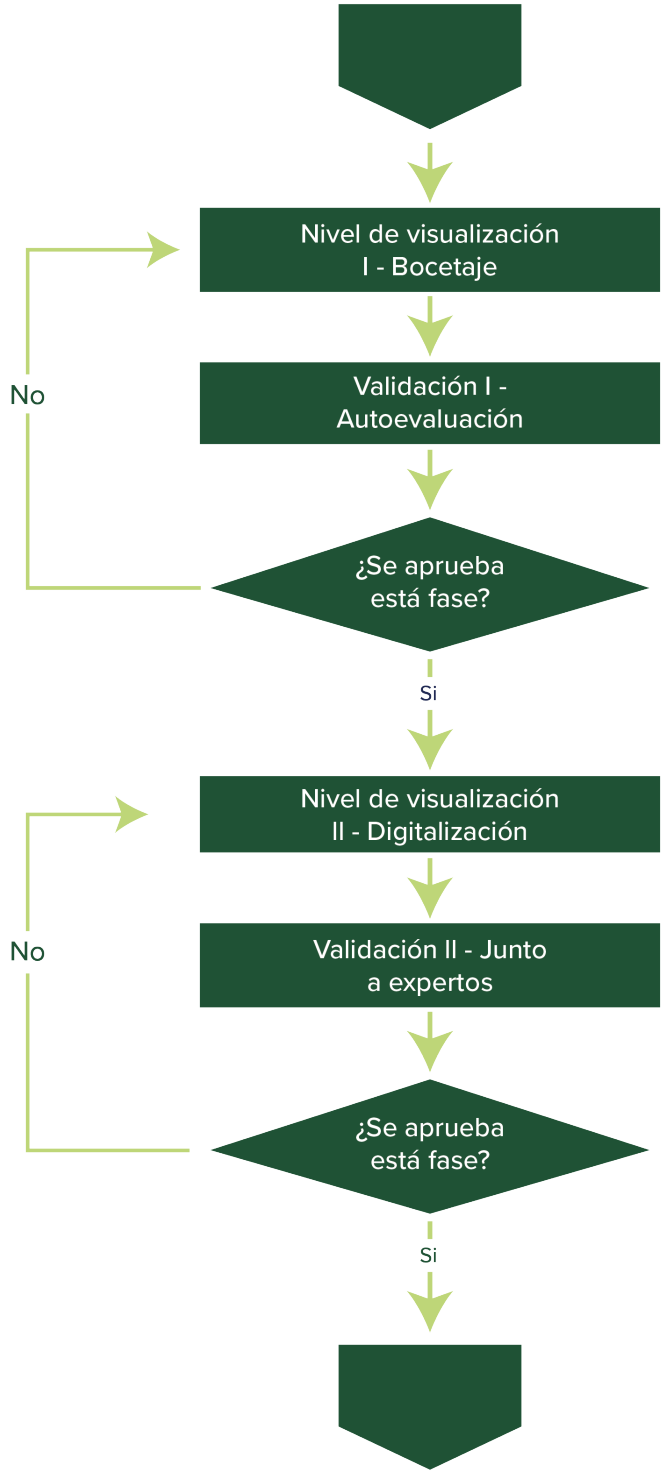
Temas

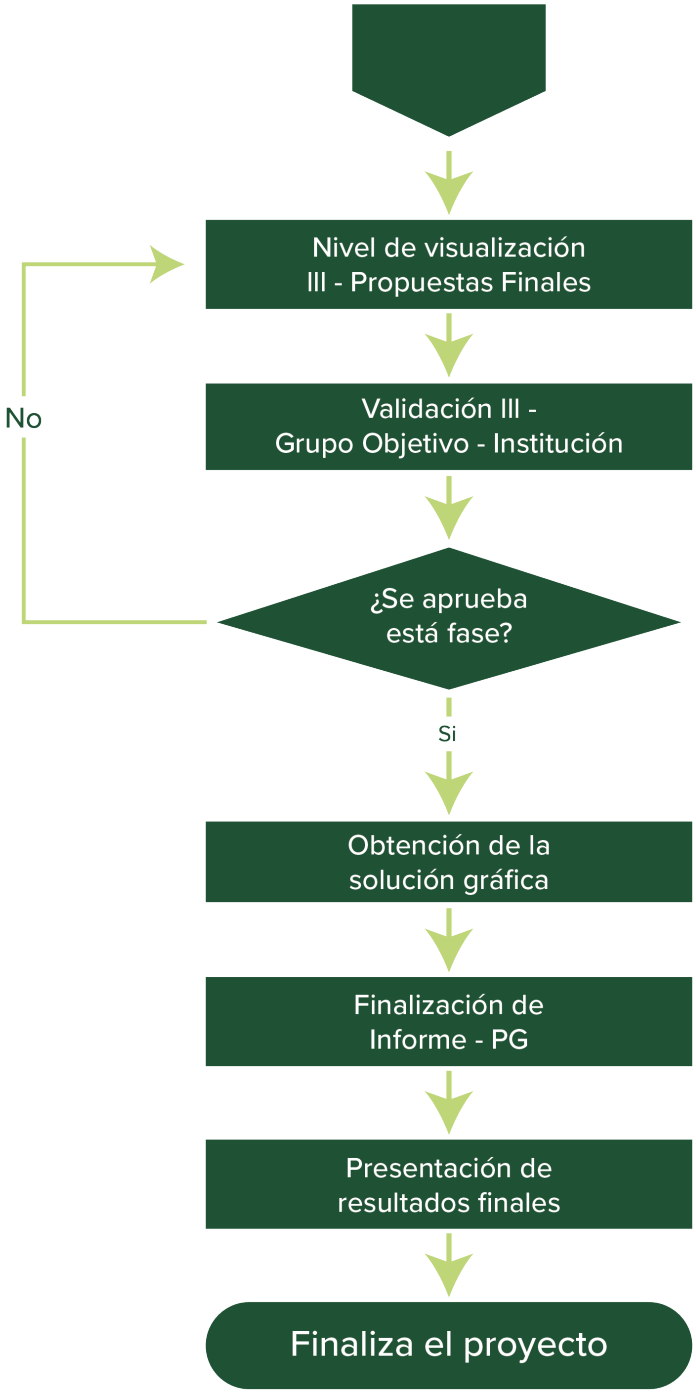
- *Flujograma*
- *Cronograma*
- *Presupuesto*

3.1. Flujograma

Un flujograma es una representación gráfica que muestra de forma ordenada y visual los pasos o etapas de un proceso, facilitando su comprensión y análisis.




Nivel de visualización
I - Bocetaje
Validación I -
Autoevaluación
¿Se aprueba
está fase?
No
Si
Nivel de visualización
II - Digitalización
Validación II - Junto
a expertos
¿Se aprueba
está fase?
No
Si


Nivel de visualización
III - Propuestas Finales
Validación III -
Grupo Objetivo - Institución
¿Se aprueba
está fase?
No
Si
Obtención de la
solución gráfica
Finalización de
Informe - PG
Presentación de
resultados finales
Finaliza el proyecto

3.2. Cronograma

Tabla 01. El cronograma proporciona una guía sobre las fechas en que se llevarán a cabo las distintas actividades del proyecto. Para su representación se emplea el diagrama de Gantt, el cual ofrece una visualización clara y sencilla de las tareas junto con sus respectivos plazos de ejecució del proyecto.

Actividad	Julio	Agosto				Septiembre				Octubre					Noviembre	
	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2
	28 - 3	4 - 10	11 - 17	18 - 24	25 - 31	1 - 7	8 - 14	15 - 21	22 - 28	29 - 05	06 - 12	13 - 19	20 - 26	27 - 2	03 - 09	10 - 16
Correciones del protocolo																
Marco Teórico																
Investigación y redacción de ensayos																
Definición Creativa																
Elaboración del brief de diseño																
Aplicación de técnicas de conceptualización																
Concepto Creativo																
Definición de premisas y de diseño																
Producción Gráfica																
1er. Nivel de visualización de bocetos																
Validación 1 - Autoevaluación																
2do. Nivel de visualización digitalización																
Validación 2 - Junto a expertos																
3er. Nivel de visualización Propuestas Finales																
Validación 3 - Grupo Objetivo - Institución																
Obtención de la solución gráfica																
Fase Final																
Finalización de informe - PG																
Presentación de resultados finales																
Finaliza el proyecto																

Fuente: Elaboración propia

3.3. Presupuesto

Tabla 02. El presupuesto ofrece una proyección aproximada de los gastos necesarios para llevar a cabo el proyecto, considerando los costos fijos y variables, las etapas del proceso de diseño, posibles imprevistos, honorarios profesionales y los respectivos impuestos.

Costos Fijos	Valor
Agua	Q100.00
Luz	Q550.00
Datos Móviles	Q18.33
Internet	Q450
Adobe Creative Cloud	Q200.00
Almacenamiento en la Nube	Q5.00
Costos Variables	**Valor**
Útiles de Oficina	Q40.00
Impresiones (total de 50 impresiones a Q0.50 cada una)	Q25.00
Tinta de Impresora	Q250.00
Transporte (14 viajes a un coste de Q50 diarios)	Q700.00
Servicios Profesionales de Diseño	**Valor**
Investigación (80 horas) (Día de trabajo/8 Horas laborales = Q 360)	Q3,600.00
Grabación (1 sesión) (Coste de Sesión por día = Q 2,000)	Q2,000.00
Bocetaje (90 horas) (Día de trabajo/8 Horas laborales = Q 360)	Q4,050.00
Edición de vídeo (120 horas) (Día de trabajo = Q400)	Q6,000.00
Animación de *Motion Graphics*, títulos, etc. (100 horas) (Día de trabajo = Q300)	Q3,750.00
Locución (6min)	Q3,000.00
Alquiler Iluminación (6 horas) (Coste por hora = 250)	Q1,500.00
Digitalización (150 horas) (Día de trabajo/8 Horas laborales = Q 340)	Q6,375.00
Honorarios	**Valor**
Retribución profesional	Q10,000.00
Depreciación	**Valor**
Equipo de cómputo	Q152.77
Sub Total	**Valor**
	Q42,766.10
Impuestos	**Valor**
IVA (12%)	Q5,131.93
ISR (5%)	Q2,138.31
TOTAL	**Q50,036.34**

Fuente: Elaboración propia

4

CAPÍTULO

4. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se logran abordar temas teóricos que van ligados al proyecto. El marco teórico fundamenta el proyecto desde los aspectos sociales, éticos, estéticos y funcionales del diseño audiovisual, orientando su propósito hacia la sensibilización y el bienestar animal.

Temas

- *Dimensión Social y Ética*
- *Dimensión Estética y Funcional*

4.1. Marco Teórico Dimensión Social y Ética

El desarrollo de material audiovisual para el Albergue Municipal de Mascotas de Mixco implica algo mucho más profundo: el comunicar de forma efectiva los temas de salud pública animal, la vacunación, esterilización, y el vínculo afectivo entre humanos y mascotas.

La Ley de Protección y Bienestar Animal de Guatemala (Decreto 5-2017) reconoce a los animales como seres sintientes y establece las “cinco libertades” básicas: libre de hambre, incomodidad, dolor, miedo y capaz de expresar comportamientos naturales.[11] El reglamento asociado (Acuerdo Gubernativo 210-2017) exige a instituciones como el albergue promover tenencia responsable, educación y cuidados preventivos.[12] Estas bases legales no solo proveen respaldo institucional, sino también soporte ético para narrativas visuales que insten a la vacunación y esterilización como actos de responsabilidad social primaria.

La vacunación antirrábica es fundamental para la salud pública. La OPS y la OMS destacan el papel central de estas campañas en la eliminación de la rabia transmitida por perros en las Américas.[13] En Guatemala, las campañas recientes han contemplado inmunizar a millones de caninos.[14] Un audiovisual que muestre cómo acceder a estas jornadas (lugares, horarios y perfil del animal) contribuye al compromiso ciudadano para prevenir enfermedades letales.



Figura 07. Imagen de jornada de castración. Extraído de: https://www.facebook.com/share/1CTDSFC7ix/

11 Guatemala, Ley de Protección y Bienestar Animal, Decreto 5-2017, arts. 1–2, 13–14. Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación, acceso el 17 de agosto de 2025, https://www.maga.gob.gt/download/ley-p.pdf.

12 Guatemala, Reglamento de la Ley de Protección y Bienestar Animal, Acuerdo Gubernativo 210-2017, acceso el 17 de agosto de 2025, https://res.cloudinary.com/webuvg/image/upload/v1539098811/WEB/Investigacion/etica%20de%20la%20investigacion/REGLAMENTO_LEY_BIENESTAR_ANIMAL_AG-210-2017.pdf.

13 Agencia Guatemalteca de Noticias (AGN), «Campaña de vacunación antirrábica busca proteger a 3.5 millones de canes», 27 de septiembre de 2024, acceso el 17 de agosto de 2025, https://agn.gt/campana-de-vacunacion-antirrabica-busca-proteger-a-3-5-millones-de-canes/.

14 HK Barr et al., «Examining evidence for a relationship between human-animal interaction and common mental disorders during the COVID-19 pandemic: a systematic literature review», Human–Animal Interactions (2024), acceso el 17 de agosto de 2025, https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10879592/.

tumores mamarios, cáncer testicular e hiperplasia prostática, según la AVMA.[15] Sin embargo, también existen riesgos que requieren una decisión informada, según la recomendación profesional.[16] El audiovisual debe equilibrar estos mensajes, evitando dogmatismos y promoviendo la consulta veterinaria como parte de una cultura responsable.

En lo emocional, existe evidencia que respalda que una relación positiva con mascotas puede reducir síntomas de depresión, ansiedad y soledad. Recursos como testimoniales de adopción de mascotas pueden dar rostro y empatía a historias reales sin caer en sentimentalismos vacíos. La estrategia debe mostrar cariño y vínculo, pero también compromiso: tiempo, costos y obligaciones veterinarias.

Así mismo, el diseño del material audiovisual debe ayudar a convertir la ley en acción: transmitir prácticas claras (vacunar, esterilizar, enriquecer ambientes, denegar el maltrato) mediante mensajes visuales claros y fuentes verificables. Esto no solo fortalece la confianza institucional, sino que genera un cambio cultural duradero.



Figura 08. Imagen de visita a Escuela para incentivar la adopción de perros. Extraído de: https://www.facebook.com/share/17hbsj6cKf/

15 American Veterinary Medical Association (AVMA). “Spaying and Neutering.” Consultado el 17 de agosto de 2025. https://www.avma.org/resources-tools/pet-owners/petcare/spaying-and-neutering.

16 American Veterinary Medical Association (AVMA). “Gonadectomy Resources for Veterinarians.” Consultado el 17 de agosto de 2025. https://www.avma.org/resources-tools/animal-health-and-welfare/animal-welfare/gonadectomy-resources-veterinarians.

4.2. Marco Teórico
Dimensión Estética y Funcional

El generar un material audiovisual para el Albergue Municipal de Mascotas de Mixco, debe atender dos puntos muy importantes y esenciales: la estética visual, capaz de generar empatía y sensibilidad; y lo funcional, es decir, su utilidad práctica para educar, informar y movilizar a la comunidad.

Desde el punto de vista estético, los documentales permiten conectar emocionalmente con el espectador a través de narrativas reales de rescate y adopción. Obras como ***Peaceable Kingdom*** (2004), que narra historias de animales rescatados en un santuario, han sido alabadas por su aproximación sensible y accesible «es una obra de arte», según Jane Goodall.[17] Este estilo (que evita imágenes explícitas de maltrato) sirve de ejemplo ideal para el albergue: un audiovisual que muestre transformaciones positivas, sin caer en el sensacionalismo, puede motivar una reacción emotiva genuina, sin desbordar ni repetir contenidos violentos.

En cuestión, ahora los vídeos animados como los motion graphics ofrecen cualidades distintas: su potencia radica en explicar procesos (como la vacunación, esterilización o adopción responsable) de manera visualmente clara, atractiva y replicable. Según humanenyc, «el contenido visual en redes sociales puede aumentar el ***engagement*** hasta un 300% y los videos reciben aproximadamente un 48% más de vistas que publicaciones sin imágenes».[18] Esto subraya el valor de utilizar motion graphics para transmitir alertas sanitarias o pasos sencillos de acción, como horarios de campañas o pasos para registrar una denuncia.

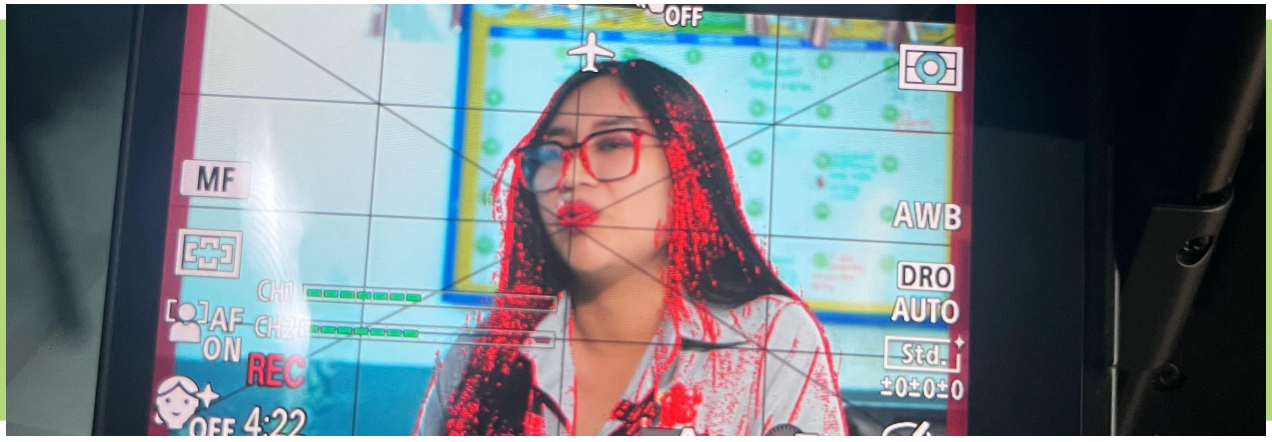


Figura 09. Imagen de grabación a entrevistas a Ingrid Juaréz, encargada del área de rescate de la institución. Elaboración propia

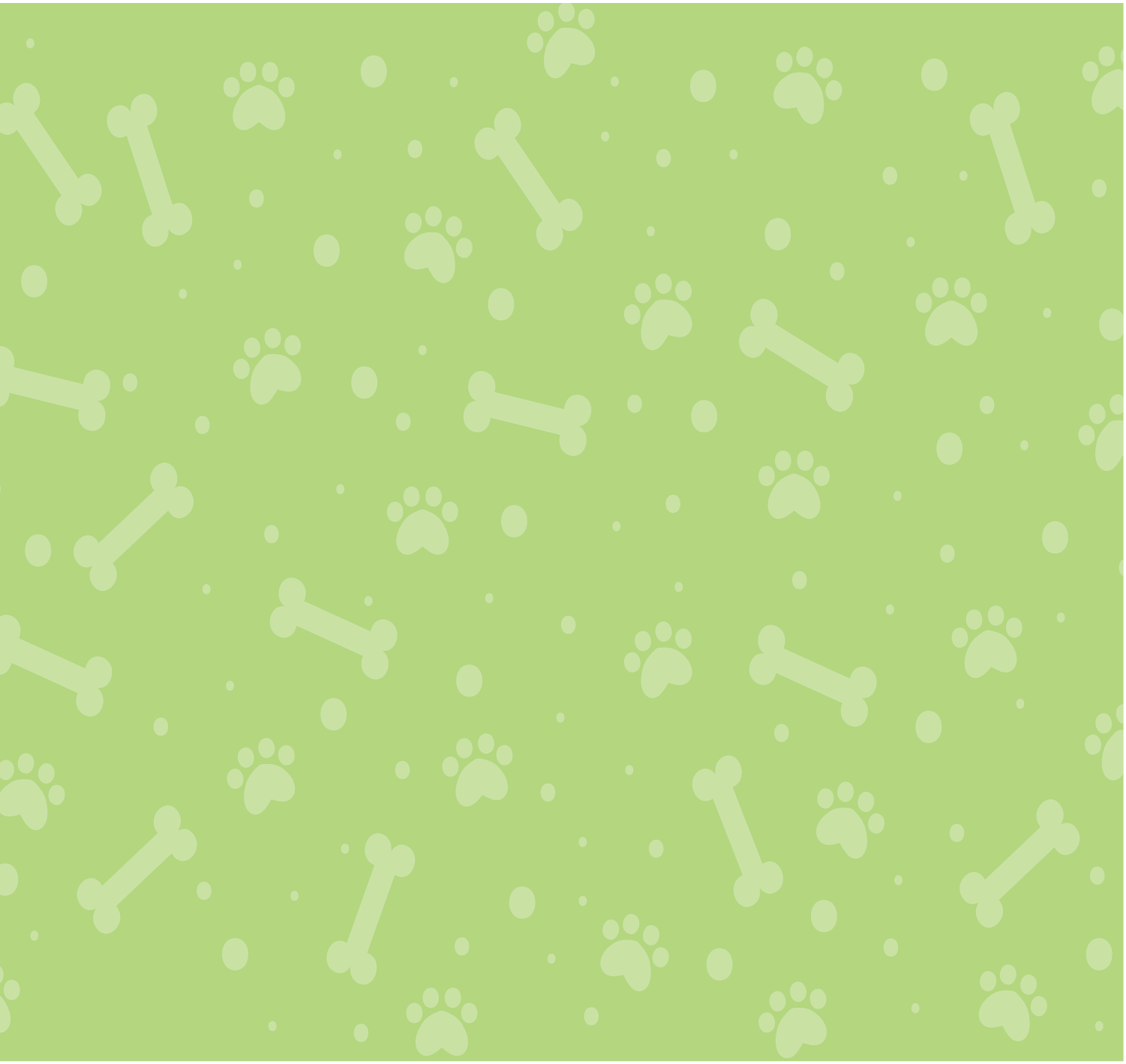
17 "El reino apacible (Peaceable Kingdom)", Wikipedia, consultado el 17 de agosto de 2025, https://es.wikipedia.org/wiki/El_reino_apacible.

18 "What is the impact of social media campaigns on animal welfare awareness?", Humanenyc.org, consultado el 17 de agosto de 2025, https://humanenyc.org/the-impact-of-social-media-campaigns-on-animal-welfare-awareness/.

ejemplo, una animación que muestre “cómo vacunar a tu mascota” o “qué documentar después de un abandono” puede servir como guía práctica para la comunidad. Sumado a esto, los documentales complementan esta función mostrando casos de éxito que humanizan (o animalizan) la historia y refuerzan la narrativa visual con testimonios reales.

Para alcanzar eficacia, los elementos visuales deben integrarse en una identidad gráfica coherente: paleta de colores institucional, tipografías claras, logotipo institucional y tono congruente. Esta cohesión fortalece la percepción de profesionalismo y confianza del albergue. El diseño no solo embellece, sino que funciona como señal de legitimidad y da sentido práctico: garantiza que los materiales audiovisuales sean identificables, memorables y útiles.

Un proyecto audiovisual debe combinar lo emotivo y vídeos cortos pero informativos, bajo una estética sólida y replicable. Esto permitirá sensibilizar, informar y activar a la comunidad de manera efectiva y sostenible, fortaleciendo la misión del albergue y su vínculo con el entorno, ayudando así a miles de vidas caninas.



5 CAPÍTULO

5. DEFINICIÓN CREATIVA

En este capítulo se logran abordar temas teóricos que van ligados al proyecto. El marco teórico fundamenta el proyecto desde los aspectos sociales, éticos, estéticos y funcionales del diseño audiovisual, orientando su propósito hacia la sensibilización y el bienestar animal.

Temas

- *Brief*
- *Descripción de la estrategia de la pieza*
- *Insight*
- *Concepto Creativo*
- *Premisas de Diseño*
- *Códigos Visuales*

5.1. Brief de diseño

Según Diseñadora gráfica, Laura Alonso, el brief es «El punto de partida de un proyecto; 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.»[19]

De igual forma, para que surga este proyecto es necesario realizarlo, ya que es una guía para orientar el proceso de diseño y asegurar coherencia en los resultados.

Información de la institución:
Nombre: Albergue Municipal de Mascotas Mixco
Dirección: lo dencoy, El kilómetro 18 de la Ruta, Pan-American Highway, Mixco

Nombre del Proyecto
Desarrollo y producción de material audiovisual, para incentivar donaciones y adopción de mascotas para el Albergue Municipal de Mascotas de Mixco

Tipo de pieza
Vídeo Documental para incentivar las donaciones y adopción de perros/gatos para el Albergue Municipal de Mascotas Mixco. Y tres vídeos motion graphics sobre el bienestar y el cuidado animal.

Objetivo del proyecto (comunicacional)
Inspirar empatía y acción en el público meta mostrando que cada persona, con una acción, puede cambiar la vida de los animales en los refugios.

Objetivo gráfico
Diseñar materiales audiovisuales claros, emotivos y coherentes con el concepto creativo, que transmitan esperanza y cercanía, utilizando un lenguaje gráfico atractivo que conecte con el G.O incitando el apoyo de distintas maneras al albergue.

Público objetivo
Personas de entre 18 y 40 años, activas en redes sociales y con interés en la protección y bienestar animal.

Metas
- Crear conciencia sobre la importancia de la adopción y las donaciones.
- Motivar la participación activa de la comunidad para la institución.
- Posicionar a los albergues como espacios de transformación y esperanza.

Beneficio
Ofrecer al público la oportunidad de aportar a una causa noble, mostrando que con una acción concreta (adopción, donación

19 Lucía, Alonso. «¿Qué es un brief o briefing y para qué sirve?», Domestika, acceso el 12 de septiembre de 2025, https://www.domestika.org/es/blog/2802-que-es-un-brief-o-briefing-y-para-que-sirve

o voluntariado) se transforman vidas y se construye una comunidad más solidaria.

- **Limitaciones y lineamientos**
  • Mantener la línea gráfica institucional del albergue (ya proporcionada).

  • Todo contenido deberá ser validado por la institución antes de la entrega final.

- **Softwares a utilizar**
  • Adobe Premiere Pro / After Effects / DaVinci / Illustrator / Photoshop

5.2. Descrip. de la Estrategia de la pieza

Para este proyecto, la estrategia que se utilizo fue la técnica de las 6W. Según AffiBest, las 6W son «Una estructura clásica para asegurar que todo mensaje o proyecto responda a las preguntas clave que contribuyen a la claridad de comunicación.»[20]

- **What (¿Qué?):**
  Desarrollo y producción de material audiovisual conformado por un documental y tres video motion graphics, con el propósito de incentivar las donaciones y promover la adopción de mascotas en el Albergue Municipal de Mascotas de Mixco.

- **Why (¿Por qué?):**
  Porque el albergue al ser una institución autosostenible tiene limitaciones económicas y de recursos para atender adecuadamente a los animales rescatados. A través del material audiovisual se busca generar conciencia social, movilizar a la comunidad y fomentar tanto la adopción responsable como las donaciones que permitan su sostenibilidad.

- **Who (¿Quién?):**
  El proyecto está dirigido a la comunidad del municipio de Mixco y al público guatemalteco en general, principalmente a personas de entre 18 y 40 años, activas en redes sociales y con interés en la protección y bienestar animal.

- **Where (¿Dónde?):**
  El escenario principal es el Albergue Municipal de Mascotas de Mixco, donde se recopilará la mayor parte del material documental. La difusión se realizará en plataformas digitales como *Facebook, Instagram y TikTok,* con el fin de alcanzar un público amplio y diverso.

- **When (¿Cuándo?):**
  El proyecto tendrá una duración de 12 semanas, tiempo en el que se desarrollarán las fases de preproducción, producción y postproducción, culminando con el lanzamiento y difusión de las piezas audiovisuales en medios digitales.

20 «6 W's: Who – What – When – Where – Why & How», AffiBest, acceso el 12 de noviembre de 2025, https://affibest.com/copywriting-frameworks/six-ws/

- **How (¿Cómo?):**
  El proyecto seguirá un proceso metodológico dividido en tres etapas:

  • Preproducción: investigación sobre la situación del albergue, definición del concepto creativo, elaboración de guión, storyboard y planificación técnica.

  • Producción: grabación de entrevistas y material audiovisual en el albergue, así como el desarrollo de los tres video motion graphics.

  • Postproducción: edición de video, animación, montaje final y preparación de las piezas en formatos adaptados para su distribución digital.

5.3. Insight

De igual forma, se realizó el insight para el proyecto. Según *IPP*, el insight son «En términos simples, un insight es una verdad profunda, a menudo no evidente a simple vista, sobre el comportamiento, motivaciones o necesidades de los consumidores».[21]

El insight encontrado es el siguiente:
"Quiero ser parte de algo que aporte y transforme la vida de los amigos peludos."

- **Justificación:** Este insight surge de la necesidad emocional del público de sentir que sus acciones tienen un impacto real. Muchas personas desean ayudar, pero no siempre saben cómo hacerlo o piensan que su aporte será poco significativo.

  Al plantearlo desde la voz del usuario, se resalta ese deseo de involucrarse en una causa que trascienda, donde tanto la adopción como las donaciones se perciben como acciones capaces de transformar la vida de los animales. En otras palabras, no solo buscan información, sino una conexión que les permita sentirse parte activa del cambio.

5.4. Concepto Creativo

Proseguimos realizando el concepto creativo para el proyecto. Según *Ceupe*, el concepto creativo «es la idea central que orienta una campaña o proyecto de comunicación, sirviendo como punto de partida para desarrollar mensajes coherentes, originales y relevantes para el público objetivo»[22]

El concepto creativo es el siguiente:
"Una acción, transforma vidas"

- **Justificación:** El concepto destaca que cada acción, por pequeño que parezca, puede cambiar el destino de una mascota. A través de la adopción y las donaciones, los animales rescatados encuentran una nueva oportunidad de vida llena de esperanza y amor, convirtiéndose estas acciones en el puente hacia su nuevo comienzo.

21 «¿Qué es un Insight? Todo lo que debes saber», *IPP,* acceso el 12 de octubre de 2025, https://ipp.cl/marketing/que-es-un-insight/

22 «Concepto creativo en publicidad: Qué es y cómo se hace», *Ceupe*, acceso el 12 de octubre de 2025, https://www.ceupe.com/blog/concepto-creativo-en-publicidad-que-es-y-como-se-hace.html

5.5. Premisas de Diseño

Asímismo, realizamos las premisas de diseño, para el proyecto. Según Julieta Domínguez «Una premisa de diseño es un enunciado o criterio inicial que orienta el proceso creativo y comunica la intención fundamental del proyecto gráfico: define la dirección que el diseñador tomará para dar forma al mensaje visual».[23]



23 Julieta, Domínguez, «Premisas de Diseño», ***Scribd***, acceso el 12 de octubre de 2025, https://id.scribd.com/presentation/416857081/PREMISAS-DE-DISENO



Figura 10. Premisas de diseño para Proyecto A. Elaboración propia

5.6. Códigos Visuales

5.6.1. Paleta de colores institucional

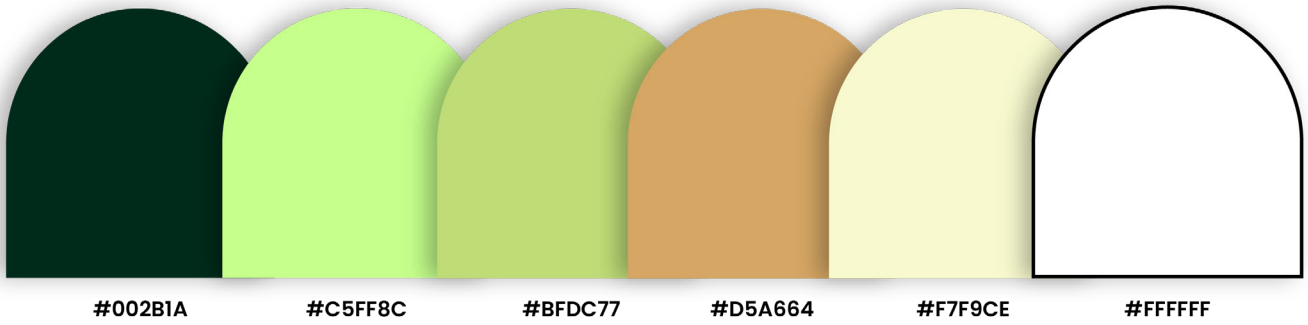


Figura 11. Paleta de colores institucional. Elaboración propia

5.6.2. Tipografía institucional:

Para el diseño del video documental y los motion graphics se utilizaran las tipografías institucionales, las cuales son para títulos la Paper Works y para los Textos la fuente Nexa con sus respectivas variantes.



Títulos

PAPER WORKS



Figura 12. Tipografía Institucional, Paper Works. Elaboración propia

Textos

Nexa

(variantes)



Figura 13. Tipografía institucional, Nexa. Elaboración propia

5.6.3. Elementos Gráficos:



Figura 14. Huella de perro para uso general del proyecto. Elaboración propia



Figura 15. Recurso de hueso en modelo 3D. Creado con Adobe Firefly.



Figura 16. Recurso de plato de comida con concretas en modelo 3D. Creado con Adobe Firefly.



Figura 17. Recurso de collar para perro en modelo 3D. Creado con Adobe Firefly.



Figura 18. Patrón de ondas. Elaboración propia.



Figura 19. Recurso de Jeringa en modelo 3D. Creado con Adobe Firefly.



Figura 20. Recurso de salud y huella de perro en modelo 3D. Creado con Adobe Firefly.



Figura 21. Recurso de huellita dañada con una lupa en modelo 3D. Creado con Adobe Firefly.



Figura 22. Recurso de pelota para perro en modelo 3D. Creado con Adobe Firefly.

5.6.4. Estilo Audiovisual



Figura 23. Toma Abierta y Toma Cerrada para Video Documental.
Extraído de: https://mx.pinterest.com/pin/844493675089019

5.6.5. Colorización:



Figura 24. Colorización para Vídeo Documental. Extraído de: https://www.etsy.com/es/listing/1895371545/paquete-de-lut-sony-s-log3-gradacion-de?ls=r&external=1&rec_type=ss&ref=landingpage_similar_listing_top-1&pro=1&sts=1&dd=1&content_source=93a4af56cd49f77f50c960771a8ef11c%253A9700d858429c48f46512dc1877b845049de5fb27&logging_key=93a4af56cd49f77f50c960771a8ef11c%3A9700d858429c48f46512dc1877b845049de5fb27

6

CAPÍTULO

6. PRODUCCIÓN GRÁFICA

En este capítulo se da inicio a la fase de producción gráfica, que incluye etapas como el bocetaje, la digitalización, los procesos de validación, el desarrollo del resultado final, la fundamentación técnica, los lineamientos para su implementación y el aporte económico del estudiante.

Temas

- *Previsualización*
- *Nivel de Producción Gráfica 1*
- *Nivel de Producción Gráfica 2*
- *Nivel de Producción Gráfica 3*
- *Propuesta Gráfica Final Fundamentada*
- *Vista preliminar de la pieza gráfica*
- *Lineamientos para la puesta en práctica*
- *Honorarios*

6.1. Previsualización

En esta etapa se empiezan a realizar los guiones, a continuación, se presentará el guión literario. Según La Universidad En Internet, el guión literario es «Es el documento base dentro de una producción. A partir de él se elabora el guión teatral, cinematográfico, televisivo o de cualquier otra producción. Tiene como principal función sentar los pilares de la historia, saber cuál será el argumento de una película o serie, sin incluir cuestiones técnicas de cómo trasladar las tramas a imágenes.»[24]

6.1.1. Guión Literario - Video Documental "Crea su mundo Mejor"

Escena 1: La realidad invisible
Visual: Toma de perros caminando entre la gente, algunos buscando comida, calles de la ciudad, basura, lluvia.

Voz en off:
En Guatemala, la sobrepoblación de perros y gatos callejeros es una crisis silenciosa que nos acompaña cada día.
Por cada cuatro habitantes hay al menos un perro o gato en situación de calle. Eso significa más de 4.25 millones de animales sin hogar, sin atención y sin esperanza. Pero detrás de cada mirada perdida, hay una historia... una vida esperando una segunda oportunidad.

Escena 2: Presentación del refugio
Visual: Exterior del albergue municipal, entrada, voluntarios limpiando, alimentando perros, apoyo de la comunidad.

Voz en off:
En medio de este panorama, existen espacios que buscan marcar la diferencia. Lugares donde el amor y la empatía se transforman en acción. Este es el Albergue Municipal de Mascotas de Mixco, un refugio que rescata, rehabilita y busca hogares responsables para cientos de animales.

Entrevista 1 (Encargado del refugio) ***Posible respuesta*:**
"Aquí recibimos perros de todas las edades, muchos maltratados o abandonados.
Intentamos darles una segunda oportunidad, pero no es fácil.
Los recursos son limitados y las adopciones aún son pocas."

Escena 3: El rescate y la denuncia
Visual: Escenas de rescates, operativos de la oficina, interacciones con denuncias ciudadanas.

Voz en off:
Entre 2022 y 2025 se registraron más de 1,175 denuncias por maltrato animal. El 80% corresponde a perros —jóvenes, adultos o

24 Unir. «¿Qué es un guión literario y qué debes tener en cuenta para escribir uno?» unir.net, 2024. Acceso el 20 de Octubre de 2025, https://www.unir.net/revista/artes/guion-literario

ancianos— que han sido dejados atrás. Cada denuncia atendida es una vida rescatada.

Entrevista 2 – Encargada del área de denuncias y rescate *Posible respuesta*:
"Los casos más comunes incluyen perros amarrados sin agua, abandonados y hembras usadas solo para criar.
Atenderlos requiere rapidez, porque cada hora cuenta."

Escena 4: Área de cuidado y bienestar animal.
Visual: Enfermera revisando perros, voluntarios bañando, aplicando medicamentos, limpiando jaulas.

Voz en off:
Dentro del albergue, el trabajo del área de cuidado y bienestar animal es esencial. Son quienes garantizan que cada perro tenga alimento, atención médica y, sobre todo, afecto. No es solo limpiar o alimentar... es brindar esperanza a quienes perdieron todo.

Entrevista – Enfermera veterinaria *Posible respuesta*:
"A veces llegan en condiciones graves: desnutrición, heridas, enfermedades.
Pero los atendemos, los rehabilitamos y los preparamos para la adopción."

Entrevista – Encargada del Área de Cuidado y Bienestar Animal *Posible respuesta*:
"Nuestra labor combina logística y cariño. Coordinamos las rutinas de alimentación, el registro médico, las sesiones de socialización y los programas de ejercicio y enriquecimiento.
También formamos a los voluntarios para que cada interacción sea segura y positiva."

Voz en off (complemento):
El proceso de recuperación puede tomar días o meses.
Cada ladrido débil que se convierte en movimiento de cola, es una historia de vida recuperada.

Escena 5: Área administrativa – La gestión detrás del refugio
Visual: Oficina del albergue, papeles, computadoras, registro de adopciones, personal organizando recursos.

Voz en off:
Mantener un albergue no solo implica cuidar perros, sino administrar casos de rescates esenciales, recursos, donaciones y el personal.
Detrás de cada rescate hay una gestión silenciosa que hace posible continuar.

Entrevista – Encargado administrativo *Posible respuesta*:
"Nos enfrentamos a retos diarios: presupuesto limitado, falta de insumos, y la necesidad de coordinar con varias áreas.
Pero lo hacemos porque cada perro que sale adoptado, justifica todo el esfuerzo."

Voz en off (complemento):
El área administrativa es el corazón invisible del refugio.
Gestionan desde los casos de rescates de mascotas, las jornadas de vacunación, jornadas de castración y las jornadas de adopciones, garantizando que la ayuda no se detenga.

Escena 6: Historias en el refugio
Visual: Animales recibiendo atención médica, jaulas con perros grandes, cachorros jugando.

Voz en off:
No todos los animales rescatados tienen la misma suerte.
Muchos permanecen meses, incluso años, esperando un hogar.
Los adultos y ancianos suelen pasar más desapercibidos, pero su amor sigue intacto.

Entrevista – Enfermera veterinaria *Posible respuesta*:
"Nos encariñamos con muchos. Pero siempre esperamos que encuentren una familia. Cada partida duele, pero también alegra."

Escena 7: La adopción y sus retos
Visual: Jornada de adopciones, familias interactuando con perros, perros esperando fuera de jaulas.

Voz en off:
Las jornadas de adopción son la esperanza hecha acción.
Sin embargo, muchos adoptantes prefieren perros jóvenes, dejando atrás a los adultos o ancianos.

Entrevista – Encargada del área de adopciones *Posible respuesta*:
"Trabajamos mucho para cambiar esa mentalidad. Adoptar a un perro adulto es tan valioso como adoptar un cachorro.
Ellos también ofrecen amor y lealtad."

Escena 8: El valor de adoptar a hembras madres
Visual: Perras en el refugio, cuidando cachorros o descansando después de criar.

Voz en off:
Muchas hembras llegan al refugio después de ser usadas para criar.
Cuando ya no sirven para reproducirse, son abandonadas.
Pero ellas también merecen una segunda oportunidad.

Entrevista – Encargada del área de rescate *Posible respuesta*:
"No siempre la gente entiende la importancia de adoptar hembras adultas.
Pero ellas ofrecen cariño y compañía, y con la esterilización ayudamos a controlar la población."

Escena 9: La relación con la salud pública
Visual: Campañas de vacunación, clínicas veterinarias, vacunación en el refugio.

Voz en off:
El abandono animal también tiene consecuencias para la salud pública. En 2023, el Ministerio de Salud reportó más de 30 mil mordeduras de animales transmisores de rabia. Adoptar no solo salva vidas de mascotas, sino también protege comunidades humanas.

Escena 10: Testimonios de cambio
Visual: Familias adoptando, perros jugando con nuevos dueños.

Voz en off:
Cada adopción transforma dos vidas: la del perro y la del adoptante.
Es un compromiso que implica respeto, cuidado y amor.

Entrevista – Encargada de adopciones *Posible respuesta*:
"Nos pasa que quienes adoptan no solo salvan una vida... también son salvados.
Ese vínculo es invaluable."

Escena 11: El perro adopta a su humano
Visual: Primeros planos íntimos: perro acurrucado junto a su dueño, miradas cómplices.

Voz en off:
Creemos que adoptamos a un perro...
pero muchas veces es él quien nos adopta a nosotros.
Nos enseña que el amor verdadero es gratuito y eterno.

Escena 12: Cierre – Llamado a la acción
Visual: Montaje de perros adoptados con sus familias, corriendo, jugando.

Voz en off:
No cambiará todo de un día para otro.
Pero una acción puede transformar vidas.
Adoptar, denunciar, apoyar: pequeñas acciones que generan un impacto enorme.

Texto final en pantalla:
Apoya, adopta, dona.
Crea su mundo Mejor



Luego de realizar el guión literario, se comienza a realizar el guión técnico. Según César Sánchez, el guión técnico es «Un documento en el que director planifica la realización de la película incorporando al relato escrito por el guionista indicaciones técnicas precisas como la división en planos, el encuadre de cada uno, los movimientos de la cámara, los detalles de iluminación o de decorado o los efectos de sonido».[25]

25 César, Sánchez. «El guión técnico» tallerdeescritores.com, 2022. Acceso el 20 de Octubre de 2025, https://www.tallerdeescritores.com/el-guion-tecnico

6.1.2. Guión Técnico – “Crea su mundo Mejor”

Tabla 03. Guión técnico para el video documental "Crea su mundo mejor".

Escena	Plano / Cámara	Imagen / Acción	Audio / Voz en off / Entrevistas	Observaciones Técnicas
1. Introducción – La realidad invisible	Planos generales y detalle.	Perros caminando entre personas, buscando comida entre basura, lluvia sobre calles de la ciudad.	**Voz en off:** “En Guatemala, la sobrepoblación de perros y gatos callejeros es una crisis silenciosa…”	Luz natural tenue, tono gris-azulado, ambiente urbano lluvioso.
2. Presentación del refugio	Plano general y planos medios	Exterior del albergue municipal, voluntarios limpiando, alimentando perros, organizando jaulas.	**Voz en off:** “En medio de este panorama, existen espacios que buscan marcar la diferencia…”**Entrevista 1 – Encargado del refugio:** testimonio sobre recursos y adopciones.	Transición suave desde la escena anterior, tono esperanzador.
3. El rescate y la denuncia	Planos cerrados y cámara móvil	Rescates de perros amarrados o en malas condiciones.	**Voz en off:** “Entre 2022 y 2025 se registraron más de 1,175 denuncias por maltrato animal…”**Entrevista – Área de denuncias y rescate:** casos comunes y urgencia de atención.	Uso de cámara en mano para transmitir realismo; incluir sonidos de fondo (sirenas, ladridos).
4. Área de cuidado y bienestar animal	Planos detalle y medios cámara móvil	Veterinaria revisando perros, voluntarios bañando, aplicando medicamentos, limpiando jaulas.	**Voz en off:** “Dentro del albergue, el trabajo del área de cuidado y bienestar animal es esencial…”**Entrevista – Enfermera veterinaria:** condiciones graves y rehabilitación.**Entrevista – Encargada de Cuidado y Bienestar:** descripción del trabajo y protocolos.**Voz en off (complemento):** “El área de cuidado y bienestar no solo cura cuerpos… reconstruye confianza.”	Iluminación cálida y natural. Mostrar cercanía emocional con planos cerrados de ojos, manos, y gestos.
5. Área administrativa – La gestión detrás del refugio	Plano medio y detalle	Personal en oficina revisando archivos, registros de adopción, donaciones, calendarios de jornadas.	**Voz en off:** “Mantener un albergue no solo implica cuidar perros, sino administrar casos, recursos y personal…”**Entrevista – Encargado administrativo:** dificultades de gestión.**Voz en off (complemento):** “El área administrativa es el corazón invisible del refugio…”	Mostrar flujo de trabajo, papeles, y computadora. Tono institucional y organizado.

6. Historias en el refugio	Planos detalle y medios lentos	Perros jugando, siendo acariciados, recibiendo atención médica, jaulas limpias.	**Voz en off:** "No todos los animales rescatados tienen la misma suerte..."**Entrevista – Enfermera veterinaria:** emociones al despedirse de los perros adoptados.	Ritmo pausado y emotivo, con música suave de fondo. Luz cálida.
7. La adopción y sus retos	Planos abiertos y primeros planos	Jornada de adopciones: familias con perros, entrega de documentos, abrazos.	**Voz en off:** "Las jornadas de adopción son la esperanza hecha acción..."**Entrevista – Encargada del área de adopciones:** importancia de adoptar perros adultos.	Transición con música esperanzadora. Mostrar interacción humana cercana.
8. El valor de adoptar a hembras madres	Plano medio y detalle	Perras adultas descansando o con sus crías, voluntarios acariciándolas.	**Voz en off:** "Muchas hembras llegan al refugio después de ser usadas para criar..."**Entrevista – Encargada del área de rescate:** importancia de adoptar hembras adultas.	Luz suave, fondo cálido. Mostrar ternura, resiliencia.
9. La relación con la salud pública	Plano medio y detalle	Campañas de vacunación, veterinarios aplicando vacunas, comunidad asistiendo.	**Voz en off:** "El abandono animal también tiene consecuencias para la salud pública..."	Tonalidad informativa, visual limpio, tomas en exteriores con comunidad.
10. Testimonios de cambio	Plano general y primeros planos	Perros jugando con nuevas familias, entregas de certificados de adopción.	**Voz en off:** "Cada adopción transforma dos vidas: la del perro y la del adoptante..."**Entrevista – Encargada de adopciones:** testimonio sobre adopciones exitosas.	Colores vivos, música inspiradora.
11. El perro adopta a su humano	Primeros planos e interiores	Escenas íntimas: perro acurrucado junto a su dueño, miradas, caricias.	**Voz en off:** "Creemos que adoptamos a un perro... pero muchas veces es él quien nos adopta a nosotros."	Enfoque emocional. Iluminación cálida, cámara fija y cercana.
12. Cierre – Llamado a la acción	Montaje final (collage visual)	Imágenes de perros adoptados con sus familias, jugando en parques, corriendo libres.	**Voz en off:** "No cambiará todo de un día para otro. Pero una acción puede transformar vidas..."Texto final en pantalla: "Tu acción, Crea su mundo Mejor. Apoya, adopta, dona."	Cierre con logo del proyecto y fade out musical.

Fuente: Elaboración propia

6.1.3. Bocetos Iniciales para Storyboard



Figura 25. Boceto storyboard toma abierta, Entrevista a encarga del área de rescate. Elaboración Propia



Figura 26. Boceto storyboard toma abierta, entrevista a médica veterinaria. Elaboración Propia

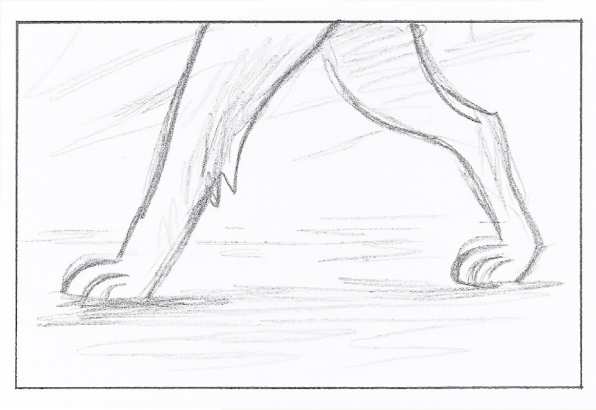


Figura 27. Boceto storyboard, plano detalle, toma a patas de perro. Elaboración Propia



Figura 28. Boceto storyboard toma abierta, entrevista a encargado de la oficina de protección animal. Elaboración Propia



Figura 29. Boceto storyboard plano general, toma a perro en situación de calle. Elaboración Propia.

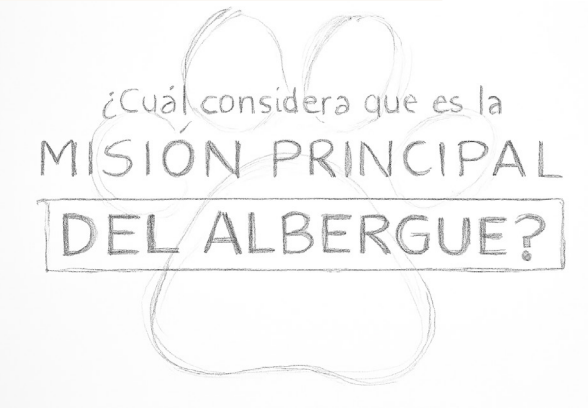


Figura 30. Boceto para animación de preguntas para video documental. Elaboración Propia.

6.2. Nivel de Producción Gráfica 1

6.2.1 *Storyboard*

Asimismo, luego de realizar los guiones y base para realizar el Storyboard. Según Yumagic Media, el Storyboard es «El storyboard es un conjunto de ilustraciones secuenciales donde se presenta una historia simplificada para estructurar la producción audiovisual. Se trata de un guión gráfico que debe definirse antes de cualquier producción audiovisual.»[26]

STORYBOARD / **PROYECTO A** 06/10/2025 Pág: 01/02



Figura 31. Realización de Storyboard para Video Documental, parte 1 de 2. Elaboración Propia.

26 Sánchez, César. «El guión técnico» tallerdeescritores.com, 2022. Accedido 20 de Octubre de 2025. https://www.tallerdeescritores.com/el-guion-tecnico

STORYBOARD / **PROYECTO A** 06/10/2025 Pág: 02/02



Escena 7 – La relación con la salud pública
Se muestran campañas de vacunación y control veterinario, reflejando el vínculo entre bienestar animal y salud humana. La voz en off menciona cifras de mordeduras y rabia, reforzando que adoptar y cuidar animales también protege a las comunidades. La atmósfera es educativa y de acción conjunta.

Escena 8 – Testimonios de cambio
Planos cálidos muestran familias jugando con sus perros adoptados. La encargada de adopciones comenta cómo las vidas cambian con la adopción, tanto la del perro como la del humano. La música y los rostros felices transmiten ternura, conexión y satisfacción.

Escena 9 – El perro adopta a su humano
Plano íntimo y emocional: un perro descansa junto a su dueño, reflejando confianza y amor. La voz en off reflexiona sobre cómo, muchas veces, es el perro quien adopta al humano, brindándole compañía y sentido. Es una escena de silencio y conexión sincera.

Escena 10 – Cierre: Llamado a la acción
El documental concluye con una secuencia esperanzadora: perros adoptados corriendo libres con sus familias. La voz en off invita a adoptar, denunciar y apoyar. El mensaje final en pantalla —"Tu acción, Crea su mundo Mejor"— cierra con un llamado poderoso al cambio y la empatía.

Escena Entrevista a Jefe de Oficina de Protección Animal
- Plano medio: el encargado sentado frente a su oficina o en el área del refugio, con perros al fondo o carteles informativos sobre adopción y rescate.
- Luz natural o suave artificial, transmitiendo calidez y compromiso.

Escena Entrevista a Jefe de Oficina de Protección Animal
- Plano medio con fondo de jaulas abiertas o área de adopciones.
- Ambiente: alegre y esperanzador, colores más vivos.

Figura 32. Realización de Storyboard para Video Documental, parte 2 de 2. Elaboración Propia.

6.2.2 Bocetos *Motion Graphics*

De igual manera, se comienzan a realizar los bocetos para los vídeos motion graphics. Según Ingrid Constant, los motion graphics son «Los motion graphics son en esencia un tipo de animación, pero su propósito es distinto en varios sentidos. El término animación puede referirse a distintas técnicas para hacer que las imágenes tengan movimiento, como lo sabemos por las series y películas animadas. Podríamos decir que en la animación un componente básico es la narrativa o contar una historia.»[27]

27 Constant, Ingrid. «Motion graphics: ¿qué es y para qué sirve?» domestika.org, 2020. Acceso el 20 de Octubre de 2025, https://www.domestika.org/es/blog/4241-motion-graphics-que-es-y-para-que-sirve



Figura 33. Boceto Inicial para Motion Graphics de Jornadas de Adopción. Elaboración Propia.



Figura 34. Boceto Inicial para Motion Graphics de beneficios de la castración. Elaboración Propia.



Figura 35. Boceto Inicial para Motion Graphics de Pasos para hacer una denuncia por maltrato animal. Elaboración Propia.

Autoevaluación

La autoevaluación resulta fundamental para el desarrollo de los bocetos manuales, ya que permite identificar aciertos y aspectos a mejorar, asegurando que en los siguientes niveles de visualización se refleje una evolución más sólida del proyecto.

A partir de la elaboración de los guiones, se generaron bocetos base como punto de partida para el material audiovisual del proyecto.

En cuanto al bocetaje del video documental, las primeras propuestas cumplen con la intención de representación, aunque aún existe oportunidad de mejorar la composición y el encuadre para reforzar las emociones que se desean transmitir. Además, la incorporación de una voz en off contribuye a conectar con el grupo objetivo, generando interés por la continuidad del relato y apoyando de manera efectiva los objetivos planteados.

Por otro lado, al realizar los bocetos para los motion graphics, se identificó que, aunque el grupo objetivo utiliza redes sociales, su cultura visual puede ser limitada. Cuando se presenta demasiada información, se pierde la atención, por lo que se determinó que el contenido debe mantener un estilo visual sencillo, claro y eficiente, capaz de captar el interés del público de manera inmediata.

Instrumento de Autoevaluación del Bocetaje en Nivel 1 de Propuesta de Diseño Gráfico

¿Quién evalúa?
Carlos Alberto Chet Portillo

Propósito del instrumento:
Fomentar la autoconciencia, la responsabilidad personal y la capacidad de reorientar el propio aprendizaje en el proceso de diseño gráfico.

Instrucciones:
Lee cuidadosamente cada criterio. Marca con una "X" el nivel que mejor representa tu desempeño. Luego, reflexiona en la última columna sobre cómo puedes mejorar o reforzar ese aspecto.

Criterio de evaluación	4 - Excelente	3 - Bueno	2 - Regular	1 - Insuficiente	¿Qué debo mejorar o mantener? *(Reflexión personal)*
		X			
Claridad en la idea visual	La idea central se comunica claramente con imágenes precisas y coherentes.	La idea es clara, aunque podría reforzarse.	La idea es comprensible, pero ambigua.	La idea no se comprende o es incoherente.	Intentar usar más elementos de la línea gráfica
			X		
Diversidad de propuestas (variaciones)	Exploro múltiples soluciones visuales muy distintas.	Presento algunas variaciones significativas.	Pocas variaciones; similares entre sí.	Solo una idea o sin variaciones relevantes.	Únicamente utilizar más planos a usar para el documental
		X			
Desarrollo visual (composición, proporción, jerarquía)	Bocetos bien construidos, equilibrados y organizados.	Cuidado general, con áreas por mejorar.	Composición débil o poco clara.	Desorganizado, sin jerarquía ni proporción.	Mejorar el espacio donde se podría llegar a colocar algún mensaje

Figura 36. Autoevaluación Bocetaje. Elaboración Propia.

			X		
Creatividad e innovación	Propuesta original, distinta o arriesgada.	Tiene elementos creativos interesantes.	Soluciones comunes o predecibles.	Poco creativa o copia evidente.	Mejorar de utilizar diferentes tipos de escenarios
		X			
Uso del rough y bocetaje como exploración (no diseño final)	Uso libre y expresivo del rough para explorar ideas.	Equilibrio exploración y estética.	Me enfoco en el acabado más que en explorar.	Trato el rough como si fuera el diseño final.	Explorar es algo importante que ayuda a mejorar el boceto.
	X				
Autonomía y reflexión crítica	Identificó claramente mis fortalezas y debilidades.	Reconozco algunos aspectos a mejorar.	Me cuesta identificar mejoras.	No hago reflexión crítica.	

Preguntas de reflexión final

1. ¿Cuál fue el mayor desafío al hacer los bocetos?
   Siento que fue plasmar la idea de cómo se podía usar las tomas del documental y reflejar lo que quiero transmitir al momento de realizar el proyecto, de igual manera, hacer un bocetaje coherente con el objetivo y la manera en la cual se quiere reflejar la escena.

2. ¿Qué aprendiste de este proceso?
   Que las ideas se pueden plasmar y que no únicamente queden en la cabeza por más difícil que sea, a veces lo más complejo es lo que más fácil sale.

3. ¿Qué harías diferente en la próxima etapa de diseño?
   Usar menos detalles y reflejar más el ambiente. No fijarse únicamente en el personaje por qué muchas veces el ambiente da otra sensación.

4. ¿Sientes que este ejercicio te ayudó a pensar más como diseñador/a? ¿Por qué?
   Ayuda a soltar la creatividad de una manera divertida, correcta y sencilla, este proceso hace que uno como diseñador pueda analizar que puede funcionar y que no al momento de empezar a diseñar o crear el material.

Figura 37. Autoevaluación Bocetaje. Elaboración Propia.

6.3. Nivel de Producción Gráfica 2

Está etapa del nivel de producción gráfica 2, refleja ya las tomas grabadas de los entrevistados para la grabación del video documental como también las plantillas para su posterior animación de los videos motion graphics.

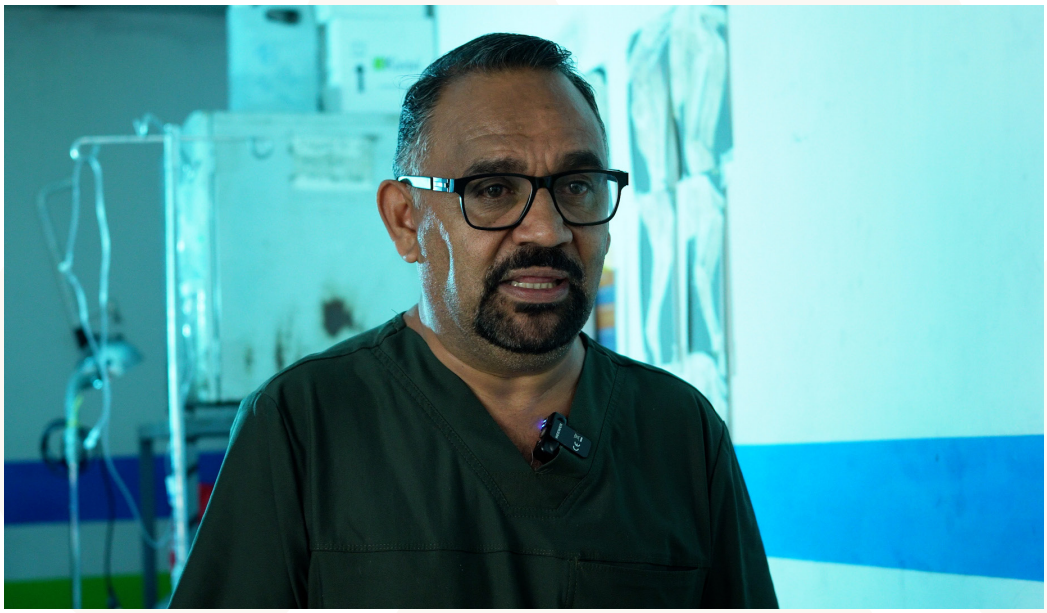


Figura 38. Plano Cerrado, entrevista a Jefe de la Oficina de Protección Animal, 2025. Elaboración Propia.



Figura 39. Plano Abierto, entrevista a Encargada del Área de Denuncias y Rescates, 2025. Elaboración Propia.



Figura 40. Plano Cerrado, entrevista a Epesista Veterinaria, 2025. Elaboración Propia.



Figura 41. Plano Cerrado, entrevista a Encargada del Área de Denuncias y Rescates, 2025. Elaboración Propia.



Figura 42. Toma de Perro Albergado del Albergue Municipal de Mascotas Mixco, 2025. Elaboración Propia.



Figura 43. Toma de casa de perro en situación de calle, 2025. Elaboración Propia.



Figura 44. Toma de perro albergado del Albergue Municipal de Mascotas Mixco, 2025. Elaboración Propia.



Figura 45. Toma de Vehículo llamado Ambucan para rescates y apoyo al Albergue, 2025. Elaboración Propia.



Figura 46. Diseño para información sobre Jornadas de Adopción.
Elaboración Propia.



Figura 47. Diseño para información sobre Beneficios de la Castración.
Elaboración Propia.



Figura 48. Diseño para información sobre pasos para denunciar maltrato animal.
Elaboración Propia.

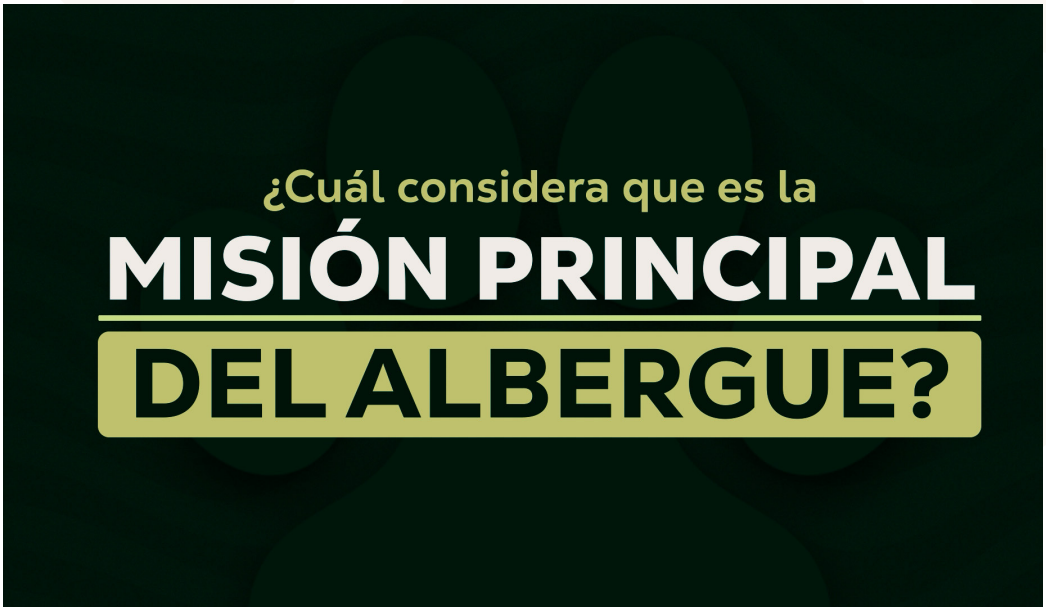


Figura 49. Diseño de plantilla para preguntas para video documental.
Elaboración Propia.

6.4. Nivel de Producción Gráfica 3

En esta etapa se presentaron las propuestas de edición, composición, colorización, jerarquías visuales y animaciones tanto para el video documental como para los videos de motion graphics. Asimismo, se desarrollaron instrumentos de validación dirigidos a expertos en el área audiovisual, a la institución y al grupo objetivo. Esto con el propósito de identificar los puntos fuertes y las áreas de mejora del material audiovisual, permitiendo realizar los ajustes necesarios para fortalecer la conexión emocional y asegurar que el mensaje sea transmitido de manera efectiva.

6.4.1. Guía de Validación con expertos en diseño gráfico y en el área audiovisual

El objetivo de está retroalimentación con expertos en el área, es validar la calidad técnica, estética y comunicacional del material audiovisual del proyecto para el Albergue de Mascotas de Mixco.

- **Alexis Juárez:** Productor Audiovisual
- **Stephanie Lee:** Directora de Marketing
- **Adda Cáceres:** Diseñadora Gráfica
- **Absah Viveros:** Productor Audiovisual

Comentario de Validación Expertos en Diseño/Audiovisuales

Los expertos destacaron como principal fortaleza del material audiovisual su capacidad para generar empatía y conciencia social. La combinación de testimonios reales, imágenes emotivas y una narrativa honesta logra conectar profundamente con el espectador e incentivarlo a involucrarse en la adopción y apoyo al albergue.

Sin embargo, señalaron que la duración del video puede afectar la atención del público en plataformas digitales. Recomiendan ajustar el tiempo o fragmentar el contenido en cápsulas temáticas que faciliten su consumo y difusión.

Finalmente, sugieren ampliar los canales de difusión más allá de redes sociales, adaptando el material a diferentes formatos y plataformas para alcanzar un público más diverso y así fortalecer el impacto comunicacional del proyecto. Asimismo, recomendaron agregar al final de cada video motion graphics un call to action para incitar a visitar las redes sociales del Albergue y generar más interacción.

6.4.2. Guía de Observación – Validación con la Institución

Como objetivo evaluar si el material audiovisual responde a las necesidades comunicacionales del Albergue Municipal de Mascotas de Mixco y refleja correctamente su misión e identidad.

- **Ingrid Juaréz:** Encargada del Área de Denuncias y Rescates
- **Astrid Adilia:** Encargada del Área de cuidado y bienestar animal.

Comentario de Validación – Validación con la Institución

La institución considera que el material audiovisual representa de forma adecuada la misión del albergue y transmite correctamente la importancia de la adopción responsable. Señalan que las escenas y entrevistas proyectan un mensaje positivo y empático hacia los animales, lo cual contribuye a fortalecer su imagen ante la comunidad.

Además, valoran que la información presentada sobre adopción y apoyo al albergue sea clara y útil para el público. Indican que el contenido podría ser de gran utilidad para futuras campañas y actividades institucionales, especialmente en redes sociales.

Como sugerencia principal, recomiendan reforzar la inclusión de datos de contacto y formas directas de apoyar al albergue (como donaciones o voluntariado), con el fin de facilitar la respuesta inmediata de las personas interesadas.

6.4.3. Encuesta de Validación – Grupo Objetivo

El objetivo de esta encuesta fue obtener información del grupo objetivo sobre la efectividad del material audiovisual desarrollado. Al realizar una encuesta de validación para el material audiovisual al grupo objetivo, se pudieron encontrar que varias respuestas eran muy similares.

Comentario de Validación – Grupo Objetivo

El grupo objetivo considero que el material audiovisual es claro, emotivo y capaz de captar su atencion desde el inicio. Destacaron que las imagenes, videos y entrevistas generan empatia y motivan a reflexionar sobre la realidad de los animales en los albergues, ademas de que el estilo visual es adecuado y atractivo para redes sociales.

Como mejora, señalaron que la duracion del video puede sentirse un poco larga para plataformas digitales. Por ello, recomiendan crear versiones más cortas o por capitulo para mantener el interes y lograr un mayor alcance entre el publico joven.

6.4.4. Tomas Video Documental



Figura 50. Toma corregida con colorización para Video Documental, 2025. Elaboración Propia.



Figura 51. Toma de casa de perro en situación de calle con correción de colorización para video documental, 2025. Elaboración Propia.



Figura 52. Plano general de perro en situación de calle, 2025. Elaboración Propia.



Figura 53. Primerisimo plano de perro albergado, 2025. Elaboración Propia.



Figura 54. Toma de perro albergado 2025. Elaboración Propia.

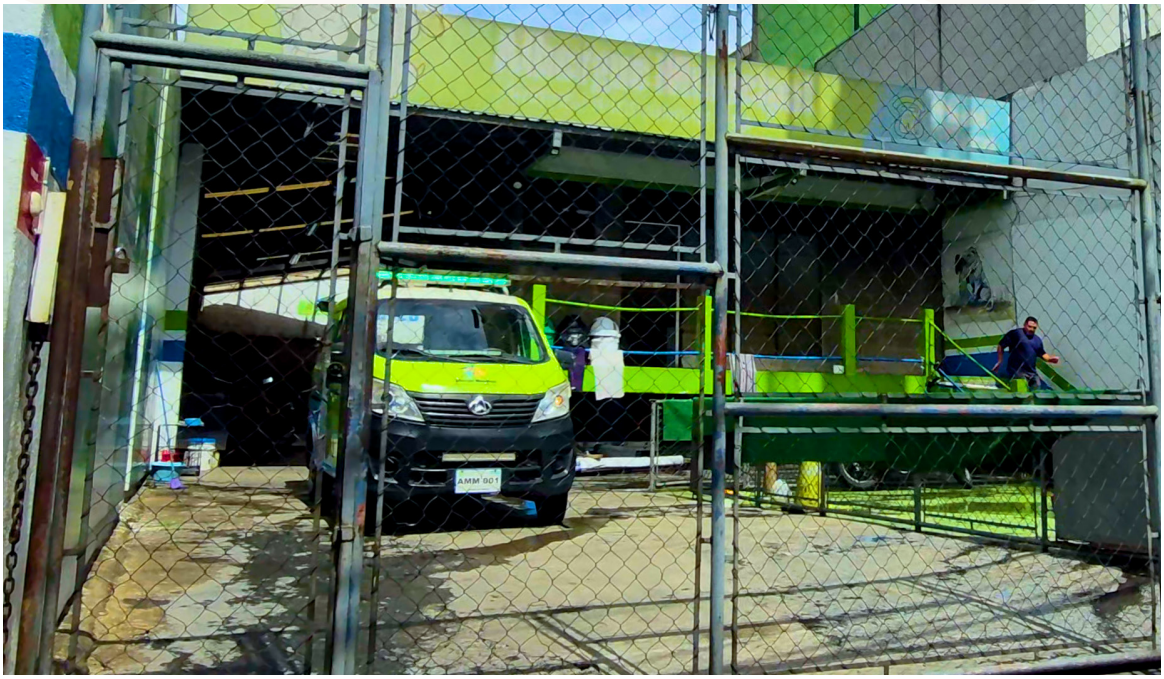


Figura 55. Toma general de Albergue Municipal de Mascotas Mixco, 2025. Elaboración Propia.

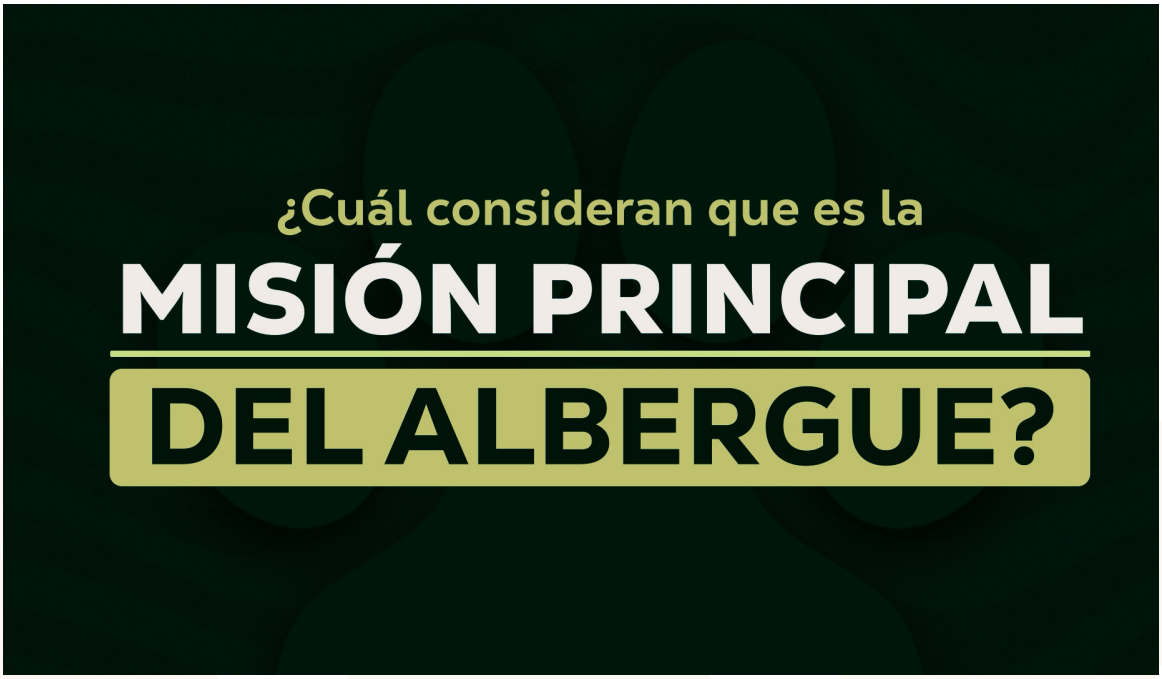


Figura 56. Diseño y animación de primera pregunta para vidoe documental, 2025.
Elaboración Propia.

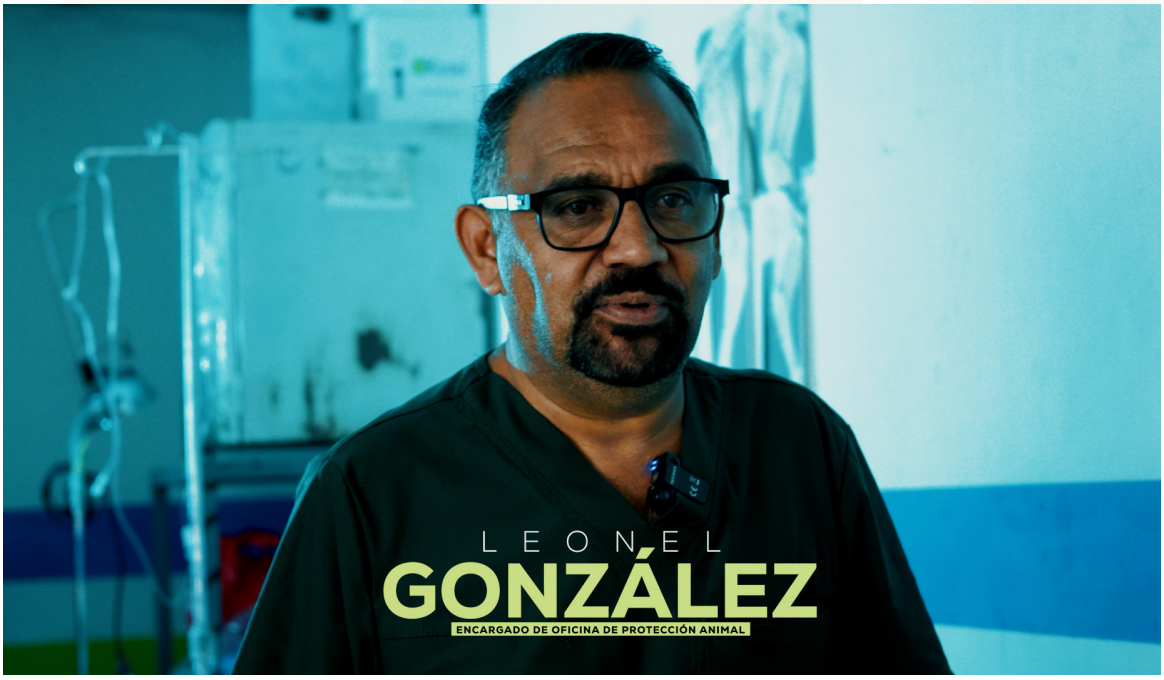


Figura 57. Toma plano cerrado de entrevista con animación de nombre, 2025.
Elaboración Propia.

6.4.5. Video *Motion Graphics* Beneficios de Castración



Figura 58. Animación motion graphics, Beneficios de la Castración. Elaboración Propia.



Figura 59. Animación motion graphics, Beneficios de la Castración. Elaboración Propia.



Figura 60. Animación motion graphics, Beneficios de la Castración. Elaboración Propia.



Figura 61. Animación motion graphics, Call to action. Elaboración Propia.

6.4.6. Video *Motion Graphics* Jornadas de Adopción



Figura 62. Animación motion graphics, Jornadas de Adopción. Elaboración Propia.



Figura 63. Animación motion graphics, Jornadas de Adopción. Elaboración Propia.



Figura 64. Animación motion graphics, Jornadas de Adopción. Elaboración Propia.



Figura 65. Animación motion graphics, Call to action. Elaboración Propia.

6.4.7. Video *Motion Graphics* Pasos para denunciar maltrato animal



Figura 66. Animación motion graphics, Pasos para denunciar maltrato animal.
Elaboración Propia.



Figura 67. Animación motion graphics, Pasos para denunciar maltrato animal.
Elaboración Propia.



Figura 68. Animación motion graphics, Pasos para denunciar maltrato animal. Elaboración Propia.



Figura 69. Animación motion graphics, Call to action. Elaboración Propia.

6.5. Propuesta Gráfica Final Fundamentada

6.5.1. Piezas Gráficas

Sección 1: Entrevistas
Las entrevistas constituyen el eje narrativo principal del documental, ya que permiten comunicar información verídica y humanizar el mensaje desde la voz de quienes trabajan directamente en el Albergue Municipal de Mascotas de Mixco. La planificación de preguntas se realizó de forma estratégica, asegurando coherencia temática entre las distintas áreas entrevistadas.

En cuanto al lenguaje audiovisual, se utilizaron dos tipos de planos: Plano Cerrado y Plano Abierto, lo cual aporta variaciones visuales, ritmo y jerarquía en la edición. Esta alternancia contribuye a mantener la atención del espectador, además de destacar emociones y gestos relevantes vinculados al discurso.

Sección 2: Plantilla gráfica para preguntas
Para reforzar la claridad del contenido y guiar la lectura visual de la narrativa, se diseñó una plantilla gráfica específica para la presentación de preguntas dentro del documental. Este recurso, coherente con la identidad visual del proyecto, facilita la comprensión del mensaje, establece una estructura ordenada y mejora la relación pregunta-respuesta en pantalla. Además, sirve como un elemento de transición visual que acompaña y dinamiza el progreso de la historia.

Sección 3: Video de Perros Albergados
Estas imágenes representan el componente emocional más fuerte del documental. Su función es generar empatía y conciencia sobre la realidad que viven los perros rescatados: abandono, maltrato, calle y decomisos.

Se emplearon diversos tipos de planos; plano medio corto, primer plano, primerísimo primer plano y planos detalle. Con el propósito de intensificar la conexión emocional del espectador con los animales, resaltando expresiones, miradas y estados físicos. Este acercamiento visual sostiene la intención comunicativa del proyecto: sensibilizar y motivar a la acción.

Sección 4: Imágenes de actividades
El documental también incorpora imágenes que muestran el trabajo constante del albergue, tales como jornadas de adopción, castración y vacunación, así como rescates y procesos de recuperación.

El objetivo de esta sección es evidenciar el compromiso institucional y el esfuerzo del personal, reforzando la percepción positiva del albergue.

Estas imágenes funcionan como soporte informativo y persuasivo, al mostrar el impacto real de la labor que realizan día a día para mejorar la calidad de vida de los animales.

Sección 5: Videos Motion Graphics

Los motion graphics se desarrollaron como piezas complementarias que fortalecen la comunicación visual del proyecto, aportando dinamismo, claridad informativa.. Para su diseño, se respetó rigurosamente la línea gráfica establecida: uso de colores institucionales, tipografías institucionales y aplicación de elementos gráficos creados específicamente para el Albergue Municipal de Mascotas de Mixco. Además, se consideraron las áreas seguras de visualización, con el fin de asegurar una correcta lectura en diferentes formatos y dispositivos.

Estas piezas abordan tres temáticas esenciales dentro del quehacer del albergue:

- Jornadas de adopción
- Beneficios de la castración
- Pasos para denunciar maltrato animal

Cada *motion graphic* está diseñado para informar y sensibilizar de manera directa, utilizando recursos como iconografía, animaciones suaves y jerarquía de texto, facilitando así la comprensión rápida del contenido por parte del público. En conjunto, estas piezas funcionan como refuerzos visuales y educativos, alineados con los objetivos del documental para promover una cultura de adopción responsable, el cuidado y bienestar de las mascotas.



6.6. Vista preliminar de la pieza gráfica

6.6.1. Video Documental



Figura 70. Visualización celular de Vídeo Documental. Elaboración Propia.



Figura 71. Visualización en la Red Social de Facebook de Vídeo Documental. Elaboración Propia.



Figura 72. Visualización en computadora de Video Documental.
Elaboración Propia.



Figura 73. Visualización en computadora de Video Documental.
Elaboración Propia.

6.7. Vista preliminar de la pieza gráfica

6.7.1. Videos *Motion Graphics*



Figura 74. Visualización de motion graphics en Municipalidad de Mixco.
Elaboración Propia.



Figura 75. Visualización de motion graphics en Municipalidad de Mixco.
Elaboración Propia.



Figura 76. Visualización de motion graphics en Municipalidad de Mixco.
Elaboración Propia.

Codigos QR para visualización de proyecto

Video *Motion Graphics*

Video Documental

6.8. Lineamientos para la puesta en práctica

Con el objetivo de garantizar una correcta implementación y difusión del material audiovisual en las plataformas del Albergue Municipal de Mascotas de Mixco, se estableció un conjunto de lineamientos técnicos y estratégicos para su publicación.

6.8.1 Video Documental – Lineamientos de Publicación

El video documental se produjo en formato 16:9 (1920 × 1080 px), exportado en MP4 calidad Full HD, asegurando una reproducción óptima y compatible con los diferentes dispositivos y redes sociales donde será difundido. Además de que todo este material del video documental se entregará en una carpeta de Google *Drive* donde se le ceden todos los permiso directamente al Albergue Municipal de Mascotas de Mixco.

El documental se fragmentará en tres cápsulas con una duración aproximada de 2 a 5 minutos cada una. Posteriormente, se publicará el video documental completo como una pieza adicional. Estas piezas se extraerán directamente del contenido original, manteniendo la coherencia narrativa. Serán identificadas como Parte 1/3, Parte 2/3 y Parte 3/3, queda a disposición total el material para su respectiva publicación por parte del área encargada de las redes sociales de la institución.

Esta estrategia tiene como propósito:

- Mantener el interés y la retención del público, motivándolo a seguir la secuencia completa.
- Generar expectativa en torno al mensaje central del material.
- Maximizar el alcance al distribuir el contenido de forma progresiva.

Culminar el ciclo comunicacional con la publicación del documental completo al finalizar las cuatro semanas.

6.8.2. Videos Motion Graphics – Lineamientos de Publicación

Los videos Motion Graphics serán proyectados directamente en las instalaciones de la Municipalidad de Mixco, por lo que se desarrollaron bajo especificaciones técnicas adaptadas a pantallas institucionales. Cada pieza se diseñó en formato 16:9 (1920 × 1080 px) y se exportó en archivo .MP4 Full HD, garantizando una visualización óptima en televisores y sistemas de reproducción internos.

Cada video posee una duración aproximada de 40 segundos, abordando tres temáticas clave relacionadas con la labor del Albergue Municipal de Mascotas de Mixco:

1. **Jornadas de adopción**
2. **Beneficios de la castración**
3. **Pasos para realizar una denuncia por maltrato animal**

Además, se desarrolló una versión extendida con una duración total de 2 minutos, que integra los tres contenidos en un solo material audiovisual. Esta versión permitirá ampliar las posibilidades de difusión, manteniendo la coherencia visual y narrativa dentro de la comunicación institucional.

Todo el material audiovisual queda a disposición del Albergue Municipal de Mascotas Mixco para su respectiva calendarización, difusión y publicación que corresponden a todas las redes sociales que tengan la institución.



6.9.Honorarios

Tabla 04. Presupuesto de aporte económico del estudiante.

Costos Fijos	Valor
Agua	Q100.00
Luz	Q550.00
Datos Móviles	Q18.33
Internet	Q450
Adobe Creative Cloud	Q1,300.00
Almacenamiento en la Nube	Q5.00
Costos Variables	**Valor**
Útiles de Oficina	Q40.00
Impresiones (total de 50 impresiones a Q0.50 cada una)	Q12.50
Transporte (14 viajes a un coste de Q50 diarios)	Q700.00
Servicios Profesionales de Diseño	**Valor**
Preproducción (80 horas) (Día de trabajo/8 Horas laborales = Q 360)	Q3,600.00
Grabación (1 sesión) (Coste de Sesión por día = Q 2,000)	Q2,000.00
Bocetaje (90 horas) (Día de trabajo/8 Horas laborales = Q 360)	Q4,050.00
Edición de video (120 horas) (Día de trabajo = Q400)	Q6,337.50
Animación de *Motion Graphics*, títulos, etc. (100 horas) (Día de trabajo = Q300)	Q4,150.00
Locución (6min)	Q3,000.00
Alquiler Iluminación (6 horas) (Coste por hora = 250)	Q1,500.00
Digitalización (150 horas) (Día de trabajo/8 Horas laborales = Q 340)	Q6,375.00
Honorarios	**Valor**
Retribución profesional	Q10,000.00
Depreciación	**Valor**
Equipo de cómputo	Q152.77
Sub Total	**Valor**
	Q42,766.10
Impuestos	**Valor**
IVA (12%)	Q5,131.93
ISR (5%)	Q2,138.31
TOTAL	**Q50,036.34**

Fuente: Elaboración propia



S

SÍNTESIS DEL PROYECTO

En este capítulo se presenta una síntesis del proyecto que incluye las conclusiones relacionadas con los objetivos iniciales, recomendaciones para la institución, la Escuela de Diseño Gráfico y futuros estudiantes, además de las principales lecciones aprendidas durante su desarrollo.

Temas

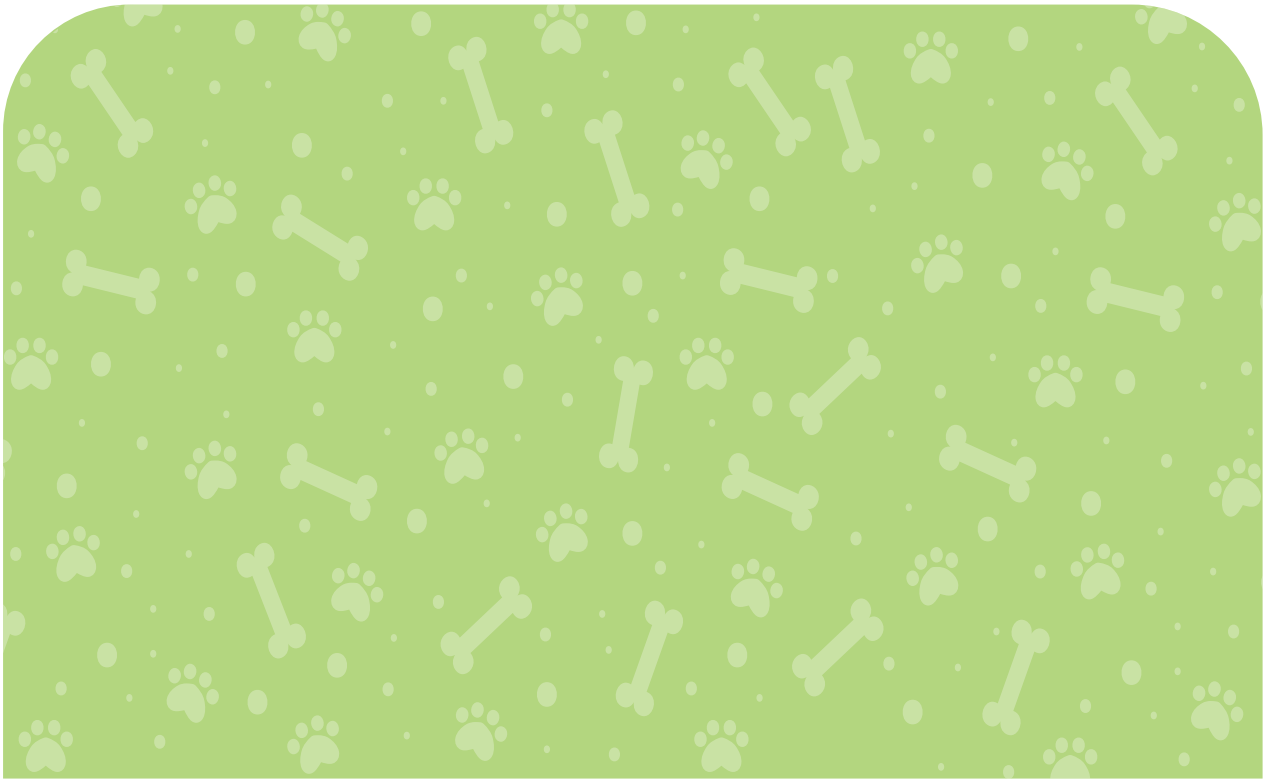
- *Conclusiones*
- *Recomendaciones*
- *Lecciones Aprendidas*

Conclusiones

A. Se fomentó la adopción responsable y la colaboración comunitaria en el Albergue Municipal de Mascotas de Mixco mediante la producción de material audiovisual dirigido a jóvenes y adultos, contribuyendo a la reducción de perros y gatos en situación de abandono y generando mayor apoyo hacia la institución.

B. Se informó sobre el proceso de adopción y las distintas formas de apoyar al Albergue Municipal de Mascotas de Mixco, utilizando material audiovisual que logró captar la atención del público objetivo y sensibilizar hacia los animales rescatados, fortaleciendo así el mensaje social de la adopción responsable.

C. Se desarrolló material audiovisual atractivo y emocionalmente persuasivo, adaptado a las características técnicas y comunicacionales de las plataformas digitales del albergue, lo que permitió mejorar su visibilidad y percepción pública, impulsando el involucramiento comunitario a través del contenido difundido.



Recomendaciones

A. **Recomendación a la institución (Albergue Municipal de Mascotas de Mixco)** Se recomienda fortalecer los canales de comunicación institucional, habilitando medios más eficientes y accesibles para atender solicitudes y consultas. Durante el desarrollo del proyecto, la comunicación inicial resultó compleja y limitada, lo que retrasó procesos importantes de coordinación. Establecer líneas telefónicas oficiales, un correo institucional activo o una persona encargada de comunicación facilita la planificación, el seguimiento y la colaboración en futuras iniciativas. De igual manera, tener con antelación proyectos o materiales que desean trabajar, tanto la información como los textos de investigación, material en general para facilitar su diseño y creación.

B. **Recomendación a la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala**. Se sugiere implementar un proceso estandarizado y unificado para la gestión y seguimiento del Proyecto de Graduación y del EPS. Durante la ejecución del proyecto, se presentaron diferencias en los criterios, instrucciones y lineamientos según cada sección o docente, generando confusiones y retrasos. Mantener una estructura clara, basada en reglamentos actualizados y con acompañamiento especializado en proyectos audiovisuales, permitiría optimizar el proceso académico y favorecer la calidad de los resultados.

C. **Recomendación a los futuros estudiantes de Proyecto de Graduación y EPS.** Se recomienda seleccionar una institución que mantenga una comunicación activa y una colaboración constante a lo largo del proceso. Asimismo, es fundamental elegir una temática de interés personal y relevancia social, que motive el desempeño y facilite el desarrollo del proyecto. Mantener una relación cordial, organizada y continua con la institución beneficiará el cumplimiento de los objetivos y asegurará una experiencia más fluida y enriquecedora.

Lecciones Aprendidas

A. **Planificación y cronograma como pilares del proyecto.**
A lo largo del proceso se comprendió que contar con una planificación estructurada y cumplir con un calendario de trabajo es fundamental para avanzar y lograr los objetivos establecidos. Elaborar un cronograma adecuado permite tener control de cada una de las etapas del proyecto y anticipar posibles obstáculos. Asimismo, mantener una comunicación asertiva y constante entre los involucrados facilita la optimización de tiempos y recursos, evitando retrasos y mejorando el flujo de trabajo de forma significativa.

B. **Trabajar sobre áreas con experiencia previa**
Realizar un proyecto relacionado con conocimientos y experiencias previas resulta beneficioso para la fase creativa y de producción. El tener información y aprendizaje acumulado permite reconocer puntos fuertes y débiles desde el inicio, lo cual agiliza la toma de decisiones. Además, trabajar en algo que genera interés y afinidad incrementa la motivación, constancia, compromiso y amor por el proceso, impulsando resultados más sólidos y con una calidad gráfica superior.

C. **Evitar subestimar el tiempo de producción.**
Se aprendió que incluso las tareas que parecen pequeñas o simples requieren tiempo, dedicación y procesos creativos complejos. Por ello, es importante ponerse límites realistas y no asumir que algo será rápido de realizar únicamente por su tamaño o cantidad. Subestimar el tiempo implica riesgos en la calidad y en la organización general del proyecto, por lo que se debe considerar que el desarrollo creativo siempre puede tomar más tiempo del esperado.



F

FUENTES CONSULTADAS

AffiBest, «6 W's: Who–What–When–Where–Why–How», AffiBest Blog, acceso el 25 de septiembre de 2025, https://www.affibest.com/blog/6-ws-who-what-when-where-why-how.

Albergue Municipal de Mascotas Mixco. "Página oficial" Facebook, acceso el 19 de marzo de 2025, https://www.facebook.com/AlbergueMunicipaldeMascotasMixco?locale=es_LA

Animal Dreams, « Promoción de la adopción de mascotas», Animal Dreams, acceso el 5 de marzo de 2025, https://animaldreams.es/blog/promocion-de-la-adopcion-de-mascotas/

Arca de Noé, «Donaciones», Arca de Noé, acceso el 17 de febrero de 2025, https://arcadenoe.com.gt/pages/donaciones

Consejo Nacional de Adopciones de Guatemala, «Consejo Nacional de Adopciones», acceso el 17 de febrero de 2025. https://www.cna.gob.gt.

Domínguez, Julieta. «Premisas de Diseño », Scribd, acceso el 12 de octubre de 2025, https://id.scribd.com/presentation/416857081/PREMISAS-DE-DISENO.

Geotecnia Fácil, «Geología de Mixco, Guatemala: geomorfología, aguas subterráneas, rasgos estratigráficos y geológicos», Geotecnia Fácil, acceso el 19 de marzo de 2025, https://geotecniafacil.com/geologia-mixco-guatemala/.

La Hora, «ONG al rescate de los animales de la calle sin la ayuda del Estado», La Hora, acceso el 5 de abril de 2024, https://hemeroteca.lahora.gt/ong-al-rescate-de-los-animales-de-la-calle-sin-la-ayuda-del-estado.

La Universidad En Internet. «Guión Literario», UNIR, 12 de mayo de 2022, acceso el 25 de septiembre de 2025, https://www.unir.net/revista/artes/guion-literario.

Quiroa Flores, María Suzette, «Perros callejeros, un problema creciente en Guatemala», Agencia Universitaria de Noticias, 8 de julio de 2024, acceso el 26 de febrero de 2025, https://agenciauniversitariadenoticias.com.gt/nacionales/perros-callejeros-un-problema-creciente-en-guatemala/.

Soy502, «Neto Bran inaugura albergue municipal de animales », Soy502, acceso el 10 de marzo de 2025, https://www.soy502.com/articulo/neto-bran-inaugura-albergue-municipal-animales-32419.

Soy502, «Vida Animal, el santuario de las mascotas sin hogar», Soy502, acceso el 5 de abril de 2025, https://www.soy502.com/articulo/vida-animal-el-santuario-de-las-mascotas-sin-hogar.

A G M O

PROFESIONAL EN CORRECCIÓN DE ESTILO

Guatemala, 01 de octubre 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 ***Desarrollo y producción de material audiovisual, para incentivar donaciones y adopción de mascotas para el Albergue Municipal de Mascotas de Mixco,*** del estudiante ***Carlos Alberto Chet Portillo*** de la Facultad de Arquitectura, carné universitario ***número: 202102192,*** previamente a conferírsele el título de *Diseñador Gráfico* en el grado académico de *Licenciado*.

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

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

Msc. Lda. Alan Gabriel Mogollón Ortiz
Colegiado No. 31632

M.Sc. Alan Gabriel Mogollón Ortiz
Colegiado No. 31632

USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Desarrollo y producción de material audiovisual, para incentivar donaciones y adopción de mascotas para el Albergue Municipal de Mascotas de Mixco

Proyecto de Graduación desarrollado por:

Carlos Alberto Chet Portillo

Asesorado por:

MSc. Miriam Isabel Meléndez

MSc. Ileana del Carmen Reina Ramírez

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

