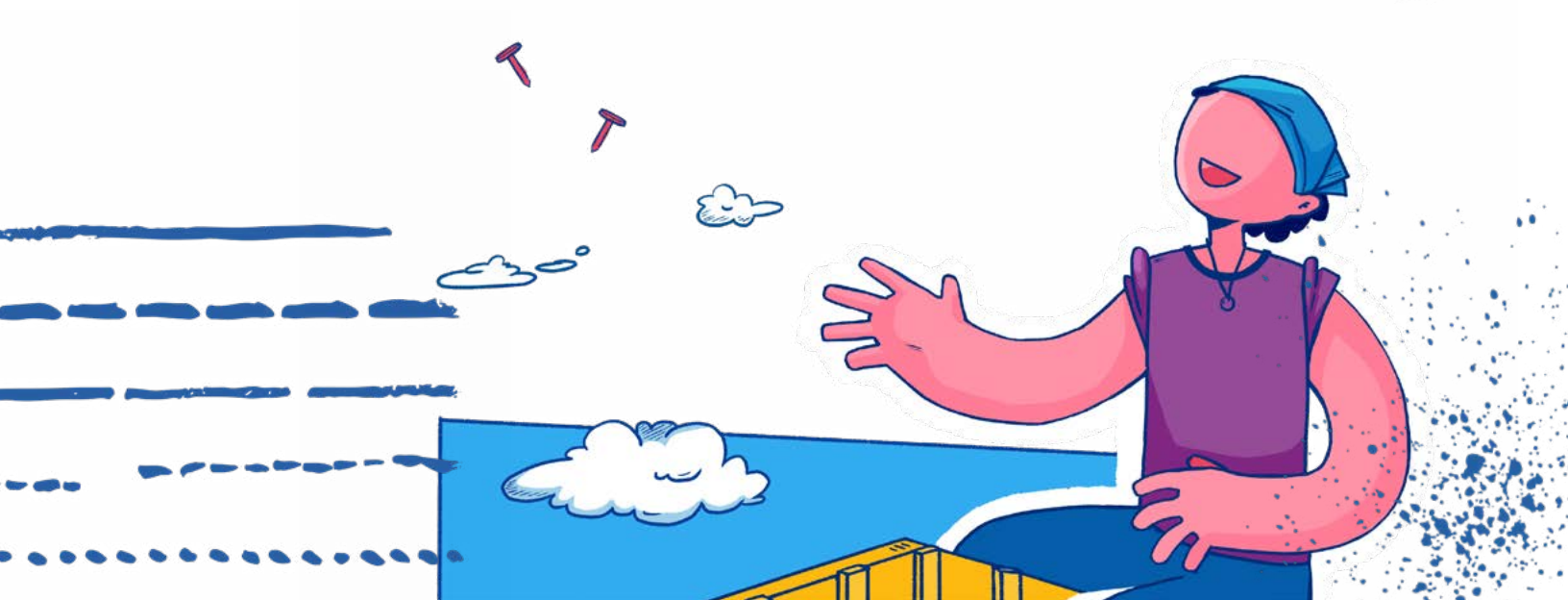


Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico

**Diseño editorial de revista digital para promover
la participación juvenil en TECHO Guatemala
en favor del desarrollo social en comunidades**

Laura Guisela Aldana Castillo



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

**Diseño editorial de revista digital para promover
la participación juvenil en TECHO Guatemala
en favor del desarrollo social en comunidades**


Departamento de Guatemala

Proyecto desarrollado por:
Laura Guisela Aldana Castillo

Para optar al título de:
Licenciada en Diseño Gráfico

Guatemala, mayo de 2026.

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



Nómina de Autoridades

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano

Ma. Lcda. Ilma Judith Prado Ducque
Vocal II

Arqta. 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 González
Secretario Académico

Tribunal Examinador

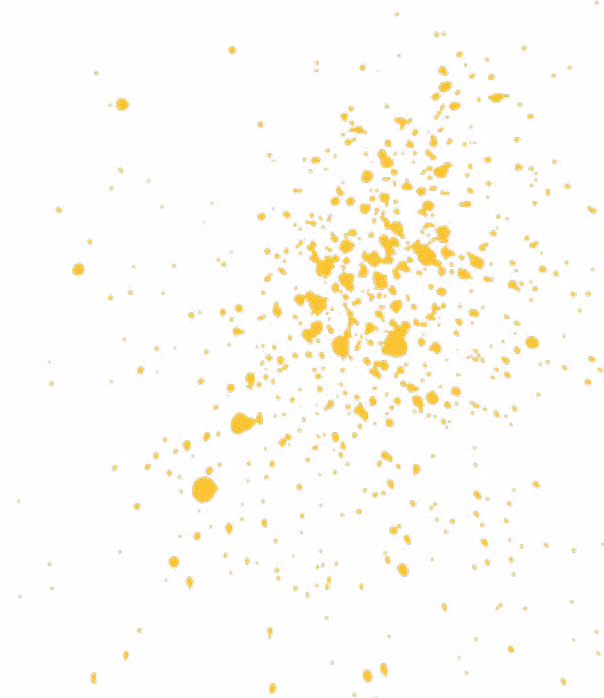
Arq. Sergio Castillo Francisco Bonini
Decano

Ma. Arq. Juan Fernando Arriola Alegría

Licda. Anggely María Enríquez Cabrera
Examinadora

Licda. María Berthila Gutiérrez de Melgar
Examinadora

Licda. Jennifer Kress
Examinadora





Agradecimiento:

A las personas en mi vida, con voluntad firme, que han sido un ejemplo para seguir y mejorar; que deciden salir de la caja y demostrar que se pueden hacer cosas extraordinarias.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	9
Capítulo 1:	
INTRODUCCIÓN	10
1.1 Antecedentes del Problema de Comunicación Visual	11
1.2 Definición y Delimitación del Problema de Comunicación Visual	14
1.3 Justificación	15
1.4 Objetivos del proyecto	17
Capítulo 2:	
PERFILES	18
2.1 Perfil del Cliente	19
2.2 Perfil del grupo objetivo	30
Capítulo 3:	
PLANEACIÓN OPERATIVA	36
3.1 Previsión de Insumos y Costos	37
3.2 Flujograma del Proceso Creativo	46
3.3 Cronograma de trabajo	54
Capítulo 4:	
MARCO TEÓRICO	56
4.1 Dimensión social y ética	57
4.2 Dimensión estética y funcional	60
Capítulo 5:	
DEFINICIÓN CREATIVA	64
5.1 <i>Brief</i>	65
5.2 Descripción de la Estrategia de la Pieza de Diseño	66
5.3 <i>Insight</i>	68
5.4 Concepto creativo	71
5.5 Premisas de diseño	73
5.6 Códigos visuales	75

Capítulo 6:
PRODUCCIÓN GRÁFICA78

6.1 Previsualización.....79
6.2 Nivel de Producción Gráfica 1.....80
6.3 Nivel de Producción Gráfica 286
6.4 Nivel de Producción Gráfica 3.....96
6.5 Propuesta Gráfica Final Fundamentada.....104
6.6 Vista preliminar de la pieza gráfica.....107
6.7 Lineamientos para la puesta en práctica114
6.8 Honorarios.....116

Capítulo 7:
SÍNTESIS DEL PROCESO118

7.1 Lecciones aprendidas119
7.2 Conclusiones121
7.3 Recomendaciones.....123

Bibliografía124
Glosario128
Anexos130
Índice de figuras144
Índice de tablas148

INTRODUCCIÓN

TECHO Guatemala desarrolla proyectos sociales en colaboración con voluntarios y poblaciones en situación de vulnerabilidad, generando espacios que fortalezcan las condiciones para una existencia digna y capacidades comunitarias. El modelo de trabajo involucra a distintos sectores de la sociedad para promover un avance social a partir de la vivienda digna como comienzo del desarrollo. Esta filosofía era representada dentro de la identidad de marca —hasta el año 2022— a través una línea gráfica limpia y una comunicación denunciante; que ha evolucionado con el reciente *rebranding* hacia un narrativa comunitaria con énfasis juvenil y alentador.

La gestión se centra en la necesidad de actualizar y desarrollar material gráfico que refleje esta nueva identidad y narrativa visual, para lo cual se plantea la creación de una revista digital que destaque las experiencias y realidades diversas vividas en las comunidades, enfocado en aumentar la participación juvenil en espacios sociales y políticos. Se prevé que este proyecto impulse la conexión entre TECHO Guatemala y su audiencia voluntaria entre 16 a 24 años, así como un aumento en, la actual limitada, participación de la juventud en iniciativas comunitarias a largo plazo, siendo un medio efectivo para inspirar el compromiso cívico y la acción social entre los jóvenes de Guatemala.

Palabras claves

Participación social juvenil

Desarrollo comunitario

Narrativa visual

Diseño editorial digital

Storytelling





Capítulo 1: *INTRODUCCIÓN*

Se presentan los cimientos del proyecto, abordando la temática de forma general y en rubros relacionados al diseño, así como la delimitación por medio de la justificación y los objetivos.

Contenido de capítulo:

- Antecedentes del problema de comunicación
- Definición y delimitación del problema de comunicación
- Justificación del proyecto
- Objetivos del proyecto

Las personas siempre serán el centro para construir un techo

Una de las aristas de la problemática social en Guatemala es la alarmante realidad habitacional, que ha quedado en un plano secundario al estar rodeada de una presunta indiferencia por parte de la mayor parte de la población civil.¹ Como respuesta TECHO presenta una perspectiva diferente respecto a esta situación, apostando por movilizar a las juventudes considerándolos agentes que influyen en sus pares, en los adultos y en sus comunidades. La organización posee un modelo de trabajo horizontal con un enfoque de comunicación resolutivo, haciendo un llamado a la acción considerando la urgencia de la problemática habitacional y promoviendo espacios de crecimiento para las juventudes y las poblaciones en situación vulnerable.

El contexto global de las marcas del sector de ayuda humanitaria, ha experimentado un cambio significativo en los últimos años. Teniendo un mayor énfasis en la transparencia, la autenticidad y el compromiso comunitario y social, visible en la necesidad de un *storytelling* guiado por arquetipos y una estrategia que humanice a la marca acorde a la audiencia. Esto ha aumentado la presión sobre organizaciones sociales para mejorar sus estrategias de comunicación visual y mantenerse relevantes en un panorama virtual que enfatiza el entretenimiento.

TECHO desarrolla una consolidación de marca a lo largo de 26 años de trabajo y con presencia en 19 países de

Latinoamérica. La organización utiliza hasta finales de 2023 una gráfica limpia y denunciante en las piezas visuales que, si bien tenía como objetivo resaltar su labor comunitaria y mostrarse como una organización formal, presentaban ciertas deficiencias en el sistema discursivo visual considerando al usuario; en este caso: a las juventudes.

La falta de cohesión entre el discurso institucional actual, la identidad visual y la cultura visual del usuario han contribuido a cierto desinterés percibido por parte de las juventudes, lo que puede llegar a afectar la participación de nuevos voluntarios. La organización, al expandirse y consolidarse se enfrentó a la necesidad de adaptar el tono, reconsiderar el sistema discursivo y reencaminar el mensaje central de la institución. El desarrollo de un *rebranding* en el año 2023 es parte de un estrategia de marca para adaptarse a estas nuevas demandas y revitalizar la presencia y el impacto de la organización en su entorno. Abriendo el espacios a la creación de una marca fresca y juvenil, que conecte con las personas.

La redirección del sistema discursivo y gráfico se presenta como una oportunidad para que el usuario se acerque a TECHO Guatemala, se de visibilidad al problema habitacional y permita a las juventudes trabajar para que la vivienda sea el inicio de la construcción social e incentivar la participación ciudadana desde la concientización.

¹ Hábitat para la humanidad, Guatemala, «Problemática de la vivienda en Guatemala», acceso el 6 de febrero de 2024, <https://www.habitatguate.org/wp-content/uploads/2021/06/1.-Problemática-de-la-vivienda-en-Guatemala.pdf>, 2.

Contexto Histórico y social

La problemática habitacional tiene un origen histórico en la época de la colonia, así como acontecimientos adyacentes que han potenciado la afección a en la época contemporánea. Entre estos últimos se pueden mencionar catástrofes naturales, cada vez más frecuentes que acrecientan la dificultad de poseer una vivienda digna. Si bien estos factores por sí mismos no son la base, son una consecuencia a problemáticas sociales, económicas y políticas dentro del país.² Entre las últimas cifras del año 2020 se revela una alarmante realidad que queda

en un plano secundario rodeado de una indiferencia por parte de la sociedad guatemalteca. Hábitat para la humanidad en Guatemala menciona datos sobre esta situación, donde «en Guatemala 1.8 millones de viviendas no son adecuadas.»³ Hábitat para la humanidad también menciona la fuente de Conred sobre 400 asentamientos de los cuales 270 están en el departamento de Guatemala, además de aproximadamente 500 mil guatemaltecos viven en lugares propensos a derrumbes.⁴

Contexto político

El derecho a la vivienda digna posee un marco legal amplio tanto a nivel nacional como internacional. Ratificado por Guatemala en la Declaración Universal de Derechos Humanos de 1948 en el derecho a un nivel de vida adecuado en el artículo 25 y en el artículo 11.1 del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de 1966.⁵ El derecho a una vivienda adecuada y digna incumbe a El Estado, incluso desde un punto nacional y prioritario, como lo demuestra

su mención dentro de la Constitución política de Guatemala en el Artículo 67.- Protección a las tierras y las cooperativas agrícolas indígenas, el cual evoca la necesidad de proyectos que protejan a las personas más vulneradas por este tipo de problemáticas⁶. Sin embargo, actualmente esta problemática se ha visto descuidada desde las acciones públicas y la perspectiva comunitaria desde hace décadas.⁷

² Hábitat para la humanidad, Guatemala, «Problemática de la vivienda en Guatemala», 3-5. Acceso el 6 de febrero de 2024, <https://www.habitatguate.org/wp-content/uploads/2021/06/1.-Problemática-de-la-vivienda-en-Guatemala.pdf>.

³ *Ibid.*

⁴ *Ibid.*

⁵ Naciones Unidas, Relator Especial Sobre El Derecho A Una Vivienda Adecuada «El derecho humano a una vivienda adecuada» Folleto informativo del ACNUDH sobre el derecho a una vivienda adecuada. Blog Naciones unidas, acceso el 7 de febrero de 2024,

⁶ Artículo 67, de la Constitución Política de la República de Guatemala 1985.

⁷ Amanda Morán, José Florentín y Carlos Noriega, «Vivienda y Política en Guatemala», 19, boletín 19, Centro de Estudios Urbanos y Regionales, noviembre de 1992, acceso el 7 de febrero de 2024, https://ceur.usac.edu.gt/pdf/Boletin/Boletin_CEUR_16.pdf

Contexto de Mercado/Industria

El último informe de Juventudes en Guatemala de CONJUVE y UNFPA en 2020 indican datos significativos sobre la participación ciudadana: solamente tres de cada cien jóvenes entre 16 y 18 años se encuentran participando en organizaciones sociales.⁸ Otra de las cifras que presenta el Informe corresponde a cuatro de cada cien jóvenes entre 19 y 24 años.⁹ Según menciona el informe «La mayoría de quienes respondieron afirmativamente son integrantes activos(as) en organizaciones religiosas o deportivas, cuestiones que están

asociadas con la vida cultural a nivel local.»¹⁰ Estas cifras contrastan con la cultura asociada a la generación de jóvenes *centennials*, de los cuales se menciona una mayor conciencia social como una característica dominante. En palabras de Fontana y Velásquez en el Informe final de la Investigación Los *Centennials* nos miran «Las empresas perciben que los *Centennials* tienen una gran conciencia social. Se les ve como muy comprometidos con los problemas y los desafíos que enfrenta la sociedad en su conjunto.»¹¹

Contexto Institucional

TECHO Guatemala se encuentra posicionada a nivel de comunicación visual como una organización articulada, según define Analuz Almengor en la tesis Reflexión de la Experiencia de Práctica profesional en TECHO Guatemala «sus acciones se llevan a cabo en conjunto con voluntarios y pobladores de las comunidades.»¹² Esto conlleva un peso a nivel de comunicación visual, ya que el mensaje a nivel institucional y externo lleva un tono comunitario; si bien se habla de una problemática, el énfasis se mantiene en la posibilidad de generar un cambio a través de acciones compuestas por distintos frentes y resultados que suman a todos los involucrados.

En este contexto, la parte emotiva y humanitaria es relevante dentro del primer acercamiento por parte de la organización al espectador. Posibilitando una conexión con el receptor, invitándolo a interactuar y volverse parte de las acciones de la organización. Esta narrativa desarrollada por la marca se encuentra atenuada actualmente, siendo intervenida en la actual decisión de un *rebranding*. Impulsar el *storytelling* de la marca actual, permitiría a la organización retomar el posicionamiento del mensaje, permitiendo que la cantidad de jóvenes, personas interesadas o que aportan activamente a la organización aumenten.

⁸ Consejo Nacional de la Juventud (CONJUVE) & Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA), «Documento Analítico de Juventudes en Guatemala», acceso el 12 de febrero de 2024, <https://guatemala.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/documento20analitico20final.pdf>, pdf, 96.

⁹ *Ibid.*

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ Alejandro Fontana y Antonio Velásquez-Fernández, «Informe final de la Investigación LOS CENTENNIALS NOS MIRAN», 4, Escuela de Dirección de la Universidad de Piura, marzo de 2023, acceso el 13 de febrero de 2024, <https://innovan.do/wp-content/uploads/2023/06/Informe-final-de-la-Investigacion-los-Centennials-nos-miran.pdf>.

¹² Analuz Paola Almengor De Leon, «Reflexión De La Experiencia De Práctica Profesional En Techo - Guatemala, En La Dirección De Comunicación, Dentro De La Coordinación De Prensa Y Contenidos» (Universidad Rafael Landívar, 2018) acceso el 14 de febrero de 2024 <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjrkd/2018/05/01/Almengor-Analuz.pdf>

Definición y Delimitación del Problema de Comunicación Visual

TECHO Guatemala se enfoca en desarrollar proyectos sociales en conjunto a voluntarios y poblaciones vulnerables, generando espacios que potencien las capacidades comunitarias de ambas partes.¹³ El modelo de trabajo horizontal permite involucrar a distintas partes de la sociedad para garantizar una existencia digna, que sea la base de un avance social. Esto conlleva un peso a nivel de comunicación visual, ya que el discurso manejado luego de la actualización de marca lleva un tono comunitario con énfasis juvenil.

La narrativa desarrollada por la marca se encuentra atenuada y siendo intervenida en la actual decisión de un *re-branding*, visible en las publicaciones de distintas sedes de países como México o Colombia, y a nivel nacional; por lo que la mayoría de material, con un proceso de diseño y trabajado antes del año 2023 entre cual se encuentran informes, guías y redes sociales, se distancia del mensaje y la narrativa visual actual. La situación genera que la marca tenga un impacto e interactividad limitada en los distintos medios publicados, exponiendo a la marca a un posible estancamiento en el crecimiento de voluntarios activos en las sedes nacionales activas, que a su vez limitarían la cantidad de proyectos y capacitaciones desarrolladas a partir de los grupos de trabajo.

¹³ «Modelo de Trabajo» TECHO Guatemala, acceso el 20 de marzo de 2024, <https://guatemala.techo.org/modelo-de-trabajo/>



Trascendencia del Proyecto

La propuesta busca incidir a largo plazo en la forma en que las juventudes alcanzadas se relacionan con los problemas sociales, incentivándolas a formar parte activa de las soluciones a través de espacios de participación social comunitaria. En palabras de TECHO, según su manual de marca de 2024: «A partir del hacer, generamos encuentros improbables que transforman realidades para superar la pobreza.»¹⁴

El desarrollo del material gráfico permitirá a TECHO Guatemala presentar historias que han sido parte del proceso en la dinámica de colaboración social, que presentan realidades diversas y complejas con un enfoque resolutivo. De manera que cada historia narrada sea memorable y se asocie a TECHO Guatemala como una plataforma de formación ciudadana y parte del cambio hacia una sociedad mejor.

Incidencia del Diseño Gráfico

La gestión permite generar un espacio para dar visibilidad a experiencias que en la era digital se han limitado, especialmente considerando el factor pandemia y su impacto entre las juventudes nativas digitales. El proyecto se integra al reciente cambio de gráfica y mensaje que presentaba TECHO Internacional, donde la percepción era la de una organización formal y limpia, con un carácter denunciante; actualmente posee un tono alentador, códigos gráficos y colores que complementan la comunicación. Por lo tanto, el proyecto permite a TECHO Guatemala poseer material actualizado y alineado con el *rebranding* desarrollado recientemente.

Dado que dentro de la organización se ha desarrollado una narrativa visual general a nivel internacional debido al proceso de *rebranding*, el material gráfico proporciona una visión de cómo se viven distintas realidades dentro del contexto social, político y económico a nivel nacional. Esta narrativa visual se fortalece como herramienta discursiva a corto plazo y presenta un peso simbólico en la experiencia juvenil en espacios de participación social.

¹⁴ «Manual de Marca» TECHO Guatemala, acceso el 16 de abril de 2024, https://drive.google.com/file/d/1E2vXY9EWF1-rK46_mPK8ph9P7_88GcUy/view



Factibilidad del Proyecto

Existe un historial de haber realizado este tipo de material editorial dentro de TECHO Guatemala en el año 2017 con la revista Construyendo Historias, primera edición. Siendo una dinámica interna, se utilizó un formulario de Google que dejaba en libertad a los voluntarios para contar su experiencia. Esta dinámica se desarrolló de forma digital, obteniendo una alta aceptación entre los voluntarios. En palabras de Kendy Guzmán, coordinadora del departamento de Creatividad y Diseño en una entrevista sobre el material y factibilidad¹⁵, es un material que llama la atención y permitirá su desarrollo dentro de la organización con el apoyo de los voluntarios.

Así mismo, se realizó la apertura y un previo diálogo para trabajar el proyecto en el departamento de Voluntariado y Equipos los cuales darán seguimiento, retroalimentación y facilitarán la gestión dentro de la organización. La ejecutora del proyecto debe desarrollar una herramienta para guiar al voluntario en la narración de la historia y detalles, que pasará por la aprobación del departamento de Marketing y así difundirla a los distintos medios que posee TECHO Guatemala con las juventudes.

El departamento de Voluntariado y Equipos muestra disposición para apoyar el proyecto, desde la convocatoria digital para la recopilación del material a diseñar, así como para acceder a los espacios de voluntariado de forma presencial y cualquier otra consideración que facilite el proyecto y el proceso de producción gráfica.

Dentro del material facilitado antes de la etapa de producción se cuenta con acceso al manual de marca, al material gráfico en formato editable y material discursivo actualizado, lo que ayuda a disminuir riesgos condicionantes en la planificación que puedan influir dentro del proceso de producción gráfica. Se dispone de espacios de capacitación por parte del departamento de Marketing para facilitar el uso y manejo del material institucional. El departamento de Marketing posee a un profesional con colegiado activo que puede fungir como tercer asesor, aportando desde el tema eje de la institución.

¹⁵ Kendy Guzmán, coordinadora del departamento de Creatividad y Diseño, entrevista por Laura Aldana, 10 de abril de 2024, realizada por Google Meet.

Objetivo general

General

Colaborar con TECHO Guatemala en la difusión de su filosofía de trabajo, la cual consiste en la participación de voluntarios y pobladores de comunidades en situación vulnerable para el desarrollo de soluciones a la problemática habitacional, así como el fortalecimiento de las capacidades de liderazgo comunitario, con el propósito de que las juventudes formen parte de estos espacios de participación social; mediante el uso de la narrativa visual aplicada en material gráfico editorial digital

Objetivos Específicos

De Comunicación Visual Institucional

Favorecer la transmisión del enfoque de trabajo de TECHO Guatemala, con el fin de agregar contenido de valor, con énfasis en la narrativa gráfica, al proceso de retención de las juventudes como usuarios potenciales, por medio del relato de distintas experiencias de usuarios en un medio editorial en formato de revista digital.

De Diseño Gráfico

Producir material editorial digital con enfoque en narrativa visual, mediante el formato de revista digital, que sea de utilidad a la organización TECHO Guatemala para mejorar la conexión actual con su audiencia y usuarios potenciales.





Capítulo 2: *PERFILES*

Se delimita la información teórica de la institución, características del enfoque social así como el grupo en el cual se enfocará el proyecto.

Contenido de capítulo:

- Perfil del cliente
- Perfil el grupo objetivo

Institución



Figura 1. Logotipo actual de TECHO luego del rebranding. Fuente: TECHO Guatemala, 2024. https://drive.google.com/file/d/1E2vXY9EWFJ-rK46_mPK8ph9P7_88GcUy/view

TECHO-Guatemala es una organización con un énfasis integral, trabajando en soluciones relacionadas a contrarrestar la condición vulnerable de comunidades en conjunto a jóvenes voluntarios.¹⁶ Y favoreciendo a que surjan líderes dentro de la comunidad y entre los jóvenes que guíen el proceso y permitan una autosuficiencia en la posterioridad. Según Analuz Almengor en la tesis Reflexión

de la Experiencia de Práctica profesional en TECHO Guatemala «busca superar la situación de pobreza que viven millones de personas en Asentamientos Informales en Latinoamérica, así como formar jóvenes voluntarios y voluntarias a través del vínculo con los pobladores y las pobladoras de las comunidades.»¹⁷

Información de contacto

Correo electrónico

info.guatemala@techo.org

Teléfono

Tel. +502 2308-2491

Whatsapp: +502 5418-3481

Dirección

2 Calle A 12-84 colonia Tecún Umán,
Vista Hermosa zona 15,
Ciudad de Guatemala

Redes sociales

🌐 página web

<https://guatemala.techo.org>

Facebook

<https://www.facebook.com/TECHOGuatemala>

Instagram

https://www.instagram.com/techo_gt/

Youtube

<https://www.youtube.com/@TECHOGuatemala>

Tiktok

https://www.tiktok.com/@techo_gt

Twitter

<https://twitter.com/TECHOGua>

¹⁶ «Sobre Techo», TECHO, acceso el 20 de marzo de 2024, <https://techo.org/sobre-techo/>

¹⁷ Analuz Paola Almengor De Leon, «Reflexión De La Experiencia De Práctica Profesional En Techo - Guatemala, En La Dirección De Comunicación, Dentro De La Coordinación De Prensa Y Contenidos» (Universidad Rafael Landívar, 2018) acceso el 14 de febrero de 2024 <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjrkd/2018/05/01/Almengor-Analuz.pdf>

Características del Sector Social: Análisis actual del tipo de enfoque social en Guatemala

La situación habitacional en Guatemala es un problema que se resuelve en sociedad

El estado de la vivienda a nivel nacional en Guatemala presenta raíces complejas, se deben considerar aspectos históricos, sociales, económicos que han surgido desde el tiempo de La Colonia, así como acontecimientos adyacentes en la última época. Entre estos últimos se pueden mencionar catástrofes naturales, como lo fueron los terremotos de 1976 y 2012, tormentas y huracanes cada vez más frecuentes.¹⁸ Afectando a viviendas construidas en asentamientos informales y áreas urbanas ubicadas en zonas de riesgo, inseguras, con servicios insuficientes que generan una espiral cada vez más profunda.¹⁹

Dentro de este contexto no es fácil definir un factor principal para el déficit habitacional, dado que son una consecuencia de problemáticas sociales, económicas, políticas y culturales; como lo son la pobreza extrema y la discriminación contra la población indígena y personas del eje rural, que a raíz del Conflicto Armado Interno vió mermados muchos derechos, teniendo que huir a otros poblados para sobrevivir al genocidio y la violencia extrema desde entonces²⁰. Sin obviar el papel del Estado en esta situación, existiendo tratados ratificados y políticas dentro del marco legal.²¹

¹⁸ Hábitat para la humanidad, «Problemática de la vivienda en Guatemala», acceso el 6 de febrero de 2024, <https://www.habitatguate.org/wp-content/uploads/2021/06/1.-Problemática-de-la-vivienda-en-Guatemala.pdf>, 2-5.

¹⁹ Autor invitado, 25 de noviembre de 2016, «¿Se entiende el problema de la vivienda? El déficit habitacional en discusión» Blog División de Vivienda y Desarrollo Urbano (HUD) del Banco Interamericano de Desarrollo. <https://blogs.iadb.org/ciudades-sostenibles/es/problema-de-vivienda/>

²⁰ Hábitat para la humanidad, Guatemala, «Problemática de la vivienda en Guatemala», 2-5. Acceso el 6 de febrero de 2024, <https://www.habitatguate.org/wp-content/uploads/2021/06/1.-Problemática-de-la-vivienda-en-Guatemala.pdf>.

²¹ Naciones Unidas, Relator Especial Sobre El Derecho A Una Vivienda Adecuada «El derecho humano a una vivienda adecuada» Folleto informativo del ACNUDH sobre el derecho a una vivienda adecuada. Blog Naciones Unidas, acceso el 7 de febrero de 2024, <https://www.ohchr.org/es/special-procedures/sr-housing/human-right-adequate-housing#:~:text=La%20clave%20para%20garantizar%20el,particular%20estrategias%20nacionales%20de%20vivienda.>

Así como la problemática presenta distintos vértices, es necesario comprender la necesidad de un enfoque integral. Dado que existen variados ejemplos, dados en latinoamérica, que demuestran el fallo de generar viviendas sin que existan condiciones sociales, de trabajo y vínculos vecinales.²² La vivienda juega un papel principal en el eje social, en palabras de Amanda Morán, José Florentín y Carlos Noriega en el boletín “Vivienda y política en Guatemala” definen que «a la par de que establece una íntima relación con los sectores productivos, asegura el desenvolvimiento de la vida familiar, con la reproducción de la fuerza de trabajo.»²³

Las organizaciones que trabajan esta problemática hablan de una política de vivienda de carácter integral y popular, analizando las características intrínsecas del entorno a transformar. Consideran que un factor para que estos proyectos sean funcionales y duraderos es involucrar a los afectados, permitiendo que los proyectos realizados sean un punto de organización, que surjan líderes dentro de la comunidad que guíen el proceso y permitan una autosuficiencia en la posterioridad.²⁴ Fortaleciendo las capacidades y afrontando a través de acciones una problemática que presenta raíces históricas y afectan a una gran parte de la población. Demostrando que mejorar las condiciones de vivienda permite hablar desde la prevención y ser el origen de avances comunitarios, que lleven en un futuro a la consciencia de trabajar por una sociedad mejor desde distintos frentes.²⁵

²² Autor invitado, 25 de noviembre de 2016, «¿Se entiende el problema de la vivienda? El déficit habitacional en discusión» Blog de División de Vivienda y Desarrollo Urbano (HUD) del Banco Interamericano de Desarrollo. <https://blogs.iadb.org/ciudades-sostenibles/es/problema-de-vivienda/>

²³ Amanda Morán, José Florentín y Carlos Noriega, «Vivienda y Política en Guatemala», 19, boletín 19, Centro de Estudios Urbanos y Regionales, noviembre de 1992, acceso el 7 de febrero de 2024, https://ceur.usac.edu.gt/pdf/Boletin/Boletin_CEUR_16.pdf

²⁴ «Qué hacemos», TECHO, acceso el 5 de febrero de 2024, <https://guatemala.techo.org/que-hacemos/>

²⁵ TECHO, «Mejoramiento de la infraestructura habitacional en los asentamientos de Latinoamérica, El caso de El Salvador, México y Uruguay» Acceso el 19 de febrero de 2024, <https://guatemala.techo.org/wp-content/uploads/2021/10/TECHO-Mejoramiento-de-la-infraestructurahabitacional-en-los-asentamientos-de-LatinoAmerica.pdf>

Organigrama de la institución

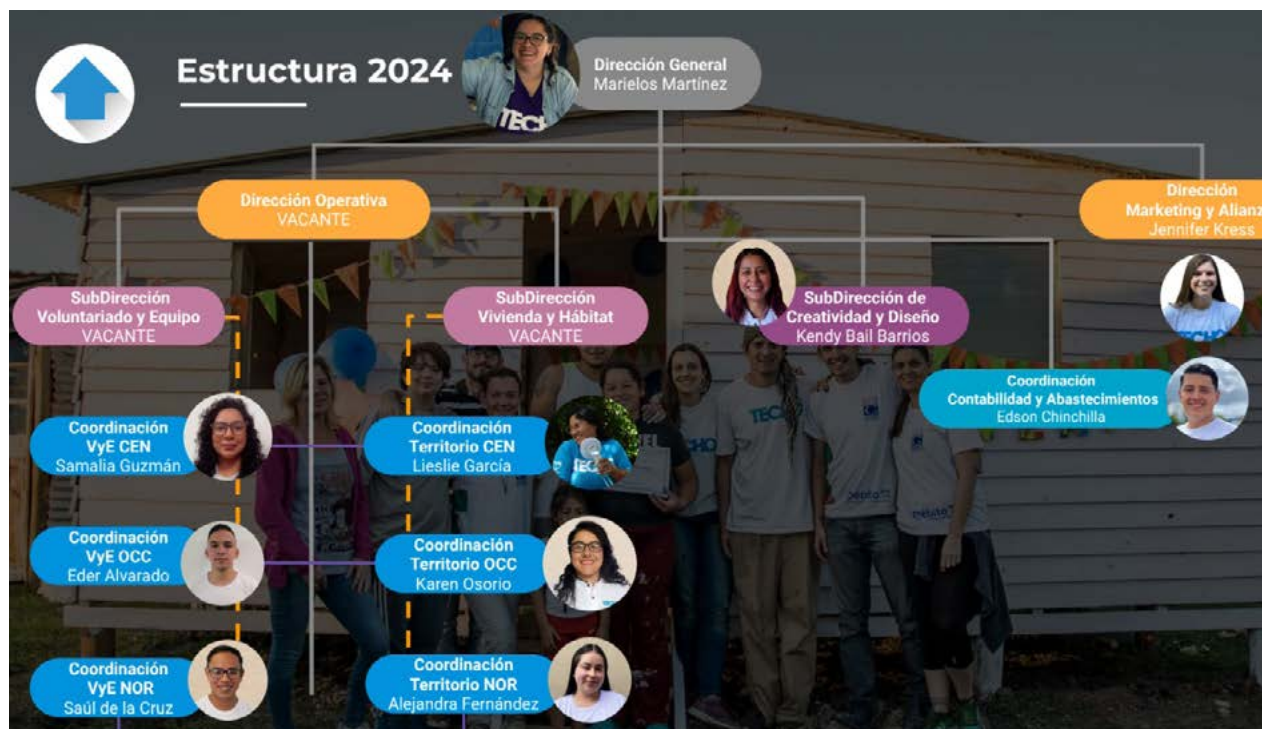


Figura 2. Organigrama 2024 en TECHO Guatemala. Fuente: TECHO Guatemala, 2024.
https://drive.google.com/file/d/1DaNP17SN4yex5Ox-l8qk0xFociw_Pak5/view?usp=sharing

Departamento y descripción

El departamento de Voluntariado y Equipos está dirigido por Samalia Guzmán y trabaja en conjunto con el Sub Director de Voluntariado y Equipos, Saúl de la Cruz. Dentro del documento Equipo - Guatemala TECHO Guatemala define que el departamento de Coordinación Voluntariado y Equipos es quien vela por «la correcta ejecución del Modelo de Trabajo en comunidad, seguimiento a la estrategia de expansión y cobertura, levantamiento de información, acompañamiento en los proyectos de infraestructura de comunidades y la articulación con redes locales

(Municipalidades, empresas, y otras organizaciones) del territorio de la Sede para potenciar los proyectos dentro de las comunidades.»²⁶

Mientras que la Sub Dirección de Voluntariado y Equipos es el responsable de «desarrollar e implementar la estrategia de voluntariado para los equipos de TECHO, este rol lleva con orgullo y humildad el estandarte del voluntariado a cada espacio de participación, interno o externo. Reconoce que la fuerza incansable que impulsa el presente y futuro de TECHO es la voluntad reflejada en los jóvenes voluntarios.»²⁷

²⁶ «Equipo - Guatemala», TECHO Guatemala, acceso el 2 de febrero de 2024, https://drive.google.com/file/d/1DaNP17SN4yex5Ox-l8qk0xFociw_Pak5/view?usp=sharing

²⁷ *Ibid.*

Información general

Historia

La organización TECHO inicia su historia en Chile. Dentro de la página web de TECHO se menciona «En el año 1997, un grupo de jóvenes toma la decisión de formalizar... una Fundación. Cuando se toma la decisión de formalizar este proyecto en una Fundación, los Jesuitas de Chile apoyaron esta iniciativa desde el plano legal y financiero.»²⁸

La organización comenzó a trabajar por el sueño de superar la situación de pobreza en la que vivían millones de personas. El sentido de urgencia en los asentamientos los movilizó masivamente construir viviendas de emergencia en conjunto con las familias que vivían en condiciones inaceptables y volcar su energía en busca de soluciones concretas a las problemáticas que las comunidades afrontan cada día.

La creación de Techo Guatemala se da en el año 2008. «Hasta 2012 la organización se encontraba bajo el nombre de Un Techo Para Mi País.»²⁹ Bajo la misma convicción

Según lo recopilado en su página web el 2 de febrero de 2024, TECHO como organización presenta la siguiente información institucional:

Visión

«Una sociedad justa, igualitaria, integrada y sin pobreza en la que todas las personas puedan ejercer plenamente sus derechos y deberes, y tengan las oportunidades para desarrollar sus capacidades.»³²

de que la pobreza se puede erradicar si la sociedad en conjunto reconoce y actúa, dado que este es un problema prioritario.

Según la página web de TECHO, el 06 de febrero de 2024, este cambio se define bajo «un proceso de redefinición de la visión, misión y nuevos enfoques del trabajo en asentamientos, hasta un cambio de nombre e imagen. Por eso construimos viviendas de emergencia. Sin embargo, esto es solo una parte de un trabajo más integral donde participan jóvenes voluntarios/as y la comunidad del asentamiento.»³⁰

TECHO busca a través de la formación y acción conjunta de los pobladores, jóvenes voluntarios y actores de la sociedad trabajar activamente y con determinación para combatir la pobreza a través de procesos comunitarios; como capacitaciones, talleres y construcción de viviendas en los asentamientos populares e informales³¹.

Misión

«Trabajar con determinación en los asentamientos populares para superar la pobreza a través de la formación y acción conjunta de sus pobladores y pobladoras, jóvenes voluntarios y voluntarias, y otros actores.»³³

²⁸ «Sobre Techo», TECHO, acceso el 2 de febrero de 2024, <https://techo.org/sobre-techo/>

²⁹ «Preguntas frecuentes», TECHO Guatemala, acceso el 2 de febrero de 2024. <https://guatemala.techo.org/preguntas-frecuentes/>.

³⁰ «Sobre Techo», TECHO, acceso el 2 de febrero de 2024, <https://techo.org/sobre-techo/>

³¹ *Ibid.*

³² *Ibid.*

³³ *Ibid.*

Objetivos

Los propósitos bajo los que se moviliza la organización TECHO se definen como:

«Superar la situación de pobreza en que viven millones de personas en los asentamientos populares.

Formar jóvenes voluntarios y voluntarias a través del vínculo y el trabajo en conjunto con pobladores de asentamientos.»³⁴

Valores

Dentro de la información encontrada el 2 de febrero de 2024 en la página web de TECHO se encuentran:

«Solidaridad

Actuamos en búsqueda del bien común y contra las injusticias y desigualdades.

Convicción

Tenemos la certeza de que, a través de nuestro trabajo, vamos a mejorar la sociedad.

Diversidad

Enriquecemos nuestro propósito a través de la colaboración entre personas diferentes.

Optimismo

Somos creativos y proactivos en el desarrollo de soluciones con actitud propositiva.

Excelencia

Realizamos proyectos de calidad apuntando a una mejora permanente.»³⁵

Servicios

El 4 de febrero de 2024 en la página web oficial, TECHO Guatemala presenta los siguientes tres servicios:

«VIVIENDA DE EMERGENCIA

El principal enfoque de TECHO Guatemala consiste en facilitar el acceso de las familias a una residencia digna. La organización se propone abordar la carencia de viviendas, la cual surge a raíz de la pobreza o eventos naturales catastróficos que impactan a numerosas personas.

Las viviendas de respuesta inmediata son fabricadas previamente con materiales de madera, posibilitando su construcción en un lapso de tiempo reducido. Estas iniciativas son llevadas a cabo por las propias familias beneficiarias, en colaboración con un grupo de voluntarios.

AGUA Y SANEAMIENTO

La carencia de acceso a agua potable y servicios de saneamiento es una situación prevalente en Latinoamérica. En este contexto, TECHO Guatemala se dedica a desarrollar soluciones para servicios básicos que sean eficientes, sostenibles y de sencilla implementación.

Dentro de las acciones emprendidas por la organización, se destacan la implementación de sistemas de agua que comprenden la recolección de agua de lluvia y la instalación de torres de agua. Asimismo, se llevan a cabo iniciativas relacionadas con puntos de higiene, tales como la colocación de filtros de agua y la instalación de lavamanos, con el propósito de abordar de manera efectiva las necesidades básicas de la población.

³⁴ TECHO Guatemala, *Informe 2021*, 3, acceso el 04 de febrero de 2024, <https://guatemala.techo.org/wp-content/uploads/sites/14/2022/09/Informe-Laboral-2021-TECHO-Guatemala.pdf>

³⁵ *Ibid.*

INFRAESTRUCTURA COMUNITARIA

TECHO Guatemala se involucra en la ejecución de proyectos de infraestructura con el objetivo de elevar la calidad de vida en las comunidades, promoviendo el encuentro ciudadano y proporcionando espacios para el ocio.

Dentro de las acciones emprendidas por la organización, se incluye la implementación de infraestructura destinada a la movilidad, abarcando la construcción de escaleras, vías y caminos. Asimismo, se llevan a cabo iniciativas dirigidas a la recreación y la creación de espacios de reunión, como la construcción de parques infantiles, comedores y salones comunitarios.»

Cobertura

TECHO Guatemala cuenta con tres sedes dentro del país: Ciudad de Guatemala, Quetzaltenango y Alta Verapaz. Donde se coordinan las actividades a trabajar, siendo realizadas en diferentes comunidades y asentamientos populares. Dentro del enfoque que presenta TECHO, está desarrollar campañas en colegios, universidades y centros de estudios técnicos³⁶.

Beneficiarios

Según datos de la web oficial de TECHO Guatemala menciona la construcción de más de 5.300 viviendas de emergencia, teniendo un impacto de más de 27,825 personas con acceso a viviendas en mejores condiciones.

Fuentes de financiamiento

El financiamiento de la organización se realiza a través de distintos ingresos, dentro de los cuales se encuentran los socios individuales que aportan mensualmente, alianzas con empresas, cooperación internacional y con la realización de diferentes campañas y eventos de recaudación.³⁷

Tabla 1. Informe 2021 sobre los ingresos y su procedencia dentro de la organización TECHO Guatemala.

	INGRESOS 2021	%
Personas Jurídicas/Empresas	Q744.584,16	15,9
Particulares	Q2.193.802,09	46,7
Cooperación y Otras Organizaciones	Q1.116.164,97	23,8
Ingresos Internos	Q62.294,82	1,3
Donaciones en Especie	Q578.312,48	12,3
Total	Q4.695.158,52	100,0

Fuente: TECHO Guatemala 2021

³⁶ «Dónde estamos», TECHO, acceso el 04 de febrero de 2024 <https://techo.org/donde-estamos/>

³⁷ TECHO Guatemala, *Informe 2021*, 18, acceso el 04 de febrero de 2024, <https://guatemala.techo.org/wp-content/uploads/sites/14/2022/09/Informe-Laboral-2021-TECHO-Guatemala.pdf>

Antecedentes gráficos

Editoriales

En el año 2023 se desarrolla proyectos dentro del Ejercicio Profesional Supervisado por Estefani Ralón, estudiante de la Escuela de Diseño gráfico de la Universidad San Carlos de Guatemala; dentro de los proyectos se observa la realización de material editorial para presentar el informe anual de la organización.

En el año 2017 se desarrolla un Proyecto de Graduación por Jackelin Lisseth del Cid Culebro, estudiante de la Escuela de Diseño gráfico de la Universidad San Carlos de Guatemala; donde se desarrolla material editorial para presentar el informe anual de TECHO Guatemala³⁸.



Figuras 3 y 4. Proyecto EPS 2023 por Estefani Ralón para Techo Guatemala. Fuente: EPS-Diseño Gráfico, 2023. https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=714564314058395&id=100065144974449



Figuras 5 a la 7. Proyecto de Graduación 2023 por Jackelin Lisseth del Cid Culebro. Fuente: Techo, 2017. https://issuu.com/techo_guatemala/docs/anuario_techo2018_web

³⁸ «Anuario 2018 / TECHO - Guatemala», TECHO, acceso el 6 de febrero de 2024. https://issuu.com/techo_guatemala/docs/anuario_techo2018_web

En 2017 se genera un documento bajo el nombre de *Construyendo Historias* que bajo la definición de la organización «busca ser un espacio donde, a través del “arte y la literatura”, nuestros voluntarios son la voz de las comunidades donde estamos trabajando. Es un espacio para compartir #RealidadesProfundas, que nos llevan a la reflexión, conciencia social, y nos invitan a seguir accionando como ciudadanos»³⁹ Este proyecto no presenta ediciones posteriores, por lo que es un proyecto que puede ser retomado y generar en paralelo contenido que aporte a la narrativa en redes sociales.



Figura 11. Anuario 2017. Fuente: Techo, 2017. https://issuu.com/techo_guatemala/docs/anuario2017_techogua_finalweb2

De los archivos editoriales más recientes se encuentra el informe anual de 2020-2021⁴⁰. El cual presenta problemas de diagramación, así como poca información complementaria a comparación de años anteriores.

CONSTRUYENDO HISTORIAS
JULIO 2017



Figura 12. Memoria 2020-2021. Fuente: Elaboración propia sobre el informe anual de Techo en 2021, 2024. <https://guatemala.techo.org/wp-content/uploads/sites/14/2022/09/Informe-Laboral-2021-TECHO-Guatemala.pdf>

Figura 9 y 10. TECHO Guatemala Revista en línea construyendo historias. Fuente: Techo, 2017. https://issuu.com/techo_guatemala/docs/anuario_techo2018_web

³⁹ «Construyendo Historias - 1ra Edición.» TECHO Guatemala. acceso el 6 de febrero de 2024. https://issuu.com/techo_guatemala/docs/construyendo_historias_1_

⁴⁰ «Informe 2021», acceso el 04 de febrero de 2024, <https://guatemala.techo.org/wp-content/uploads/sites/14/2022/09/Informe-Laboral-2021-TECHO-Guatemala.pdf>

Identidad gráfica

En la plataforma Issuu actualmente se encuentra el Manual de Identidad visual de Techo. Documento para el uso de la marca para la creación de material diseñado por el departamento de diseño y comunicación. El archivo define el proceso de aceptación de piezas y línea gráfica acorde al *branding* manejado por la marca.⁴¹



Figura 13. Manual de Identidad Visual TECHO Guatemala con el manejo de la marca. Fuente: Techo, 2017. https://issuu.com/techo_guatemala/docs/manual_de_identidad_visual_techo_20.

Al estar en una reestructuración gráfica, el manual de marca se ha renovado. Existiendo un Manual de marca 2024 con los renovados parámetros para el uso correcto de la gráfica de TECHO. Y que se ha visto aplicada en elementos y publicaciones a partir de inicios del 2024.



Figura 14. Manual de Identidad Visual 2024 TECHO Guatemala. Fuente: Techo, 2024. https://drive.google.com/file/d/1E2vXY9EWFI-rK46_mPK8ph9P7_88GcUy/view

Dentro de la página web, el día 19 de febrero del 2021, se encuentra el archivo nombrado Memoria Anual TECHO internacional, 2022. El cual presenta una tipografía script en el título y un color rosa acompañando al característico celeste asociado a la marca.⁴² Este estilo se mantiene en todo el archivo.



Figura No. 15 y 16. Memoria Anual TECHO internacional. Fuente: Techo, 2022. https://drive.google.com/file/d/1m4dMLhpszox_c7164S-ma1OLD3QJ7F_U/view

⁴¹ «Manual de identidad gráfica», acceso el 6 de febrero de 2024. https://issuu.com/techo_guatemala/docs/manual_de_identidad_visual_techo_20.

⁴² «Memoria Anual TECHO internacional 2022», TECHO Internacional, acceso el 19 de febrero del 2024, https://drive.google.com/file/d/1m4dMLhpszox_c7164S-ma1OLD3QJ7F_U/view

Redes sociales

Dentro de las últimas publicaciones de redes sociales se ha perdido la línea gráfica, definida por el manual de marca. Mostrando un color rosado en letras y distintas publicaciones, color observado en el informe del año 2022 dentro de la página web. El contenido se muestra enfocado en informar de las nuevas actividades, mezclado con mostrar a base de fotografías los resultados, con un énfasis en los voluntarios y los pobladores de las distintas comunidades.



Figura 17. Perfil de redes sociales de TECHO Guatemala con las últimas publicaciones realizadas. Elaboración propia sobre la red social Instagram de TECHO, 2024. https://www.instagram.com/techo_gt/



Figura 18. Publicación de redes sociales de TECHO Guatemala. Elaboración propia sobre la red social Instagram de TECHO, 2024. https://www.instagram.com/techo_gt/

Grupo objetivo

Muestra del grupo objetivo

El grupo de interés se encuentra conformado por la juventud guatemalteca dado que, dentro de la filosofía que maneja TECHO, es el núcleo para construir una participación directa y vinculante que permita un cambio social duradero.⁴³

El último informe de Juventudes en Guatemala de CONJUVE y UNFPA en 2020. Este documento menciona que quienes tienen entre 13 y 30 años integran la población juvenil, habiendo sido censadas 14.9 millones de personas hasta el año 2018, un 35.6% de la población se encuentra entre esta población joven con una población de 5,303,749.⁴⁴

Esta información se complementa con datos del año 2018 de Techo. Dentro del marco del Día Internacional de los Voluntarios, TECHO Internacional realizó una encuesta al usuario voluntario. La encuesta se aplicó a una muestra de 851 personas que hacen o hicieron voluntariado con TECHO, en 18 países de América Latina, distribuida equitativamente entre hombres y mujeres⁴⁵. Entre los datos no se menciona la población total, el nivel de confianza y el margen de error de la encuesta realizada.

Características Geográficas

Resultados

- País: República de Guatemala
- Departamentos: Guatemala
- Municipios: Aledaños a la capital como Villa Nueva, Santa Catarina Pinula, San José Pinula, Mixco, Chinaultla, Villa Canales, Fraijanes...
- Áreas: Urbana y rural

organización debido a la sede central en la ciudad de Guatemala. Dentro del espacio geográfico se considerará el casco urbano alrededor de la sede, la cual se traduce a la ciudad de Guatemala y departamentos aledaños a esta con mayor movimiento urbano: Villa Nueva, Santa Catarina Pinula, San José Pinula, Mixco, Chinaultla, Villa Canales, Fraijanes...

Análisis e Interpretación

El grupo de interés se encuentra dentro del país Guatemala, específicamente del departamento de Guatemala, donde se precisa el mayor movimiento de la

CONJUVE menciona que «una quinta parte de la población joven del país (19.7%) se concentra en el departamento de Guatemala.»⁴⁶

⁴³ Juan Pablo Duhalde, «erradicación De La Pobreza: Una Ética -Urgente- Para La Justicia Social» Relaciones Institucionales E Impacto – Techo Internacional, Octubre Del 2021 Acceso El 25 De Marzo De 2024 <https://guatemala.techo.org/erradicacion-de-la-pobreza-una-etica-urgente-para-la-justicia-social/>

⁴⁴ Consejo Nacional de la Juventud (CONJUVE) & Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA), «Documento Analítico de Juventudes en Guatemala», 8. acceso el 20 de marzo de 2024, <https://guatemala.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/documento20analitico20final.pdf.pdf>

⁴⁵ «Día del Voluntariado (y lo que eso significa)», TECHO Internacional, acceso el 20 de marzo de 2024, <https://techo.org/dia-del-voluntariado-y-lo-que-eso-significa/>

⁴⁶ Consejo Nacional de la Juventud (CONJUVE) & Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA), «Documento Analítico de Juventudes en Guatemala», 8. acceso el 20 de marzo de 2024, <https://guatemala.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/documento20analitico20final.pdf.pdf>

Características Sociodemográficas

Resultados

- Edad promedio: 20
- Género: Femenino y masculino
- Nivel educativo: universidad incompleta
- Idioma: español
- Rol familiar: dependientes de algún encargado legal

Análisis e Interpretación

Dentro de los requisitos presentados en la página web de TECHO Guatemala, se menciona que la edad mínima para participar es de 16 años, firmando una carta de consentimiento de los padres o tutores legales, tomando como edad tope para el grupo juvenil un máximo de 30 años.⁴⁷

El grupo mayoritario, en la encuesta realizada por TECHO, es entre los 18 y 26 años con un 77% de la muestra.⁴⁸ Siendo indiferente el género de la persona dentro de la filosofía y el modelo de trabajo de la organización.

Según el último informe de Juventudes en Guatemala de CONJUVE y UNFPA en 2020 el grupo de edad de 16 a 30 años poseen un promedio de escolaridad entre 8 y 9 años.⁴⁹

Esto se traduce en jóvenes con un nivel escolar de secundaria incompleto, dentro de los cuales un 60% no se encuentra participando en el sistema educativo al momento de la encuesta.⁵⁰ En cifras de CONJUVE 2 de cada 10 jóvenes de 19 a 24 años se encuentran activos en el sistema educativo.

En el censo y según el informe de CONJUVE 2018 se menciona que el 70.1% de la población tienen como lengua materna el español, considerable al circunscrito del área geográfica previamente definida como casco urbano del departamento de Guatemala.

Se menciona de igual forma, como entre los 25 a 30 años se incrementa la probabilidad de ejercer la jefatura de hogar, siendo que el 67.3% experimentan esta situación. Entre los 16 a 24 años la población juvenil poseen un 30% de fungir bajo el papel de adulto dentro del eje familiar.⁵¹ Es decir, el papel que mantienen los posibles voluntarios en su mayoría es de hijos y dependiente de algún encargado legal.

Características Socioeconómicas

Resultados

- Nivel económico e ingresos:
Nivel D – Q2 000 a Q12,000
- Ocupación: estudiante trabajador
- Clase social: Nivel medio - bajo

Análisis e Interpretación

Según el informe de CONJUVE en 2018 los jóvenes entre 13 a 30 años un 75% se encuentra laboralmente activo en una condición de; jornaleros, en el caso de jóvenes entre 13 a 15 años; empleados privado en el grupo de 19 a 30 años con un

⁴⁷ «preguntas Frecuentes», TECHO, acceso el 25 de marzo de 2024, <https://techo.org/preguntas-frecuentes/>

⁴⁸ «Día del Voluntariado (y lo que eso significa)», TECHO Internacional, acceso el 20 de marzo de 2024, <https://techo.org/dia-del-voluntariado-y-lo-que-eso-significa/>

⁴⁹ Consejo Nacional de la Juventud (CONJUVE) & Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA), «Documento Analítico de Juventudes en Guatemala», 36-55. acceso el 20 de marzo de 2024, <https://guatemala.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/documento20analitico20final.pdf>

⁵⁰ *Ibíd.*

⁵¹ *Ibíd.*

estimado de más de 60%.⁵² Es relevante cómo cumplen un rol activo a nivel económico, sin embargo no reportan derechos y garantías laborales bajo lo que menciona la ley. Dentro de estos datos solamente 1 de cada 4 jóvenes recibe aguinaldo y bono 14, y únicamente el 2.2% el bono vacacional.⁵³ Esto lleva a concluir

que el sector económico en el cual se moviliza la población es inestable y con limitaciones, bajo lo cual se considerará un nivel socioeconómico de nivel D y D-.⁵⁴ En palabras del reportaje de opinión de Guillermo Díaz «La clase media percibía ingresos entre Q2 000 y menos de Q12 000 mensuales.»⁵⁵

Características Psicográficas

Resultados

- Pasatiempos: ver redes sociales, series y tendencias.
- Valores: Fraternidad, compromiso y convicción.
- Prioridades: Familia y amigos.
- Motivaciones: crecer y tener experiencias, ver resultados rápidos.

Análisis e Interpretación

Dentro de la entrevista realizada a un ex-voluntario el día 01 de abril se menciona que era un grupo variado. Resaltaba la cantidad de actividades extracurriculares que realizaban las personas, dado que siempre tenían algo que contar o hacer. Las define como «personas exploradoras que salen del molde, muy inquietos y siempre proactivos. Les gusta apoyar a otros en lo que pueden y ver el resultado. El grupo te hacía sentir parte de esto.»

TECHO menciona un dato relevante dentro de las motivaciones de la población de voluntarios a la que aspiran lo cual definen bajo el dato de que «8 de cada 10 iniciaron actividades de voluntariado para participar en un proyecto social y casi un número similar (76%) para

reflexionar sobre la realidad política y social del país donde vive.»⁵⁶ Es decir, es un grupo con una consciencia social, que si bien se encuentra en contacto con estas realidades diversas y complejas no convive con ellas diariamente.

Algo que resalta el ex-voluntario de TECHO, en la entrevista, es una experiencia compartida: «Nos daban 1 camisa por cada viaje. A los patojos les gustaba coleccionarlas, cobraban Q25 por ella y porque contrataban a un diseñador. Y les hacía un diseño especial para cada región.» Bajo esta premisa se puede considerar que la cultura visual y el nivel de lectura son un factor importante para el grupo objetivo.

Sin embargo, el último informe de Juventudes en Guatemala de CONJUVE y UNFPA en 2020 indican datos significativos sobre la participación ciudadana: solamente tres de cada cien jóvenes entre 16 y 18 años se encuentran participando en organizaciones sociales. Otra de las cifras que presenta el Informe corresponde a cuatro de cada cien jóvenes entre 19 y 24 años. Estas cifras contrastan con la cultura asociada a la generación

⁵² *Ibid.*

⁵³ *Ibid.*

⁵⁴ Javier Hernández, «Ingresos por nivel socioeconómico en Guatemala» acceso el 27 de marzo de 2024, <https://seonline.marketing/blog/ingresos-nivel-socioeconomico-guatemala/#:~:text=En%20Guatemala%2C%20se%20suelen%20utilizar,el%20D-%20al%2012.1%25>.

⁵⁵ Guillermo Díaz, «La pirámide social guatemalteca» acceso el 27 de marzo de 2024, <https://www.plazapublica.com.gt/content/la-piramide-social-guatemalteca>

⁵⁶ «Día del Voluntariado (y lo que eso significa)», TECHO Internacional, acceso el 20 de marzo de 2024, <https://techo.org/dia-del-voluntariado-y-lo-que-eso-significa/>

de jóvenes centennials, de los cuales se menciona una mayor conciencia social como una característica dominante. En palabras de Fontana y Velásquez en el Informe final de la Investigación Los Centennials nos miran «Las empresas perciben que los Centennials tienen una

gran conciencia social. Se les ve como muy comprometidos con los problemas y los desafíos que enfrenta la sociedad en su conjunto.»⁵⁷ Una de las características que resalta Fontana y Velásquez es que «se encuentran aún en desarrollo psicológico y social»⁵⁸

Relación entre el grupo objetivo y la institución

Resultados

- Frecuencia de visita presencial: baja
- Frecuencia de visita virtual: baja, en cuanto a redes sociales
- Retención: alta

Dentro de los datos del informe, Techo, determina que los voluntarios permanentes mantienen «un promedio de 13 horas de dedicación semanal a las actividades de voluntariado.»⁵⁹

Análisis e Interpretación

La comunicación dentro de la organización es manejada en un formato parecido en distintos países según la comparativa realizada a la entrevista realizada al ex voluntario en día 01 de abril y el informe de Sofía Gutiérrez, Lucía Gutiérrez y Ángela García bajo el nombre de Análisis Y Propuesta De Mejora Sobre La Imagen De La Organización Sin Fines De Lucro Techo Perú De Acuerdo Con La Percepción Que Tienen Sus Diferentes Públicos que formula como para los voluntarios permanentes «La comunicación es constante y se da siempre al menos una vez a la semana en las reuniones de equipo.»⁶⁰

En contraste la comunicación llega a ser esporádica y unilateral para las personas que no se encuentran del todo integradas a estos grupos, ya que la comunicación es formal vía correo electrónico y medios oficiales.

Los voluntarios permanentes tienen un mejor relacionamiento con TECHO (directores, pasantes y otros voluntarios) lo cual se debe a que hay una mayor convivencia y participación en las actividades. Asimismo, la comunicación es mejor ya que tienen distintos canales para distintos objetivos de comunicación (WhatsApp para mensajes rápidos y directos, correo electrónico para comunicaciones más extensas y formales, y grupo de Facebook para comunicaciones más informales, pero igual de importantes)⁶¹.

Los resultados de la encuesta a 130 voluntarios permanentes presentada por Sofía Gutiérrez, Lucía Gutiérrez y Ángela García demuestran una preferencia por la comunicación por medio de Facebook, con un porcentaje de satisfacción del 77%.

⁵⁷ Alejandro Fontana y Antonio Velásquez-Fernández, «Informe final de la Investigación LOS CENTENNIALS NOS MIRAN», Escuela de Dirección de la Universidad de Piura, marzo de 2023, acceso el 13 de febrero de 2024, <https://innovan.do/wp-content/uploads/2023/06/Informe-final-de-la-Investigacion-los-Centennials-nos-miran.pdf>

⁵⁸ *Ibid.*

⁵⁹ «Día del Voluntariado (y lo que eso significa)», TECHO Internacional, acceso el 20 de marzo de 2024, <https://techo.org/dia-del-voluntariado-y-lo-que-eso-significa/>

⁶⁰ Sofía Gutiérrez, Lucía Gutiérrez y Ángela García «Análisis Y Propuesta De Mejora Sobre La Imagen De La Organización Sin Fines De Lucro Techo Perú De Acuerdo Con La Percepción Que Tienen Sus Diferentes Públicos», 94, Pontificia Universidad Católica Del Perú, marzo del 2018, acceso el 22 de marzo de 2024, https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/12378/GREY_GREY_GARCÍA_ANALISIS_Y_PROPUESTA_DE_MEJORA_SOBRE_LA_IMAGEN_DE_LA_ORGANIZACION.pdf?sequence=1&isAllowed=y

⁶¹ *Ibid.*

Mapa de empatía

¿Qué siente y piensa?

- Ambición por crear un impacto positivo en el mundo.
- Preocupación por el futuro, incluyendo cuestiones ambientales y sociales.
- Deseo de autenticidad y expresión personal.
- Curiosidad constante y adaptación natural a la tecnología.
- Necesidad de seguridad y estructura en un mundo cambiante.
- Preocupados por cuestiones concretas como el cambio climático o los derechos de los animales

¿Qué oye?

- Voces de líderes de opinión, activistas y personas influyentes en línea.
- Mensajes de empoderamiento, ideas progresistas y llamados a la acción.
- Marcas que promueven la responsabilidad social, la sostenibilidad y la seguridad.
- Se informa a partir de redes sociales y contenido sensacionalista.

¿Qué ve?

- *Influencers* y famosos, caricaturas y memes.
- Plataformas de redes sociales.
- Cambios tecnológicos rápidos y constante evolución digital.
- Contenido diverso y acceso a dispositivos electrónicos desde temprana edad.
- *Trends* y una cultura globalizada, poca identidad nacional.

¿Qué dice y hace?

- Utilizan las redes sociales para expresar opiniones.
- Prefieren la comunicación digital rápida y efectiva.
- Interactúan con respeto y flexibilidad.
- Aprenden a través del juego, la experimentación y el contenido en línea.
- Habla con términos de internet y anglicismos

Esfuerzos

- Participan en actividades de activismo y empoderamiento en línea y fuera de línea.
- Desarrollan habilidades tecnológicas desde temprana edad.
- Viven al momento.
- Toman como verdadero lo que consumen en redes sociales.
- se piensan como parte de una comunidad global.

Resultados

- Contribuyen a un mundo más consciente social y ambientalmente.
- Impactan en la innovación tecnológica, la transformación digital y la educación en línea.
- Estimulan cambios en las estrategias de marketing, la responsabilidad corporativa y la creación de contenido.
- Influencian la compra de padres millenials, tienen el estilo más alto registrado al momento.



Figura 19. Fotografía de voluntarios de TECHO Guatemala. Fuente: María Libertad Garrido Gómez. <http://www.repositorio.usac.edu.gt/9690/1/MARÍA%20LIBERTAD%20GARRIDO%20GÓMEZ.pdf>

Lucía Gonzáles

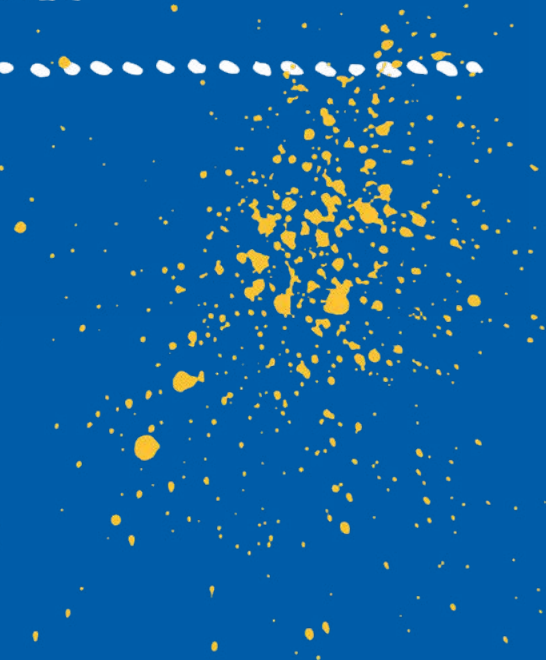
Lucía es una joven guatemalteca de 18 años que vive en Villa Canales junto a su madre, una hermana y dos tíos, en una casita que su madre y tíos han pagado a base de hipoteca y trabajo diario. Lucía trabaja a medio tiempo en el comercio familiar, mientras asiste a su último año de diversificado en una institución pública.

Prefiere estar con amigos en su tiempo libre, así como ver redes sociales o ver series en internet.

La motiva pensar en que los cambios sociales son importantes y actúa conforme los valores que le inculcaron en su hogar. Por otro lado, le parece frustrante que las personas no actúen bajo valores parecidos. Lloro de frustración en momentos de estrés y no sabe regular sus emociones al enojarse.

"APORTO Y CONSTRUYÓ UNA MEJOR REALIDAD"

- 18 años.
- Estudiante de diversificado.
- Trabaja a medio tiempo.
- Se moviliza en transporte público.
- Respetuosa y proactiva.
- Curiosa.
- Tiene un teléfono de gama media. Sabe sacarle ventaja a la tecnología.
- Acostumbrada a contar con internet.
- Tiene cierta dependencia al teléfono.



Capítulo 3: *PLANEACIÓN OPERATIVA*

Se presentan las herramientas de planificación desarrolladas para el óptimo desarrollo del proceso gráfico del proyecto.

Contenido de capítulo:

- Previsión de insumos y costos
- Flujograma del proceso creativo
- Cronograma de trabajo del proceso creativo

Previsión de Insumos y Costos

Listado de Insumos

Tabla 2. Insumos previstos para el desarrollo del proyecto Diseño editorial de revista digital para promover la participación juvenil en TECHO Guatemala en favor del desarrollo social en comunidades

Rubro	Subcategoría	Descriptor
Inmobiliario	Habitación	Habitación propia
Mobiliario	Escritorio	Escritorio Rolanstar industrial
		Escritorio con repisa
	Silla	Silla XCGame
	Lámpara	Lámpara con brazo
	<i>Mousepad</i>	Primus Arena <i>Mousepad</i> Gaming Talla XL
Equipo	Brazo	Soporte Dual monitor mount KPM 310
	Monitores	Monitor LCD AsusTek
		Monitor Gaming Samsung Odyssey G4, 27"
	CPU	Tarjeta madre Gigabyte Gaming X Z490
		GPU NVidia GeForce RTX 2060
		Procesador Intel core i7
		Memoria RAM HyperX 16 GB
		Disco SSD 500 GB KINGSTON SA400S37480G
	Disco Externo	Disco duro 1TB ST1000DM010-2EP102
		Western Digital My Passport Disco duro Externo 2TB
	Audífonos	Redragon Lamia2
	<i>Mouse</i>	Razer Deathadder Chroma RZ01-0121
	Teclado	Dell KB216t
	Cámara web	Logitech Cámara Web Brio 305 1080p
	Impresora	Canon MP250
Tableta gráfica	Wacom Intuos Pen small	
Teléfono	Galaxy A32	
Softwares	Sistema operativo	Microsoft Windows 10 pro
	Google Suite	Meet
		Google docs
		Google forms
		Gmail
	Adobe Creative Cloud	Illustrator
		Indesign
		Photoshop
		Acrobat
	Clip Studio	Clip Studio Paint EX

3.1 PREVISIÓN DE INSUMOS Y COSTOS

38

Rubro	Subcategoría	Descriptor
Librería	Material de escritura y organización	Sketchbook
		Libreta de anotaciones
		Lapiceros
		Resaltadores
		Hojas papel bond carta
	Post-it	
	Material de arte y diseño	Crayones Prismacolor
		Portaminas Studio
		Set 12 lápices Faber Castell
		Marcadores Copic
		Set 3 Rapidógrafo Staedtler
	Suministros de oficina	Cartucho de tinta Pixma Color
		Cartucho de tinta Pixma Negro
		Tijeras
		Cúter
Regla de metal		
Tiempos	Lunes	3
	Miércoles	9
	Viernes	3
	Sábado	5
	Semanal	20
Recursos Humanos	Ejecutora del proyecto	Laura Aldana
	Asesor metodológico	Anggely Enríquez Cabrera
	Asesor gráfico	María Gutiérrez
	Asesor profesional	Jennifer Kress
	Equipo TECHO Guatemala	Saúl De la Cruz
		Samalia Guzmán
Andrea Fernández		

Fuente: Elaboración propia en base al inventario e insumos a utilizar en la producción del proyecto, 2024.

Cálculo de Costos

Se presenta al inicio de cada rubro las fórmulas y datos utilizados para definir los costos de las actividades definidas a realizar para la producción gráfica del Proyecto de Graduación. Los datos fueron consultados en el mes de febrero a mayo del año 2024.⁶²

⁶² Luis Gustavo Jurado Duarte. «Depreciación Financiera y Depreciación Contable Fiscal» (Clase magistral; Universidad de San Carlos de Guatemala, 10 de marzo de 2020).

3.1 PREVISIÓN DE INSUMOS Y COSTOS

$$\text{Valor de la inversión} \times \text{tasa de depreciación} = \text{depreciación anual}$$

$$\frac{\text{Valor anual de la inversión} - \text{depreciación anual}}{\text{Meses} \times \text{días del mes} \times \text{horas del día}} = \text{Depreciación por hora}$$

(12 x 30 x 24)

Tabla 3. Gastos previstos con depreciación anual y costo por hora para el desarrollo del proyecto Diseño editorial de revista digital para promover la participación juvenil en TECHO Guatemala en favor del desarrollo social en comunidades - Planeación operativa.

Rubro	Subcategoría	Año de la compra	Valor de inversión	Tasa de depreciación por año	Año	Valor anual después de la depreciación (Tasa de depreciación por año*valor anual)	Costo por hora (Costo actual anual/24*30)	Costo por hora de Rubro
Depreciación de Inmobiliario	Habitación propia	1999	Q300.000,00	5,00%	1999	Q285.000,00		Q9,15
					2000	Q270.750,00		
					2001	Q257.212,50		
					2002	Q244.351,88		
					2003	Q232.134,28		
					2004	Q220.527,57		
					2005	Q209.501,19		
					2006	Q199.026,13		
					2007	Q189.074,82		
					2008	Q179.621,08		
					2009	Q170.640,03		
					2010	Q162.108,03		
					2011	Q154.002,62		
					2012	Q146.302,49		
					2013	Q138.987,37		
					2014	Q132.038,00		
					2015	Q125.436,10		
					2016	Q119.164,30		
					2017	Q113.206,08		
					2018	Q107.545,78		
					2019	Q102.168,49		
					2020	Q97.060,06		
					2021	Q92.207,06		
					2022	Q87.596,71		
2023	Q83.216,87							
2024	Q79.056,03	Q9,15						

3.1 PREVISIÓN DE INSUMOS Y COSTOS

Rubro	Subcategoría	Año de la compra	Valor de inversión	Tasa de depreciación por año	Año	Valor anual después de la depreciación (Tasa de depreciación por año*valor anual)	Costo por hora (Costo actual anual/24*30)	Costo por hora de Rubro
Depreciación de Mobiliario	Escritorio Rolanstar industrial Comprobante de pago generado por Gran Bazar Matta en el mes de enero del 2024	2024	Q1.500,00	20,00%	2024	Q1.200,00	Q0,14	Q0,31
	Escritorio con repisa Comprobante de pago generado por Market Innovador en el mes de marzo del 2024	2024	Q540,00	20,00%	2024	Q432,00	Q0,05	
	Silla XCGame Comprobante de pago generado por Kanguro GT en el mes de mayo del 2023	2023	Q1.375,00	20,00%	2023	Q1.100,00		
					2024	Q880,00	Q0,10	
	Lámpara de Escritorio Móvil Página web de Cemaco	2019	Q235,00	20,00%	2019	Q188,00		
	2020				Q150,40			
	2021				Q120,32			
2022	Q96,26							
2023	Q77,00							
	2024	Q61,60	Q0,01					
Mousepad Primus Arena Gaming Talla XL Registro de pedido realizado en la web Kemik en mayo del 2024	2024	Q114,00	20,00%	2024	Q91,20	Q0,01		

3.1 PREVISIÓN DE INSUMOS Y COSTOS

Rubro	Subcategoría	Año de la compra	Valor de inversión	Tasa de depreciación por año	Año	Valor anual después de la depreciación (Tasa de depreciación por año*valor anual)	Costo por hora (Costo actual anual/24*30)	Costo por hora de Rubro
Depreciación de equipo de cómputo	Soporte Dual monitor mount KPM 310 Registro de pedido realizado en la web Kemik en mayo del 2024	2024	Q348,00	20,00%	2024	Q278,40	Q0,03	Q0,90
	Monitor LCD AsusTek Comprobante de pago generado por GameTech en el mes de enero del 2019	2022	Q1.300,00	33,00%	2022	Q871,00		
					2023	Q583,57		
					2024	Q390,99	Q0,05	
	Samsung, Monitor Gaming Odyssey G4, 27" Comprobante de pago generado por Macrosistema en 2024	2024	Q2.683,00	33,00%	2024	Q1.797,61	Q0,21	
	CPU Comprobante de pago generado por GameTech con componentes a pedido en 2022	2022	Q16.500,00	33,00%	2022	Q11.055,00		
					2023	Q7.406,85		
					2024	Q4.962,59	Q0,57	
	Audifonos Redragon Lamia2 Registro de pedido realizado en la web de Intelaf en 2023	2023	Q300,00	33,00%	2023	Q201,00		
					2024	Q134,67	Q0,02	

3.1 PREVISIÓN DE INSUMOS Y COSTOS

42

Rubro	Subcategoría	Año de la compra	Valor de inversión	Tasa de depreciación por año	Año	Valor anual después de la depreciación (Tasa de depreciación por año*valor anual)	Costo por hora (Costo actual anual/24*30)	Costo por hora de Rubro
Depreciación de equipo de cómputo	Mouse Razer Deathadder Chroma RZ01-0121 Registro de pedido realizado en la web Intelaf en 2022	2021	Q615,00	33,00%	2021	Q412,05		Q0,90
					2022	Q276,07		
					2023	Q184,97		
					2024	Q123,93	Q0,01	
	Teclado Dell KB216t Registro de pedido realizado en la web Intelaf en 2022	2022	Q104,00	33,00%	2022	Q69,68		
					2023	Q46,69		
					2024	Q31,28	Q0,00	
Depreciación de equipo complementario	Cámara Web Logitech Brio 305 1080p Registro de pedido realizado en la web Kemik en mayo	2024	Q456,76	33,00%	2024	Q306,03	Q0,43	Q0,17
					Impresora Canon MP250	2018	Q700,00	
	2019	Q314,23						
	2020	Q210,53						
	2021	Q141,06						
	2022	Q94,51						
	2023	Q63,32						
	2024	Q42,42	Q0,06					
	Tableta Wacom Intuos pen small	2014	Q599,00	33,00%	2014	Q401,33		
					2015	Q268,89		
					2016	Q180,16		
					2017	Q120,71		
					2018	Q80,87		
2019					Q54,18			
2020					Q36,30			
2021					Q24,32			
2022	Q16,30							
2023	Q10,92							
2024	Q7,32	Q0,01						

3.1 PREVISIÓN DE INSUMOS Y COSTOS

Rubro	Subcategoría	Año de la compra	Valor de inversión	Tasa de depreciación por año	Año	Valor anual después de la depreciación (Tasa de depreciación por año*valor anual)	Costo por hora (Costo actual/24*30)	Costo por hora de Rubro
Depreciación de equipo complementario	Disco duro Externo 2TB	2024	Q756,00	33,00%	2024	Q506,52	Q0,70	Q0,07
	Registro de pedido realizado en la web Kemik en abril							
	Teléfono Galaxy A32	2022	Q1.900,00	33,00%	2022	Q1.273,00		
		Factura del pago generado a Tigo Guatemala, el cual fue el lugar donde se adquirió bajo plan de contrato			2023	Q852,91		
		2024	Q571,45	Q0,07				
Depreciación de Transporte	Honda Civic 1997	1997	Q35.000,00	20,00%	2012	Q28.000,00		Q0,22
					2013	Q22.400,00		
					2014	Q17.920,00		
					2015	Q14.336,00		
					2016	Q11.468,80		
					2017	Q9.175,04		
					2018	Q7.340,03		
					2019	Q5.872,03		
					2020	Q4.697,62		
					2021	Q3.758,10		
					2022	Q3.006,48		
					2023	Q2.405,18		
	2024	Q1.924,15	Q2,67					

Fuente: Elaboración propia en base al inventario e insumos a utilizar en la producción del proyecto, 2024.

$$\frac{\text{Promedio de los últimos tres meses de pago}}{\text{Días del mes x horas del día (30 x 24)}} = \text{Costo por hora}$$

3.1 PREVISIÓN DE INSUMOS Y COSTOS

Tabla 4. Gastos previstos con tiempos fijos con costo por hora para el desarrollo del proyecto Diseño editorial de revista digital para promover la participación juvenil en TECHO Guatemala en favor del desarrollo social en comunidades - Planeación operativa.

Rubro	Sub-categoría	Fuente/origen	Tiempo	Costo	Costo promedio mensual	Costo por hora (Costo mensual/24*30)	Costo por hora de Rubro
Servicios	Energía eléctrica	Tarifa establecida por EGGSA bajo una tasa de tarifa de Baja tensión simple social y un promedio de 244 kWh mensuales	febrero	Q447,98	Q468,26	Q0,65	Q0,65
			marzo	Q480,81			
			abril	Q476,00			
	Internet	Tarifa establecida por Claro bajo contrato anual con una velocidad de 50 MB	mensual	Q310,00	Q310,00	Q0,43	
	Agua	Comprobante de pago generado por Compañía de Agua Catalina, con un canon mensual de Q173.	febrero	Q187,00	Q189,67	Q0,26	
marzo			Q176,00				
abril			Q206,00				
Datos móviles	Saldo telefónico	Tarifa establecida en la aplicación "Tigo en Línea" por 24 horas con goce de 400 MB, Whatsapp y Facebook incluidos	día	Q6,00		Q0,25	Q0,25
Membresía de Software	Adobe Creative Cloud Membresía estudiantil	Tarifa establecida en el plan de estudiantes. Fuente: https://www.adobe.com/co/creativecloud/plans.html	anual	Q467,30	Q38,94	Q0,05	Q0,23
	Clip Studio Paint EX	Tarifa establecida en la página web de Clip Studio Paint https://www.clipstudio.net/es/purchase/	anual	Q597,24	Q49,77	Q0,07	
	Spotify	Tarifa establecida en la página web oficial de Spotify https://www.spotify.com/gt/family/	mensual	Q77,52	Q77,52	Q0,11	
Transporte	Gasolina	Tarifa establecida por Gasolineras UNO con un costo por galón de gasolina súper: Q35,57 y llenando el tanque de gasolina con un promedio de 9.9 galones de gasolina (entre febrero a abril de 2024)	febrero	337	Q345,33	Q0,48	Q0,48
marzo			350				
abril			349				

Fuente: Elaboración propia en base al inventario e insumos a utilizar en la producción del proyecto, 2024.

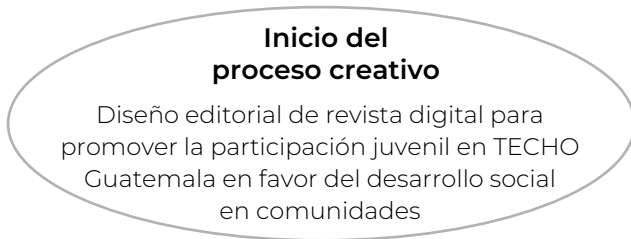
3.1 PREVISIÓN DE INSUMOS Y COSTOS

Tabla 5. Precios unitarios de material de librería para el desarrollo del proyecto Diseño editorial de revista digital para promover la participación juvenil en TECHO Guatemala en favor del desarrollo social en comunidades - Planeación operativa.

Rubro	Subcategoría	Fuente/origen	Costo unitario	Costo de rubro
Material de escritura y organización	Sketchbook		Q24,00	Q68,75
	Libreta de anotaciones	Dato de la compra realizada en Dollarcity en 2023	Q28,00	
	Lapiceros		Q 2,00	
	Resaltadores	Dato de la compra realizada en Librería Piedrasanta 2024	Q6,25	
	Post-it		Q8,50	
Material de arte y diseño	Crayones Prismacolor	Datos obtenidos de la compra realizada en Librería Progreso	Q360,00	Q360,00
	Portaminas Studio	Dato de la compra realizada en Piedrasanta 2024	Q12,00	
	Set 12 lápices Faber Castell	Dato de la compra realizada en Librería Platino 2022	Q95,00	
	Set 3 rapidografos Staedtler	Dato de la compra realizada en Piedrasanta 2022	Q410,00	
Suministros de oficina	Cartucho de tinta Pixma Color	Adquiridos en Office Depot 2023	Q399,00	Q399,00
	Cartucho de tinta Pixma Negro		Q199,00	
	Tijeras	Adquirido en Librería Piedrasanta	Q40,00	
	Cuchilla grande	Dato de la compra realizada en Piedrasanta 2024	Q14,00	
	Regla de metal	Dato de la compra realizada en Dollarcity 2021	Q24,00	
Total			Q1.621,75	

Fuente: Elaboración propia en base al inventario e insumos a utilizar en la producción del proyecto.

Flujograma del Proceso Creativo



01 Sesión inicial del proceso creativo

Logística

- Plan de acción.
- Recopilación del *brief* de TECHO Guatemala.
- Recopilación de información para la gestión del proyecto (unidad de graduación).
- Definir el programa para la reunión con El Departamento de Coordinación de Voluntariado y equipo de TECHO Guatemala.
 - Crear presentación para exponer los resultados: cronogramas de trabajo y metodología.
 - Agendar reunión con la institución.

Ejecución

- Reunión con Coordinación de voluntariado y equipo de TECHO Guatemala.
 - Coordinar acuerdos sobre el proceso e implementación del proyecto.

Cierre

- Minuta de la reunión y conclusiones.
- Firma de acuerdos.
- Envío de información a unidad de graduación.

Insumos Equipo, mobiliario, *Softwares*, material de escritura y organización

Tiempo

- » **Plan de acción:** 2 horas
- » **Recopilación del *brief*:** 15 horas
- » **Recopilación de la gestión:** 6 horas
- » **Crear presentación:** 8 horas
- » **Reunión:** 2 horas
- » **Minuta y conclusiones:** 1 hora
- » **Envío de información:** 2 horas

Costos

Equipo de cómputo Q 23,46
 Mobiliario Q 10,54
Softwares Q 7,82
 Servicios Q 22,10
 Teléfono Q 5,78

Total

Horas: 34 horas
 Días hábiles: una semana y dos días
 Costos: Q72,08

02 Definición Creativa

Logística

- Plan de acción.
- Definición de técnica creativa y estrategia creativa.

Implementación

- Análisis de datos del *Brief*, conexión de conceptos.
- Aplicación de técnica creativa para el desarrollo de *insights*

Cierre

- Selección de *insights* y delimitación.
- Correcciones de redacción.
- Envío de propuestas y avances a la organización

Insumos Equipo, mobiliario, *Softwares*, material de escritura y organización

Tiempo

- » **Plan de acción:** 2 horas
- » **Definición de técnica creativa:** 2 horas
- » **Análisis de datos:** 6 horas
- » **Aplicación de técnica:** 6 horas
- » **Correcciones:** 3 horas

Costos

Equipo de cómputo Q 13,11
 Mobiliario Q 5,89
Softwares Q 4,37
 Servicios Q 12,35
 Teléfono Q 3,23

Total

Horas: 19 horas
 Días hábiles: 1 semana
 Costos: Q40,28



02.1 Validación de la Definición Creativa

Logística

- Creación de instrumento de validación.
 - » matriz de evaluación.
- Gestionar reunión.

Implementación

Reunión con el Departamento de Coordinación de Voluntariado y Equipo de TECHO Guatemala. Validación y retroalimentación de la definición creativa.

Cierre

- Minuta de la reunión y conclusiones 2.
- Modificaciones y consideraciones.

Insumos Equipo, mobiliario, *Softwares*, material de escritura y organización, teléfono

Tiempo » **Creación de herramienta:** 2 horas
 » **Reunión:** 2 horas
 » **Minuta:** 1 hora
 » **Modificaciones:** 2 horas

Costos Equipo de cómputo Q 13,11
 Mobiliario Q 5,89
Softwares Q 4,37
 Servicios Q 12,35
 Teléfono Q 1,19

Total Horas: 7 horas
 Días hábiles: dos días
 Costos: Q13,65

¿Los resultados de la validación aprueba la fase?

No

Sí

03 Proceso de Conceptualización

Logística

- Investigación de antecedentes en diseño:
 - » proyectos de referencia
 - » Referentes visuales
 - » Definición de premisas de diseño

Implementación

- Definición de premisas de diseño:
 - » gráfica
 - » colores
 - » ilustración
 - » maquetación
 - » Tono de voz
 - » personalidad

Cierre

- Envío de propuestas y avances a la organización

Insumos Equipo, mobiliario, *Softwares*, material de escritura y organización

Tiempo » **Investigación:** 15 horas
 » **Definición de premisas:** 8 horas
 » **Envío de propuestas:** 1 hora

Costos Equipo de cómputo Q 16,56
 Mobiliario Q 7,44
Softwares Q 5,52
 Servicios Q 15,60
 telefono Q 1,68
 equipo complementario Q 4,08

Total Horas: 24 horas
 Días hábiles: 1 semana 1 día
 Costos: Q50,88

03.1 Validación de la Conceptualización

03.1 Validación de la Conceptualización

Logística

- Creación de instrumento de validación.
 - » matriz de evaluación.
- Gestionar reunión.

Implementación

- Reunión con el Departamento de Coordinación de Voluntariado y Equipo de TECHO Guatemala.
- Validación y retroalimentación de las premisas de diseño.

Cierre

- Minuta de la reunión y conclusiones 3.
- Modificaciones y consideraciones.

Insumos Equipo, mobiliario, *Softwares*, material de escritura y organización

Tiempo » **Herramienta de validación:** 2 horas
 » **Reunión:** 1 hora
 » **Minuta:** 1 hora
 » **Modificaciones:** 3 horas

Costos Equipo de cómputo Q 4,83
 Mobiliario Q 2,17
Softwares Q 1,61
 Servicios Q 4,55
 telefono Q 0,49

Total Horas: 7 horas
 Días hábiles: una semana y dos días
 Costos: Q13,65

¿Los resultados de la validación aprueba la fase?

No

Sí

04.1 Previsualización: *Brief* y Estrategia

Logística

- Plan general y estrategia del proceso de producción gráfica

Implementación

- Definición de *Brief* creativo
 - » piezas de diseño
 - » secciones principales
 - » Ruta de usuario

Cierre

- Redacción de descripción del trabajo y conclusiones.
- Envío de avances a la organización.

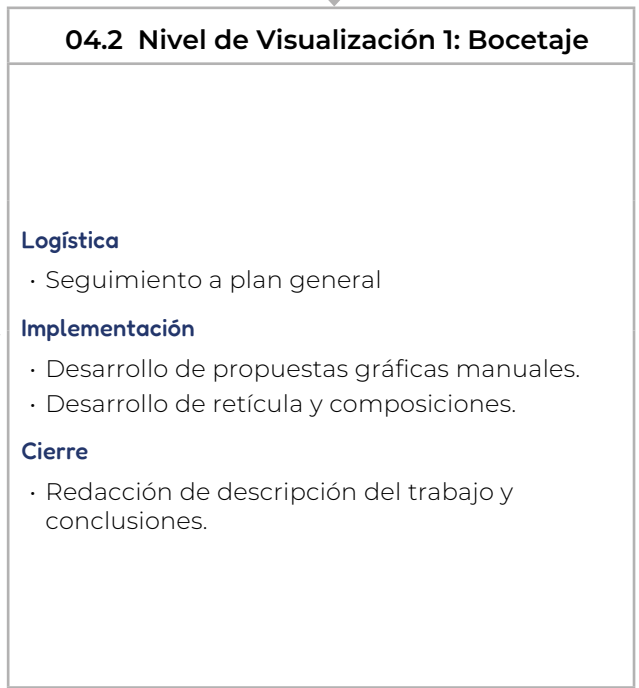
Insumos Equipo, mobiliario, *Softwares*, material de escritura y organización, equipo complementario

Tiempo » **Plan general y estrategia:** 6 horas
 » **Definición *brief* creativo:** 19 horas
 » **Envío de avances:** 1 hora

Costos Equipo de cómputo Q 18,63
 Mobiliario Q 8,37
Softwares Q 6,21
 Servicios Q 17,55
 telefono Q 1,89
 equipo complementario Q 4,59

Total Horas: 27 horas
 Días hábiles: 1 semana 2 días
 Costos: Q57,24

04.2 Nivel de Visualización I: Bocetaje

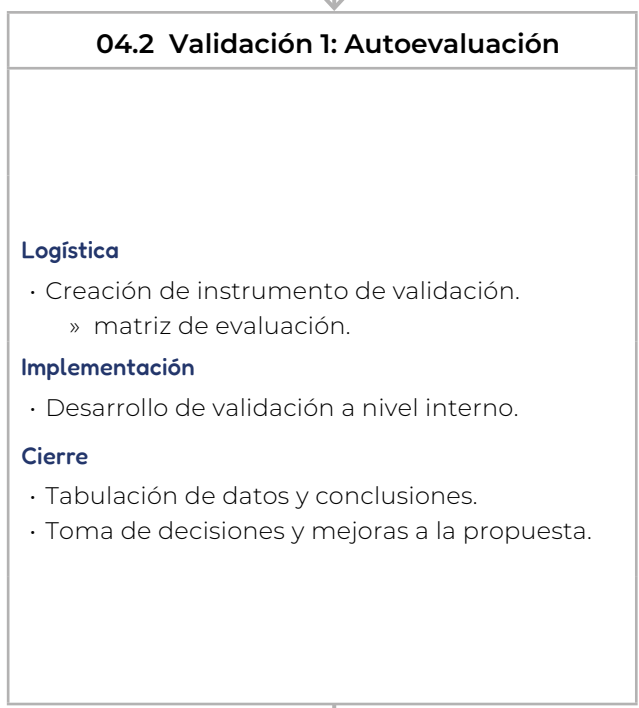


Insumos Equipo, mobiliario, *Softwares*, material de escritura y organización, material de diseño y dibujo

Tiempo » **Desarrollo de propuestas:**20
 » **Desarrollo de retícula:**15
 » **Redacción y conclusiones:** 1

Costos Equipo de cómputo Q 24,84
 Mobiliario Q 11,16
Softwares Q 8,28
 Servicios Q 23,40
 telefono Q 2,52
 equipo complementario Q 6,12

Total Horas: 36 horas
 Días hábiles: dos semanas
 Costos: Q 76,32

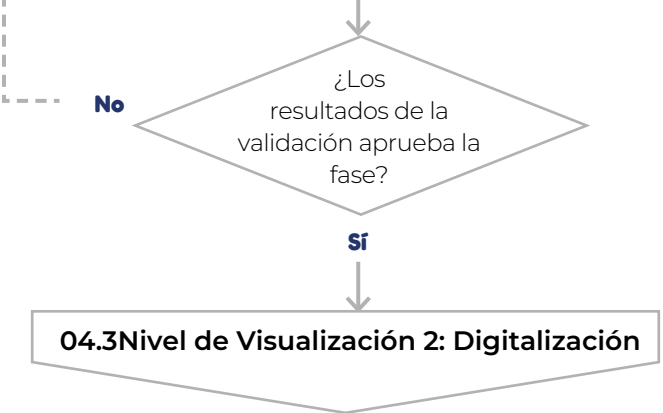


Insumos Equipo, mobiliario, *Softwares*, material de escritura y organización

Tiempo » **Creación de herramienta:** 1 hora
 » **Desarrollo de validación:** 2 horas
 » **Toma de decisiones:** 1 hora
 » **Mejoras:** 4 horas

Costos Equipo de cómputo Q 5,52
 Mobiliario Q 2,48
Softwares Q 1,84
 Servicios Q 5,20
 telefono Q 0,56
 equipo complementario Q 1,36

Total Horas: 8 horas
 Días hábiles: 3 días
 Costos: Q16,96



04.3 Nivel de Visualización 2: Digitalización

Logística

- Seguimiento a plan general

Implementación

- Desarrollo de piezas gráficas digitalizadas.
- Desarrollo de parámetros digitales.

Cierre

- Redacción de descripción del trabajo y conclusiones.

Insumos Equipo, mobiliario, *Softwares*, material de escritura y organización, equipo complementario, material de diseño y dibujo

Tiempo » **Desarrollo de propuestas:**40 hora
 » **Desarrollo de retícula:**30 hora
 » **Redacción y conclusiones:**1 hora

Costos Equipo de cómputo Q 48,99
 Mobiliario Q 22,01
Softwares Q 16,33
 Servicios Q 46,15
 telefono Q 4,97
 equipo complementario Q 12,07

Total Horas: 71 horas
 Días hábiles: tres semanas
 Costos: Q150,52

04.3 Validación 2: Profesionales

Logística

- Creación de instrumento de validación.
- Gestionar reunión.

Implementación

- Reunión con profesionales para validación

Cierre

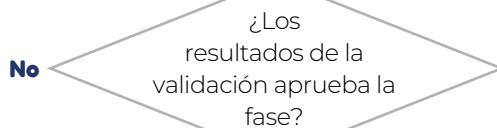
- Tabulación de datos y conclusiones.
- Mejoras a la propuesta.

Insumos Equipo, mobiliario, *Softwares*, material de escritura y organización

Tiempo » **Creación de herramienta:** 1 hora
 » **Reunión con profesionales:** 2 horas
 » **Mejoras:** 4 horas

Costos Equipo de cómputo Q4,83
 Mobiliario Q2,17
Softwares Q1,61
 Servicios Q4,55
 telefono 0,49

Total Horas: 7 horas
 Días hábiles: 2 días
 Costos: Q13,65



04.3 Nivel de Visualización 3: Detalles

04.3 Nivel de Visualización 3: Detalles

Logística

- Seguimiento a plan general

Implementación

- Desarrollo de mejoras gráficas.

Cierre

- Redacción de descripción del trabajo y conclusiones.

Insumos Equipo, mobiliario, *Softwares*, material de escritura y organización

Tiempo » **Desarrollo de mejoras:** 15 horas
» **Redacción:** 5 horas

Costos

Equipo de cómputo Q 13,80
Mobiliario Q 6,20
Softwares Q 4,60
Servicios Q 13,00
telefono Q 1,4
equipo complementario Q 3,4

Total Horas: 20 horas
Días hábiles: una semana
Costos: Q42,40

04.3 Validación 3: Cliente y G.O.

Logística

- Creación de presentación/vídeo con resumen de resultados.
- Creación de instrumento de
 - » validación del cliente
 - » Validación del Grupo objetivo.
- Gestionar reunión.

Implementación

- Reunión con Cliente para validación.
- Envío de encuestas al Grupo objetivo.

Cierre

- Tabulación de datos y conclusiones.
- Mejoras a la propuesta.

Insumos Equipo, mobiliario, *Softwares*, material de escritura y organización, transporte

Tiempo » **Creación de vídeo:** 20 horas
» **Creación de herramienta:** 1 hora
» **Reunión con cliente:** 2 horas
» **Tabulación de datos:** 1 hora
» **Mejoras:** 4 horas

Costos Equipo de cómputo Q 19,32
Mobiliario Q 8,68
Softwares Q 6,44
Servicios Q 18,20
telefono Q 1,96
equipo complementario Q 4,76

Total Horas: 28 horas
Días hábiles: 1 semana 3 días
Costos: Q59,36

¿Los resultados de la validación aprueba la fase?

No

Sí

05. Tabulación de Resultados

05. Tabulación de Resultados

Logística

- Recopilación de los resultados

Implementación

- Organización de datos

Cierre

- Revisión y corrección de redacción.

Insumos Equipo, mobiliario, *Softwares*, material de escritura y organización

Tiempo » **Recopilación:** 4 horas
 » **Organización de datos:** 6 horas
 » **Revisión:** 6 horas

Costos	Equipo de cómputo	Q11,04	
	Mobiliario	Q4,96	
	<i>Softwares</i>	Q3,68	
	Servicios	Q10,40	
	telefono	1,12	
	equipo complementario		2,72

Total Horas: 16 horas
 Días hábiles: una semana
 Costos: Q33,92

06 Detalles Preliminares

Logística

- Listado de pendientes

Implementación

- Corrección de pendientes

Cierre

- Definición del costo del proyecto, actualización de tiempos utilizados y gestión.

Insumos Equipo, mobiliario, *Softwares*, material de escritura y organización

Tiempo » **Listado de pendientes:** 1 hora
 » **Corrección de pendientes:** 6 horas
 » **Definición de gestión:** 5 horas

Costos	Equipo de cómputo	Q8,28	
	Mobiliario	Q3,72	
	<i>Softwares</i>	Q2,76	
	Servicios	Q7,80	
	telefono	0,84	
	equipo complementario		2,04

Total Horas: 12 horas
 Días hábiles: 4 días
 Costos: Q25,44

07 Presentación Final

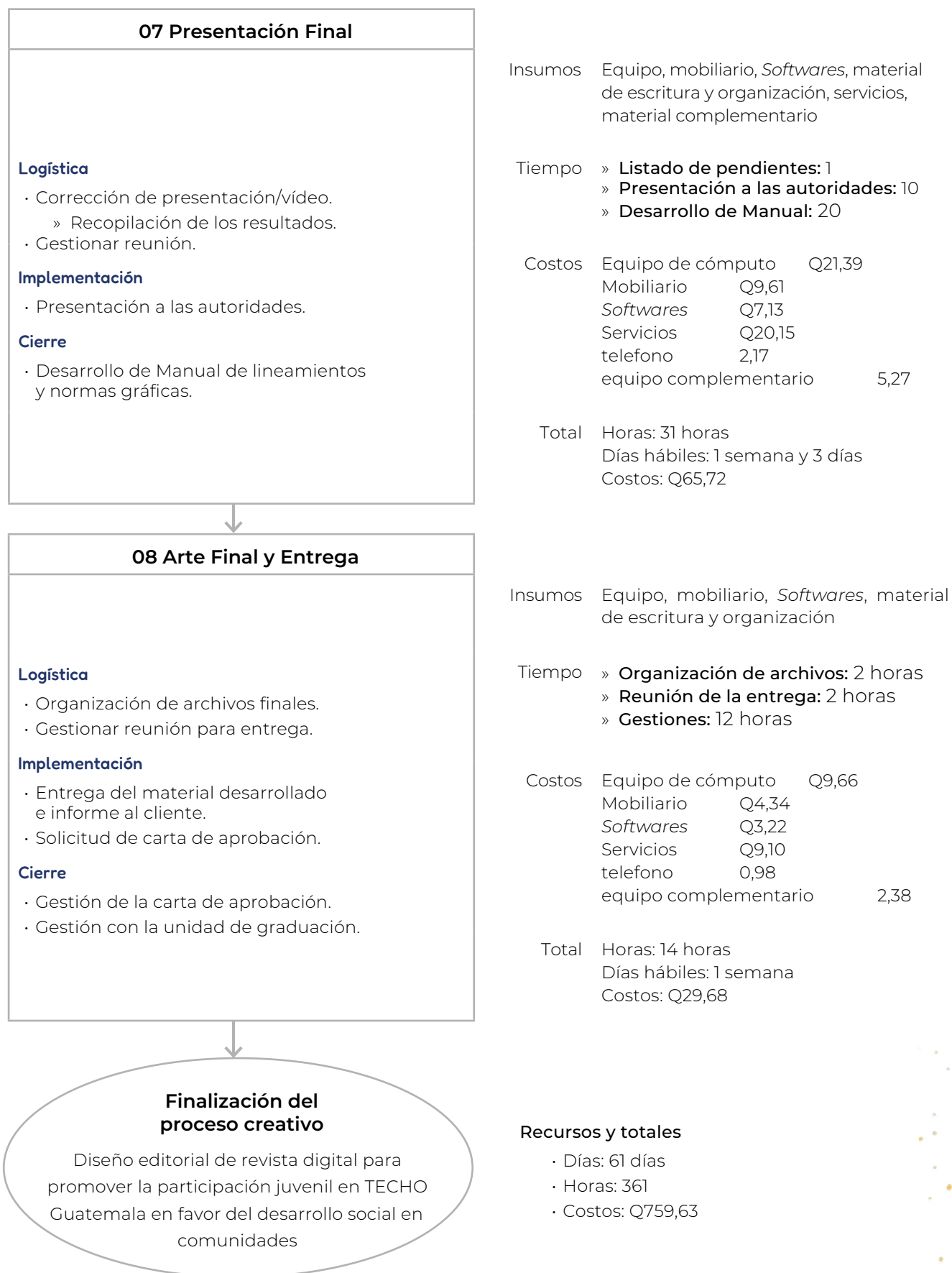


Figura 20. Flujograma del proceso creativo.
 Fuente: Elaboración propia, 2024





Capítulo 4: *MARCO TEÓRICO*

Se presentan las teorías y fundamentos que guiarán el proceso gráfico, limita y guía las temáticas que se abarcarán dentro del contenido social y aplicado al rubro del diseño gráfico en cuanto a elementos visuales.

Contenido de capítulo:

- Dimensión social y ética
- Estética y funcional

4.1 Dimensión social y ética

Pobreza y desigualdad: Problemática habitacional y vulnerabilidad comunitaria en asentamientos populares

La problemática habitacional en asentamientos populares es una de las manifestaciones más evidentes de la situación de vulnerabilidad y de urgencia diaria que deben ser atendidas en la sociedad guatemalteca. Siendo una cuestión de derechos humanos que demanda respuestas integrales y sostenibles, desde distintos ejes de la sociedad.

Esta condición abarca aristas que actualmente se pueden definir bajo el derecho de una existencia digna, teniendo como subtema el derecho a la vivienda.⁶³ Dado que esta vulnerabilidad habitacional se combina con la falta de servicios básicos como agua potable, saneamiento adecuado y acceso a energía.⁶⁴ La ausencia de un hogar digno no solo afecta el bienestar individual, sino que corresponde a una índole comunitaria,

donde se expone a las familias a peligros constantes, como deslizamientos de tierra, inundaciones y condiciones insalubres. Hábitat para la humanidad en Guatemala menciona datos sobre esta situación en el territorio guatemalteco donde por lo menos «1.8 millones de viviendas no son adecuadas.»⁶⁵

Una vivienda que cumple con las condiciones para una existencia digna no solo es un refugio físico, sino que también es un espacio donde las personas pueden desarrollar sus vidas de manera integral y saludable. El cumplimiento de estas condiciones básicas es un derecho fundamental que debe ser garantizado para todos, como un paso hacia la erradicación de la pobreza y la construcción de sociedades a partir de la transformación social.⁶⁶

Desarrollo de líderes y tribus a partir de la mejora de condiciones comunitarias

El liderazgo, considerado desde distintos ejes y actores en un marco contextual, es un factor crucial para el desarrollo sostenible y la mejora de las condiciones de vida en proyectos de índole social. Dado que la realidad social que conlleva

este rol no puede concebirse de manera estática, ni presentando una sola razón.⁶⁷

En proyectos de naturaleza social la participación activa de la comunidad es primordial, para que esto suceda es necesario desarrollar espacios que

⁶³ Laura Clérico, «Derecho a condiciones de existencia digna y situación de vulnerabilidad en la jurisprudencia de la corte interamericana» acceso el 13 de agosto de 2024, https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-52002016000100005&script=sci_arttext&tIng=pt#12

⁶⁴ Esperanza Ferrando, «El derecho a una vivienda digna y adecuada»

⁶⁵ Hábitat para la humanidad, Guatemala, «Problemática de la vivienda en Guatemala», 3-5. Acceso el 6 de febrero de 2024, <https://www.habitatguate.org/wp-content/uploads/2021/06/1.-Problemática-de-la-vivienda-en-Guatemala.pdf>.

⁶⁶ «Superando los desafíos de la vivienda asequible en América Latina», acceso el 10 de agosto de 2024, <https://eu.techo.org/desafios-de-la-vivienda-asequible/>

⁶⁷ Germán Reyes, Oscar Hernández y Fabio González, «Liderazgo comunitario y su influencia en la sociedad como mejora del entorno rural» REVISTA INNOVA ITFIP.

generen conocimiento, sistemas y estructuras locales en las distintas etapas del proceso.⁶⁸ Una de las atribuciones del proyecto debe ser generar autonomía para la organización del individuo. Es decir, el desarrollo del liderazgo es donde el individuo interviene en el grupo para alcanzar una mejora de las condiciones que los rodean.⁶⁹ Como siguiente eslabón, el concepto de tribu es relevante especialmente considerando como las estructuras tradicionales han sido deterioradas por la globalización. La recuperación de la dinámica grupal y social entre individuos, en palabras de SBC Programmatic approaches «busca fortalecer el vínculo entre las personas

y los sistemas, las estructuras y los servicios.»⁷⁰

El proceso de formación de líderes no solo impulsa el cambio a nivel comunitario entre los pobladores, sino que también sienta las bases para un desarrollo a largo plazo, cimentado las bases para generar ciudades integradas donde la inclusión y participación activa sean una realidad.⁷¹ En este sentido, la evolución del liderazgo no es solo un medio para mejorar la realidad inmediata, sino también una inversión en el futuro, capaz de transformar espacios sociales y económicos de manera duradera y heredable.

Participación juvenil en la transformación social

Las últimas décadas presentan factores que han impactado en el comportamiento y el rol actual de la población juvenil como agentes sociales, entre estos toman relevancia las estrategias de comunicación y consumo, el mercado de entretenimiento y de trabajo.⁷² Teniendo actualmente un mercado y discurso enfocado mayormente en el entretenimiento debido al proceso de globalización.⁷³

La situación histórica influye en la idea de una juventud apática, donde los espacios de participación ciudadana quedan en un segundo plano en la discursiva del actual

mercado. Sin embargo, las juventudes son un actor que contribuye a la realidad sociopolítica de la región.⁷⁴ Dado que la participación política y social no es solo un derecho, sino una obligación que permite entender que desde ya son agentes que influyen en sus pares, en los adultos y en sus comunidades.⁷⁵

La autonomía de las juventudes y su rol como actores estratégicos en la transformación social es importante dado que permite fomentar el acercamiento a espacios de participación ciudadana, que se verá reflejada en potenciar el trabajo de la sociedad civil.⁷⁶

⁶⁸ «Participación de la Comunidad», acceso el 13 de agosto de 2024, <https://www.sbcguidance.org/es/comprender/participacion-de-la-comunidad>

⁶⁹ Germán Reyes, Oscar Hernández y Fabio González, «LIDERAZGO COMUNITARIO Y SU INFLUENCIA EN LA SOCIEDAD COMO MEJORA DEL ENTORNO RURAL» REVISTA INNOVA ITFIP

⁷⁰ «Participación de la Comunidad», acceso el 13 de agosto de 2024, <https://www.sbcguidance.org/es/comprender/participacion-de-la-comunidad>

⁷¹ «Rebranding Línea editorial» Presentación interna, TECHO

⁷² Germán Reyes, Oscar Hernández y Fabio González, «LIDERAZGO COMUNITARIO Y SU INFLUENCIA EN LA SOCIEDAD COMO MEJORA DEL ENTORNO RURAL» REVISTA INNOVA ITFIP

⁷³ *Ibíd.*

⁷⁴ «Informe diagnóstico de nuevas juventudes», acceso el 14 de agosto de 2024

⁷⁵ Mónica Borile, «Empoderamiento y Participación juvenil», acceso el 14 de agosto de 2024, <https://www.rehueong.com.ar/sites/default/files/2023-05/Empoderamiento%20y%20Participación%20Juvenil%20-%20Dra.%20Mónica%20Borile.pdf>

⁷⁶ *Ibíd.*

El rol del diseño en la problemática de la pobreza: la ciudadanía como emisor

La pobreza es una condición que abarca la privación de derechos fundamentales y que influye en la falta de oportunidades para un desarrollo integral.⁷⁷ Al ser parte de un problema en sociedad presenta distintos agentes y dinámicas con un papel crucial cada una de ellas. En esta estructura la ciudadanía desempeña un rol amplio, actuando como principal fuerza e intermediaria entre las comunidades vulnerables y sectores como el Estado y entidades privadas. La ciudadanía tiene el poder de amplificar las voces de las personas en condición de vulnerabilidad, así como promover la participación comunitaria y velar por la creación de dinámicas desde un rol activo.

En este contexto, el diseño emerge como una herramienta significativa para representar esta problemática —que dentro de la globalización actual ha sido desplazada en silencio—, luchar contra estereotipos y buscar la participación de los distintos sectores. El diseño permite reivindicar la estructura alrededor del tema y volver a la ciudadanía más que espectadores o ser receptores de un producto.⁷⁸ Creando un llamado a la acción y retención al tema para que puedan actuar en son de la información, volverse emisores y crear presencia del tema en los medios.

El diseño editorial como medio para fomentar la participación cívica

El diseño editorial es un medio flexible que permite aprovechar de manera óptima los recursos y tecnologías disponibles, aporta a la retención visual en publicaciones. Permitiendo destacar historias de impacto social o campañas de participación ciudadana que motiven a la gente a participar activamente en temas de índole social. Esta rama del diseño tiene la facultad de incidir en los procesos de comunicación visual de las organizaciones, dado que permite integrar el tema de la comunicación visual al diálogo de las causas sociales y su importancia en la ciudadanía.⁷⁹

La rama editorial es una herramienta clave para promover la participación cívica al hacer la información accesible, comprensible y atractiva. A través de una presentación visual clara y efectiva, el diseño editorial transforma temas complejos en contenidos que pueden ser digeribles para el público al que se enfoque. El diseño editorial puede movilizar e inspirar a la acción, utilizando narrativas visuales que conectan emocionalmente con los lectores.

⁷⁷ Sandy Aguilar, «Los derechos humanos como estrategia de reducción de la pobreza», acceso el 14 de agosto de 2024, <https://corteidh.or.cr/tablas/R22851.pdf>

⁷⁸ Luis Caballero y Rocío Castillo, «Diseño contra la pobreza: la sociedad civil como emisor», acceso el 14 de agosto de 2024, <https://www.cultura.gob.es/dam/jcr:4e8da272-fd3a-4b09-b6ae-7f8f080d81f9/diseños-contra-pobreza.pdf>

⁷⁹ María Sanz, «La contribución del diseño gráfico para promover la participación ciudadana en las redes sociales digitales a través de las organizaciones de la sociedad civil e México», acceso el 14 de agosto de 2024, <https://www.cemefi.org/centrodedocumentacion/3134.pdf>

Difusión a través de la narrativa visual: representación de experiencias cívicas enfocada en los jóvenes

La narrativa visual es una herramienta valiosa para difundir y representar experiencias cívicas, especialmente cuando se enfoca en los jóvenes. En un mundo saturado de información, las imágenes y los relatos visuales tienen la capacidad de captar la atención, transmitir emociones y hacer que las historias sean accesibles y comprensibles para las nuevas generaciones. Este enfoque es crucial para motivar a los jóvenes a involucrarse en actividades cívicas, ya que conecta directamente con su modo de consumir y procesar información.

Al representar experiencias cívicas a través de la narrativa visual, se logra no solo informar, sino también inspirar a los jóvenes a tomar acción. Las historias visuales pueden mostrar cómo otros jóvenes han impactado positivamente a sus comunidades, lo que refuerza el sentido de pertenencia y ofrece modelos a seguir. Este tipo de representación es fundamental para que los jóvenes vean su potencial como agentes de cambio y se sientan empoderados para participar activamente en la sociedad.

4.2 Dimensión estética y funcional

Editorial y la retención de los lectores en la época digital

El diseño editorial tradicional basado en las consideraciones para medios impresos, ha tenido que adaptarse a los medios digitales. Ahora, no solo se combinan texto e imágenes, sino también elementos audiovisuales e interactivos. Un excelente ejemplo de esto son los libros en formato PDF —por su nombre en inglés: *Portable Document Format*— que aportan un medio accesible desde la mayoría de dispositivos actuales.⁸⁰ El diseño ha evolucionado para ganar profundidad y ajustarse a dispositivos digitales como los *smartphones*, desde el cual se comparte el contenido en redes sociales cotidianamente.⁸¹

Los proyectos de diseño tienen como objetivo comunicar una idea o contar una historia a través de la organización de palabras e imágenes. Cada elemento tiene un papel crucial, desde captar la atención con el título hasta equilibrar el texto.

En el diseño editorial digital, los elementos gráficos y tipográficos invitan a interactuar, deslizar y explorar cada detalle. Aunque el contenido sigue siendo similar al de una revista, en formatos digitales incorpora elementos interactivos y la experiencia de mantener el contenido cercano y al alcance de la mano.⁸²

⁸⁰ Juan Yunquera, «Tabletas y smartphones. El diseño editorial obligado a adaptarse a los nuevos soportes informativos digitales», acceso el 14 de agosto de 2024, <https://raco.cat/index.php/adComunica/article/view/301750/391367>

⁸¹ Gisela Montiel, «LA TRANSICIÓN DE RELIME AL CONTEXTO EDITORIAL DIGITAL» <https://www.scielo.org.mx/pdf/relime/v20n1/2007-6819-relime-20-01-00005.pdf>

⁸² Cath Caldwell y Yolanda Zappaterra, «Diseño editorial: periódicos y revistas. Medios impresos», Editorial Gustavo Gili, España.

El *Storytelling* y la Ilustración editorial

El *storytelling* es una tendencia que ha agarrado fuerza en los últimos años. Percibir la narrativa detrás de un proyecto es plantear puntos de partida e interpretaciones necesarias para cumplir el objetivo de comunicación.⁸³ Se debe considerar parte del proceso creativo y de la construcción del mensaje, dado que trae a la mesa las formas de despertar emociones y motivaciones dentro del público usuario. Considerando su aplicación en todo rubro relacionado al diseño y al *marketing*, es un tema que no puede dejar de mencionarse entre el trabajo editorial.

El tema de contar historias está profundamente entrelazado con la ilustración editorial, formando una dupla que enriquece la comunicación visual y discursiva. Ambos elementos, cuando se combinan, crean una experiencia narrativa completa y envolvente, donde las palabras y las imágenes se complementan y refuerzan mutuamente. En la era digital, este vínculo se ha fortalecido aún más, ya que las plataformas digitales permiten la integración de elementos interactivos y dinámicas que retienen la atención del lector.

Nayelli Herzel en *Más allá de la imagen: una mirada cercana a la ilustración editorial* define que «La ilustración como lenguaje

visual es una fuente de comunicación, la cual implica una práctica compleja que involucra procesos y elementos específicos que delimitan y definen su ejercicio dentro de un contexto, en este caso en el ámbito editorial.»⁸⁴

Nayelli expone como la ilustración editorial tiene cualidades subjetivas, destaca que un diseño visual puede evocar emociones, estimular la inteligencia y la fantasía, incentivar la creatividad y el espíritu de observación, y favorecer la comparación visual entre diferentes imágenes.⁸⁵ La ilustración editorial ha evolucionado como un discurso visual poderoso que, de la mano del *storytelling*, narra historias a través de imágenes y enriquece la experiencia del lector. Este desarrollo, fruto del trabajo constante de profesionales, ha creado un nuevo lenguaje visual en los libros que complementa y amplifica la narrativa textual. Surgido a partir de la literatura infantil y juvenil (LIJ), este enfoque ha fomentado la aparición de más lectores y ha perfeccionado las habilidades de sus seguidores. Con el tiempo, la ilustración ha adquirido un papel esencial y protagónico dentro de la literatura, convirtiéndose en un vehículo clave para contar historias que resuenan con el público de todas las edades.

⁸³ Jacobo Feijóo, «Storytelling. La ciencia de crear con el relato.»

⁸⁴ Nayelli Herzel, «Más allá de la imagen: una mirada cercana a la ilustración editorial» Universidad Nacional Autónoma de México.

⁸⁵ *Ibíd.*

Teoría del color y su influencia emocional

El color posee distintas funciones, que se explican a nivel primitivo por la percepción del mundo que nos rodea y por cómo nos hemos relacionado a lo largo de la historia. Sin embargo su existencia suele pasar desapercibida dado que es algo con lo que se convive a diario, lo que hace al estudio del color algo complejo de analizar y teorizar. Los enlaces mentales que se hacen entre colores y emociones dependen de circunstancias como la experiencia personal, la cultura y las sensaciones que generan los colores en sus distintas gamas y temperatura.⁸⁶

El círculo cromático de Plutchik es un instrumento que muestra la afiliación

de las teorías del color y cómo se enlaza a las emociones, permitiendo ser un registro de las reacciones emocionales con respecto a determinados objetos o situaciones.⁸⁷

Se ha demostrado que el color tiene una asociación directa, siendo analizada la respuesta consciente y la inconsciente en micro expresiones de alegría al percibir determinados colores en aplicaciones de marcas.⁸⁸ El color permite mostrar que una marca posee una comunicación sólida y enfocada en el tono y voz, posibilitando la influencia en la elección del consumidor, la lealtad y la percepción de calidad.

La Tipografía en el discurso de una marca

La tipografía es parte de un hábitat cambiante, donde influyen los movimientos políticos, sociales y científicos que desembocan en tendencias visibles a lo largo de la historia. Las fuentes tipográficas, como otros símbolos gráficos fluctúan acorde a las representaciones en la moda y el momento histórico.⁸⁹ Dentro de una marca se deben considerar este tipo de situaciones, así como datos del grupo usuario conforme a las tendencias del momento y contenido en redes sociales y el contexto geográfico.

Las marcas se diseñan bajo un discurso experiencial que toma en cuenta todo el entorno y variantes, para que los elementos gráficos transmitan la filosofía y la personalidad de la marca basada en investigaciones de mercado. En una paleta tipográfica se deben identificar los mismos elementos de un discurso visual, definidos por el tono y voz de la marca y el *branding*. La tipografía es parte de la vestimenta de la marca, siendo un elemento decisivo del mensaje que puede señalar la preferencia por una marca.⁹⁰

⁸⁶ Cristina Hidalgo, «La influencia del color en las emociones de los jóvenes a través de las actuaciones de Coldplay Live 2012» <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/81608/TFM%20COLDPLAY.%20Cristina%20HH.pdf>

⁸⁷ *Ibíd.*

⁸⁸ Flor Jaimes, «Influencia del color en la respuesta emocional hacia las marcas: un estudio desde la perspectiva del neuromarketing», acceso el 15 de agosto de 2024, https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1548&context=maest_administracion

⁸⁹ Adrian Frutiger, «El libro de la tipografía» Editorial Gustavo Gili, 2007.

⁹⁰ Beatriz Hontanilla, «El papel de la tipografía en la percepción de una marca» https://ddd.uab.cat/pub/grafica/grafica_a2020v8n16/grafica_a2020v8n16p11.pdf

La retícula editorial y el *scroll infinito*

La retícula en editorial es una herramienta que da orden y recorrido visual a los elementos y a los diversos elementos y secciones que puedan encontrarse en el material. Esto junto a una buena paleta tipográfica y un correcto uso de espacios negativos para apoyar en el descanso visual permiten al usuario mantenerse atento a la información.⁹¹ Fernando Ramírez en el ensayo La retícula en el diseño editorial como medio de comunicación gráfica define que «La correcta utilización de la retícula es la base para determinar el buen desarrollo y garantía de visibilidad y legibilidad de los elementos gráficos. Un texto no debe variar las características definidas de sus columnas, ya que, va a generar confusión visual y da como resultado problemas de lectura en sus páginas.»⁹²

En los medios digitales entran en juego los *softwares* y la dinámica gráfica dentro de estos. Es aquí donde el término *scroll infinito* entra en la retícula editorial, dado que hace referencia a contenido fluido, que no presenta elementos editorial estáticos como lo son márgenes de página, pies o encabezados que reinicien el recorrido visual. Dentro de la retícula busca mantener una dinámica fluida con el usuario y la experiencia que tiene al desplazarse dentro del espacio. Una de las características es mantener la estructura de los elementos sin los espacios negativos.⁹³ Entre las grandes ventajas de la editorial digital está la portabilidad que poseen, tomando en cuenta que a las historias les gusta viajar y ser portátiles.

⁹¹ Fernando Ramírez, «La retícula en el diseño editorial como medio de comunicación gráfica», Instituto Tecnológico de Costa Rica, Revista Estudios 2015.

⁹² *Ibíd.*

⁹³ Salvador Jiménez y Donaire Martínez, «(Des)cansar la mirada. Un acercamiento a las políticas del ver/visionar en el tiempo digital», Universitat Politècnica de València.



Capítulo 5: *DEFINICIÓN CREATIVA*

Se presenta la delimitación de los componentes referentes al diseño, dentro de esto se argumentan las decisiones de diseño en base al marco teórico aplicado a elementos o premisas específicas.

Contenido de capítulo:

- *Brief*
- Descripción de la estrategia de la pieza de diseño
- *Insight*
- Concepto creativo
- Premisas de diseño
- Códigos visuales

Brief

Nombre del Proyecto

Diseño editorial de revista digital para promover la participación juvenil en TECHO Guatemala en favor del desarrollo social en comunidades

Objetivo de diseño y comunicación

Favorecer la transmisión del enfoque de trabajo de TECHO Guatemala, con el fin de agregar contenido de valor, con énfasis en la narrativa gráfica, al proceso de retención de las juventudes como usuarios potenciales, por medio del relato de distintas experiencias de usuarios en un medio editorial en formato de revista digital.

Cliente

TECHO Guatemala

TECHO-Guatemala es una organización con un énfasis integral, que poseen proyectos relacionados a contrarrestar la condición vulnerable de comunidades en conjunto a jóvenes voluntarios. Favoreciendo a que surjan líderes dentro de la comunidad y entre los jóvenes que guíen el proceso y permitan una autosuficiencia en la posterioridad.

Grupo Objetivo del Proyecto

Jóvenes guatemaltecos entre 15 a 24 años de edad, que residen en la ciudad de Guatemala y en las zonas aledañas.

Contenidos

Material editorial, en forma de revista digital, con testimonios de voluntarios sobre el trabajo de TECHO Guatemala para fomentar la participación juvenil.

Metas y KPI's

Metas o resultados esperados

Actualización gráfica, acorde al *rebranding* de TECHO Guatemala, de la revista Construyendo historias.

Indicadores de logro

Incremento en las visualizaciones y difusión boca a boca por parte de los voluntarios a sus grupos sociales.

Proceso de Reproducción/ Distribución /Divulgación

La revista será publicada por TECHO Guatemala de forma digital, teniendo un espacio de difusión en redes sociales encargado por el departamento de Marketing, donde los voluntarios y personas interesadas puedan acceder a ella. Así como el contacto por medio de whatsapp donde se comunican

Presupuesto institucional para la ejecución del Proyecto

En llamada con Andrea Fernández el día 11 de septiembre, Coordinadora de diseño y contenido, se definió que actualmente no se posee un presupuesto para la ejecución o reproducción del proyecto.

Descripción de la Estrategia de la Pieza de Diseño

Estrategia de aplicación de la pieza (6W's)

What

¿Cuál es el problema?

¿Qué contenido se comunica?

La problemática es la escasez de material actualizado y enfocado en la población juvenil. El contenido del proyecto es material testimonial de voluntarios sobre el trabajo de TECHO Guatemala.

Why

¿Por qué ocurre el problema?

¿Para que se realizará el material?

El problema ocurre por el reciente proceso de *rebranding*. El material gráfico busca representar el trabajo de TECHO Guatemala para incentivar la participación juvenil.

How

¿Cómo se abordará el problema? ¿Con qué piezas se elaborará?

El formato utilizado será una revista digital que permita a TECHO Guatemala presentar historias de los voluntarios sobre la dinámica comunitaria con un enfoque resolutivo.

Who

¿A quién afecta el problema?

¿Quiénes se encuentran involucrados en el proyecto?

El problema afecta a la organización, debido a la posible disminución del flujo de voluntariado y el proceso para

cumplir con la misión y visión de la marca. Las personas involucradas en el proceso son la estudiante epesista, la supervisora metodológica, la supervisora gráfica, personas del departamento de Voluntariado y equipos, personas del departamento de Marketing y voluntarios de TECHO Guatemala. Teniendo como usuarios a jóvenes guatemaltecos entre 14 y 25 años.

When

¿Cuándo ocurre el problema? ¿Cuándo se realizará el proyecto?

El problema ocurre dentro del entorno social guatemalteco, debido a la poca participación juvenil, durante el cambio gráfico de la marca por el *rebranding*. El material gráfico se desarrollará entre agosto y octubre, teniendo el espacio de difusión por parte de TECHO Guatemala entre noviembre y diciembre.

Where

¿Dónde está ocurriendo el problema?

¿Dónde se realizará el proyecto?

El problema ocurre en la comunicación externa con la juventud, dentro de la retención o primer acercamiento de la juventud con la marca. El proyecto se realizará con una dinámica de trabajo digital con visitas semanales a la sede y seguimiento del Departamento de marketing cada 3 semanas de sesiones virtuales.

Cuadro comparativo

Tabla 7. Cuadro comparativo de ventajas y desventajas sobre el material editorial digital.

Ventajas	Desventajas
<p>Alcance amplio y accesibilidad: Al ser digital, puede llegar a jóvenes de diferentes zonas geográficas, ampliando el impacto y fomentando la participación de un mayor número de voluntarios.</p> <p>Interactividad y multimedia: El formato digital permite integrar videos, imágenes, y enlaces interactivos que pueden retener la atención de los jóvenes en el trabajo de la organización.</p> <p>Reducción de costos: Al no necesitar impresión, se reducen significativamente los costos de producción.</p> <p>Medición de impacto: Al ser un material digital es más fácil hacer un seguimiento de cómo interactúan con el contenido a través de análisis de datos, lo que permite ajustar las estrategias de comunicación.</p> <p>Sostenibilidad: Una revista digital reduce el impacto ambiental al evitar el uso de papel y otros recursos asociados con la producción impresa.</p>	<p>Brecha digital: No todos los jóvenes tienen acceso constante a internet o dispositivos electrónicos, lo que puede limitar el alcance a ciertos sectores de la población.</p> <p>Saturación de contenido: Los jóvenes están expuestos a una cantidad masiva de información en plataformas digitales, lo que puede hacer difícil captar y mantener su atención.</p> <p>Dependencia tecnológica: La revista digital requiere de equipo digital para su reproducción. Se debe generar una campaña en redes sociales para darle visibilidad a público nuevo.</p> <p>Menor tangibilidad: A diferencia de una revista impresa, el formato digital carece del valor tangible que algunos consideran más memorable o especial.</p> <p>Falta de interacción humana: la revista digital no reemplaza la conexión directa que podría lograrse a través de eventos presenciales u otros medios que generen más proximidad con los voluntarios.</p>

Fuente: Elaboración propia.

Factores del contexto social

Cultura

La cultura de los jóvenes guatemaltecos está profundamente influenciada por un entorno urbano, con una fuerte conexión a las dinámicas sociales y económicas. Dentro de este entorno se maneja un nivel de tecnología básico y cotidiano; que influye en sus opiniones y formas de expresión, como es el caso de los memes y las plataformas digitales que dirigen las tendencias a un ritmo acelerado.

A nivel socioeconómico, muchos forman parte de la clase media, siendo proclives a enfrentar cierta inestabilidad laboral o económica, lo que refuerza su identidad colectiva en términos de lucha y conciencia social emergente. Considerando el entorno político de los últimos 30 años, donde la molestia política y social se ha visto reforzada por el contenido denunciante en redes sociales, aunque no siempre se refleja en acciones cívicas frecuentes se refleja en una motivación por el deseo de superación personal inculcado por sus mayores.

Factor afectivo

Este grupo tiende a buscar experiencias que les permitan conectarse con otras personas. Sin embargo, se ven influenciados por sentimientos de incertidumbre debido al limitado contacto como resultado de la exposición a la tecnología y el encierro en la reciente pandemia. Estos factores los empujan a buscar oportunidades de apoyo mutuo como a desarrollar un sentido de responsabilidad social, aunque no siempre se traduzca en una acción cívica sostenida.

La pobreza y la falta de vivienda adecuada son problemas que, al ser testigos de ellos, despiertan en estos jóvenes un sentido de urgencia y la necesidad de actuar. Aunque muchos de los jóvenes no viven diariamente estas realidades, el contacto con ellas durante su participación en proyectos sociales genera un sentimiento de empatía y responsabilidad por actuar.

Necesidad

El proyecto se enfoca en una motivación de nivel D y E en la pirámide de Maslow, dado que se enfoca en necesidades sociales y de estima. La participación en proyectos sociales les permite cubrir la necesidad de asociación, brindándoles un espacio donde pueden conectarse con otros jóvenes que enfrentan desafíos similares. Así como experimentar un sentido de logro y, a su vez, contribuir a resolver problemáticas como la pobreza y el problema habitacional con resultados visibles. Esto les permite acrecentar la sensación de confianza y pertenencia, elementos indispensables para su desarrollo personal y social.

Grupos de Influencia

Familia y amigos cercanos (hábitos y conductas)

Al ser jóvenes, su familia nuclear es un factor principal dentro de los hábitos que manejan. Ya que provienen en su mayoría de hogares donde son dependientes de algún encargado legal, las dinámicas familiares influyen en su nivel de responsabilidad y participación dentro de casa y espacios escolares. Es decir, se ven con la responsabilidad de realizar ciertas tareas al tener la presión de un superior. Al momento de hablar de proactividad se

pueden ver limitados al no saber cómo actuar o dar el siguiente paso.

Una parte de sus amigos son parte del voluntariado de TECHO Guatemala y suelen dedicar sus fines de semana a actividades relacionadas, por lo que se ven animados a involucrarse.

Además, la influencia de los amigos cercanos se manifiesta en la forma en que buscan pertenecer a grupos donde comparten intereses, como el uso de redes sociales, series, y tendencias actuales. Estos círculos sociales fomentan una cultura de apoyo mutuo, exploración y compromiso social, animando a los jóvenes

Grupos sociales

En el entorno educativo y laboral, los compañeros de estudio influyen en el nivel de motivación y las aspiraciones profesionales y personales de los jóvenes. Otro grupo social que desempeña un papel clave son los profesores, dado que se encuentran en el proceso de formación académica y personal de los jóvenes. Su orientación y apoyo impactan significativamente en la participación en actividades sociales y de voluntariado.

Medios de comunicación

Las redes sociales, y la narrativa manejada dentro de las mismas, incentivan a los medios de comunicación a moldear discursos con caducidad, donde se mantiene a los jóvenes informados sobre situaciones que ocurren en tiempo real. A través de noticias y campañas, los medios crean una conciencia sobre la

urgencia de estos temas bajo un enfoque denunciante que no siempre busca soluciones, sino que se centra en destacar las problemáticas y generar un sentido de alarma. Esto provoca una expectativa de accionar rápidamente al tratarse de temas sociales, pero a menudo sin proporcionar vías claras para la resolución. Como resultado, aunque se promueve la participación en soluciones, el enfoque denunciante puede llevar a una sensación de impotencia y a la presión de actuar sin una dirección específica o un plan estructurado para abordar los problemas de manera efectiva.

Motivaciones, intereses y actitudes

Motivaciones

El grupo busca crecimiento personal, experiencias disfrutables y contribuir positivamente a su comunidad, motivados a buscar ser parte del impacto social y la reflexión sobre la realidad de Guatemala.

Intereses

Les interesa crecer como personas y convivir con otros jóvenes que tengan un enfoque en iniciativas sociales. Comparten las experiencias en sus redes sociales y según las tendencias.

Actitudes

Son proactivos, con actitudes extrovertidas y de liderazgo. Jóvenes comprometidos que buscan la superación personal, aunque su participación ciudadana puede ser esporádica, están dispuestos a actuar cuando perciben un impacto tangible.

Frase del *Insight*

«Es que tenés que vivirlo»

Fundamentación

Surge de cómo hacer voluntariado en TECHO Guatemala es una experiencia que no se puede explicar con palabras. Es una frase que llama a la acción, que entre amigos se llega a presentar; al preguntar por qué hacer voluntariado. Implica una experiencia emocional y personal que solo se comprende al estar allí, trabajando con las comunidades y descubriendo el valor del trabajo colaborativo. Las palabras pueden transmitir hechos o experiencias superficiales, pero las emociones, las lecciones de vida y la transformación personal solo pueden ser comprendidas plenamente cuando uno es parte activa de ese proceso.

Concepto creativo

Técnica creativa: relaciones forzadas

Descripción de la técnica creativa

La técnica relaciones forzadas permite enlazar distintos temas sin una conexión semántica previa. Según Neuronilla es una técnica creativa «desarrollada por Charles S. Whiting en 1958. Su utilidad nace de un principio: combinar lo conocido con lo desconocido fuerza una nueva situación. De ahí pueden surgir ideas originales.»⁹⁴

Resultados de la/s técnica/s creativa/s

1. Objetivo

Favorecer la transmisión del enfoque de trabajo de TECHO Guatemala, con el fin de agregar contenido de valor, con énfasis en la narrativa gráfica, al proceso de retención de las juventudes como usuarios potenciales, por medio del relato de distintas experiencias de usuarios en un medio editorial en formato de revista digital.

2. lista de palabras al azar

- | | |
|-----------|-------------|
| Círculo | Televisión |
| Nido | Bolsa |
| Micrófono | Ferrocarril |
| Sudadera | Piedra |
| Acertijo | Muñeca |
| Ciervo | Nube |
| Audífonos | |

3. descomposición de los elementos:

- | | |
|--------------|------------|
| Acertijo | |
| Rompecabezas | Piezas |
| Detalles | Adivinanza |
| Respuesta | Enigma |
| Búsqueda | Solución |

4. combinar conceptos

- piezas que suman
- Ser parte de una respuesta
- rompecabezas

Luego de generar una primera fase de conexión de conceptos se realizó la metodología de *brainstorming* para buscar palabras que abordaran el enfoque encontrado previamente.



Figura 21: *Brainstorming* luego de la conexión de conceptos en la técnica relaciones forzadas. Fuente: elaboración propia, 2024.

⁹⁴ «Relaciones forzadas (palabra al azar)», Neuronilla, acceso el 11 de septiembre de 2024, <https://neuronilla.com/relaciones-forzadas-palabra-al-azar/>

Concepto creativo

Rompecabezas sinérgico

Descripción y fundamentación

Un rompecabezas se disfruta más cuando se construye entre varias personas, es el claro ejemplo de cómo divertirse durante el proceso y crear una experiencia agradable en cada etapa hace mucho máspreciado ver el resultado final, rodeado de todas las personas involucradas al poner esa última pieza. En un rompecabezas cada pieza aporta información, permite avanzar y crear espacios.

Al extrapolarlo a TECHO Guatemala y la dinámica entre todas las partes involucradas, cada pieza, voluntario y colaborador es esencial para revelar el panorama final: un futuro donde las necesidades básicas para tener una vida digna estén cubiertas para todos. Así, en lo colectivo, cada uno es una pieza indispensable que contribuye sinérgicamente a la construcción de una Guatemala mejor.

Premisas de Diseño

Cromatología

La paleta cromática presenta tres colores principales, los cuales son institucionales y se presentan en el posicionamiento mental de la marca. Al momento del rebranding se agregan colores vibrantes y llamativos, que aportan vitalidad a su identidad. Estos aspectos generan una conexión emocional con su público, proyectando una imagen cercana, urbana y juvenil.



Figura 22: paleta cromática. Paleta institucional de TECHO Guatemala tras el rebranding. Fuente: elaboración propia a partir del Manual de marca 2024 TECHO Guatemala, 2024.

Tipografía

La paleta tipográfica institucional es versátil y efectiva para la comunicación a distintos grupos objetivos, con una amplia variedad de pesos que permiten transmitir un mensaje sólido y claro.

Las tipografías de Fredoka y Montserrat se comportan de forma amigable y simple. Se incorpora Granesta como una segunda tipografía para resaltar frases y titulares, aportando un toque más juvenil y relacionado a lo manual y urbano al universo gráfico.

Fredoka

**ABCDEFGH
0123456789+
@\$*^+ ,?=)**

Light
ABCDEFGHIJKLMNopqrstuvwxyz
012345678@*^!% / 0+ , ? = -

Regular
ABCDEFGHIJKLMNopqrstuvwxyz
012345678@*^!% / 0+ , ? =

Medium
ABCDEFGHIJKLMNopqrstuvwxyz
012345678@*^!% / 0+ , ? =

Semi bold
ABCDEFGHIJKLMNopqrstuvwxyz
012345678@*^!% / 0+ , ? =

Bold
ABCDEFGHIJKLMNopqrstuvwxyz
012345678@*^!% / 0+ , ? =

GRANESTA

**ABCDEFGH
0123456789+
@\$*^+ ,?=)**

REGULAR
ABCDEFGHIJKLMNopqrstuvwxyz
012345678@*^!% / 0+ , ? =

Montserrat

**ABCDEFGH
0123456789+
@\$*^+ ,?=)**

Light
ABCDEFGHIJKLMNopqrstuvwxyz
012345678@*^!% / 0+ , ? =

Regular
ABCDEFGHIJKLMNopqrstuvwxyz
012345678@*^!% / 0+ , ? =

Medium
ABCDEFGHIJKLMNopqrstuvwxyz
012345678@*^!% / 0+ , ? =

SemiBold
ABCDEFGHIJKLMNopqrstuvwxyz
012345678@*^!% / 0+ , ? =

Bold
ABCDEFGHIJKLMNopqrstuvwxyz
012345678@*^!% / 0+ , ? =

Figura 23: Paleta tipográfica actualizada de TECHO Guatemala. Fuente: elaboración propia a partir del Manual de marca 2024 TECHO Guatemala, 2024.

Retícula

La retícula consta de una grilla 6 columnas, sin margen vertical con el fin de conseguir el efecto deseado de scroll infinito al no presentar inicio y fin entre páginas. Esta retícula se maneja a partir de una sola fila de módulos con distintas alturas.



Figura 24: Moodboard reticular. Recolección de ejemplos de retícula para el manejo de la revista digital. Fuente: elaboración propia, 2024.

Figura y tendencia

Ilustración

Se manejará la ilustración como principal medio gráfico. Dentro del estilo de ilustración se optó por un estilo *flat* como elemento principal dentro de la revista, favoreciendo la retención del usuario al considerar su cultura visual y resaltando elementos que se interconectan entre los distintos módulos. Esta tendencia permite jugar con el nivel de abstracción de elementos como lo son las manos para así resaltar la labor de TECHO y hacer un llamado a la acción desde la gráfica.



Figura 25: Moodboard ilustración. Recolección de ilustraciones para el manejo de la revista digital. Fuente: elaboración propia, 2024.

Fotografías

Dentro de los espacios informativos y las historias se manejarán fotografías, dado que la representación real es sustancial para que los usuario nuevos



Figura 26 Ejemplo de fotografía para el uso de la revista digital. Fuente: Andrea Jimena Ramos, 2024.

Códigos visuales

Aspecto estético

La tendencia principal será usada dentro del estilo de ilustración *flat*, debido a que se encuentra relacionado a la gráfica actual de la organización TECHO Guatemala. Esta tendencia se acompaña del *storytelling*, un tema de relevancia actual, dentro de las redes sociales que permite conectar con el grupo y retener la atención del mismo.

Aspecto Didáctico

El contenido gráfico busca representar cómo los jóvenes son parte de un ecosistema al que aportan, tomando en consideración el tono y voz de TECHO Guatemala. Teniendo en cuenta la coherencia con los gustos visuales de los jóvenes y la actualización de marca, con una secuencia inicio, desarrollo y cierre.

Aspecto Morfológico

El material adopta tres funciones: una función testimonial, ya que el mensaje se presenta a través de anécdotas y experiencias vividas en el voluntariado de TECHO Guatemala; una función sugestiva, ya que busca incentivar la decisión de unirse como voluntario o participar activamente en alguna actividad cívica; por último, posee una función expresiva ya que se centra en la transmisión de las emociones y sentimientos del emisor, buscando una conexión emocional y personal con el receptor.

Aspecto Sintáctico

Contorno oscuros

El uso de contorno oscuro dentro de las ilustraciones permite dar un aspecto manual y rudimentario, aportando a la idea urbana de la gráfica de TECHO Guatemala. Del mismo modo, el color

negro permite resaltar y aportar a espacios negativos como sombras, dándole peso visual a ciertos detalles y un valor agregado al estilo de ilustración.



Figura 27. Ilustración digitalizada del estilo de ilustración para la revista digital. Fuente: elaboración propia, 2024.

Paleta cromática

En base al esquema de Plutchik se consideran los siguientes códigos visuales a nivel individual para cada color dentro de la paleta cromática presentada en la figura 22.



Azul Claro: se relaciona a estados de introspección y calma, valorar los momentos de alegría y fortalecer la empatía.



Blanco: No es parte de las emociones en el círculo de Plutchik, pero se asocia con la paz y la pureza.



Negro: suele asociarse en los contextos culturales a independencia y autoconfianza.



Amarillo: representa la felicidad y la alegría; es un color energético y estimulante.



Verde: representa la aceptación y la seguridad. Es un color asociado con la renovación, el crecimiento y la salud



Azul Oscuro: en el esquema de Plutchik se relaciona con la confianza. Es un color asociado con la paz y la tranquilidad.



Fucsia: En el esquema se asocia a la rabia y la intensidad. Busca motivar el cambio y la acción.



Rosa: No está en el círculo original de Plutchik, pero suele asociarse con el amor o la cariño, también simboliza la diversidad.



Morado: En el esquema de Plutchik, se asocia con el asombro y el misterio; simbolizar apertura al aprendizaje.

Paleta tipográfica

La paleta tipográfica definida en la figura 23 presenta las siguientes características:

Fredoka: Versátil y amigable, con distintos pesos que permiten adaptar el mensaje para diversos públicos, manteniendo una lectura clara y accesible en los títulos y frases cortas.

Montserrat: Una familia simple y legible, ideal para contenidos largos sin distraer la atención. Aporta solidez y cohesión en la comunicación institucional.

Granesta: Juvenil y con un estilo manual y urbano, utilizada para titulares y frases destacadas, creando contraste y llaman la atención, genera un toque de cercanía y dinamismo en el texto usado.



Figura 28. Moodboard de misceláneas de la marca gráfica TECHO. Fuente: elaboración propia, 2024.

Cuadros inclinados

Dentro de la composición del diseño, los espacios inclinados agregan sensación de dinamismo, movimiento, agitación. La punta al estar inclinada cumple el rol de flecha y guía en el recorrido visual al siguiente cuadro.

Misceláneas manuales

La dispersión de partículas, como si fuera pintura, presentada en la figura 28, crea la sensación de textura, genera peso visual para generar énfasis y permite guiar la mirada.

Las flechas presentan una trama circular que es llamativa a la vista, que retiene la vista y agrega movimiento interior a la flecha. La punta de la flecha permite guiar la vista o apoyar la acción definida en el texto.

Los trazos rudimentarios, presentes tanto en el trazo amarillo y azul de la figura 28, dan un sentido de expresividad, permite resaltar una parte o bien ser un corte dentro de la composición.

Las líneas horizontales repetitivas introducen un ritmo dentro de la composición. Este elemento permite añadir énfasis en ciertas partes del diseño, así como peso visual disperso y poco cargado.

Aspecto Semántico

Paleta cromática

La paleta de colores presentada en la figura 22 incentiva la creatividad, el movimiento y la pluralidad presente en cada grupo social y aspecto de la vida. Demuestra el movimiento y dinamismo presente en un grupo de jóvenes.

Paleta tipográfica

La paleta tipográfica transmite una imagen amigable, cálida y dinámica. Resalta esa actitud juvenil del grupo de voluntarios que mueve a la marca y que hacen las cosas fáciles y simples en la medida de lo posible.





Capítulo 6: *PRODUCCIÓN GRÁFICA*

Se presenta el proceso gráfico desde la producción manual hasta la validación con distintos grupos, cambios a partir de cada etapa y el producto final. Se incluye el costo del proyecto y la puesta en práctica.

Contenido de capítulo:

- 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

Previsualización

Título del Proyecto

Diseño editorial de revista digital para promover la participación juvenil en TECHO Guatemala en favor del desarrollo social en comunidades.

Resumen del tema social del proyecto

La representación gráfica de experiencias cívicas, con un énfasis en la población juvenil, permite incentivar la participación en Guatemala, alineándose con la manera en que consumen y procesan información. Este enfoque es crucial para motivarlos a involucrarse en actividades cívicas, ya que la narrativa visual no solo informa sino también inspira a tomar acción. Al ilustrar cómo otros jóvenes han impactado positivamente en sus comunidades, se refuerza el sentido de pertenencia y se ofrecen modelos a seguir. Además, busca fortalecer el sentido de comunidad y apoyar su rol como actor activo dentro de

la sociedad, brindando un espacio para que sus voces sean escuchadas y valoradas.

Piezas de diseño y secciones principales

- **Logotipo/ identificador gráfico**
 - Versión a color
 - Versión en negativo
- **Estilo de ilustración**
- **Revista digital con 6 secciones internas**
 - Portada
 - Presentación de la revista
 - 6 Portadillas de cada sección, con ilustraciones a color
 - Portadilla con fotografías
 - Páginas de contenido
 - Créditos
 - Contraportada
- **Ilustración para elemento promocional**

Ruta del usuario

Tabla 8. Ruta del usuario de TECHO Guatemala.

Fase	Consciencia	Consideración	Compra	Retención	Recomendación
Objetivo	El tiempo de necesidad	Tener el contacto en ambas vías	Beneficio en ambas vías	Mantener una buena relación	Volverlos fans
Puntos de Contacto	Página web y redes sociales alimentadas	Whatsapp	Whatsapp Voluntariados	Whatsapp	Recomendación boca a boca, entre conocidos.
Experiencia	Buena	Mejorable	Mejorable	Mejorable	Buena (Revista digital)

Fuente: Elaboración propia, 2024.

Nivel de Producción Gráfica 1

Pieza Gráfica

Se presenta el nivel de producción gráfica 1, con los primeros bocetos manuales y el proceso de validación de las decisiones gráficas en base a la autoevaluación.

Sección 1: Estilos de ilustración



Figura 29. Estilo de ilustración opción 1. Boceto de revista digital para TECHO Guatemala. Fuente: elaboración propia, 2024.

Boceto 1

Estilo de ilustración simplificado, con cierta profundidad presente en elementos como el sombrero. Se afinan detalles como los brazos y manos, el rostro resalta por su tamaño; los rasgos presentan una abstracción estilizada.



Boceto 2

Se toma un estilo de ilustración caricaturizado, con cierta profundidad presente en elementos como el sombrero. Se agrandan las manos y el rostros, mientras que se afinan las manos. Los ojos y rasgos del rostro son más figurativos.



Boceto 3

Estilo abstracto, donde a partir de figuras simplificadas y geométricas se genera toda la estructura humanoide. Resaltan las manos, el rostro presenta una sombra, que da profundidad, como parte del trazo. El rostro y rasgos pasan a un plano secundario, se abstraen lo máximo posible.

Figura 31. Estilo de ilustración opción 3. Boceto de revista digital para TECHO Guatemala. Fuente: elaboración propia, 2024.

Sección 2: portada

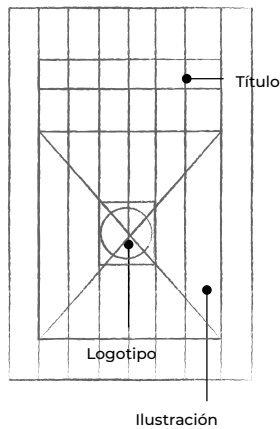


Figura 32. Retículas para portada opción 1. Boceto de revista digital para TECHO Guatemala. Fuente: elaboración propia, 2024.

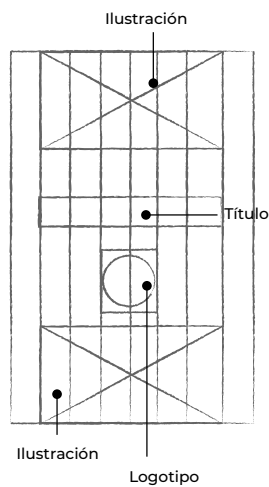


Figura 33. Retículas para portada opción 2. Boceto de revista digital para TECHO Guatemala. Fuente: elaboración propia, 2024.

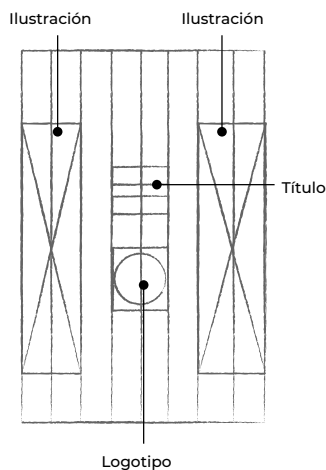


Figura 34. Retículas para portada opción 3. Boceto de revista digital para TECHO Guatemala. Fuente: elaboración propia, 2024.

Boceto 1

Retícula que parte el recorrido visual con el título de la portada. Seguido de una ilustración dentro de la cual se presentará el logotipo de TECHO en el centro de la composición. Se presenta una Retícula con 6 columnas.

Boceto 2

Se presentan dos espacios para ilustración, el recorrido visual parte por uno en la parte superior, seguido del título y el logotipo. Se cierra con una ilustración en la parte inferior. No se presentan márgenes superiores e inferiores, en base la tendencia de *scroll* infinito.

Boceto 3

Se presentan dos espacios para ilustración, el recorrido visual parte del lado izquierdo con una ilustración definida de forma vertical, presentando de forma central el título y el logotipo debajo dando relevancia a este espacio al presentarse enmarcado, se da un cierre en el lado derecho con una ilustración.

Sección 3: portadilla

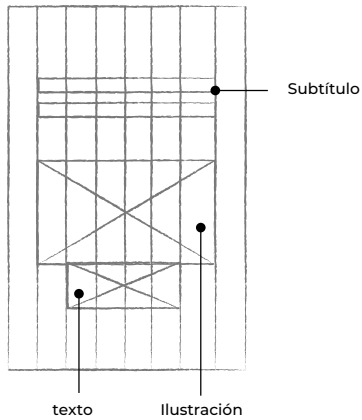


Figura 35. Retículas para portadilla opción 1. Boceto de revista digital para TECHO Guatemala. Fuente: elaboración propia, 2024.

Boceto 1

El recorrido visual se mantiene un primer gancho con el título, sosteniéndolo en la ilustración y cerrando con el párrafo.

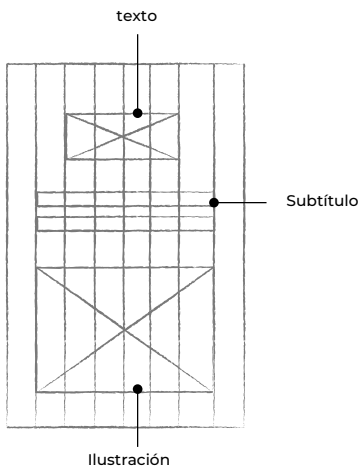


Figura 36. Retículas para portadilla opción 2. Boceto de revista digital para TECHO Guatemala. Fuente: elaboración propia, 2024.

Boceto 2

Se parte del párrafo o texto, seguido del subtítulo y dando un cierre con la ilustración. Presentar el párrafo al inicio permite retener la atención dentro de la información relevante.

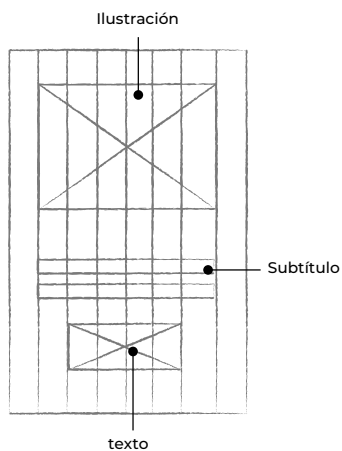


Figura 37. Retículas para portadilla opción 3. Boceto de revista digital para TECHO Guatemala. Fuente: elaboración propia, 2024.

Boceto 3

Se parte con una ilustración, manteniendo un breve margen en la parte superior. Se presenta la ilustración como un punto de atracción y conexión para crear curiosidad, seguido del subtítulo y cerrando con el párrafo en la parte inferior.

Descripción de Autoevaluación

Se desarrollaron dos listas de cotejo con cinco criterios aplicables a la retícula y al estilo de ilustración según corresponde a cada sección de la revista digital. Teniendo una escala donde el máximo es de 5 puntos al cumplir el criterio de forma excelente y el mínimo es 1 al ser ineficiente.

Instrumento de autoevaluación

Tabla 9. Tabla de muestra para el nivel uno de bocetaje de retículas.

Retículas	Boceto 1	Boceto 2	Boceto 3
Jerarquía visual: destacan elementos importantes y crean una secuencia de lectura fluida.			
Modularidad: los elementos visuales y textuales se ajustan a los módulos de forma óptima.			
Originalidad: Analiza si la propuesta es creativa e innovadora, destacándose de otras ideas comunes o esperadas.			
Adaptabilidad: Revisa si el diseño es flexible y se puede aplicar en diferentes formatos, como digital, impreso o móvil.			
Cohesión con el concepto creativo: Comprueba si la retícula refleja o aporta al concepto creativo.			
Total			

Fuente: Elaboración propia, 2024.

Tabla 10. Tabla de muestra para el nivel uno de bocetaje del estilo de ilustración.

Ilustración	Boceto 1	Boceto 2	Boceto 3
Relevancia del estilo: el estilo de la ilustración es adecuado para el tono del proyecto y el público objetivo			
Narrativa visual: Considera si la ilustración cuenta una historia o comunica claramente el mensaje que se quiere transmitir			
Originalidad y creatividad: Verifica si la ilustración aporta algo único al proyecto,			
Cohesión con el diseño general: Evalúa si la ilustración se integra de manera armoniosa con otros elementos del diseño			
Estética visual: Verifica si el diseño es visualmente atractivo para el grupo objetivo			
Total			

Fuente: Elaboración propia, 2024.

Resultados de autoevaluación

Tabla 11. tabla de la sección 1: estilo de ilustración

Ilustración	Boceto 1	Boceto 2	Boceto 3
Relevancia del estilo	3	2	4
Narrativa visual	3	2	4
Originalidad y creatividad	2	2	4
Cohesión con el diseño general	3	1	5
Estética visual	2	1	4
Total	13	8	26

Fuente: Elaboración propia, 2024.

Tabla 12. tabla de la sección 2: portada, para evaluar la retícula.

Retículas	Boceto 1	Boceto 2	Boceto 3
jerarquía visual	2	5	4
Modularidad	4	5	1
Originalidad	2	3	3
Adaptabilidad	4	4	2
Cohesión con el concepto creativo	1	4	3
Total	15	21	13

Fuente: Elaboración propia, 2024.

Tabla 13. tabla de la sección 3: portadilla, para evaluar la retícula.

Retículas	Boceto 1	Boceto 2	Boceto 3
jerarquía visual	2	5	4
Modularidad	4	5	1
Originalidad	2	3	3
Adaptabilidad	4	4	2
Cohesión con el concepto creativo	1	4	3
Total	15	21	13

Fuente: Elaboración propia, 2024.

Sección 1: Estilo de ilustración



Figura 38. Estilos de ilustración escogida, boceto 3. Fuente: elaboración propia, 2024.

Fundamentación

El estilo conecta mejor con el grupo objetivo y la gráfica de la marca TECHO Guatemala, al poseer características de abstracción permite resaltar elementos como las manos permitiendo reforzar el mensaje de actuar y la dinámica manual que desarrolla la organización en su labor social. Al limitar elementos como los ojos, lleva la mirada a otros detalles dentro de la composición, por lo que permite jugar mucho más con la composición y retícula.

Sección 2: Portada

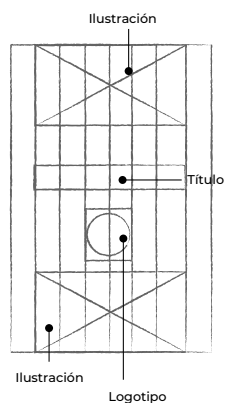


Figura 39. Retículas para portada escogida, opción 2. Boceto de revista digital para TECHO Guatemala. Fuente: elaboración propia, 2024.

Fundamentación

Los módulos en la ilustración son un espacio para desarrollar elementos que conecten con el concepto creativo y sea visible dentro de la retícula digital. El elemento gráfico inferior apoya a la decisión de limitar los espacios negativos entre las páginas para así dar la sensación de scroll continuo. De igual forma, los módulos de ilustración resaltan y dan foco al título y al logotipo de la organización.

Sección 3: portadilla

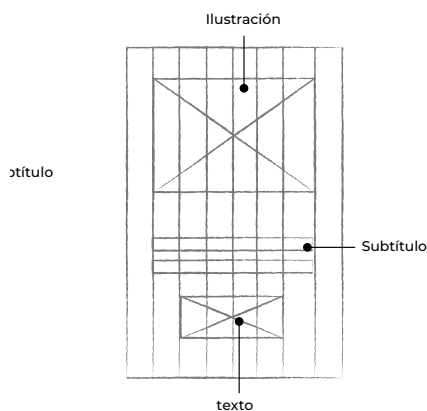


Figura 40. Retículas para portadilla escogida, opción 3. Boceto de revista digital para TECHO Guatemala. Fuente: elaboración propia, 2024.

Fundamentación

La lectura visual empieza con el logotipo, lo que le da jerarquía visual; prosigue con el título de la sección y finaliza con la ilustración de inicio, disminuyendo el espacio negativo entre páginas y cumpliendo con el objetivo de evitar los cortes de página. Esto permite que la ilustración invite al lector a continuar leyendo y deslizando la pantalla para continuar viendo las ilustraciones.

Nivel de Producción Gráfica 2

Pieza Gráfica

Se presenta el nivel de producción gráfica 2, con las piezas digitalizadas y el proceso de validación de las decisiones gráficas con profesionales de Diseño Gráfico.

Portada

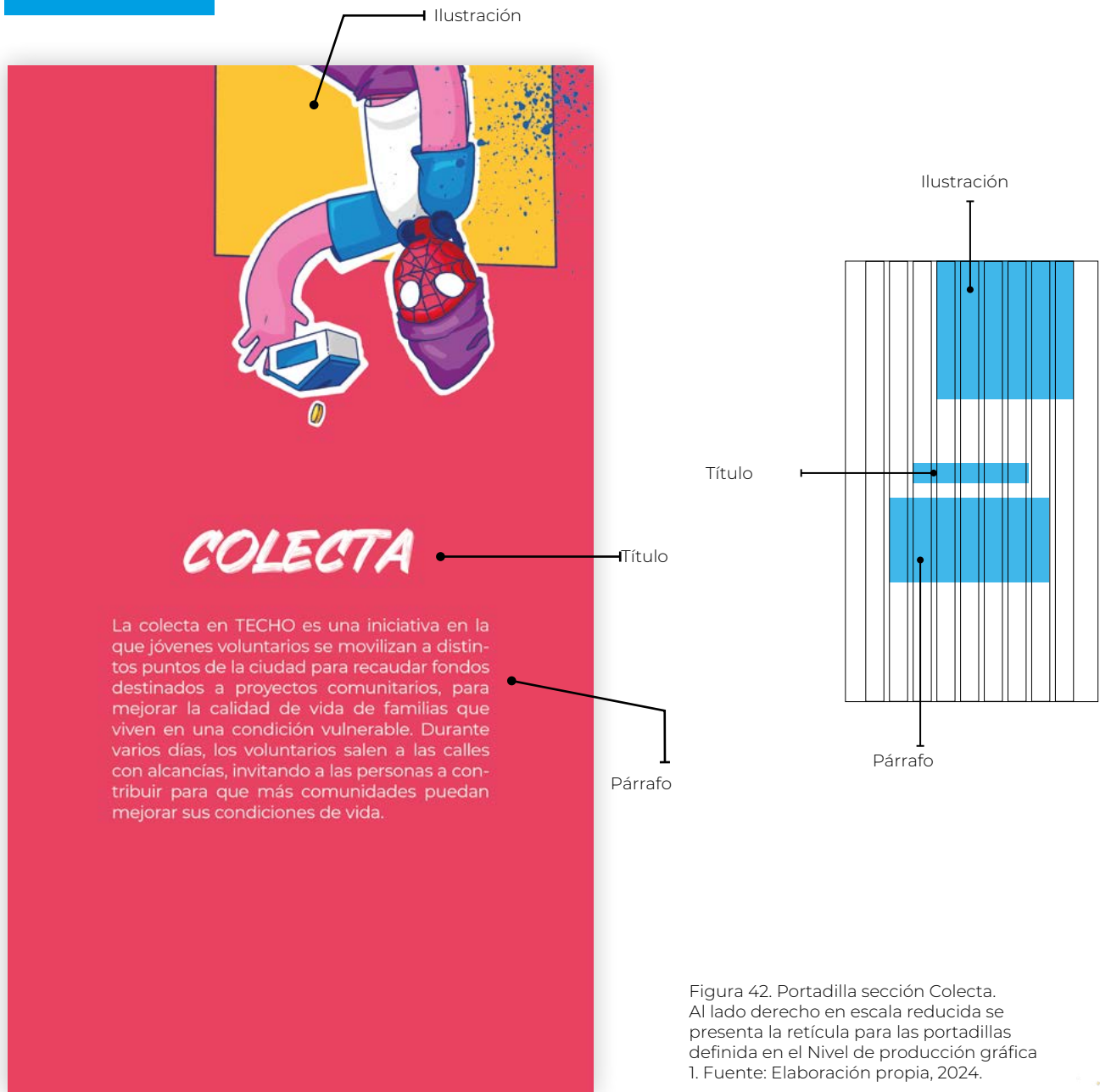


Figura 41. Portada de la revista Construyendo historias. Arriba en escala reducida se presenta la retícula definida para la portada en el Nivel de producción gráfica 1.

Fuente: Elaboración propia, 2024.

La portada presenta dos ilustraciones, representando módulos o partes de un rompecabezas, que interactúan entre sí. La propuesta tiene un recorrido visual vertical desde la parte superior a la inferior; permitiendo aprovechar el formato vertical y que la postura de los personajes guíen la vista al título: Construyendo Historias, así como al logo.

Portadilla



La portadilla presenta una ilustración a color referente al tema, La propuesta tiene un recorrido visual desde la parte superior a la inferior. Dando relevancia al texto al presentarse de forma centrada en 7 columnas de la retícula y con un título script llamativo.

Página interna

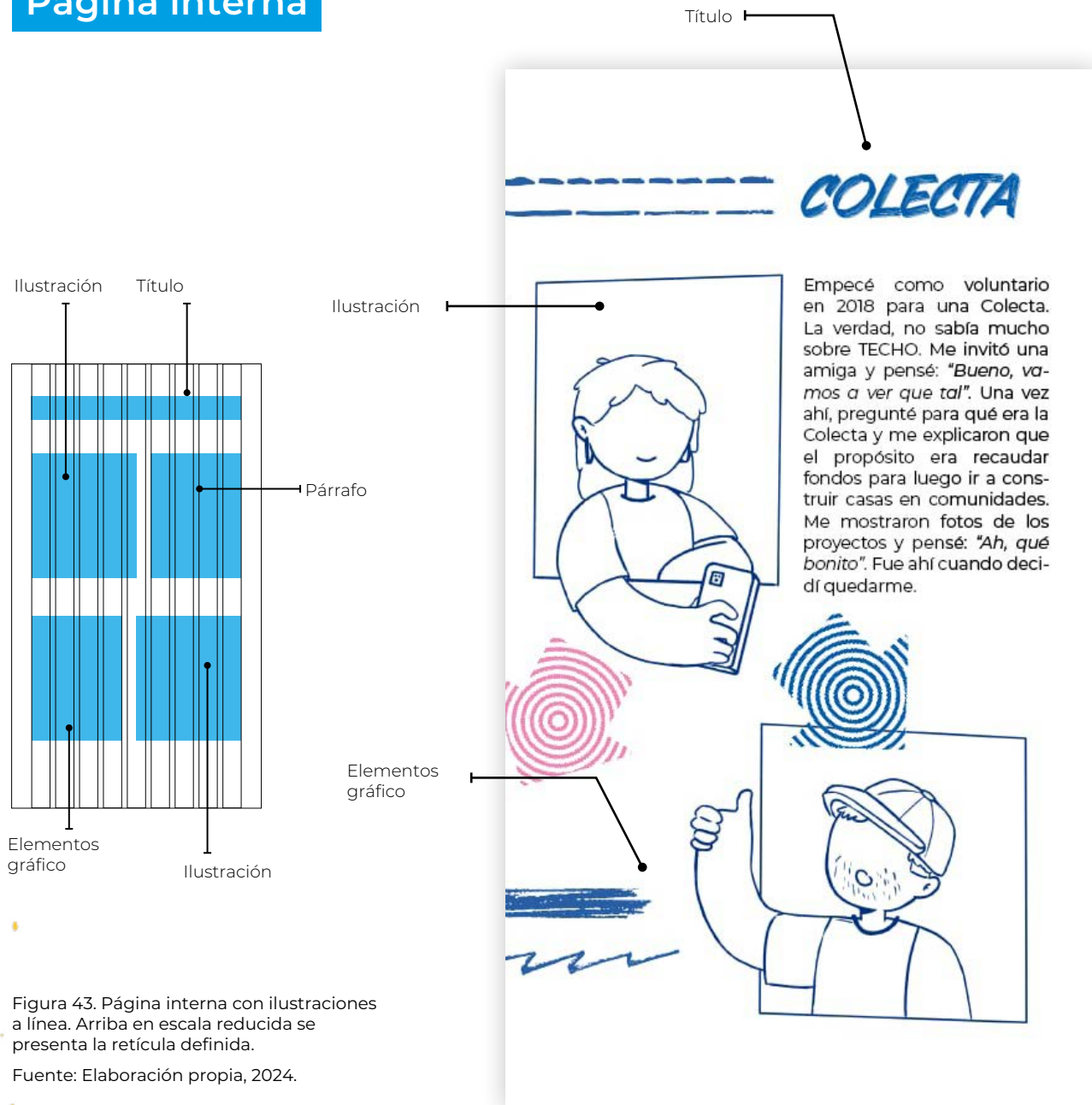


Figura 43. Página interna con ilustraciones a línea. Arriba en escala reducida se presenta la retícula definida.

Fuente: Elaboración propia, 2024.

La retícula de las páginas internas se modificó de 6 columnas a 9 columnas, debido al contenido en texto y la manipulación de las ilustraciones en el espacio vertical. Dentro de las facilidades de la retícula se permite mantener un párrafo en 3, 4 o 5 columnas según la longitud del texto. Para no restar importancia al texto y sobrecargar todas las páginas se decidió mantener ilustraciones a línea que se complementan con elementos gráficos de la marca.

Descripción de Validación con profesionales

Técnica

Para la validación con profesionales del diseño gráfico se utilizó la técnica de encuesta, teniendo en cuenta una escala de Likert. Se desarrolló un formulario con seis preguntas, con una escala donde el máximo es 5 puntos, al cumplir el criterio de forma excelente y el mínimo es 1 al ser ineficiente.

Complementario a esto se presenta la evaluación por partes, desarrollada en conjunto a la Universidad UNNOBA. Usando los mismos criterios definidos en la evaluación PEER (Proyectos de Evaluación y Enriquecimiento Recíproco) para la encuesta con profesionales.

Muestra

- Saúl Macajola
25 años
Diseñador gráfico
- Johan Tapasco
29 años
Diseñador gráfico
- Lina Pulido
26 años
Diseñadora gráfica y publicista
- Rocío Quetglas y Valentina Reverter
Estudiantes de segundo año de UNNOBA de Diseño gráfico.

Criterios de validación

Tabla 14. Criterios definidos dentro de la evaluación por pares y el desarrollo de preguntas para el formulario con profesionales.

Criterios	Pregunta para formulario con profesionales
Originalidad e Innovación. Evalúa el nivel de creatividad, originalidad y si el diseño ofrece una solución gráfica novedosa que destaque frente a otras propuestas similares.	¿Qué tan atractivo visualmente es el diseño?
Funcionalidad y/o usabilidad. Evalúa si el diseño es práctico y fácil de usar, si responde adecuadamente a las necesidades del usuario o cliente y facilita la interacción.	¿Es adecuada la selección y uso de tipografía para el propósito del diseño? ¿El diseño es funcional para el público objetivo?
Contenido y Mensaje. Evalúa si el diseño logra comunicar el mensaje de manera efectiva y comprensible, con una estructura clara.	¿El diseño mantiene un equilibrio visual y una buena composición?
Calidad gráfica. Evalúa si el diseño es visualmente atractivo, armonioso y agradable a la vista, considerando la combinación de colores, formas y tipografía.	¿Se le dio un correcto tratamiento a las ilustraciones y textos?
Coherencia y Consistencia Visual. Evalúa si todos los elementos gráficos (tipografía, paleta de colores, formas) son coherentes y mantienen consistencia visual a lo largo del proyecto.	¿El proyecto resulta ser estético, agradable y crea armonía entre todos los elementos?

Fuente: Elaboración propia en base a los criterios definidos por Anggely Enríquez y Sofía Ginestra para la evaluación PEER y las preguntas presentes en el instrumento de validación con profesionales, 2024.

Descripción y evidencias del proceso de validación

La evaluación con los profesionales en diseño gráfico y la evaluación con los estudiantes de UNNOBA presentan similitudes dentro de la metodología desarrollada. Siendo aplicado en ambos casos un instrumento de naturaleza mixta, donde se presenta una tabla con cinco apartados que evalúan los criterios especificados con anterioridad (Ver Tabla 7) y seis preguntas con escala de Likert

(Ver anexo 7); así como un espacio de comentarios para recibir alguna retroalimentación en base al criterio de los evaluadores. Dentro de la dinámica se hizo entrega de un audiovisual que presentaba de forma resumida aspectos generales: título del proyecto, grupo objetivo, concepto creativo, premisas de diseño y las primeras páginas de la revista.

Resultados de validación con grupo objetivo

Resultados según criterios de validación

Se presenta el resultado de la validación con profesionales en base al formulario con una breve interpretación individual de las preguntas.

¿Qué tan atractivo visualmente es el diseño?

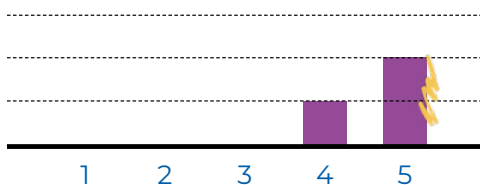


Figura 44. Gráfica 1, validación con profesionales.
Fuente: Elaboración propia, 2024.

El 66.7% califica el proyecto como una solución muy llamativa, mientras que el 33.3% lo considera positivo pero no excelente, se muestra una percepción favorable.

¿Es adecuado el uso de tipografía para el propósito del diseño?



Figura 45. Gráfica 2, validación con profesionales.
Fuente: Elaboración propia, 2024.

El 100% califica la paleta tipográfica con un uso óptimo para el desarrollo de la pieza.

¿El diseño es funcional para el público objetivo?

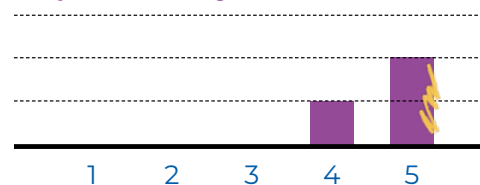


Figura 46. Gráfica 3, validación con profesionales.
Fuente: Elaboración propia, 2024.

El 66.7% considera que el diseño es muy funcional, mientras que el 33.3% lo percibe funcional con margen de mejora.

¿El diseño mantiene un equilibrio visual y una buena composición?

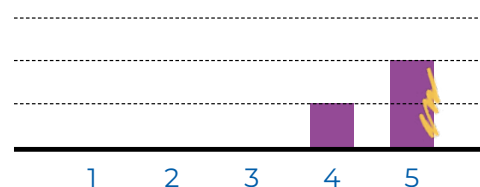


Figura 47. Gráfica 4, validación con profesionales.
Fuente: Elaboración propia, 2024.

El 66.7% opina que el diseño logra un excelente equilibrio visual, el 33.3% lo percibe equilibrado, pero con aspectos mejorables.

¿Se le dio un correcto tratamiento a las ilustraciones y textos?

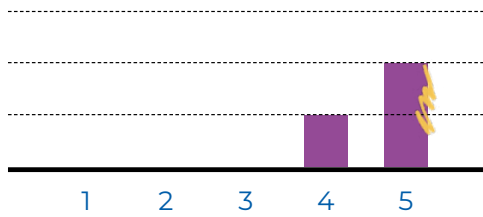


Figura 48. Gráfica 5, validación con profesionales. Fuente: Elaboración propia, 2024.

El 66.7% considera que se dio un tratamiento excelente a las ilustraciones y textos, el 33.3% lo ve adecuado.

¿El proyecto resulta ser estético, agradable y crea armonía entre todos los elementos?

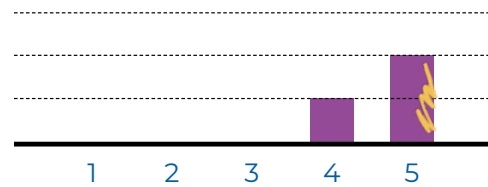


Figura 49. Gráfica 6, validación con profesionales. Fuente: Elaboración propia, 2024.

El 66.7% opina que el proyecto es altamente consistente visualmente, mientras que el 33.3% lo percibe agradable, con espacio para mejora.

Se incluyen los comentarios adicionales recopilados en el formulario:

1. «Siento que hay elementos que tienden a sobrar como algunas líneas o figuras, pero en general lo veo bien.»
2. «Me parece pertinente el tipo de ilustración y muy bien justificado.»
3. «Me parece que cumple con el objetivo y es atractivo.»

Se recopila el resultado de la validación con los estudiantes de UNNOBA, con una calificación individual de 5 para cada criterio así como la calificación sobre 25. Luego se presenta la breve descripción de cada resultado en la escala de Likert.

Tabla 15. Resultados de la evaluación por pares con los estudiantes de UNNOBA.

Contenido y Mensaje	Calidad Gráfica	Funcionalidad y/o Usabilidad	Coherencia y consistencia visual	Originalidad e Innovación	TOTAL	Frecuencia relativa
4	5	3,5	5	4	18	72%

Fuente: Elaboración propia en base al cuadro general compartido por Anggely Enríquez y Sofía Ginestra para la evaluación PEER, 2024.

Contenido y Mensaje: 4

El mensaje es claro y efectivo, con pequeños ajustes necesarios.

Calidad Gráfica: 5

El diseño es estéticamente impecable y visualmente impactante.

Funcionalidad y/o Usabilidad: 3.5

El diseño es funcional, pero puede optimizarse en algunos aspectos.

Coherencia y consistencia visual: 5

El diseño es completamente coherente y consistente, reflejando unidad visual en todos los aspectos.

Originalidad e Innovación: 4

El diseño es innovador y muestra una buena dosis de creatividad.

Valoración sobre frecuencia relativa 72%

Cumple de manera buena, con detalles menores a corregir.

Se incluyen los comentarios adicionales de Rocío Quetglas y Valentina Reverter, estudiantes de segundo año de UNNOBA de Diseño gráfico en la evaluación:

Interpretación y análisis de resultados

Se refleja una valoración mayormente favorable del proyecto, mostrándose una leve variación en la percepción positiva final de la pieza. Abriendo paso a determinados puntos de mejora en el criterio de funcionalidad, como es el caso del uso de elementos gráficos dentro del recorrido visual para que apoyen al contenido del mensaje y aporten a la armonía de la composición.

Se toma como un acierto la tendencia en ilustración aplicada, teniendo una alta calidad gráfica, siendo llamativa para el grupo objetivo y cumpliendo con ser un buen acompañante del mensaje.

«Nos pareció llevadero, y nos gusto bastante como manejo el sistema en el proyecto. Solo vimos que le faltaban un par de cosas con respecto a la funcionalidad e originalidad del trabajo.»

Se considera necesario ampliar el universo de la revista, definiendo retículas donde se incluyan solamente texto o se adjunten elementos como fotografías o códigos Qr que sumen a la experiencia y dinamismo del producto digital.

También, se define como esencial incluir elementos en los márgenes superiores e inferiores que den la sensación de *scroll* infinito como se había planificado en un inicio y lo cual es una de las premisas de tendencia e innovación para el proyecto.



Descripción y fundamentación de la decisión final

Portada

Uso de elementos gráficos

Los elementos gráficos de la marca deben aportar al recorrido visual así como a la composición, tanto en color como en mensaje.

Separar el título del logo

La composición tipográfica del título puede mejorar así como el espaciado utilizado, creando mayor impacto dentro del título y adhesión al agregar algún elemento gráfico.

Uso de color y contraste

Se deben mejorar el uso de la paleta cromática dentro de la ilustración y los elementos gráficos, apoyando al recorrido visual, considerando no hacer competencia con el color usado en el título y el logo.



Figura 50. Portada de la revista Construyendo historias con anotaciones de mejoras.
Fuente: Elaboración propia, 2024.

Descripción y fundamentación de la decisión final

Portadilla

Uso de elementos gráficos

Los elementos gráficos de la marca deben aportar al recorrido visual. La portadilla se ve alejada del universo y el uso de elementos presentados en las demás secciones, por lo que se debe reforzar y aplicar miscelánea dentro de la composición.

Uso de color y contraste

El color del fondo compite con la ilustración, así como afecta la legibilidad del texto. Se debe mejorar y buscar un equilibrio entre el fondo, el texto y la ilustración.



Figura 51. Portadilla sección Colecta con anotaciones de mejoras. Fuente: Elaboración propia, 2024.

Descripción y fundamentación de la decisión final

página interna

Recorrido visual

Los elementos gráficos de la marca deben aportar al recorrido visual así como a la composición, tanto en color como en mensaje.

Uso de elementos gráficos



Figura 52. Página interna de la revista Construyendo historias con anotaciones de mejoras.
Fuente: Elaboración propia, 2024.

Nivel de Producción Gráfica 2

Pieza Gráfica

Se presenta el nivel de producción gráfica 3, con los cambios definidos en la etapa de producción gráfica 2 y el proceso de validación de las piezas con el cliente y el grupo objetivo.

Portada



Figura 53. Portada de la revista Construyendo historias mejorada. Arriba en escala reducida se presenta la versión de la portada en el Nivel de producción gráfica 2.

Fuente: Elaboración propia, 2024.

Las ilustraciones y elementos gráficos presentan una mejora en la colorización y detalles finales, se agrega un borde blanco acorde a la gráfica seguida en redes sociales de TECHO Guatemala, lo que hace resaltar al personaje del fondo sin verse saturado por el fondo o demás colores. La propuesta tiene un recorrido visual desde la parte superior a la inferior que se ve reforzada por los elementos gráficos del *rebranding*. El título de la revista muestra mayor retención visual.

Portadilla

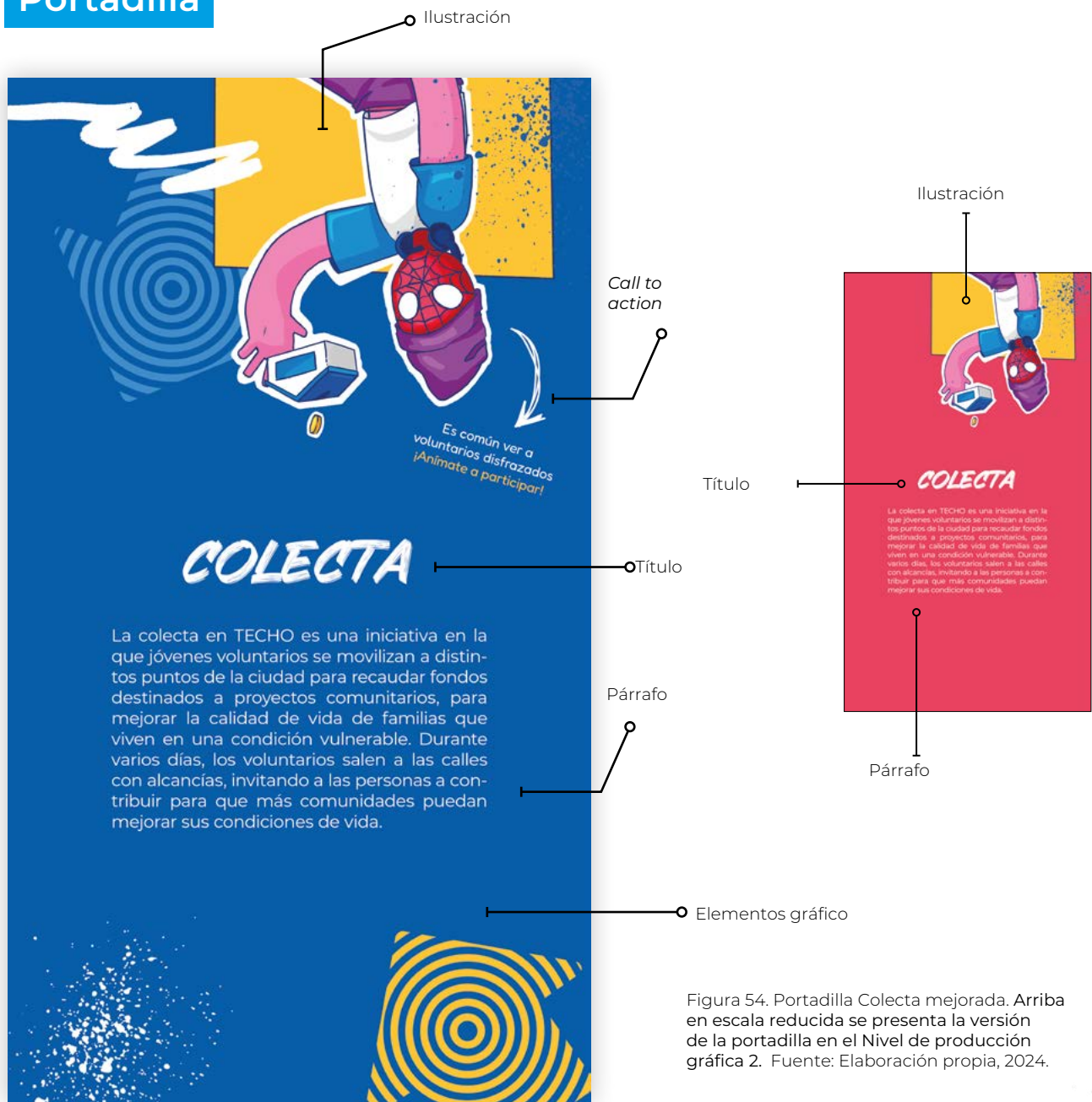


Figura 54. Portadilla Colecta mejorada. Arriba en escala reducida se presenta la versión de la portadilla en el Nivel de producción gráfica 2. Fuente: Elaboración propia, 2024.

La ilustración en la parte superior de la portadilla se ve complementada con elementos gráficos. Se mejora el contraste del fondo con la ilustración. Se tomó la decisión de agregar una breve frase que describe el contexto de la ilustración, así como un *Call to action*. Los elementos gráficos, como flechas guían al párrafo para retener al lector y sumar al efecto de *Scroll* infinito.

Página interna



Figura 55. Página interna con ilustraciones a línea. Arriba en escala reducida se presenta la retícula definida.

Fuente: Elaboración propia, 2024.

En base a las consideraciones del nivel de producción gráfica 2 se modificó el recorrido visual para apoyar al orden de lectura. Los elementos gráficos ahora apoyan la acción de la ilustración y dirigen la vista, permiten ser espacios de descanso con menor detalle. El bloque de texto y título inicia con una lectura al lado izquierdo para así facilitar la trayectoria y que el usuario le de un significado a las ilustraciones.

Descripción de Validación con TECHO Guatemala

Técnica

Para la validación con la organización, TECHO Guatemala se utilizó la técnica de encuesta, teniendo en cuenta una escala de Likert. Se desarrolló un formulario con cinco preguntas, con una escala donde el máximo es 5 puntos, al cumplir el criterio de forma excelente y el mínimo es 1 al ser ineficiente.

Muestra

- Jennifer Kress
27 años
Directora Marketing y Alianzas
- Andrea María Fernández
23 años
Coordinadora de Contenido y Diseño

Criterios de validación

Tabla 16. Criterios y preguntas definidas dentro de la validación con TECHO Guatemala.

Criterios	Pregunta para formulario con organización
Retención del usuario / Funcionalidad. Capacidad del diseño para mantener el interés del usuario a través del contenido y cumplir el objetivo de diseño.	¿Qué tan efectiva crees que es la revista para sensibilizar e informar a los lectores y motivar la acción juvenil?
Relevancia del estilo. Grado en que el estilo visual del diseño es adecuado para el tono del proyecto y el público objetivo.	¿Qué tan bien crees que el estilo visual refleja los valores y la misión de TECHO?
Narrativa visual. el diseño refuerza el objetivo del texto, complementa y refuerza el contenido a través de los elementos visuales.	¿En qué medida el diseño complementan los testimonios, ayudando a contar una historia más completa sobre el trabajo de TECHO?
Originalidad y creatividad. Nivel de innovación y singularidad del diseño en comparación con otros trabajos similares.	¿Qué tan novedosa es el enfoques utilizados en la revista para presentar los testimonios de los voluntarios?
Cohesión con el diseño general. Consistencia del diseño con otros elementos visuales del proyecto, creando una experiencia unificada.	¿Qué tan bien crees que los diferentes elementos visuales (imágenes, colores, fuentes) funcionan juntos para crear una experiencia coherente en la revista?

Fuente: Elaboración propia en base a criterios propios previamente definidos y las preguntas presentes en el instrumento de validación con la organización TECHO Guatemala, 2024.

Descripción y evidencias del proceso de validación

La evaluación con la organización TECHO Guatemala se llevó a cabo de forma asincrónica con un instrumento de naturaleza mixta, con cinco preguntas con escala de Likert (Ver anexo 7); así como un espacio de comentarios para recibir alguna retroalimentación en base al criterio de los evaluadores. Dentro

de la dinámica se hizo entrega de un audiovisual y un PDF con las páginas de la revista que presentaba de forma resumida aspectos generales: título del proyecto, grupo objetivo, concepto creativo, premisas de diseño y las primeras páginas de la revista.

Resultados de validación con TECHO Guatemala

Resultados según criterios de validación

Se presenta el resultado de la validación con la organización TECHO Guatemala en base al formulario con una breve interpretación grupal de las preguntas.

¿Qué tan efectiva crees que es la revista para sensibilizar e informar a los lectores y motivar la acción juvenil?

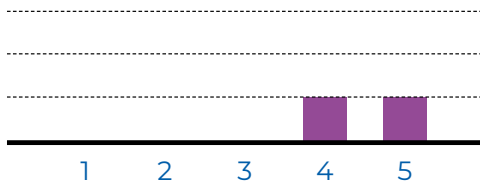


Figura 56. Gráfica 7, validación con TECHO Guatemala. Fuente: Elaboración propia, 2024.

Se considera que la revista es un medio óptimo para motivar la acción juvenil.

¿Qué tan bien crees que el estilo visual refleja los valores y la misión de TECHO?

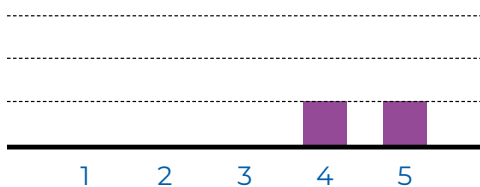


Figura 57. Gráfica 8, validación con TECHO Guatemala. Fuente: Elaboración propia, 2024.

Se considera que la revista posee una gráfica bien aplicada en base a la marca.

¿En qué medida el diseño complementa los testimonios, ayudando a contar una historia más completa sobre el trabajo de TECHO?

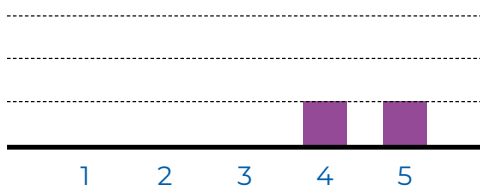


Figura 58. Gráfica 9, validación con TECHO Guatemala. Fuente: Elaboración propia, 2024.

Se considera que las ilustraciones cumplen con la función narrativa dentro del diseño.

¿Qué tan novedosa es el enfoque utilizados en la revista para presentar los testimonios de los voluntarios?

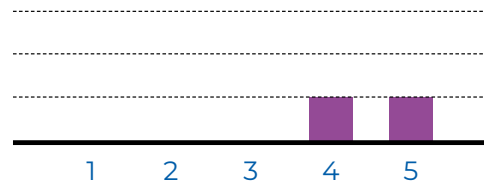


Figura 59. Gráfica 10, validación con TECHO Guatemala. Fuente: Elaboración propia, 2024.

Se considera que el enfoque de la revista es un buen medio para la representación de testimonios de voluntarios.

¿Qué tan bien crees que los diferentes elementos visuales (imágenes, colores, fuentes) funcionan juntos para crear una experiencia coherente en la revista?

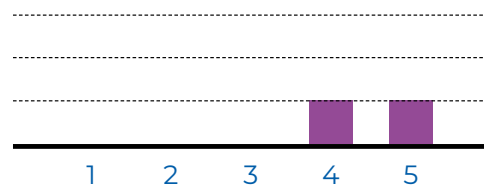


Figura 60. Gráfica 11, validación con TECHO Guatemala. Fuente: Elaboración propia, 2024.

Se considera que la gráfica cumple con tener una consistencia en el diseño.

Se incluyen los comentarios adicionales recopilados en el formulario:

1. «Me gustaría evaluar en algunas páginas el tamaño del texto y el interlineado.»
2. «Me gustaría ver los nombres de a quienes pertenecen los testimonios y de donde son o cuánto tiempo llevan haciendo voluntariado, para que sea más personal. Las ilustraciones me gustan mucho.»

Descripción de Validación con grupo objetivo

Técnica

Para la validación con el grupo objetivo se utilizó la técnica de encuesta, teniendo en cuenta una escala de Likert. Se desarrolló un formulario con seis preguntas, con una escala donde el máximo es 5 puntos, al cumplir el criterio de forma excelente y el mínimo es 1 al ser ineficiente.

Muestra

En el caso de la muestra del grupo objetivo se utilizó la técnica de muestreo por conveniencia, considerando como principal diferenciador la etapa en la que

se encuentran los participantes en su vida personal y profesional. De esta forma se busca captar una variedad de experiencias y opiniones relevantes para el proyecto.

Se seleccionaron:

- 5 voluntarios que actualmente trabajan, que aportan una perspectiva de alguien que ya han experimentando el mundo laboral y otras dinámicas sociales.
- y 5 estudiantes, que aportan la visión de quienes aún se encuentran en proceso de formación académica.

Criterios de validación

Tabla 17. Criterios y preguntas definidas dentro de la validación con grupo objetivo.

Criterios	Pregunta para formulario con grupo objetivo
Jerarquía visual. Organización de los elementos del diseño para destacar los más importantes y guiar la lectura de forma fluida.	¿Qué tan fácil es seguir el recorrido de la página, identificas primero el título y luego los demás elementos en orden lógico?
Coherencia y Consistencia Visual. Consistencia del diseño con otros elementos visuales del proyecto, creando una experiencia unificada.	¿Crees que la ilustración combina bien con otros elementos del diseño, como el texto o los gráficos?
Narrativa visual Capacidad del diseño para complementar los testimonios y enriquecer la historia, proporcionando un contexto más completo	¿En qué medida la ilustración te ayuda a entender o imaginar el mensaje que se quiere transmitir?
Relevancia del estilo. Grado en que el estilo visual del diseño es adecuado para el tono del proyecto y el público objetivo.	¿Qué tan atractivo te parece la presentación del texto?
Retención del usuario / Funcionalidad Capacidad del diseño para mantener el interés del usuario a través del contenido y cumplir el objetivo de diseño.	¿Qué tan probable es que sigas leyendo la revista después de ver esta ilustración?
Marketing de boca a boca. Potencial del diseño para motivar a las personas a hablar espontáneamente sobre el proyecto.	¿Qué tan probable es que, después de ver las primeras páginas, hables con otras personas sobre la revista o el contenido que presenta?

Fuente: Elaboración propia en base a criterios propios previamente definidos y las preguntas presentes en el instrumento de validación con el grupo objetivo, 2024.

Descripción y evidencias del proceso de validación

En esta evaluación los voluntarios fueron seleccionados por Andrea Fernández a partir de la limitación del muestreo, se les compartió un enlace de Google Forms de forma interna. El instrumento fue de naturaleza mixta, donde se presentan seis

preguntas con escala de Likert (Ver anexo 7); así como un espacio de comentarios para recibir alguna retroalimentación en base al criterio de los voluntarios. Dentro de la dinámica se hizo entrega de un PDF con las páginas de la revista.

Resultados de validación con grupo objetivo

Resultados según criterios de validación

Se presenta el resultado de la validación con profesionales en base al formulario con una breve interpretación individual de las preguntas.

¿Qué tan fácil es seguir el recorrido de la página, identificas primero el título y luego los demás elementos en orden lógico?

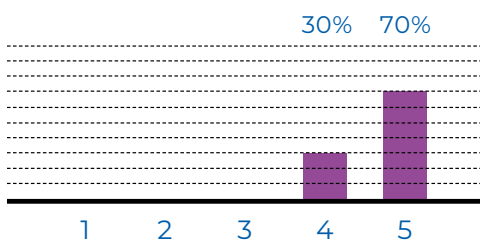


Figura 61. Gráfica 12, validación con grupo objetivo. Fuente: Elaboración propia, 2024.

El 70% califica el proyecto con una jerarquía visual óptima, mientras que el 30% lo considera bien logrado.

¿Crees que la ilustración combina bien con otros elementos del diseño, como el texto o los gráficos?

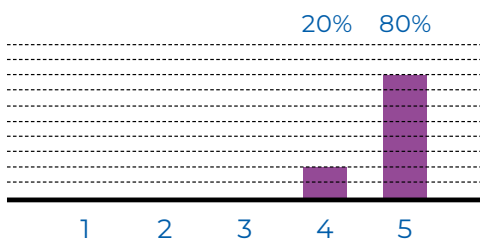


Figura 62. Gráfica 13, validación con grupo objetivo. Fuente: Elaboración propia, 2024.

El 80% califica el proyecto con una coherencia óptima, mientras que el 20% lo considera bien, con un margen de mejora.

¿En qué medida la ilustración te ayuda a entender o imaginar el mensaje que se quiere transmitir?

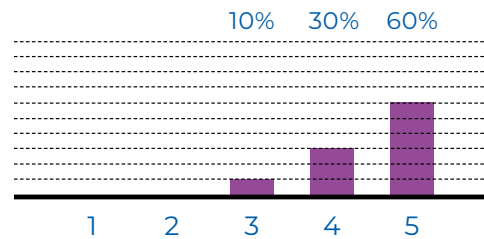


Figura 63. Gráfica 14, validación con grupo objetivo. Fuente: Elaboración propia, 2024.

El 90% considera que la ilustración cumple con el objetivo de ser un buen acompañante y aporta a la narrativa visual.

¿Qué tan atractivo te parece la presentación del texto?

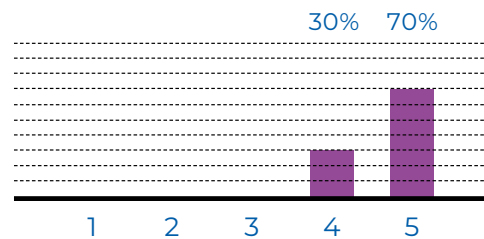


Figura 64. Gráfica 15, validación con grupo objetivo. Fuente: Elaboración propia, 2024.

El 70% opina que las distintas páginas logran una excelente aplicación de estilo gráfico en el texto, el 30% lo percibe bien logrado, pero con aspectos mejorables.

¿Qué tan probable es que sigas leyendo la revista después de leer las primeras páginas?

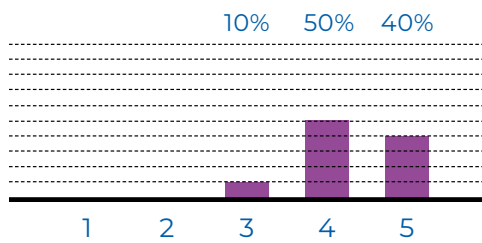


Figura 65. Gráfica 16, validación con grupo objetivo. Fuente: Elaboración propia, 2024.

El 90% considera que seguiría leyendo, presentando una retención buena por parte del grupo objetivo y cumpliendo con ser funcional.

¿Qué tan probable es que, después de ver las primeras páginas, hables con otras personas sobre la revista o el contenido que presenta?

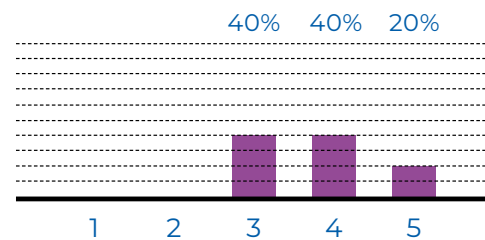


Figura 66. Gráfica 17, validación con grupo objetivo. Fuente: Elaboración propia, 2024.

El 60% opina que el proyecto podría ser compartido por su parte, favoreciendo a la difusión del material de forma orgánica.

Se incluyen los comentarios adicionales recopilados en el formulario:

1. «Me parecen muy atractivas las ilustraciones y que bonito que se ilustran voluntarios de la vida real con sus disfraces, eso refleja mucha personalidad. También me gusta la simplicidad de las ilustraciones, ya que no distraen al momento de leer.»

Interpretación y análisis de resultados

Los resultados muestran una valoración mayormente positiva del proyecto, tanto de la organización como de el grupo objetivo. La mayoría de los encuestados proyectan a la pieza gráfica con una buena jerarquía visual y coherencia del diseño. La calidad de las ilustraciones y su aporte a la narrativa visual son reconocidos, aunque también se identifican puntos de mejora en la aplicación de elementos gráficos en algunas páginas, lo que sugiere que se podría ajustar el equilibrio entre estética y funcionalidad para fortalecer el contenido.

La disposición del público a seguir leyendo y compartir el proyecto indica una buena retención del contenido y potencial para su difusión. Aunque cumple con ser atractivo y funcional, se pueden realizar ajustes para ampliar su alcance y mantener el interés del público.

Dentro de estos ajustes se debe considerar la complicación que demuestra la pregunta «¿Qué tan probable es que sigas leyendo la revista después de leer las primeras páginas?» Dado que el tiempo de retención de atención del público objetivo y el formato, siendo una revista digital con tantas páginas, puede no ser la más óptima, por lo que se podría considerar generar la partición del material en módulos como parte de la campaña de difusión.

Se incluye como bono la pregunta relacionada con el criterio de *marketing* de boca a boca, ya que muestra que el material tiene el potencial de apoyar la tendencia identificada en la fase de recomendación dentro de la Ruta del usuario de los voluntarios. Esto facilita hablar sobre el trabajo de TECHO Guatemala con amigos y compartir el material.

Propuesta final gráfica fundamentada

Portada y portadilla



Las ilustraciones y elementos gráficos presentan una mejora en la colorización y detalles finales, se agrega un borde blanco acorde a la gráfica seguida en redes sociales de TECHO Guatemala, lo que hace resaltar al personaje del fondo sin verse saturado por el fondo o demás colores. La propuesta tiene un recorrido visual desde la parte superior a la inferior que se ve reforzada por los elementos gráficos del *rebranding*. El título de la revista muestra mayor retención visual.

Figura 67. Portada final de la revista Construyendo historias.
Fuente: Elaboración propia, 2024.

Portadilla

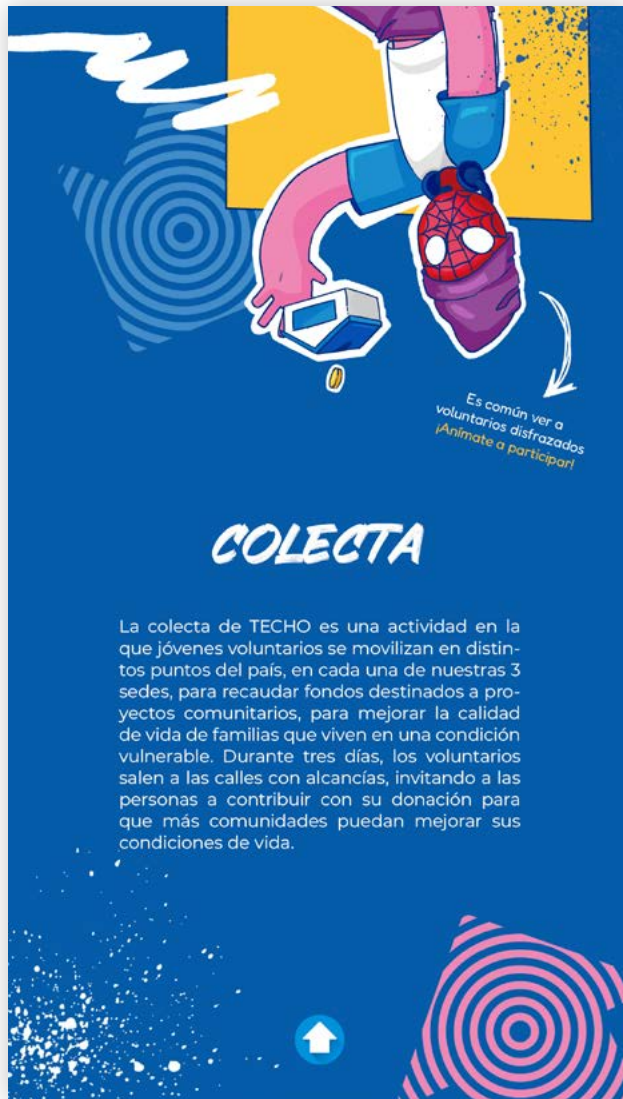


Figura 68 y 69 . Portadilla sección Colecta y sección Scall.
Fuente: Elaboración propia, 2024.

La ilustración en la parte superior de la portadilla se ve complementada con elementos gráficos. Se mejora el contraste del fondo con la ilustración. Se tomó la decisión de agregar una breve frase que describe el contexto de la ilustración, así como un *Call to action*. Los elementos gráficos, como flechas guían al párrafo para retener al lector y sumar al efecto de *Scroll* infinito.

Página interna

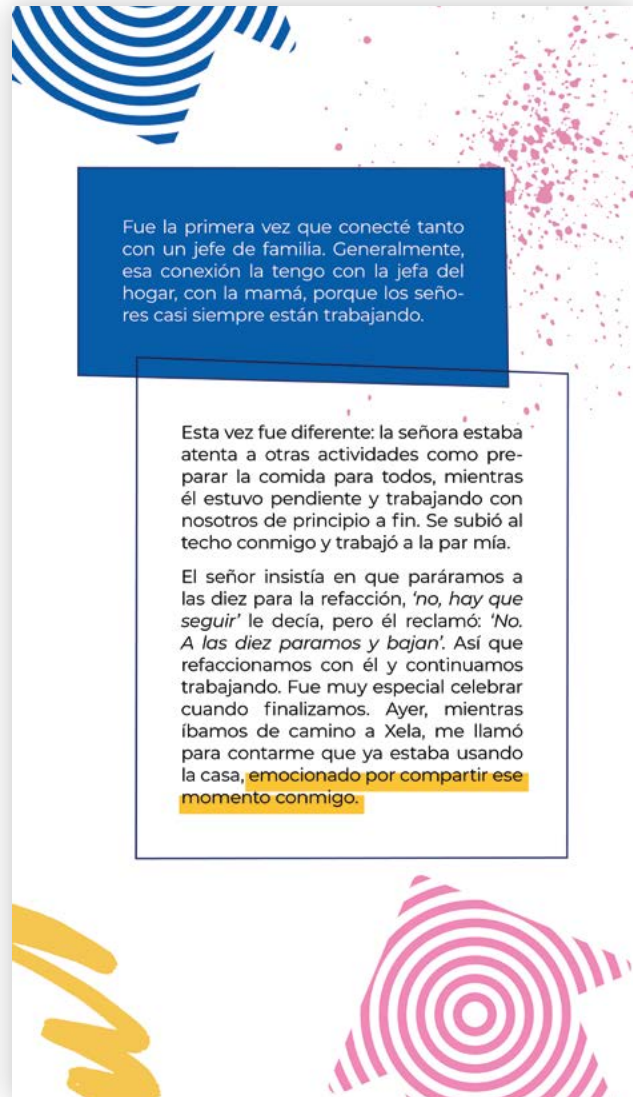


Figura 70 y 71. Páginas internas de la revista Construyendo historias con anotaciones de mejora.
Fuente: Elaboración propia, 2024.

Las páginas internas presentan un título en *script* seguido del autor del testimonio. Los elementos gráficos apoyan la acción de la ilustración y dirigen la vista, permiten ser espacios de descanso con menor detalle. El bloque de texto y título inicia con una lectura al lado izquierdo para así facilitar la trayectoria y que el usuario le de un significado a las ilustraciones.

Vista preliminar de la pieza gráfica

Construyendo HISTORIAS

TECHO

ÍNDICE

Colecta	5
Colores	7
Participar	9
Experiencias importantes	13
Desarrollo	18
El primer paso	17
Comunidad	18
Construy	20
Para qué es	22
Primer campo	23
Color	25
Frio	26
Don Santos	27
Presente	29
Realidad	30
Educación	32
Comunidad	34
Ropa	36
Cuidados	38
SCALL	39
Unión	41
Primera vez	42
Abrazo	44

ÍNDICE

Vivienda 6.000	46
Sera mi	47
Vidas	49
Cinientos	50
Vivieron	52
Más ruido	53
Desastres	55
Ojalá	57
Conexión	58
Tal	60
Retos	62
Aprender	64
Crecimiento	65
Trabajo social	67
Habilidad	68
Salud mental	70

Construyendo HISTORIAS

Presentación

"Que nadie viva en un piso de tierra".

Esta 2024 celebramos 16 años de trabajo en Guatemala. Hemos alcanzado grandes hitos gracias a más de 60.000 voluntades que a nivel nacional se han movilizado durante estos años. Voluntades que han creído en esta causa, que se han sumado y han sido parte fundamental de esta historia. Una historia que nos ha permitido brindarle un nuevo hogar a más de 6.000 familias guatemaltecas.

Construyendo historias es un recopilatorio de testimonios y anécdotas que ilustran parte del camino que recorremos en cada actividad, y que refuerza nuestro propósito de construir un país justo y sin pobreza. Creemos que al construir, se logran grandes transformaciones, involucrando a otros actores en la creación de un futuro mejor. Nos apropiamos de esta frase con el verbo que nos caracteriza: CONSTRUIR.

TECHO

COLECTA

Es común ver a voluntarios disfrazados a participar.

La colecta de TECHO es una actividad en la que jóvenes voluntarios se movilizan en distintos puntos del país, en cada una de nuestras 3 sedes, para recaudar fondos destinados a proyectos comunitarios, para mejorar la calidad de vida de familias que viven en una condición vulnerable. Durante tres días, los voluntarios salen a las calles con alcañales, invitando a las personas a contribuir con su donación para que más comunidades puedan mejorar sus condiciones de vida.

COLECTA

Infórmate un poco de la colecta este año.

Revisa a cómo está el mensaje que...

COLORES

Cristian Rodas Morfin
23 años | Sede Occidente | Voluntario permanente desde 2018

Creo que a la colecta aplica perfecto la frase "para gustos, los colores", porque cada quien aporta a su manera, todo depende de tu estilo y de tu líder de punto. Quizá yo no soy de los que lleva una alcañal y le dice a las personas "¿quiere donar?", pero igual busco aportar de forma diferente.

Por ejemplo, yo me pongo una capa con una frase en la espalda, tal vez no hablo con cada persona, pero al menos ven el mensaje en mi capa, lo cual puede decir algo como "Dona tu tiempo, súmate como voluntario" o "¿cure cuenta de la realidad que viven miles de personas y únete al compromiso?". Es una forma llamativa de llevar el mensaje, como cuando alguien va disfrazado de dinosaurio o lleva un cartel.

Muchos creen que hay que ser extrovertido para participar en la colecta, pero no es necesario.

Conozco personas muy introvertidas que igual se unen y participan en la colecta, ya sea armando globos para los niños o haciendo carteles que ayudan a transmitir el mensaje de TECHO.

La colecta se vuelve una experiencia de autodescubrimiento, porque todos encuentran su manera de contribuir.

Recuerdo a un chico que conocí hace años. Es una persona muy introvertida, pero en la colecta se desató: empezó a hablarle a las personas y a otros voluntarios. Gracias a eso este año he convivido más con él. Siempre que al mismo se dijo "Voy a salir de mi zona de confort". En ese sentido, la colecta también es una oportunidad para retarse a uno mismo.

PARTICIPAR

Andrea Jimena Ramos
22 años | Sede Central | Líder de Colecta 2024, Voluntaria Permanente

He estado en varios voluntariados, pero quería encontrar uno que conectara con lo que estudio en la U, estoy estudiando arquitectura actualmente. En el camino, me uní a otras organizaciones, donde conocí a gente que hablaba de TECHO. Asistí a algunas ferias de voluntariado y ahí fue donde me llamó la atención.

Sin embargo, no fue hasta el año pasado que me animé a participar en la colecta. Tenía ganas de ir a una construcción, pero me asustaba un poco la idea de quedarme a dormir, así que la colecta fue mi primer experiencia.

Participé en la zona 16, en Cayalá, que era el punto más cercano a donde vivo. Fueron tres días, pero solo pude asistir a dos días. Además, fui en horarios con pocos voluntarios, quizás éramos cinco en total. Me di cuenta de que realmente hacía falta más gente.

Aunque éramos pocos, para mí fue una experiencia alegre. Los líderes de punto fueron muy acogedores y siempre había alguien dispuesto a responder dudas sobre la dinámica, las alcañales o cualquier cosa que se necesitara.

La acogida de los líderes y la organización me motivaron a seguir asistiendo a construcciones. Me sorprendió descubrir que TECHO no era solo sobre construir viviendas de vez en cuando, sino que había muchas actividades constantes y todo se sostiene gracias al esfuerzo de voluntarios. Ahí me di cuenta de que había encontrado lo que buscaba.

ESPONTÁNEO

Joshuas Medina
26 años | Sede Central | Líder de Escuela - Campesinato oculto

Empecé como voluntario en 2018 en una colecta. La verdad, no sabía mucho sobre TECHO. Me invitó una amiga y pensé "Bueno, vamos a ver qué tal".

Una vez ahí, pregunté para qué era la colecta y me explicaron que el propósito era recaudar fondos para luego ir a construir viviendas en comunidades. Me mostraron fotos de los proyectos y pensé: "Ah, qué bonito". Fue ahí cuando decidí quedarme.

Me explicaron que durante la colecta tenía que cuidar mi alcañal y pedir donaciones.

Fue interesante la cantidad de gente espontánea que se unió a la causa. Algunos se disfrazaban y comenzaban a bailar para llamar la atención de los niños y sus padres, quienes, curiosos, se acercaban a preguntar qué estábamos haciendo. Siempre que alguien preguntaba: "¿ese grupo no estaba solo?", éramos cinco o seis personas compartiendo ese momento.

IMPORTANCIA

Cristian Rodas Morfin
23 años | Sede Occidente | Voluntario permanente desde 2018

Para mí, la mejor forma de explicar la colecta es compararla con las imágenes que todos vimos cuando ocurrió lo del volcán de Fuego esos llamados urgentes en redes sociales para convocar ayuda y los influencers compartiendo información, los centros de acopio recibiendo ropa, agua, alimentos para los afectados. Es ese impulso de salir, de alzar la voz, aunque uno no sea famoso ni exitoso. Aunque nunca lo hayas hecho antes.

Es un esfuerzo por despertar a las personas que como yo en algún momento, eran ciegos ante la realidad de muchas comunidades o que tal vez eran conscientes, pero preferían ignorarla.

La colecta es eso: dar voz a los que no la tienen y ofrecer un pequeño aporte para cambiar la realidad. Tal vez algunas personas lo pueden percibir como que solo estamos pidiendo una contribución a la donación, pero el impacto va más allá.

A veces, aunque la persona no se denota, la simple acción de vernos en la calle, con una manta que señala la desnutrición en una comunidad o la falta de un puente para trasladar alimentos, deja una espinita en su mente.

Esa espinita empieza a calar, y de pronto, algunas piensan: "tal vez puedo hacer algo." Y resulta que esa persona es dueña de una empresa o está en sus posibilidades de donar algún material necesario para construir o mejorar alguna situación en las comunidades.

Así es como las cosas se ponen en movimiento. La colecta no sólo se trata de reunir dinero, sino de visibilizar la realidad del país y cómo se pueden involucrar para apoyar de muchas maneras: como voluntarios, donando materiales, aportando sus tiempos, Ingenieros, doctores, profesionales de todo tipo que quizás no sean voluntarios permanentes, pero que pueden ofrecer su apoyo en un momento o para un proyecto específico.

DESCARGUE

El trabajo en equipo reduce el tiempo de descargar del camión de una vivienda.

DESCARGUE

El descargar de materiales en TECHO involucra a los participantes en tareas logísticas así como coordinación y trabajo en equipo en actividades como la descarga de material, herramientas y otros insumos que serán utilizados para las obras. El descargar marca el inicio físico de la construcción y simboliza el compromiso de los voluntarios y la organización con las familias beneficiarias.

DESCARGUE

Mira cómo es un día de Descargar.

Formas de cómo ir a un día de Descargar QR

EL PRIMER PASO

Adrián Méndez
29 años | Sede Central | Líder de Campamento 2024

Un compañero me dijo que estaban organizando una actividad, en ese momento él era líder de la escuela. Me dijo: "Andá, va o está bonito, no te perdés". Pero algo que he notado en todo este tiempo es que a muchos nos llevan un poco enojados.

La actividad a la que me llevaron fue un día de descargar, y... es la actividad más exigente físicamente. Había que descargar materiales para 20 viviendas, así que fue agotador. Cargamos toda la madera y terminé muerto, con moretones por todo el cuerpo.

El descargar es pesado, pero absolutamente necesario para las construcciones. A pesar de lo duro que fue, estoy pensando, incluso he estado a cargo de varios descargues. Después, cuando haces la construcción en la misma comunidad, te das cuenta de que, aunque también es cansada, es mucho menos dura físicamente y más gratificante ya que es posible ver el resultado de todo lo que hicimos. Aunque, honestamente, a mucha gente no le gusta ir a descargar, es fundamental para que todo lo demás funcione.

COMUNIDAD

Gerardo Ramos
25 años | Sede Central | Líder de escuela vivienda 6.000

Definita el descargar como la actividad más física de TECHO, pero también como aquella en la que más se ve la unión de la comunidad. A diferencia de la construcción, o de otras actividades como la eco, donde cada quien está en una vivienda diferente, durante los descargues se percibe una participación colectiva que transforma el ambiente.

El año pasado no lo había vivido así, pero este año, en Paicán, todo cambió. Ahí, el apoyo era de todos y para todos. Ver esa colaboración fue algo que me gustó mucho, cómo se organizaban para cargar las cosas. Eran principalmente los hombres de la comunidad quienes lo hacían, pero había algo especial en la forma en que todos se apoyaban.

Recuerdo a varios señores que estaban emocionados por su vivienda y estaban atentos al descargar: algunos vivían al otro lado del camino o a otras manzanas de donde estaba el camión.

Y entonces se reunieron para el descargar y ellos decían "vamos a descargar ahorita la vivienda Don Juan y después la de Don Roberto". Todos se subían al camión, descargaban la vivienda de uno, y luego pasaban a la siguiente, siempre con el mismo espíritu de apoyo.

La verdad, esa colaboración ha hecho que los descargues sean más llevaderos. Ver que las personas de la comunidad se unen para hacer cambios y se emocionan por sus vecinos. Es la actividad en la que se ve el apoyo comunitario en su máxima expresión.

Cada vivienda requiere un día de descargar.

CONSTRU

Las jornadas de construcción en TECHO son espacios donde jóvenes y habitantes de las comunidades en situación de vulnerabilidad construyen viviendas. Durante estos días, las voluntades trabajan en equipo para levantar estructuras que brindan una solución inmediata a la necesidad habitacional, mientras comparten con las familias. Más que levantar paredes, se trata de construir oportunidades y dignidad avanzando hacia el sueño de una sociedad justa y sin pobreza.

CONSTRU

Mira cómo es un día en una Construcción.

Formas de cómo ir a un día de Construcción QR

PARA QUÉ ES

Adrián Méndez
29 años | Sede Central | Líder de Campamento 2024

De las cosas que más te marcan es la convivencia con la familia. En el descargar uno empieza a conocer a todas las familias, pero en la construcción es diferente: estás a cargo de una familia de conocer, de vivir su realidad y ver que los voluntarios de la cuadrilla conecten con ellos. Al final, eres una parte que suma a la conexión entre la familia y la cuadrilla, y que todos entiendan su situación.

Porque al final, no sabemos todo lo que atraviesan estas personas, lo que les cuesta conseguir lo necesario para el día a día. Para ellos no es sólo un hogar, es un futuro mejor para sus hijos. Es un lugar donde podrán estar más sanos y seguros, donde ya no tendrán que preocuparse tanto por la tierra o la falta de espacio.

Es un momento igualable.

PRIMER CAMPA

Joshuá Medina
26 años | Sede Central | Líder de Escuela - Campamento octubre

Mi primera Campa fue en El Durazno, Ametzán. Cuando llegamos con la familia, recuerdo que vivían en un cuarto hecho de láminas. TECHO siempre da un kit de alimentación para las familias, que incluye pasta o fruta, para que no tengan que gastar y con esos insumos, preparar el almuerzo de ese día para ellos y para el voluntariado. Sin embargo, recuerdo que la señora vino y nos sirvió pollo para el almuerzo.

Estábamos comiendo con ellos y le pregunté: "Mira, ¿y el kit de alimentación que le trajimos?".

Su respuesta me dejó sin palabras: Mi esposo y yo **estábamos ahorrando para comprar el primer pollo al asado**. Desde que nos enteramos de que nos harían la casa, hace unos tres meses, empezamos a ahorrar para que ustedes comieran bien.

Me quedé impactado. La señora entró a traer fresco y yo recuerdo que, hablando con mi cuadrilla, les dije: "¿Entendieron lo que dijo? ¿Entendieron lo que significa?". Ellos, sorprendidos, respondieron que no habían puesto atención.

Les repetí lo que me dijo la señora y añadí: "Ahora piensen sin esto, ¿Cuánto tiempo va a pasar para que ellos puedan volver a comer pollo? ¿Cuánto tiempo les va a durar a nosotros?".

En ese momento, al terminar de comer, pensé: "No voy a seguir, y la vivienda tiene que quedar así o no". Todo comenzó a bombear. Fue muy conmovedor, porque si ellos hicieron ese sacrificio por nosotros, cómo no íbamos a hacer las cosas bien nosotros?".

CALOR

Cristian Rodas Morfin
23 años | Sede Norte | Voluntario permanente desde 2018

Nunca había construido antes, y mi primera experiencia fue... ¡memorable! Incluso un poco graciosa y por la que todos mis amigos me molestaron. Era mi primer campamento, y nos tocó descargar los materiales y levantar la vivienda. Me asignaron a un líder de cuadrilla que es cosa seria. Desde el primer día ya estábamos levantando y terminando incluso la estructura del techo, con pilotes incluidos. Fue matadísimo, y el calor de Escuintla no ayudaba mucho.

Ahí estaba un Cristian de 17 años, lidiando con el esfuerzo físico bajo ese sol horrible y trabajando con los demás voluntarios. Insisto en que no me desmayé, no lo sentí así, pero mis amigos insistían que sí. Según ellos, me vieron acostado, casi desmayado, en una de las clínicas improvisadas por los bomberos. En realidad, solo quería descansar un poco para que se me bajara la temperatura, porque el golpe de calor sí me afectó bastante.

Allí fue que aparecieron algunos amigos de Xela y empezaron a bromear, diciendo que me había desmayado y no paraban de repetir: ¡melo y molestar! A fin de cuentas, fue de esas historias que se quedan para contarlas; una anécdota que aún me parece chistosa.

FRÍO

Fernanda Sierra
19 años | Sede Norte | Voluntario permanente desde 2023

Justo este fin de semana, tuvimos la oportunidad de que viniera un grupo de Honduras a construir aquí en Sede Norte norte. Fuimos a Puruhub, donde una de las viviendas—lo mejor forme de describirlo—era como un capotito de madera, con las paredes llenas de grietas.

En estos días está haciendo mucho frío, incluso estando abrigados y dentro de ese cuartito, se sentía tanto frío, me causa una profunda emoción. Ver las caras de felicidad de los niños y de toda la familia al ver su nuevo hogar fue muy gratificante. Saber que podrán estar más calentitos es una satisfacción total. Junto a los voluntarios de Honduras, todos estábamos muy conmovidos.

Admiro la voluntad de los voluntarios de Honduras que hicieron 24 horas de viaje, llegando a las tres de la mañana el sábado y, a las seis, ya íbamos a construir. Fue realmente especial verlos con tanto entusiasmo.

Pensar que ahora que ya tienen su vivienda y su SCALL, van a estar más protegidos y sin sufrir tanto frío, me causa una profunda emoción. Ver las caras de felicidad de los niños y de toda la familia al ver su nuevo hogar fue muy gratificante. Saber que podrán estar más calentitos es una satisfacción total. Junto a los voluntarios de Honduras, todos estábamos muy conmovidos.

DON SANTOS

Joshus Medinilla
26 años | Sede Central | Líder de Escuela - Campamento octubre

Este fin de semana estuvimos en Barranecabe, en Totonicapán. Antes de empezar a construir y levantar los paneles, se acercó el señor de la vivienda y nos dijo: 'yo no tengo mucho dinero para ofreceros, pero les tengo este detalle'. Él se había tomado el tiempo de buscar unos llaveros en forma de herramientas: un martillo, un serrucho y todo lo necesario para la construcción.

Para mí específicamente, me dijo: 'Mire, quiero que usted se quede con el serrucho, porque usted es el líder de cuadrilla y viene aquí a construir mis sueños'. Yo me quedé sorprendido... ¿no?'

Fue la primera vez que conecté tanto con un jefe de familia. Generalmente, esa conexión la tengo con la jefa del hogar, con la mamá, porque los señores casi siempre están trabajando.

Esta vez fue diferente: la señora estaba atenta a otras actividades como preparar la comida para todos, mientras **el esposo pensaba y trabajaba con nosotros del principio a fin**. Se subió al techo conmigo y trabajó a la par mía.

El señor insistió en que paráramos a las diez para la refacción, 'no, hoy que se guir' le decía, pero él reclinó: 'No. A los diez ponamos y bajen'. Así que reflexionamos con él y continuamos trabajando. Fue muy especial celebrar cuando finalizamos. Ayer, mientras íbamos de camino a Xela, me llamó para contarme que ya estaba usando la vivienda, emocionado por compartir ese momento conmigo.

PRESENTE

Fernanda Sierra
19 años | Sede Norte | Voluntaria permanente desde 2023

Hace aproximadamente 20 días, tuve la oportunidad de ir a Chimatengo a construir junto con la sede central. Tengo muy presente a una familia en la que la señora estaba embarazada. El señor no se mantenía mucho en casa y nunca llegamos a conocerlo, porque se mantenía trabajando. Ni los voluntarios de la sede central que fueron a hacer ECOS y el descargue vieron al esposo, nunca estuvo presente. A la señora le costaba salir de su casa porque su embarazo era riesgoso, y ya estaba por dar a luz. Ella tenía tres niños, dos niñas y un niño.

Los niños jugaban alrededor de nosotros. Las niñas eran un poco tímidas y noté que nos miraban y se reían, desde una distancia prudente, pero el niño estaba constantemente con nosotros, preguntando qué era lo que hacíamos o las herramientas que utilizábamos.

REALIDAD

Adrián Méndez
29 años | Sede Central | Líder de Campamento 2024

La primera anécdota que siempre cuento es la del primer golpe de realidad que recibí. Aunque comencé como voluntario en 2018, no fui muy activo al principio. Fue hasta el 2021, después de la pandemia, que empecé a involucrarme de verdad. Creo que mi año más activo fue el año pasado.

Ese día, estaba tomando fotos, acostumbrado a llevar un dron para hacer algunas tomas desde arriba. Al sacar el dron, un montón de niños se acercaron, fascinados, porque nunca habían visto uno de cerca. Sin embargo, olvidé la memoria Micro SD, esa que se consigue fácilmente en cualquier tienda que venda audífonos y cargadores. Lo baje y les pregunté dónde podía encontrar de estas tiendas en la comunidad.

Los niños me guiaron para que pudiera comprar una memoria. Caminamos hacia allá, iba con los niños detrás de mí, mientras brincaban y se reían.

En el camino de regreso me ofreció a comprarles algo de una tienda. Los dos más pequeños escogieron helados, pero el mayor, que no tenía más de once años, pidió una bebida energética.

Le dije que no podía comprarle eso, que no era para niños. Me respondió que él la tomaba todos los días para ir a trabajar. Señaló a su hermano que era un poco menor y añadió que él también la tomaba a diario cuando iba a trabajar.

Fue un golpe duro, un recordatorio de la realidad y de las desigualdades que existen. Esa experiencia me ayudó a comprender mejor la profundidad de los problemas que enfrentan muchas familias.

ESFUERZO

Andrés Jimeno Ramos
22 años | Sede Central | Líder de Colecta 2024, Voluntario Permanente

Una de las experiencias que más recuerdo ahorita, fue en la última construcción a la que fui, hacer un par de semanas. Recuerdo que había dos familias compartiendo el mismo terreno, que estaba dividido en dos.

Una de las familias tenía una galera improvisada en una esquina: lamas cortas, en mal estado que formaban un espacio pequeño. Solo había una cama y a un lado, una cocineta diminuta. Al principio pensé que era una solución temporal, de esas que las familias hacen mientras TECHO construye su nueva vivienda. Pero pronto me di cuenta de que esa era su casa y llevaba así mucho tiempo.

El cuartito era de unos tres por cuatro metros, con apenas la balota, una cama, un mueblecito y la cocineta. Ahí vivían los padres y sus dos hijos. Cocinaban, comían y dormían en ese espacio minúsculo. La puerta no era más que una cortina, y las paredes estaban hechas de tres láminas y un poco de concreto. Del otro lado, el fente estaba desahogado, apenas tapado por una sábana.

Estas experiencias son las que me conmueven profundamente. **Ver la gratitud de la gente en algo que es solo una misión.** No todos saben que las familias deben contribuir con un pequeño porcentaje del costo de la vivienda. El programa de vivienda les incluye un sistema de captación de agua de lluvia y en algunos casos, una terraza.

Es una cantidad que nosotros podemos sentir pequeña, pero es algo simbólico dado que ellos son conscientes de que han pagado y trabajado por su hogar y eso le da un valor especial para que le cuiden ya que **se esfuerzan por ella.**

COMUNIDAD

Abigail Sekavizvo
23 años | Sede Occidente | Líder de contenido comunitario

Creo que entrar tan joven a TECHO me permitió aprovechar al máximo las oportunidades y descubrir lo que realmente me apasiona. Definitivamente soy una voluntaria de comunidad, soy muy feliz estando en comunidad. Por lo mismo, de las experiencias más significativas que he tenido han sido liderar dos construcciones de viviendas.

Una de estas experiencias fue mi primera vez liderando una construcción, que sucedió en medio del pico de la pandemia, justo cuando apenas volvíamos a operar en comunidades. Recuerdo todo el proceso previo porque fue todo un reto. En ese proyecto, debido a las restricciones, el equipo era pequeño.

No contaba con líderes de construcción o logística, así que me tocó ser 'multitool, involucrándome y trabajando en todas las áreas.

Aunque fue desafiante, el esfuerzo valió la pena, y al final disfruté cada momento del campamento.

Al ser una construcción pequeña, el ambiente fue muy unido; no tuvimos desacuerdos ni conflictos que tal vez entre tantas voces, en otros campamentos, llegan a surgir. Pero también fue super cansado y cargado para todas las personas, el esfuerzo físico iba cargado de muchas responsabilidades para cada uno.

Recuerdo especialmente el almuerzo que nos dieron el último día. Una mejanes fritas que sabían increíble. Todos declaramos que nunca en la vida habíamos almorzado algo tan rico. No sé si fue la gratitud con la que lo cocinaron, pero el ambiente se sentía diferente, todos estábamos muy contentos.

Fue una de las mayores satisfacciones de ese campamento ver a cada voluntario realmente feliz. Sin duda, es una de las mejores anécdotas que tengo.

ROPA

Fernanda Sierra
19 años | Sede Norte | Voluntaria permanente desde 2023

Al momento de hacer los talleres en comunidades, son los líderes de escuela quienes explican los derechos y obligaciones de los padres y de los niños, y desarrollando temas sobre liderazgo y apoyo entre comunidades.

Por ejemplo, hablamos de cómo identificar las necesidades y los gustos, de forma que comprendían la diferencia entre lo esencial y lo que es solo un deseo. Sobre las necesidades básicas como el agua, la electricidad y la comida. Luego, diferencias entre necesidades y gustos, como dulces, teléfonos o televisores.

Si los padres no pueden dar estos gustos, y los niños ya tienen la edad suficiente para entenderlo, los animan a reconocer que no son esenciales. Así, si los padres pueden satisfacer algún gusto, decidirán si es posible hacerlo y en qué medida.

CUIDARSE

Cristian Rodas Morfin
23 años | Sede Occidente | Voluntario permanente desde 2018

Hay una anécdota que me inspiró, relacionada a la salud, durante el tiempo que llevo en TECHO. Al estar en comunidad, suelo atender a los voluntarios cuando se lastiman, pero hubo un caso que me asustó bastante.

Durante una actividad, en una comunidad a la que no habíamos ido en un tiempo, un voluntario comenzó a sentirse mal, tanto que empezó a vomitar sangre. El chico ya sabía que tenía ciertos problemas y así decidió participar. Él era consciente y sabía monitorearse, pero no deja de ser algo delicado en una situación alejada.

Esto me hizo reflexionar sobre lo importante es tener medidas de precaución y un plan de emergencia para situaciones así. Casos como estos me han impulsado a implementar buenos hábitos dentro de los campamentos, para prevenir que los voluntarios caigan en malas rutinas como no hidratarse o llegar a situaciones más peligrosas. Cero que en TECHO aprendes a estar y ser consciente de como actuar en este tipo de situaciones.

En los talleres previos a las construcciones, compartimos sobre economía y ahorro, pero también llegamos a enfrentarnos a realidades distintas. La mayoría de los voluntarios vivimos en una situación en la que **podemos darnos gustos**, como comprar ropa cuando la necesitamos.

Si algo de ropa ya no nos queda lo regalamos y rápido vamos a comprar más ropa que nos guste. Sin embargo, al visitar comunidades, **veamos niños con zapatos rotos de ropa que ya no les queda bien**, y aun así, hasta que tengan la posibilidad de comprar más ropa ellos tienen que seguir usándola.

Algunas niñas usan ropa pequeña, pero solo pueden renovarla cuando logran ahorrar un poco. En familias con hermanos pequeños, la ropa se hereda y queda se desecha hasta que no queda otra opción. Ver estas realidades me hace reflexionar sobre la forma en que cada familia aprovecha al máximo lo que tiene.

SCALL

Cada instalación involucra a una familia (al menos de esta transformación)

Un scall es un sistema de captación de agua de lluvia, este proyecto brinda una solución familiar al problema de la falta de acceso de agua en las comunidades. Consiste en unas canalistas que se colocan en los techos de las viviendas, una vez que el agua de lluvia cae en la canalista, se llena un tanque en donde comienza un proceso de filtración de agua, en donde después, esta agua se almacena en un tinaco y ahí también se lleva a cabo otro proceso de filtración de agua.

SCALL

Mira sobre la instalación del SCALL número 600.



SCALL




LLUVIA

Fernanda Sierra
19 años | Sede Norte | Voluntaria permanente desde 2023

Las jornadas de SCALL no son tan tardadas. La instalación se puede terminar en dos horas o dos horas y media. En total, he ido a tres jornadas de instalación.

A principios de año, fuimos a construir la vivienda y un par de meses después se instaló el sistema de captación de agua. En una de esas jornadas, la familia a la que le construimos **ya tenía agua**.

Por ejemplo, en Chinihlojón, una de las comunidades donde trabajamos, las casas están lejos y deben bajar hasta el río y subir acarreado el agua en cubetas. Pero en algunas comunidades, como la de la esta familia, no tienen la capacidad de obtener agua por un río, solo pueden tenerla cuando llueve y conservarla en cubetas.

Al instalarles el SCALL la familia estaba emocionada de tener acceso al agua potable. Gracias a estas jornadas, en esa comunidad la próxima vez que llueva, **podrán un acceso más seguro** para almacenar el agua y convertirla en potable también.

PRIMERA VEZ

Abigail Siekavizza
23 años | Sede Occidente | Líder de contenido comunitario

Las instalaciones de SCALL han sido un reto al final del día y tengo que me instaló uno en occidente.

Tuve la oportunidad de liderar una comunidad casi por dos años, una de mis comunidades favoritas, la primera a la que fui como voluntaria. La lideré con un equipo de comunidad.

Siempre hay una familia en particular a la que uno se encariña mucho y fue con ellos que tuve la oportunidad de instalar ese primer SCALL.

Recuerdo que fue una experiencia muy bonita, tanto por el ambiente como por el hecho de que el jefe de familia, después de que se construyó su casa, se volvió voluntario. Él tenía conocimiento de cómo trabajamos y toda la dinámica del voluntariado, pero además poseía mucho conocimiento en otras áreas.

El me enseñó mucho más allá del manual que se nos envía para construir el sistema de captación, ya que nosotros nunca habíamos construido uno en ese momento. Aprendí técnicas y detalles que probablemente no habríamos visto en el manual.

La experiencia fue preciosa. Tuvimos un par de situaciones inesperadas porque la vivienda tenía ciertos detalles que no nos favorecían. Justo en esos momentos, él me guió para buscar maneras de solucionar problemas que, de otra manera, no se nos habrían ocurrido a nosotros como voluntarios.

Ese proceso se convirtió en uno de mis recuerdos más bonitos, no solo por la construcción en sí, sino también por el vínculo que se formó con la familia y el aprendizaje compartido.

ABRAZO

Joshua Medina
26 años | Sede Central | Líder de Escuela - Campamento octubre

Tengo muy presente lo que me dijo una señora en San Rafael, Villa Canales. Ese día, no construimos una vivienda, instalamos un SCALL. Al finalizar, la señora me preguntó: "¿Le puedo dar un abrazo?". Le dije que sí, pero antes de hacerlo, agregó: "Mira, mire, yo sé que muy probablemente usted en el futuro ya no se acuerde de mí, pero yo nunca lo voy a olvidar por haber venido a construir mi vivienda", y entonces me abrazó.

Ese abrazo se sintió como un abrazo de madre. Yo acababa de perder a mi mamá hacía unos dos o tres años, y lo que ella me dio fue un abrazo que me llenó el alma, porque fue un abrazo muy sincero.

Fue un momento muy impactante para mí. En ese tiempo estaba atravesando una crisis existencial sobre si seguir o no en el voluntariado. Pero cuando recibí ese abrazo, entendí que lo hacemos por la comunidad, por esas personas. Fue como si, en ese instante, renovara mis fuerzas y decidiera seguir adelante.

VIVIENDA 6,000

En agosto del 2008 se realizó la primera construcción de TECHO en Guatemala, por lo que escogimos ese mes para celebrar nuestro aniversario. Este año celebramos 15 años de trabajo en el país. Esta fecha es un recordatorio de la historia que hemos construido durante estos años y renovar nuestro compromiso con la construcción de un país justo.

Esa misma historia nos ha permitido llegar a un hito enorme. Construir nuestra vivienda 6,000. Eso significa 6,000 familias con una vivienda digna. Más de 30,000 personas que dejaron de vivir en un piso de tierra.

VIVIENDA 6,000

Mira cómo se vivió la construcción de la vivienda 6,000.




SEIS MIL

Gerardo Ramos
Sede Central | Líder de escuela vivienda 6,000

La construcción de la vivienda seis mil fue un logro que vivimos durante un campamento en agosto.

Recuerdo que en el campamento Ángel habló: "Si son seis mil viviendas, pero también son seis mil familias. Más allá de las construcciones, lo importante son esas seis mil familias con los que hemos trabajado a lo largo de estos años y que ahora **hemos sido aliados seriales**". Sus palabras me conmovieron y me recordaron por qué hacemos cada actividad con tanta energía.

Había otro voluntario, Álvaro, que hacía una analogía en el campamento, decía que **la historia de los voluntarios de TECHO es de lo que venimos a hacer**. Nosotros venimos a entregar mucho más que esas cuatro paredes, traemos esperanza, amor y compromiso. Cada una de esas seis mil veces ha sido una oportunidad de dejar todo eso en cada comunidad.

SEIS MIL

Al hablar de la vivienda seis mil, no se trata solo de un número. Es el símbolo de todas las veces que hemos dejado nuestros anhelos más profundos hacia cada familia y cada lugar al que llegamos.




VELAS

Andrea Jimena Ramos
23 años | Sede Central | Líder de Colecta 2020, Voluntaria Permanente

Creo que la mejor forma de verlo es como si uno fuera un fuego que va encendiendo velas, una por una, sumando con cada pequeña acción. Si realmente lo haces de corazón, esa luz se contagia y se mantiene encendida, alguien más la ve, siente la curiosidad y se une.

Y cada vela en conjunto va alumbrando toda una sección. Creo que esa es la mejor forma de entender la magnitud del trabajo que hacemos junto a los pildeadores de las comunidades. Todos somos parte de un movimiento constante, que no se detiene ni se acaga.

Es un voluntariado que va más allá de lo físico. Compartimos con comunidades que enfrentan situaciones de pobreza extrema, destrucción, y necesidades urgentes. Lo que ellos reciben es tangible, una vivienda, pero lo que uno recibe es un cambio de actitud, de lo material y que llena de un modo que las palabras no alcanzan a describir.

CIMENTOS



Hablamos de cimientos cuando pensamos en los elementos que sostienen con firmeza una estructura. Los cimientos representan las experiencias, pensamientos y valores que los voluntarios han forjado, formando la base para salir de su zona de confort, involucrarse activamente y no parar.

Ser voluntario en TECHO trasciende el trabajo físico, es una oportunidad para conectar con otras realidades, aprender de las familias y descubrir el impacto de nuestras acciones en la sociedad.

CIMENTOS



¡No la importación de la acción en conjunto.

Reservado por el usuario. No se permite el uso de imágenes.

VALORAR

Cristian Rodas Morfin
23 años | Sede Occidente | Voluntario permanente desde 2008

Recuerdo una de las actividades en Escuintla, una ECO dirigida a las personas que habían perdido sus hogares por la erupción del volcán de Fuego. La verdad, no recuerdo la ubicación exacta, pero recuerdo que fue con el objetivo de orientar a todas las personas que perdieron sus viviendas y que fueron afectadas directamente.

Siento que las vivencias que compartieron los sobrevivientes me marcaron profundamente. Contaban cómo de un momento a otro lo habían perdido todo: a sus familiares, a sus hogares y sus pertenencias. Y lo más doloroso era la incertidumbre, el no saber cuándo o si podrían recuperar algo de lo perdido. Esa experiencia me hizo reflexionar y apreciar lo que tengo, a valorar cada cosa, por pequeña que sea, y a sentir un agradecimiento enorme hacia la vida.

Fue una lección de vida que todavía me acompaña, un recordatorio constante de que, aunque a veces parezca que algo falta, siempre queda algo por lo cual estar agradecido. Además, en esos campamentos diarios, todo lo que se sabe construcción, por lo que todo el aprendizaje técnico lo llevo enlazado a la razón de ser de la construcción de las viviendas.

MÁS RUIDO

Abigail Siekavizza
23 años | Sede Occidente | Líder de contenido comunitario

Tengo muy presente un almuerzo en mi primera colecta, en el que la persona a cargo nos explicó qué era TECHO y qué hacían. Recuerdo vívidamente el momento en que nos contó que iban a construir a comunidades. Pensé: "Yo en mi vida he agarrado un martillo. ¿Cómo puedo hacer eso?" Soy alta, pero muy delgada, y tenía esta prejuicio sobre mí que por eso yo no podía ir y hacer ciertas cosas.



Sin embargo, tengo muy presente el momento en que sucedió lo del volcán de Fuego. Decía que iba a ir. Le decía a mi mamá: "Déjame ir". Estaba muy chistosa y recuerdo que mi primera construcción coincidió con la tragedia del volcán. En ese momento pensé que solo estábamos llegando a apoyar a unas pocas personas. Pero, para mí, fue salir de una burbuja en la que vivía. Siempre creí que el cambio lo tenían que hacer los gobiernos, pero que esa era su responsabilidad. Al final del día, trabajaban para el pueblo. Desde mi perspectiva, pensaba: "¿Qué puedo hacer yo?".

En mis primeras construcciones, me di cuenta de que quizás sí estaba haciendo mucho. Recuerdo que se hablaba mucho de las entrevistas que le hacían al presidente, quien decía que no había dinero para ayudar a las personas afectadas por la catástrofe, pero estaba comprando aviones. Me frustraba pensar que según él no podía hacer nada, mientras había muchas personas que creíamos que podíamos hacer algo desde el sitio.

Ahí comprendí que, al enfocarnos en una sociedad tan destruida como la nuestra, cualquier esfuerzo cuenta. Siempre he creído que somos más los buenos, solo que los malos hacen más ruido, recuerdo mucho esa frase por mi mamá. Entendí que, aunque a veces se sienta que hacemos poco, a la larga es mucho, porque nos volvemos parte de ese grupo dispuesto a decir: "sí se puede".

En el momento en que rompí esa burbuja, supe que quería quedarme y seguir haciendo esto. A pesar de que físicamente creía que no podía hacer mucho, entendí que no era así. Que esas condiciones que en algún momento te dice la sociedad "no, no puedes hacer nada por cambiar la situación a tus dieciséis años, ni mucho menos siendo mujer, y mucho menos con tu complejidad" realmente no eran así.

DESASTRES

Cristian Rodas Morfin
23 años | Sede Occidente | Voluntario permanente desde 2008

Siempre que me preguntan por qué sigo en TECHO, tiene mucho que ver con las amistades y los lazos que he formado con los demás voluntarios. Al final se siente como una familia. Pero también hay algo más profundo, un motivo que me marcó especialmente en la eco de Atoleñango, después de la tragedia del volcán de Fuego.

Puede sonar fuerte, pero si no fuera por desastres como este, quizá nunca sabríamos de las personas que pasan por situaciones extremas, en silencio. Son cientos, tal vez miles, que viven en el olvido, sin que nadie escuche sus historias, sin que los medios les presten atención.

En Atoleñango conocí esa realidad de cerca, una comunidad que, antes de la catástrofe, ya enfrentaba desplazamientos y dificultades diarias. Ahí entendí que muchos de las comunidades con las que trabajamos no son muy distintas; algunas son pueblos fantasma, otros son pueblos que intentaron migrar buscando un sueño y regresaron con las manos vacías, habiendo perdido sus hogares o vendido sus tierras.

A diferencia de la reacción masiva que dispersó el volcán de Fuego—recuerdo lo que tanto ruido que la comida abarcaba se vendió—, muchas otras crisis pasan desapercibidas. Me hace darme cuenta de que esto ponevidio mi punto de vista en una realidad mucho más compleja. Y eso me da una satisfacción genuina, la percepción de que, aunque sea en pequeña escala, estoy haciendo algo por aquellos que no son escuchados.

OJALÁ

Joshua Medina
26 años | Sede Central | Líder de Escuela | Campamento octubre

Siento que la pandemia nos afectó profundamente. En lugar de preguntarnos "¿qué puedo hacer por los demás?", comenzamos a enfocarnos en "¿qué me ofrecen a mí?". La pandemia nos mostró partes de nosotros que quizás no habíamos visto antes. Lo que solíamos ser más espontáneos al hablar, nos volvimos más reservados, mientras que los más callados encontraron en lo virtual una manera de expresarse con más libertad.

En un campamento recuerdo escuchar a Ángel, un voluntario, decir una frase que desde antes se había pasado y parafraseando: "te voy a contar lo que yo sé". Eso significa que todos tienen una vivienda digna. Ojalá TECHO un día ya no sea necesario, así un día se acabe, pero no porque hayamos fallado, sino porque habremos cumplido nuestra misión y ya todos tengan una vivienda digna.

Yo agregaría a eso: "hasta que llegue ese día, voy a estar aquí, escuchando a las comunidades las veces que sea necesario", porque eso es lo que realmente nos impulsa. A veces, nos dejamos llevar por la idea de ser "el héroe" o "el protagonista", pero en TECHO, esa perspectiva cambia.

CONEXIÓN

Gerardo Ramos
25 años | Sede Central | Líder de escuela vivienda 6.000

Lo que para mí hace que todo tenga sentido, es la conexión que se forma entre los voluntarios y la comunidad. El año pasado estuve presente en todas las construcciones de una misma comunidad y tuve la oportunidad de ser líder de escuela en la última.

Recuerdo que estábamos en una de las viviendas junto a otro líder, que es mi mejor amigo en TECHO. De pronto, nos llamaron para ir a todas las viviendas de nuevo a tomar fotos y revisar algunas cosas. Era una vivienda y estábamos en la parte más baja, así que subí hasta arriba de nuevo nos perdimos una locura, borbos de mal humor, pero conforme avanzamos, la experiencia cambió. Empezamos a despedirnos de cada familia, una por una, y fue algo increíble.

En cada vivienda, nos recibían con tanto cariño que terminamos emocionados, con lágrimas en los ojos. Hablamos compartiendo un mes con estas familias y, encima, era época de fin de año, cercana a la Navidad, cuando todo se sentía más emotivo.

Con mi amigo nos conocimos en esa misma comunidad, así que nos parecía simbólico estar de nuevo allí, justo en la última vivienda, con el atardecer cayendo. Fue un momento especial, como cerrar un ciclo en el mismo lugar donde todo había empezado.

Ese recuerdo es muy especial para mí y es algo que trato de replicar siempre. Lo menciono mucho cuando acompaño a los nuevos líderes de escuela, el vínculo con las comunidades es fundamental. He escuchado muchas veces que uno va a ayudar, pero termina siendo ayudado por las familias, y no ha nada más cierto. Salir de allí sintiéndome una mejor persona y con ganas de seguir haciendo las cosas bien es lo que me tiene siempre.



TAXI

Joshua Medina
26 años | Sede Central | Líder de Escuela | Campamento octubre

Hoy en la madrugada, mientras venía de regreso en un taxi, el chofer me preguntó: "¿usted por qué anda fuera tan temprano?". Le respondí que había estado haciendo voluntariado ya no alcancé el bus, así que hice tiempo en la oficina y entonces emprendí camino. Me preguntó en qué oficina estaba. Le contesté: "Soy voluntario de TECHO". "¿un techo para mí pás?", y respondí que sí.

Platicamos un poco de todo, recuerdo que le conté cuánto tiempo llevaba en el voluntariado. De repente me dijo: "Le voy a contar algo...".

"Hace diez años, así beneficiado con una vivienda de TECHO. No tiene idea de cuánto me apoyaron en ese momento. Yo sé que no fue fácil, pero quiero agradecerlo porque tal vez ustedes no ven el impacto que causan. A familias, como la mía, les cambian la vida. Cuando ustedes regresan, ya tenía muchísima necesidad. No tenía ni trabajo, y mi familia apenas podía comer."

RETO

Adrián Mendez
29 años | Sede Central | Líder de Campamento 2024

Recuerdo que le cociné lo que me dijeron, y hasta les pedí disculpas porque no estaba más. Pero la gente que estuvo conmigo se fue muy agradecido.
El señor hizo una pausa.

Mi vida ahora. Hoy tengo la bendición de tener un como y estar trabajando. No me queda solo con lo que ustedes me dieron, la vivienda fue una herramienta que necesitaba para seguir adelante.

Este encuentro lo sentí surrealista... A veces, cuando hacemos estas actividades, no vemos el impacto, pero luego pasan cosas como la de este señor. Diez años después, tiene su vivienda, pero además ha logrado conseguir un transporte y está viendo cómo salir adelante. Es en esos momentos cuando entendemos que no solo construimos viviendas, sino que podemos cambiar las cosas al darles herramientas para que cambien su vida.

Actualmente, mi rol principal es ser COLE (Coordinador de Logística), lo que me gusta de este papel es resolver. Cada vez que voy, tengo una experiencia diferente, puede ser más grande, más pequeña o simplemente distinta. Solo el hecho de saber que estás haciendo una diferencia y ver la emoción en la gente es suficiente para motivar.

Muchos me dicen que parece que trabajo en TECHO, como si me pagaran por hacer el voluntariado, pero no es así. Lo hago porque realmente lo disfruto.

Cuando me dicen eso, me siento orgulloso, porque aunque muchos piensan que estamos perdiendo el tiempo o nos preparan cuando nos pagan, yo siempre los respondo con claridad. Así, todas las cosas pensando el tiempo. Todos sabemos por qué venimos y preferimos estar aquí, comprometidos y dando lo mejor de nosotros.

Una de las cosas que más me gusta de TECHO es que... Me gustan los problemas, no me agrada que las cosas sean fáciles, porque me aburren. Creo que Dios nos dio un cerebro para que lo usemos al máximo, y resolver dificultades es parte de eso.

Tal vez sea por mi actitud o la manera en que me comunico, pero casi nunca se han tenido problemas serios con nadie. Siento que la gente me escucha y me sigue. Claro, siempre hay obstáculos y retos, pero la clave está en encontrar cómo resolverlos o quién puede ayudarte a superarlos.



APRENDER

Cristian Rodas Murfin
26 años | Sede Central | Líder de Escuela - Campamento octubre

Para mí, la salud siempre ha sido un enfoque importante, especialmente ahora en TECHO. Este rol en TECHO ha permitido que mis aportes en temas de salud complementen el trabajo habitual de construcción y fortalezcan el impacto de la organización en las comunidades. TECHO no solo se limita al enfoque tradicional de construir viviendas, sino que explora una variedad de temas que impactan tanto a las comunidades como a los voluntarios.

TECHO es flexible y permite integrar temas diversos como la salud sexual y reproductiva, la migración, y otros problemas sociales. Esto hace posible que, como voluntarios, podamos compartir nuestros conocimientos y apoyar TECHO, en lugar de limitarse a un solo tipo de perfil, acoge a voluntarios con distintos enfoques, aprovechando sus especialidades para enriquecer su impacto.

Esta flexibilidad también nos permite aprender en el proceso, pues TECHO proporciona una reorientación vital que aporta a las comunidades como a nosotros, los voluntarios, ampliando nuestra experiencia y conocimientos en nuestras áreas profesionales.

CRECIMIENTO

Abigail Siekavizza
23 años | Sede Occidente | Líder de comités comunitarios

Cuando entré a la organización, tenía un diagnóstico de ansiedad social, lo cual fue fuerte para mí. Sin embargo, todos los lazos que he creado me han hecho avanzar muchísimo. Lideré una comunidad llamada Nueva Esperanza, comenzando en un sector llamado La Joya.

Tengo muy presente a los amigos con los que visitamos esa comunidad. Había una señora con un terreno hermoso, con una vista preciosa y muchos árboles. Nos decía: "¡vamos a mi casa, y al llegar nos decía '¡buenos días a los árboles a bajar mangos y hacemos una ensalada!'". Al otro día tal vez eran mandarina o algo distinto.

Era común que llegáramos a comunidad todos los domingos. A veces, la señora no llegaba a las reuniones pero sabía que íbamos, así que aparecía cuando ya terminábamos y decía "¡Ahora sí, como ya terminaron vamos a mi casa!".

Esas pequeñas cosas te hacen crecer, tanto personal como profesionalmente. No sería la persona que soy hoy si no hubiera entrado a la organización. He crecido mucho gracias a las personas que he conocido y a las oportunidades de liderar equipos grandes. En 2020, trabajé en el occidente del país, donde llegamos a tener hasta 300 voluntarios.

Recuerdo que, en el primer día como Líder de Colecta, nos avisaron que la policía podría sacarnos de las calles. Estábamos en plena pandemia, cuando no nos dejaban estar en la calle y estaban patrullando por el toque de queda. Pero esa colecta fue tan bonita que, cuando hablo con los voluntarios, todos la recuerdan con cariño. La Abby de dieciséis años, jamás pensé que podría manejar equipos tan grandes o vivir todas las experiencias que al día de hoy he tenido. He crecido muchísimo, y eso me da mucha satisfacción.

TRABAJO SOCIAL

Fernanda Sierra
19 años | Sede Norte | Voluntaria permanente desde 2023

El próximo año comenzaré a estudiar trabajo social en la universidad, una carrera que se alinea con mi labor en la organización y mi deseo de apoyar en las comunidades. Esta profesión se centra en entender las causas de los problemas y a partir de eso dar seguimiento a las personas para que puedan lidiar con ellos y entender sus efectos.

El trabajo social no solo ofrece apoyo a problemas, sino que también impulsa cambios sostenibles en la vida de las personas. Con mi vocación, quiero contribuir a mejorar la vida de las personas en cada contexto que esté en mis manos.



MEDICINA

Cristian Rodas Murfin
23 años | Sede Occidente | Voluntario permanente desde 2018

Antes de empezar a estudiar medicina, ya era voluntario en la Cruz Roja y siempre me vi trabajando en salud pública, lejos del ámbito privado, más cerca de las personas. En la teoría te enseñan sobre la atención comunitaria, sobre la falta de centros de salud y puestos de atención. Sin embargo, vivir la experiencia en comunidad te enfrenta a una realidad mucho más cruda.

En áreas urbanas, una gripe en un niño se trata fácilmente, pero en comunidad ves a niños que llevan meses sin curarse, y las consecuencias se agravan. O el caso del "bebé" problema de las amebas o las heridas que, sin los cuidados necesarios, pueden volverse serios. Justamente este año vi un caso que me pareció impactante: un bebé tenía una depresión en la cabeza, cuando la fontanela está hundida es una señal de que el bebé no tiene suficiente líquido en el cuerpo, que está deshidratado.

Recuerdo otro caso, en una comunidad no tan lejos de la capital, de un niño que se rompió un hueso de la pierna, y fue atendido por una comadrona. Aunque ella hizo lo posible y lo innovó, probablemente el hueso no está creciendo bien. Era una situación previsible, pero la falta de acceso o la desconianza en el sistema de salud complican el panorama. Fue chocante ver cómo, pese a estar a 15 o 20 minutos de un centro de salud y a la capital, muchas personas prefieren no acudir.

En Guatemala, es común que los hospitales públicos no tengan insumos suficientes y eso genera desconianza. Las personas llegan a creer que, si van, solo empeorarán o serán ignoradas. Esa desconianza es comprensible, pero también muy triste, y ahí veo mi misión. Quiero cambiar esa mentalidad, dar una imagen positiva de la atención en salud, que las personas sientan que vale la pena buscar atención y cuidados trabajando en las comunidades.



SALUD MENTAL

Abigail Siekavizza
23 años | Sede Occidente | Líder de escuela vivienda 6.000

Creo que tengo dos pasiones en esta vida. Me encanta estar en comunidad, pero también tuve la oportunidad de estudiar lo que más me gusta. Entré muy joven a TECHO, tenía dieciséis años, y a los diecisiete empecé a estudiar psicología, todo comenzó así al mismo tiempo, así que siempre iba de la mano.

En la universidad, siempre nos ponían a hacer investigaciones cortas y cosas así, yo trataba de llevar las dos cosas juntas. Tuve la oportunidad de ver de primera mano cómo, cuando vas a la comunidad, inevitablemente te encuentras con personas muy felices porque ya están teniendo una segunda oportunidad. Sin embargo, no se puede dejar de lado la parte emocional. Si bien es cierto que, al entrar en una vivienda, nosotros no regalamos ni soluciones, vidas con solo darle una casa, también es verdad que tenemos la convicción de que es una cosa menos de la que deben preocuparse.

Al final del día, casi el 90% de las personas a quienes se les construye una vivienda son padres de familia. Es inevitable que, si no tienes dónde dormir y sabes que tu hijo puede enfermarse en cualquier momento porque le entra el aire todas las noches, no estás bien. Por más que quieras ser positivo o decir "sí se puede" y "vamos a salir adelante", la realidad es que, si no tienes qué comer o dónde vivir, no estarás bien.

Son personas que deben dejar de lado su salud mental para buscar cómo salir adelante. Muchas veces, luego y platico con ellos, es como si no supieran que tienen la oportunidad de sentir. Vivo bajo el lema de que, al final del día, somos seres humanos y por el simple hecho de existir, tenemos el permiso y el derecho de sentir. Creo que las personas que viven en situaciones de pobreza no saben que tienen ese derecho porque están ocupadas preocupándose por otras cosas. Cuando se sienten mal, y lo expresan, muchas veces escuchan esta frase que todos hemos escuchado de "Deje de llorar y póngase a trabajar".

No es solo eso, hay un contexto mucho más grande detrás del cual no nos damos cuenta. Mucha gente no sabe que tiene derecho a cuidar su salud mental, pues sigue existiendo un gran prejuicio sobre el tema. Decirle a alguien que vive en condiciones de pobreza: "¡ah, si se siente mal, busque un psicólogo!" puede resultar complicado. Para ellos, los psicólogos son para los locos, y piensan que esos servicios son solo para personas con dinero o en mejores condiciones que ellos.

Al final del día, es inevitable que, si no tienes todas las necesidades básicas cubiertas, no tendrás un proceso de salud mental adecuado. Siempre me han dicho que soy una persona de la mano. Dentro de la organización, podemos contribuir a que esa carga sea un poco más ligera, pero las personas siguen viviendo en condiciones que no les permiten desahogarse del todo.

Una de mis metas es generar alianzas más grandes con organizaciones que puedan abordar la salud mental de manera integral, haciendo entender que es un derecho y no algo a lo que solo pueden aspirar bajo ciertas condiciones favorables.



6.6 VISTA PRELIMINAR DE LA PIEZA GRÁFICA



Figura 72 a la 146 . Páginas de la revista Construyendo Historias en orden. Fuente: Elaboración propia, 2024.

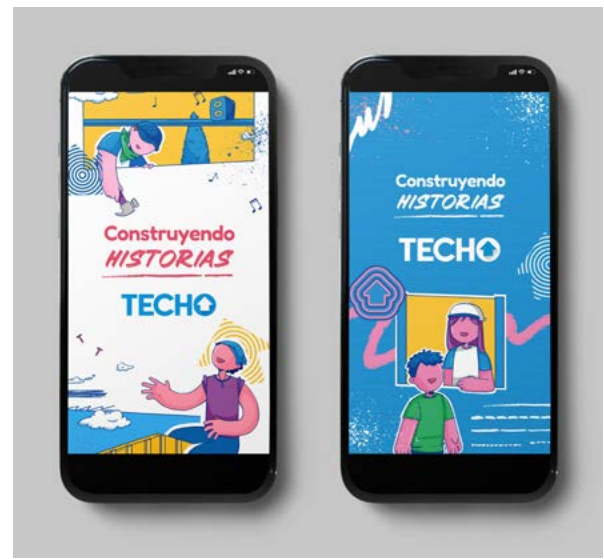


Figura 147 . Mockups de la portada, contraportada de la revista Construyendo Historias. Fuente: Elaboración propia, 2024.

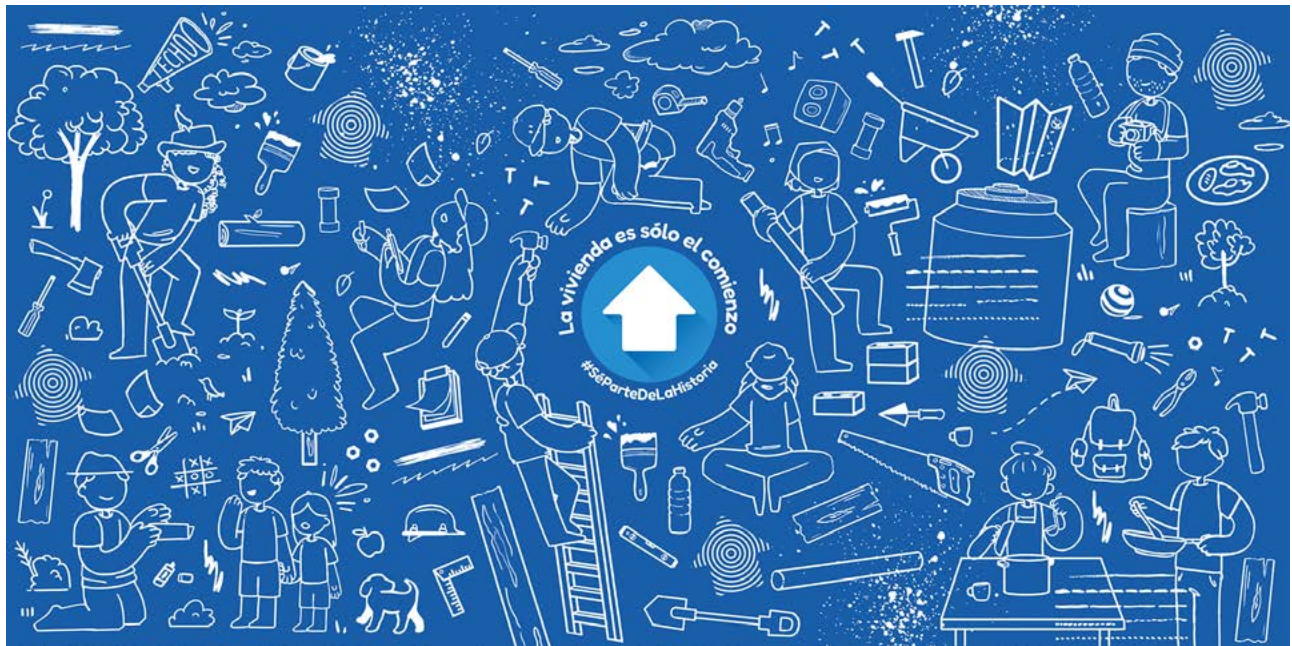


Figura 148. Ilustración para elemento promocional. Fuente: Elaboración propia, 2024.

Construyendo HISTORIAS

Figura 149. Identificador gráfico de la revista digital Construyendo historias. Elaboración propia, 2024.

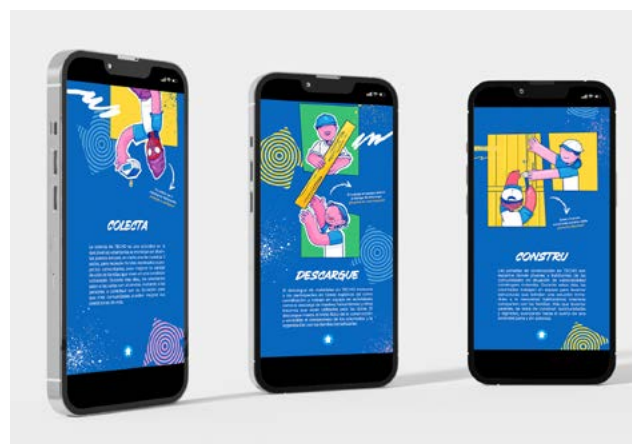


Figura 150. Mockups de las portadillas de la revista Construyendo Historias. Fuente: Elaboración propia, 2024.

Lineamientos para la puesta en práctica

Instrucciones de Utilización

El material final se entrega en dos formatos: un archivo PDF con calidad de imagen 144 que considera elementos interactivos como enlaces y un índice; y una carpeta con la revista digital exportada como imagen .jpg a 144.

Además, se hace entrega del archivo editable de la revista digital Construyendo Historias en un empaquetado de Indesign que presenta los siguientes elementos:

La entrega del material presenta el siguiente formato:

Carpeta general:

Construyendo Historias 2024.

01 PDF DIGITAL: archivo pdf con especificaciones previas.

02 FORMATO JPG: archivos en .jpg.

03 EDITABLE:

- *Document fonts*: con las tipografías utilizadas para instalar.
- *Links*: con todo archivo enlazado en de la revista digital, como son ilustraciones o misceláneas de la línea gráfica.
- Ilustraciones: se comparten las ilustraciones sin ninguna diagramación para el uso de divulgación/publicación necesaria.
- Archivo Idml: archivo de Indesign como copia de seguridad por cualquier complicación con el archivo indd.
- Archivo indd: archivo de Indesign editable y el cual debe utilizarse para realizar cualquier modificación.

Proceso de Reproducción

Si bien el material no está definido para ser reproducido de forma impresa, este puede ser adaptado. Se aconseja tomar un formato A6: 10.5 cm (ancho) x 14.8 cm (alto), considerando la portabilidad y el costo de reproducción a nivel de pliegos.

Es necesario exportar las imágenes a un mínimo de 300 DPI desde una aplicación como Photoshop para asegurar una buena calidad en la impresión. Además, es importante convertir los colores del formato RGB, utilizado en pantallas, al modo CMYK, que es el estándar para impresión, con el fin de garantizar la fidelidad del color. También se recomienda revisar los márgenes y el sangrado para evitar que algún elemento importante quede fuera de la página impresa. Por último, se debe exportar el archivo en un formato adecuado, como lo es un PDF en alta resolución con marcas de corte y margen de sangrado visible, para preservar la calidad del diseño durante la reproducción impresa.

Proceso de Divulgación / Publicación

El equipo de Marketing de TECHO Guatemala es el encargado de publicar el material de forma digital dentro de los sitios web pertinentes. En conversaciones con Andrea Fernández, se mencionó de generar espacios en las redes sociales a modo de campaña para dar difusión al material diagramado.

Se aconseja que al momento de compartir la revista a través de WhatsApp, se aconseja incluir un breve mensaje que resuma el contenido y anime a los usuarios a interactuar con él. Finalmente, es útil establecer un método para

recopilar comentarios de los lectores, lo que permitirá realizar mejoras en futuras ediciones.

Dentro de la publicación se puede aconsejar generar la partición del material en módulos como parte de la campaña de difusión en redes sociales. Considerando los resultados presentados con la validación con el grupo objetivo. Considerando que el tiempo de retención de atención del público objetivo y el formato, siendo una revista digital con tantas páginas, puede no ser la más óptima, por lo que se podría considerar generar la partición del material en módulos como parte de la campaña de difusión.

Se incluye como bono la pregunta relacionada con el criterio de *marketing* de boca a boca, ya que muestra que el material tiene el potencial de apoyar la tendencia identificada en la fase de recomendación dentro de la Ruta del usuario de los voluntarios. Esto facilita hablar sobre el trabajo de TECHO Guatemala con amigos y compartir el material.

Proceso de medición de resultados

La medición del resultado de la revista digital debe considerar diversos indicadores a partir de la publicación del material. En primer lugar, se pueden cuantificar las visualizaciones en la plataforma digital escogida por la organización, así como las interacciones generadas (comentarios, compartidos y me gusta). Además, es relevante evaluar la difusión boca a boca por parte de los voluntarios a sus grupos sociales, lo cual puede medirse mediante encuestas o sondeos de percepción.

En caso de imprimir el material, es posible contabilizar cuántos ejemplares se entregan y evaluar el alcance mediante la distribución. También se puede implementar un código QR en las versiones impresas o digitales para recopilar métricas sobre el acceso, como la cantidad de escaneos, ubicación geográfica y tiempo de permanencia en la página. Estos datos permitirán analizar la efectividad de la revista en llegar a la audiencia objetivo y fomentar la participación.



Honorarios

Horas de trabajo

Las horas totales de producción para el desarrollo del proyecto se presentan en tres rubros o metodologías de trabajo: digital, manual y presencial que se utilizaron en las diferentes fases y se desglosan a continuación. Se muestran las horas actualizadas hasta el día 25 de octubre.

Tabla 18. Desglose de horas de trabajo.

Desglose de horas de trabajo	digital	manual	presencial
Proceso creativo	51:39:00		
Proceso de investigación	35:52:00		
Producción gráfica digital	213:37:00		
Producción gráfica manual		29:14:00	
Sesiones con sede			18:09:00
Validación	24:49:00		
Subtotal	325:57:00	29:14:00	18:09:00
Total		373:20:00	

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos por la plataforma Clockify, 2024.

Insumos y costos reales

Tabla 19. Desglose de costos reales por metodología de trabajo.

Gastos Trabajo digital			
Rubro	Costo por hora	Cantidad de horas	Subtotal
Servicios (Energía, internet, agua)	Q0,65	326	Q211,90
Membresía de <i>Software</i>	Q0,23		Q74,98
Depreciación de inmobiliario	Q9,15		Q2.982,90
Depreciación de Mobiliario	Q0,31		Q101,06
Depreciación de equipo de cómputo	Q0,90		Q293,40
Depreciación de equipo complementario	Q0,17		Q55,42
Subtotal Gastos trabajo digital			Q3.719,66
Gastos Trabajo manual			
Rubro	Costo por hora	Cantidad de horas	Total
Depreciación de Inmobiliario	Q9,15	29	Q265,35
Depreciación de Mobiliario	Q0,31		Q8,99
Servicios	Q0,65		Q18,85
Spotify	Q0,11		Q3,19
Teléfono Galaxy A32	Q0,07		Q2,03
Total Gastos Trabajo manual			Q24,07
Gastos Visitas a sede			
Rubro	Costo por hora	Cantidad de horas	Subtotal
Datos móviles	Q0,65	36	Q23,40
Gasolina	Q0,48		Q17,28
Depreciación de Transporte	Q0,22		Q7,92
Total Gastos Visitas a sede			Q48,60

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos en la planificación y el desglose de las horas de trabajo, 2024.

Costo por servicios

Tabla 20. Desglose de honorarios por naturaleza del servicio.

Honorarios por servicios técnicos			
Rubro según APROVISUAL ⁹⁵	Costo unitario	Cantidad	Total
Ilustraciones a colores	Q468,18	9	Q4.213,62
Ilustraciones a línea	Q187,27	20	Q3.745,40
Diagramación de página revista	Q48,70	74	Q3.603,80
Portada y contraportada	Q1.498,19	1	Q1.498,19
identificador gráfico	500	1	Q500,00
Total Costo por servicios técnicos			Q13.561,01
Honorarios por servicios profesionales			
Rubro	Costo hora	Cantidad	Total
Proceso creativo	Q66,51	52	Q3.458,56
Proceso de investigación		36	Q2.394,39
Producción gráfica digital		213	Q14.166,80
Producción gráfica manual		29	Q1.928,81
Validación		25	Q1.662,77
Total Costo por servicios técnicos			Q23.611,33

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos en la planificación y el desglose de las horas de trabajo, 2024.

Para el cálculo del costo por hora de los servicios profesionales se tomó como referencia el promedio del sueldo mensual de un diseñador gráfico senior con más de 5 años de experiencia; Tomando como datos Q12,000.00, dato tomado del informe de Saúl Macajola Rediseño de identidad visual corporativa del Centro Cultural Mosaico Guatemala para fortalecer su reconocimiento institucional y aportes en la Ciudad de Guatemala, Guatemala; Q10.446,00, el salario más alto presentado en la página Tusalario.org y Q8.339,00 como el promedio para un diseñador de dichas características en la misma página.

Costo total del proyecto

Tabla 21. Desglose de costos por servicio.

Costos del proyecto desglosado	
Rubro	Total
Insumos de librería	Q347,75
Gastos de trabajo digital	Q3.719,66
Gastos trabajo manual	Q24,07
Gastos visitas a sede	Q48,60
Honorarios por servicios técnicos	Q13.561,01
Honorarios por servicios profesionales	Q23.611,33
IVA (5% sobre servicios profesionales)	Q4.957,49
Total	Q46.269,92

⁹⁵ «Guía General Para Clientes Y Diseñadores», APROVISUAL, acceso el 29 de octubre de 2024, <https://www.aprovisual.com/disenho.html>



Capítulo 7: *SÍNTESIS DEL PROCESO*

Se presentan las reflexiones personales derivadas del desarrollo de este proyecto, así como las lecciones aprendidas, conclusiones y recomendaciones resultantes.

Contenido de capítulo:

- Lecciones aprendidas
- Conclusiones
- Recomendaciones

Lecciones aprendidas

Lecciones aprendidas al iniciar el proceso

Proceso de Gestión del Proyecto

- El tiempo de reacción fue un aspecto importante que se debió acotar dentro de las primeras planeaciones del proyecto. Si bien se solicitaron en tiempo y forma ciertos datos y apoyo a la organización, por cuestiones y gestiones internas, la dinámica fue pausada y difícil de arrancar en un inicio. Se comprendió la necesidad de reducir el tiempo entre la solicitud y el seguimiento, e incluso realizar recordatorios para que el proceso pudiera realizarse.
- La gestión del proyecto resultó ser un reto, ya que requirió una participación y un tiempo de reacción casi inmediato, dentro del cual se tenía una experiencia limitada. Es a raíz de esto que se comprendió la importancia de hacer una primera evaluación e incluso una matriz de comunicación de los implicados en el proyecto, que contuviera el medio de comunicación óptimo, gestiones y tiempos de respuesta individuales.
- Se produjo un giro a partir del conocimiento del *rebranding* de la marca, durante el diagnóstico y la definición del proyecto. Esto generó una oportunidad tanto para el crecimiento

profesional como para el desarrollo de contenido polifacético y funcional para distintos grupos dentro de la organización.

Proceso de Producción Gráfica

- Se tuvo una comprensión de cómo los objetivos fueron la principal guía de todo el proyecto y se mantuvieron presentes en todo momento; siendo enlazados a un profundo conocimiento de la labor de la organización. Durante el proceso, cada decisión se orientó hacia lo establecido en los objetivos y la labor, lo que dio claridad y un enfoque ágil al desarrollo de la definición creativa.
- Se reconoció que la creación y redacción del marco teórico debía estar conectada con las demás etapas y aportar contenido a cada parte, tanto previa como posteriormente desarrollada. Esta integración permitió revisar y mejorar el enfoque del proyecto y la producción gráfica, además de incluir y ajustar las recomendaciones de la institución. Asimismo, se logró adaptar el marco de referencia desde el cual se trabajaba, lo cual fue clave para cumplir de manera adecuada con los objetivos del proyecto.

Lecciones aprendidas durante la producción gráfica

Proceso de Gestión del Proyecto

- El respeto de los tiempos previamente establecidos fue un pilar desatendido durante el proceso de producción gráfica. No cumplir con los plazos acordados afectó el desarrollo de las actividades posteriores, generando retrasos y desorganización. Esto produjo la necesidad de una mejor planificación y compromiso con el cronograma a partir de identificar el problema, para así continuar con un flujo de trabajo eficiente.
- Se identificó la importancia de apegarse estrictamente al horario establecido en la planificación. No respetar los tiempos asignados generó desfases en el desarrollo del informe y en la ejecución de tareas adicionales no previstas, como la creación de un vídeo para la presentación y evaluación del proyecto. Esta falta de responsabilidad, exigencia y disciplina en el seguimiento del cronograma impactó negativamente en la fluidez del proceso, subrayando la necesidad de una mayor rigurosidad en el cumplimiento de los plazos para evitar contratiempos futuros.

Proceso de Producción Gráfica

- Dentro de la etapa de desarrollo gráfico, se reconoció la realidad en cuanto a los tiempos de trabajo. Dado que no se habían presupuestado adecuadamente los tiempos reales de producción, tomando en cuenta el ritmo de trabajo personal, durante la etapa de planificación. La falta de previsión y el no duplicar estos tiempos

cuando era necesario resultaron en una programación poco realista, lo cual generó contratiempos y puso en riesgo el desarrollo fluido del proyecto. Esta situación impactó negativamente ya que la presión por cumplir con plazos ajustados afectó tanto la calidad del trabajo como el bienestar del epesista.

Lecciones aprendidas al finalizar el proceso

Proceso de Gestión del Proyecto

- Los tiempos de consultoría con el asesor metodológico no se aprovecharon al máximo, lo que limitó la comunicación de problemáticas en la gestión del proyecto. Dentro de todo el proceso se tuvo que contar con una comunicación más abierta con las partes implicadas y la solicitud de consejo, en lugar de abordar ciertos desafíos de manera individual. Este error generó un aprendizaje amplio sobre la importancia de comunicar preocupaciones con anticipación, ya que podría haberse mejorado el desarrollo del proyecto con el apoyo adecuado.

Proceso de Producción Gráfica

- Se reconoció la necesidad de mantener flexibilidad en el proyecto, permitiendo ajustes y redirecciones en las decisiones para facilitar su desarrollo óptimo. Dado que hubo un cambio en el enfoque de la dinámica principal al momento de realizar la validación con el grupo objetivo, lo cual impactó en las premisas de diseño inicialmente limitadas solo a ilustraciones.

Conclusiones

En respuesta al Objetivo General

«Colaborar con TECHO Guatemala en la difusión de su filosofía de trabajo, la cual consiste en la participación de voluntarios y pobladores de comunidades en situación vulnerable para el desarrollo de soluciones a la problemática habitacional, así como el fortalecimiento de las capacidades de liderazgo comunitario, con el propósito de que las juventudes formen parte de estos espacios de participación social; mediante el uso de la narrativa visual aplicada en material gráfico editorial digital.»

Logro de Producción Gráfica

Con base en la previa investigación de los tópicos afines al proyecto, la solución gráfica tiene como resultado una narrativa visual que presenta la información de forma accesible y atractiva, considerada y adaptada en las distintas retículas a lo largo de la revista. Dentro del producto se utilizan recursos visuales guiados por el *rebranding* que comunican claramente la filosofía de trabajo de TECHO Guatemala, resaltando entre estos los elementos simbólicos, como son las flechas y manchas de pintura; y algunos más literales como son las herramientas y materiales de construcción. Esta creación facilitó la conexión con el usuario, al ofrecer una solución adecuada a los gustos y necesidades de los mismos.

Impacto Social del Proyecto

La resolución de la revista digital logra incentivar a los jóvenes, al representar visualmente escenas concretas de jóvenes de forma ilustrada o a través de fotografías, donde se captura a jóvenes voluntarios en acción. Estas acciones consiguen normalizar y legitimar este tipo de participación, fomentando el interés en involucrarse en este tipo de espacios. Se desarrolla en consecuencia un material gráfico editorial digital que no solo informa, sino que también fomenta la participación social entre los lectores, destacando visualmente el valor de la colaboración y la participación comunitaria a través del lenguaje gráfico.

En respuesta al Objetivo Específico de Comunicación Visual

«Favorecer la transmisión del enfoque de trabajo de TECHO Guatemala, con el fin de agregar contenido de valor, con énfasis en la narrativa gráfica, al proceso de retención de las juventudes como usuarios potenciales, por medio del relato de distintas experiencias de usuarios en un medio editorial en formato de revista digital.»

Logro de Producción Gráfica

Al comprender el modelo y la motivación detrás del enfoque de trabajo de TECHO Guatemala, donde la vivienda actúa como un medio de denuncia y símbolo tangible de un comienzo en el desarrollo, se retransmite este rasgo en las decisiones gráficas del proyecto. A través de un estilo visual que apoya la difusión del modelo de trabajo de TECHO, se representa el

esfuerzo colectivo y la acción social. Esto se genera a partir de la intervención de la retícula, párrafos y los textos con los distintos elementos visuales como son las ilustraciones, formas y colores; potenciando la retención de atención en párrafos y frases relevantes que incentivan a los jóvenes a involucrarse en espacios de participación social.

Impacto Social del Proyecto

Un formato accesible y adaptable a la vida digital de los jóvenes, y el principal medio de contacto con la organización, facilita la difusión de la revista digital para así promover el trabajo de TECHO Guatemala. Igualmente, se cumple con el desarrollo de contenido de valor, en

portadillas que presentan llamados a la acción y elementos interactivos, sobre las actividades en favor del desarrollo social en comunidades por parte de la organización, facilitando la retención de los lectores y guiándolos a medios de contacto con la organización.

En respuesta al Objetivo Específico de Diseño Gráfico

«Producir material editorial digital con enfoque en narrativa visual, mediante el formato de revista digital, que sea de utilidad a la organización TECHO Guatemala para mejorar la conexión actual con su audiencia y usuarios potenciales.»

Logro de Producción Gráfica

A través de la debida investigación y experimentación gráfica, se desarrollan parámetros editoriales y gráficos que conectan con el rebranding de la marca, así como con los gustos de la audiencia y los usuarios potenciales. El formato vertical enfocado en teléfonos y dispositivos móviles, la utilización de columnas de forma dinámica, los elementos continuos y en espacios clave para reforzar el mensaje permiten retener la atención del lector e incentivar la lectura al ser textos cortos presentados en una o dos páginas.

se realizan dos preguntas con el fin de sondear el interés de la gráfica y contenido desarrollado dentro de la revista digital. Tanto los elementos gráficos como los detalles ilustrados, como la alcancía o el tinaco, cumple con la función de retener la atención y generar curiosidad de los voluntarios y usuarios potenciales en el contenido escrito.

El material tiene como fuerte ser una herramienta dentro de la fase de recomendación, presente en la ruta de usuario, definida en el informe, de la organización TECHO Guatemala. Dado que el voluntario de la organización genera una recomendación a sus pares, en base al marketing de boca a boca, es un material que puede ser aprovechado para cumplir con una función sugestiva y así cumplir con el rol de enriquecer la relación con la audiencia y nuevos usuarios.

Impacto Social del Proyecto

El contenido de la revista y la gráfica desarrollada bajo decisiones enfocadas a la narrativa visual, poseen una primera impresión positiva. Se deduce esto de los resultados obtenidos en el proceso de validación con el grupo objetivo, siendo estos voluntarios de TECHO Guatemala,

Recomendaciones

A la institución

Es aconsejable promover espacios que difundan las experiencias de voluntariado de forma continua. Esto ayudará a mantener la expectativa entre la población voluntaria, hacer que estén atentos al material y apoyar su difusión de manera orgánica. Además, facilitará la participación activa de los voluntarios, promoviendo un mayor involucramiento y apoyo continuo.

Se invita a mantener la apertura y buena actitud hacia la creación de proyectos con la flexibilidad creativa que se permitió durante este proceso. La actitud receptiva permite aprovechar las diversas perspectivas y habilidades dando resultados renovadores. Asimismo, facilita la resolución de problemas y evoca encuentros improbables, como lo mencionan en su filosofía, enriqueciendo el proceso y el resultado.

A futuros estudiantes

En la etapa diagnóstica, se aconseja realizar un autoanálisis y autocrítica como una buena práctica dentro del proceso. Es útil aplicar las mismas herramientas utilizadas para el diagnóstico dentro de la organización, a nivel individual. Esto permite reconocer habilidades, debilidades o ciertos vicios en el comportamiento que podrían afectar el desarrollo del proyecto. Al identificarlos, es importante establecer límites a las situaciones que puedan crear y tomar medidas para mejorarlas.

El proceso de redacción conlleva tiempos y procesos pesados, por lo que puede dificultar el inicio e influir en los tiempos de trabajo planificados. Utilizar herramientas de inteligencia computacional para facilitar y potenciar el proceso inicial de

recopilación de ideas, teniendo definidas correctamente las líneas temáticas, puede ser un medio para generar esquemas temáticos que aporten a la búsqueda de material teórico y apoyen al académico en momentos de bloqueo.

El uso de una agenda semanal física permite un seguimiento efectivo del proyecto, por lo que se recomienda implementar un *bullet journey* para tener el historial del proceso. Esta herramienta registra el progreso, define prioridades semanales, facilita la planificación de tareas y flexibiliza la resolución de aspectos pendientes, así como revisar y ajustar las estrategias según sea necesario.

Al gremio de diseño gráfico

Es importante dar prioridad a proyectos donde se promueva la inclusión de figuras juveniles; representándolos y haciéndolos conscientes de su impacto en sus pares, familias y comunidades, donde se les vea cumpliendo este rol activo dentro de actividades de participación cívica. Es esencial que estas representaciones no solo visibilicen una diversidad de referentes, sino que también contribuyan a sensibilizar a los jóvenes sobre su responsabilidad en el desarrollo social.

Para el desarrollo óptimo de proyectos de índole social, es necesario la capacitación constante del académico en temáticas afines, que genere resultados funcionales con un enfoque resolutivo. Siendo parte de su obligación el desarrollo de elementos que impulsen un cambio social, y no se enfoque en reproducir estereotipos o prejuicios que afecten al tema de forma gráfica y comunicativa.



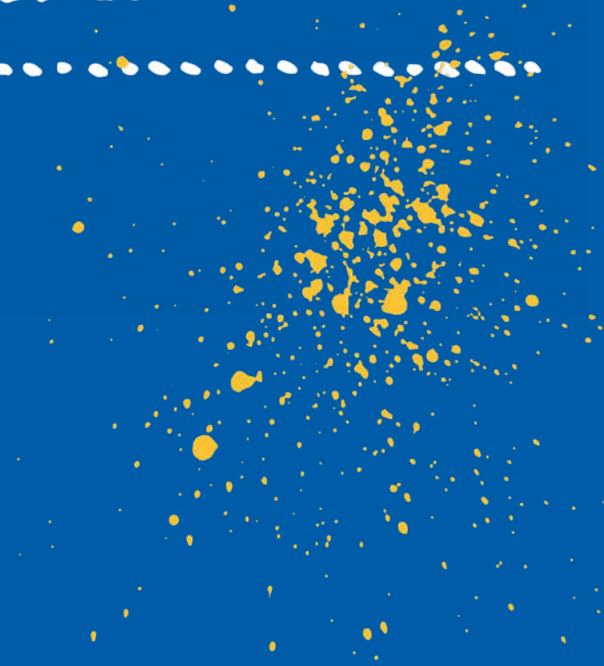
BIBLIOGRAFÍA

Se presentan Las distintas citas se disponen de manera alfabética de acuerdo con las normas de estilo Chicago Deusto 16.

- Almengor, Analuz Paola. «Reflexión de la experiencia de práctica profesional en TECHO - guatemala, en la dirección de comunicación, dentro de la coordinación de prensa y contenidos» UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR, 2018. Acceso el 14 de febrero de 2024 <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjrkd/2018/05/01/Almengor-Analuz.pdf>
- Consejo Nacional de la Juventud (CONJUVE) & Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA). «Documento Analítico de Juventudes en Guatemala.» 2020. Acceso el 12 de febrero de 2024, <https://guatemala.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/documento20analitico20final.pdf>
- Díaz, Guillermo. «La pirámide social guatemalteca.» Acceso el 27 de marzo de 2024. <https://www.plazapublica.com.gt/content/la-piramide-social-guatemalteca>
- Duhalde, Juan Pablo, «erradicación De La Pobreza: Una Ética -Urgente- Para La Justicia Social.» Relaciones Institucionales E Impacto – Techo Internacional, Octubre Del 2021. Acceso El 25 De Marzo De 2024. <https://guatemala.techo.org/erradicacion-de-la-pobreza-una-etica-urgente-para-la-justicia-social/>
- Fontana, Alejandro y Antonio Velásquez-Fernández. «Informe final de la Investigación LOS CENTENNIALS NOS MIRAN», 4. Escuela de Dirección de la Universidad de Piura, marzo de 2023. Acceso el 13 de febrero de 2024, <https://innovan.do/wp-content/uploads/2023/06/Informe-final-de-la-Investigacion-los-Centennials-nos-miran.pdf>.
- Gutiérrez, Sofía, Lucía Gutiérrez y Ángela García. «Análisis Y Propuesta De Mejora Sobre La Imagen De La Organización Sin Fines De Lucro Techo Perú De Acuerdo Con La Percepción Que Tienen Sus Diferentes Públicos.» Pontificia Universidad Católica Del Perú, marzo del 2018. Acceso el 22 de marzo de 2024, https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/12378/GREY_GREY_GARCÍA_ANALISIS_Y_PROPOSTA_DE_MEJORA_SOBRE_LA_IMAGEN_DE_LA_ORGANIZACION.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hábitat para la humanidad, Guatemala. «Problemática de la vivienda en Guatemala.» Acceso el 6 de febrero de 2024, <https://www.habitatguate.org/wp-content/uploads/2021/06/1.-Problemática-de-la-vivienda-en-Guatemala.pdf>.
- Hernández, Javier. «Ingresos por nivel socioeconómico en Guatemala.» Acceso el 27 de marzo de 2024, <https://seonline.marketing/blog/ingresos-nivel-socioeconomico-guatemala/#:~:text=En%20Guatemala%2C%20se%20suelen%20utilizar,el%20D-%20a%2012.1%25.>
- Jurado Duarte, Luis Gustavo. «Depreciación Financiera y Depreciación Contable Fiscal» Clase magistral. Universidad de San Carlos de Guatemala. 10 de marzo de 2020.

- Morán Amanda, José Florentín y Carlos Noriega. «Vivienda y Política en Guatemala» Boletín 19. Centro de Estudios Urbanos y Regionales, noviembre de 1992. Acceso el 7 de febrero de 2024. https://ceur.usac.edu.gt/pdf/Boletin/Boletin_CEUR_16.pdf
- Naciones Unidas, Relator Especial Sobre El Derecho A Una Vivienda Adecuada. «El derecho humano a una vivienda adecuada» Folleto informativo del ACNUDH sobre el derecho a una vivienda adecuada. Blog Naciones Unidas, acceso el 7 de febrero de 2024, <https://www.ohchr.org/es/special-procedures/sr-housing/human-right-adequate-housing#:~:text=La%20clave%20para%20garantizar%20el,particular%20estrategias%20nacionales%20de%20vivienda.>
- TECHO, Internacional. «Día del Voluntariado (y lo que eso significa).» Acceso el 20 de marzo de 2024. <https://techo.org/dia-del-voluntariado-y-lo-que-eso-significa/>
- TECHO, Internacional. «Manual de Marca.» Acceso el 16 de abril de 2024. https://drive.google.com/file/d/1E2vXY9EWF1-rK46_mPK8ph9P7_88GcUy/view
- TECHO INTERNACIONAL. «Sobre Techo.» Acceso el 2 de febrero de 2024. <https://techo.org/sobre-techo/>
- TECHO, Guatemala. «Anuario 2018 / TECHO - Guatemala.» 2018. Acceso el 6 de febrero de 2024. https://issuu.com/techo_guatemala/docs/anuario_techo2018_web
- TECHO, Guatemala. «Informe 2021.» 2021. Acceso el 04 de febrero de 2024, <https://guatemala.techo.org/wp-content/uploads/sites/14/2022/09/Informe-Laboral-2021-TECHO-Guatemala.pdf>
- TECHO, Guatemala. «Manual de identidad gráfica.» 2017. Acceso el 6 de febrero de 2024. https://issuu.com/techo_guatemala/docs/manual_de_identidad_visual_techo_20.
- TECHO, Guatemala. «Memoria guatemala techo 2020-2021.» 2021. Acceso el 12 de febrero de 2024. <https://guatemala.techo.org/wp-content/uploads/sites/14/2021/12/MEMORIA-GUATEMALA-2020-1.pdf>.
- TECHO, Guatemala. «Preguntas frecuentes.» Acceso el 2 de febrero de 2024. <https://guatemala.techo.org/preguntas-frecuentes/>
- TECHO, Guatemala. «Qué hacemos.» Acceso el 5 de febrero de 2024. <https://guatemala.techo.org/que-hacemos/>





GLOSARIO

Se presentan los términos y definiciones contenidos en la recopilación. Cada entrada proporciona una explicación clara y sucinta, permitiendo a los lectores familiarizarse con el vocabulario específico relacionado con el tema abordado.

Glosario

Storytelling: expresión anglosajona, que se desglosa en dos palabras: historia (story) y contar (telling). Se podría describir como una narrativa atrapante de sucesos, con un mensaje final que deja un aprendizaje o concepto.

Ebook: es un libro en formato electrónico o digital. Está confeccionado para ser leído en cualquier tipo de ordenador o en dispositivos específicos como los lectores de tinta electrónica e, incluso, en ordenadores de bolsillo o teléfonos móviles.

Scroll Infinito: técnica de diseño web que permite a los usuarios continuar viendo contenido sin interrupciones al desplazarse hacia abajo en una página.

Consumer Journey Map: llamado también mapa de experiencia del cliente es una representación visual del proceso por el que pasa un prospecto para lograr un objetivo con una empresa.

Brief: es una herramienta que ofrece una visión, antecedentes, el momento actual y datos que ayuden a entender lo que se requiere hacer y el porqué de hacerlo.

Rebranding: Es una estrategia de *marketing* que implica modificar de forma parcial o total el conjunto de elementos que identifican a una marca, con el objetivo de mejorar su posicionamiento.



ANEXOS

Se presentan documentos adicionales y materiales complementarios que respaldan y enriquecen el contenido principal del trabajo. Estos anexos están dispuestos de manera ordenada para proporcionar a los lectores acceso fácil a información suplementaria, gráficos, tablas u otros elementos relevantes.

Análisis FODA de TECHO Guatemala

Tabla 21. Análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en la organización TECHO Guatemala

<u>Fortalezas</u>	<u>Debilidades</u>
<ul style="list-style-type: none"> • TECHO es una ONG con reconocimiento de marca dentro del país. • Posee 3 sedes dentro del país, una de ellas en la ciudad capital. • Organización con presencia internacional. • Alianzas estratégicas con diferentes actores nacionales. • La organización posee una amplia experiencia en el contexto local. 	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de viajar al interior del país durante las distintas etapas del proyecto. • Desorganización o falta de seguimiento al proyecto de diseño. • La ONG podría tener restricciones financieras para la implementación del material. • Limitaciones o en el proceso del proyecto. • Contenido desactualizado desde el 2020.
<u>Oportunidades</u>	<u>Amenazas</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Diversidad de perfiles, profesionales y voluntarios relacionados al tema. • Posible financiamiento de organizaciones internacionales. • Visibilidad y confiabilidad al proyecto desarrollado en conjunto. • Apoyo a una problemática social desde el rubro visual. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de proyectos paralelos por parte de otros colegas u organizaciones. • Apoyo limitado desde las partes influyentes. • Proceso de comunicación poco asertivo. • Tiempos reducidos y mal organizados para el desarrollo del proyecto. • Desafíos logísticos en la implementación. • Poco impacto • Inestabilidad política y social nacional.

Fuente elaboración propia, 2024.

Plan de Acción 1: Diagnóstico de Necesidades de Comunicación Visual

Tabla 22. Plan de acción para el diagnóstico de las necesidades visuales de la organización TECHO Guatemala.

Aspecto general	Aspecto específico	Fuente de Información	Tipo de Información	Individuo	Instrumento	Lugar / Vía	Fecha
Creación de plan de acción							30/01
Creación de herramienta: Lista de cotejo 1							02/02
Información Institucional	- Historia - Visión - Misión - Objetivos - Valores	Fuente Interna	Documental	NA	Lista de cotejo 1	- página web - informes oficiales	02/02
	- Servicios - Cobertura - Beneficiarios	Fuente Interna	Documental	NA		- página web - informes oficiales	03/02
Creación de herramienta: Lista de cotejo 2							04/02
Primera búsqueda: Aspectos de Comunicación y Diseño	- Identidad gráfica institucional y comunicación visual (Antecedentes gráficos) - Departamento de Capacitaciones/ Desarrollo/ RRHH/ Investigación - Otros departamentos relacionados a la Comunicación y Diseño	Fuente Interna	Documental	NA	Lista de cotejo 2	- página web - informes oficiales	04/02
Primera búsqueda: Áreas de Oportunidad	- Dificultades de comunicación en actividades institucionales externas - Dificultades de comunicación inmediatas y a largo plazo - Acciones realizadas hasta ahora para suplir las dificultades de comunicación - Identidad Gráfica Institucional, etc	Fuente Interna	Documental	NA	Lista de cotejo de observación para redes sociales 1	- página web - informes oficiales	04/02
Creación de herramienta: Entrevista 1							07/02
Segunda búsqueda: Aspectos de Comunicación y Diseño	- Identidad gráfica institucional y comunicación visual (Antecedentes gráficos) - Departamento de Diseño - Funciones y Recursos - Materiales desarrollados - Divulgación y Medios - Departamento de Capacitaciones / Desarrollo / RRHH / Investigación - Información - Programas de Formación o Capacitación de Personal - Recursos o Medios de comunicación para capacitación de personal - Otros departamentos relacionados a la Comunicación y Diseño	Fuente Interna	Personal	Leslie García (Encargada departamento de Territorio)	entrevista 1	En sede, presencial zona 15. A las 11:45 a.m.	14/02
Segunda búsqueda: Áreas de Oportunidad	- Dificultades de comunicación en actividades institucionales externas - Dificultades de comunicación inmediatas y a largo plazo - Acciones realizadas hasta ahora para suplir las dificultades de comunicación - Identidad Gráfica Institucional, etc	Fuente Interna	Personal	Leslie García (Encargada departamento de Territorio)	entrevista 1	En sede, presencial zona 15. A las 11:45 a.m.	14/02
Análisis de resultados							08/02

Fuente elaboración propia, 2024.

ANEXO 3. DIAGNOSTICO INSTRUMENTOS DE VALORACIÓN

Escuela de Diseño Gráfico
 Licenciatura en Diseño Gráfico
 Proyecto de Graduación 1 | Noveno Ciclo
 Lcda. Anggely Enríquez Cabrera
 Estudiante Laura Aldana

Tabla 23. Lista de cotejo 1 sobre la información institucional de la organización TECHO Guatemala.

Aspecto	logrado	incompleto	No logrado	Observaciones
Historia				
Visión				
Misión				
Valores				
Objetivos				
Servicios				
Cobertura				
Beneficiarios				
Financiamiento				

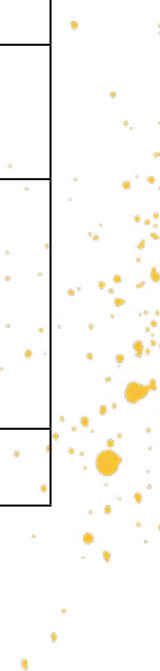
Fuente elaboración propia, 2024.

Escuela de Diseño Gráfico
 Licenciatura en Diseño Gráfico
 Proyecto de Graduación 1 | Noveno Ciclo
 Lcda. Anggely Enríquez Cabrera
 Estudiante Laura Aldana

Tabla 24. Lista de cotejo 2 sobre los aspectos de comunicación y diseño de la organización y relacionados al tema de la organización de la organización TECHO Guatemala.

Aspecto	logrado	incompleto	No logrado	Observaciones
-Identidad gráfica institucional y comunicación visual (Antecedentes gráficos)				
- Departamento de Diseño - Funciones y Recursos - Materiales desarrollados - Divulgación y Medios				
- Departamento de Capacitaciones / Desarrollo / RRHH / Investigación - Información - Programas de Formación o Capacitación de Personal - Recursos o Medios de comunicación para capacitación de personal				
- Otros departamentos relacionados a la Comunicación y Diseño				

Fuente elaboración propia, 2024.



Escuela de Diseño Gráfico
 Licenciatura en Diseño Gráfico
 Proyecto de Graduación 1 | Noveno Ciclo
 Lcda. Anggely Enríquez Cabrera
 Estudiante Laura Aldana

Tabla 25. Lista de cotejo de observación 1 para redes sociales de la organización TECHO Guatemala.

Red social	Facebook	Instagram	Tiktok	Anotaciones
seguidores				
Interacción por publicación				
comentarios				
¿Cada cuánto se realizan las publicaciones?				
¿Presentan una diagramación en base a la marca gráfica?				
¿Los colores van acorde a la línea gráfica?				
¿La tipografía usada es la definida por la marca gráfica?				
¿La narrativa visual es constante acorde a la marca gráfica?				

Fuente elaboración propia, 2024.

Escuela de Diseño Gráfico
 Licenciatura en Diseño Gráfico
 Proyecto de Graduación 1 | Noveno Ciclo
 Lcda. Anggely Enríquez Cabrera
 Estudiante Laura Aldana

Entrevista 1

1. ¿Quiénes conforman al equipo de comunicación? ¿Cuáles son las funciones principales del equipo?
2. ¿Existen desafíos de comunicación visual inmediatos y a largo plazo que tengan identificadas en su organización?
3. ¿Podría compartir algunas acciones específicas que hayan tomado hasta ahora para abordar las dificultades de comunicación?
4. ¿Qué aspecto cree que es una oportunidad para desarrollar material de comunicación tanto interno o externo a la organización?
5. ¿Cómo considera la experiencia de los proyectos anteriores de ejercicio profesional supervisado?

Fuente elaboración propia, 2024.

Plan de Acción 2: Recopilación de Información para Perfil del Grupo Objetivo

Tabla 26. Plan de acción para la definición de características del grupo objetivo de la organización TECHO Guatemala para el proyecto.

Aspecto general	Aspecto específico	Fuente de Información	Tipo de Información	Individuo	Instrumento	Lugar / Vía	Fecha
Creación de plan de acción							13/02
Creación de herramienta: Lista de cotejo 1							15/03
Características geográficas	Espacio geográfico País Departamento Municipio Aldea Cantón Barrio Caserío	Fuente Interna	Documental repositorios	NA	Lista de cotejo 1	-página web -informes oficiales -repositorios	20/03
Características sociodemográficas	Edad Formación Académica Función o Responsabilidad familiar	Fuente Interna	Documental	NA	Lista de cotejo 1	-página web -informes oficiales -repositorios	21/03
Características socioeconómicas	Clase Social Nivel Socio Económico -NSE Hábitos de consumo Servicios que utilizan Frecuencia y Horario de consumo	Fuente Interna	Documental	NA		-página web -informes oficiales -repositorios	22/03
Características psicográficas	Estilo de Vida Hábitos Motivaciones Valores Cultura Visual Nivel de lectura visual	Fuente Interna	Documental	NA		-página web -informes oficiales -repositorios	23/03
Relación entre el G.O. e Institución	Frecuencia de visita presencial Frecuencia de visita virtual Servicios más utilizados Nivel de satisfacción	Fuente Interna	Documental	NA		-página web -informes oficiales -repositorios	24/03
Relación entre el G.O. e Institución	Frecuencia de visita presencial Frecuencia de visita virtual Servicios más utilizados Nivel de satisfacción	Fuente interna	Documental	NA			25/03
Creación de herramienta: Entrevista 1							26/03
	Experiencia y vivencias	Fuente externa	personal	Saúl Macajola, ex voluntario de TECHO Guatemala	Entrevista 1	Video llamada	01/04
Análisis de resultados							25/03 al 01/04

Fuente elaboración propia, 2024.

Instrumentos de valoración utilizados

Escuela de Diseño Gráfico
 Licenciatura en Diseño Gráfico
 Proyecto de Graduación 1 | Noveno Ciclo
 Lcda. Anggely Enríquez Cabrera
 Estudiante Laura Aldana

Tabla 27. Listado de Cotejo 1 sobre la Información Institucional de la organización TECHO Guatemala.

Aspecto general	específico	logrado	incompleto	No logrado	Observaciones
Grupo objetivo	Población				
	Muestra				
Características geográficas	País				
	Departamento				
	Municipio				
Características sociodemográficas	Municipio				
	Formación Académica				
	Función o Responsabilidad familiar				
Características socioeconómicas	Clase Social				
	Nivel Socio Económico -NSE				
	Hábitos de consumo				
	Servicios que utilizan				
	Frecuencia y Horario de consumo				
Características psicológicas	Estilo de Vida				
	Hábitos				
	Motivaciones				
	Valores				
	Cultura Visual				
	Nivel de lectura visual				
Relación entre el G.O. y la institución	Frecuencia de visita presencial				
	Frecuencia de visita virtual				
	Servicios más utilizados				
	Nivel de satisfacción				

Fuente elaboración propia, 2024.

Escuela de Diseño Gráfico
Licenciatura en Diseño Gráfico
Proyecto de Graduación 1 | Noveno Ciclo
Lcda. Anggely Enríquez Cabrera
Estudiante Laura Aldana

Entrevista 1

1. ¿Cuántas veces fuiste voluntario en TECHO Guatemala?
2. ¿Qué requisitos necesitan los jóvenes interesados en hacer voluntariado en TECHO Guatemala?
3. ¿Qué edad tenían tus compañeros en el voluntariado de TECHO Guatemala?
4. ¿Por que medio se contactaban con los voluntarios?
5. ¿Cuánto tiempo duraban las jornadas?
6. ¿Cuánto gastabas los voluntariados para ir a las jornadas? ¿Sabes para que era el dinero?
7. ¿Cuál era la dinámica entre los voluntarios y los pobladores?
8. ¿Que llevabas en tu mochila a estas jornadas?
9. ¿Algo que recuerdes hiciera especial cada jornada o voluntariado?
10. ¿Tenían acceso a redes sociales e internet? ¿Si era limitado esto incomodaba al grupo?
11. ¿Por qué fuiste? ¿Cuál fue tu motivación?
12. ¿cómo llegabas al sitio de encuentro?
13. ¿Que percepción tenías de tus compañeros del voluntariado?

ANEXO 6. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

¿Dónde ocurre?

El problema de comunicación visual identificado en TECHO Guatemala se encuentra presente a nivel nacional e internacional, presente en las distintas redes sociales e informes desarrollados con la marca gráfica.

¿Cómo se presenta?

El discurso manejado por TECHO maneja un enfoque comunitario, con énfasis en voluntarios jóvenes y comunidad en situaciones vulnerables, sin embargo este mensaje se encuentra atenuado actualmente en el contenido alejado y definido con la actual consolidación de marca, y siendo intervenida en la actual decisión de un re-branding.

¿Cuáles son las causas?

Las posibles causas de esta situación presentan raíces complejas. Dentro de estas se encuentra la limitante del branding manejado hasta el momento, el cual presentaba condiciones poco favorables para la narrativa visual juvenil e integrada, que debería relacionarse al voluntario y a la persona en condición vulnerable.

¿Cuáles son las consecuencias?

La problemática en la narrativa y gestión de marca actual presenta un reconocimiento de marca en la mente del consumidor escaso, la presencia de la marca se ve limitada. Entre otras repercusiones se encuentra el poco impacto e interactividad con la marca y la retención del posible voluntario.

¿A qué o a quiénes afecta directamente?

El alcance de la problemática se presenta a nivel nacional e internacional. A nivel interno afecta el flujo de posibles voluntarios y donativos que ingresan a la organización. Así como a los encargados del desarrollo de contenido diseñado, dado que no se encuentran pautas que sumen a esta narrativa visual.

¿Cuántos están afectados y en qué magnitud?

Si bien la organización se ve afectada a nivel internacional, es necesario hacer la distinción a nivel nacional. Siendo dos sedes físicas, actualmente, y un voluntariado de 3,793 personas movilizadas en el año y más de 20 comunidades activas, quienes acceden a algún medio para contactar a la organización.⁹⁶ Nuevamente se menciona al equipo de trabajo, que en algún momento acceden al contenido como soporte del trabajo que realiza TECHO Guatemala.

¿Desde cuándo y con qué frecuencia?

El problema de la narrativa visual se encuentra visible en gran parte del contenido publicado desde el año 2019, en piezas editoriales y en parte de las publicaciones en redes sociales, las cuales presentan una narrativa visual simple e informativa. Estos se ven interrumpidos por material diagramado o audiovisuales que de forma orgánica representan el discurso de la marca puesto en práctica y que presentan mayor alcance al contenido habitual.

⁹⁶ TECHO Guatemala, «Informe 2021», acceso el 20 de marzo de 2024 <https://guatemala.techo.org/wp-content/uploads/sites/14/2022/09/Informe-Laboral-2021-TECHO-Guatemala.pdf>

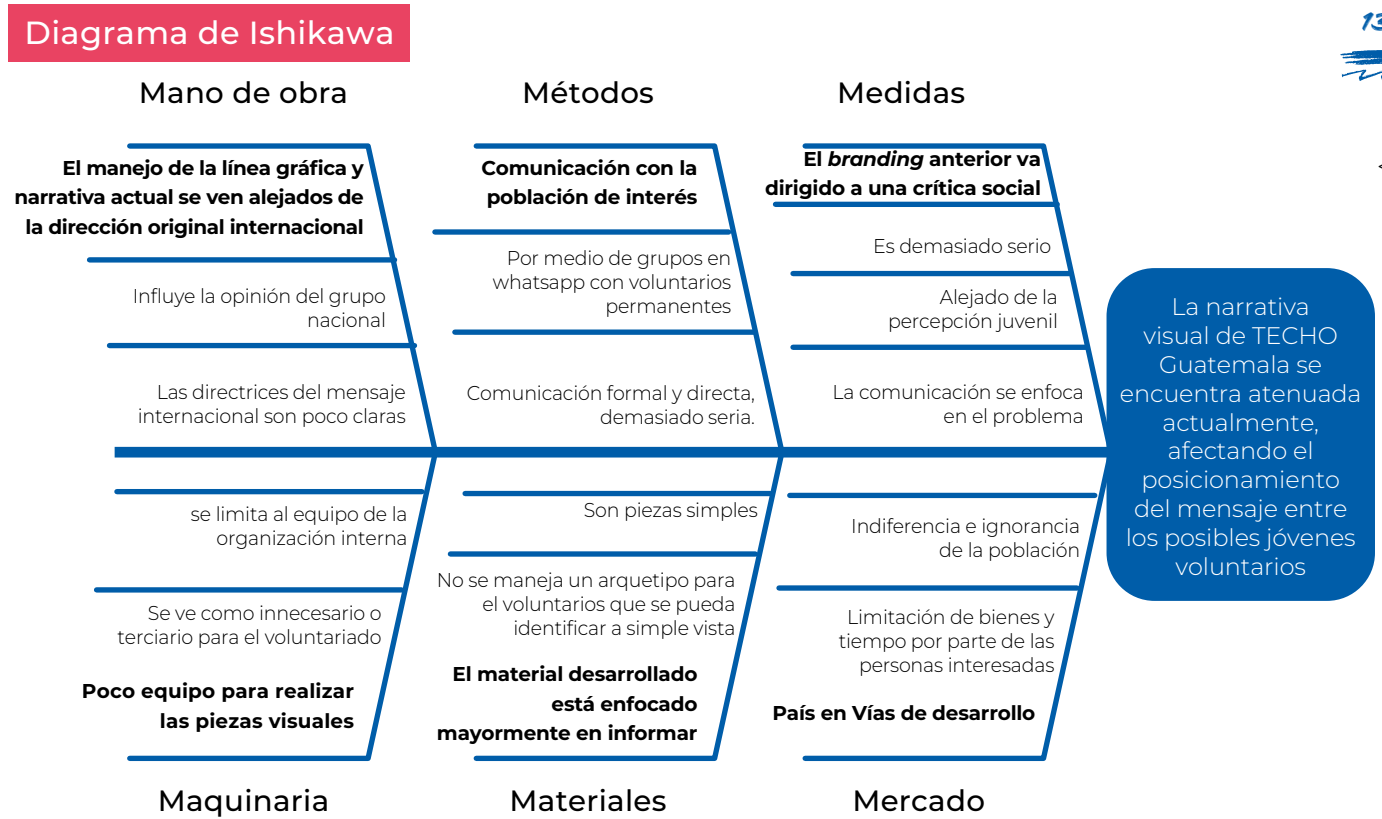
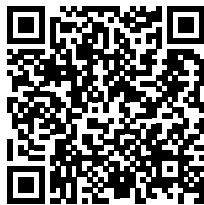


Figura No.13. Diagrama de Ishikawa del proyecto con enfoque en comunicación visual para la organización TECHO Guatemala . Fuente : elaboración propia 2024

Recurso utilizado para presentación



Figura 152: Video recurso utilizado para la presentación y evaluación de la Revista Digital Construyendo Historias. Fuente: elaboración propia, 2024.



Instrumento de valoración:
profesionales del diseño gráfico

Revista digital: Construyendo historias

Este formulario se utiliza como instrumento de validación para la asignatura de Proyecto de Graduación 2 de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Se incluyen preguntas clave cuyo objetivo es evaluar las piezas gráficas y detectar las áreas que requieren mejoras.

Sus respuestas, claras serán cruciales para el éxito del proyecto de graduación. Por favor, responda de manera sincera y detallada a las siguientes preguntas.

* Indica que la pregunta es obligatoria

Edad *

Tu respuesta

Profesión (estudiante, trabajador, otro) *

Tu respuesta

¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor tu relación con TECHO Guatemala? *

No he sido voluntario/a.

Figura 153: instrumento de valoración nivel 2 con profesionales. Fuente: elaboración propia, 2024.



Instrumento de valoración: TECHO Guatemala

Revista digital: Construyendo historias

Este formulario se utiliza como instrumento de validación para la asignatura de Proyecto de Graduación 2 de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Se incluyen preguntas clave cuyo objetivo es evaluar las piezas gráficas y detectar las áreas que requieren mejoras.

Sus respuestas, claras y profesionales serán cruciales para el éxito del proyecto de graduación. Por favor, responda de manera sincera y detallada a las siguientes preguntas.

* Indica que la pregunta es obligatoria

Nombre y apellido *

Tu respuesta _____

Edad *

Tu respuesta _____

Puesto en TECHO Guatemala *

Tu respuesta _____

Figura 154: instrumento de valoración nivel 3 con TECHO Guatemala. Fuente: elaboración propia, 2024.



Instrumento de valoración: Grupo objetivo

Revista digital: Construyendo historias

Este formulario se utiliza como instrumento de validación para la asignatura de Proyecto de Graduación 2 de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Se incluyen preguntas clave cuyo objetivo es evaluar las piezas gráficas y detectar las áreas que requieren mejoras.

Sus respuestas, claras serán cruciales para el éxito del proyecto de graduación. Por favor, responda de manera sincera y detallada a las siguientes preguntas.

* Indica que la pregunta es obligatoria

Edad *

Tu respuesta _____

Profesión (estudiante, trabajador, otro) *

Tu respuesta _____

¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor tu relación con TECHO Guatemala? *

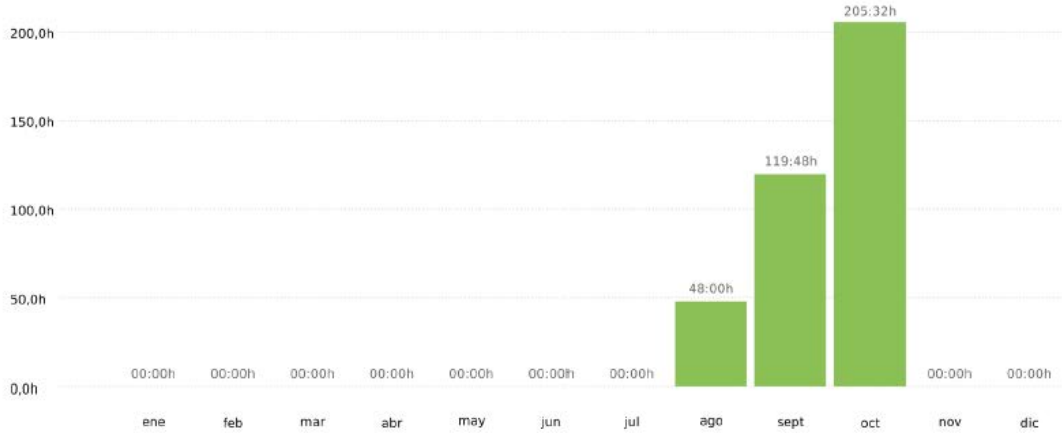
No he sido voluntario/a.

Soy un voluntario/a que acaba de empezar

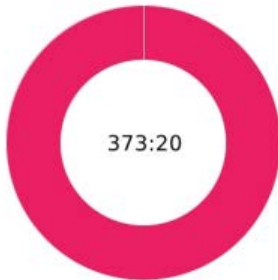
Figura 155: instrumento de valoración nivel 3 con grupo objetivo. Fuente: elaboración propia, 2024.



Evidencias de horas reales de trabajo y Producción Gráfica



Proyecto



● Proyecto A - Revista digital - TECHO Guatemala	373:20	100,00%
--	--------	---------

Figura 156: Evidencia de horas, informe completo de horas en las que se trabajó en el proyecto A. Fuente: elaboración propia, 2024.

Entrega del material gráfico



Figura 157: Entrega del material a la encargada Samalia Guzmán. Fuente: elaboración propia, 2024.





ÍNDICE DE FIGURAS

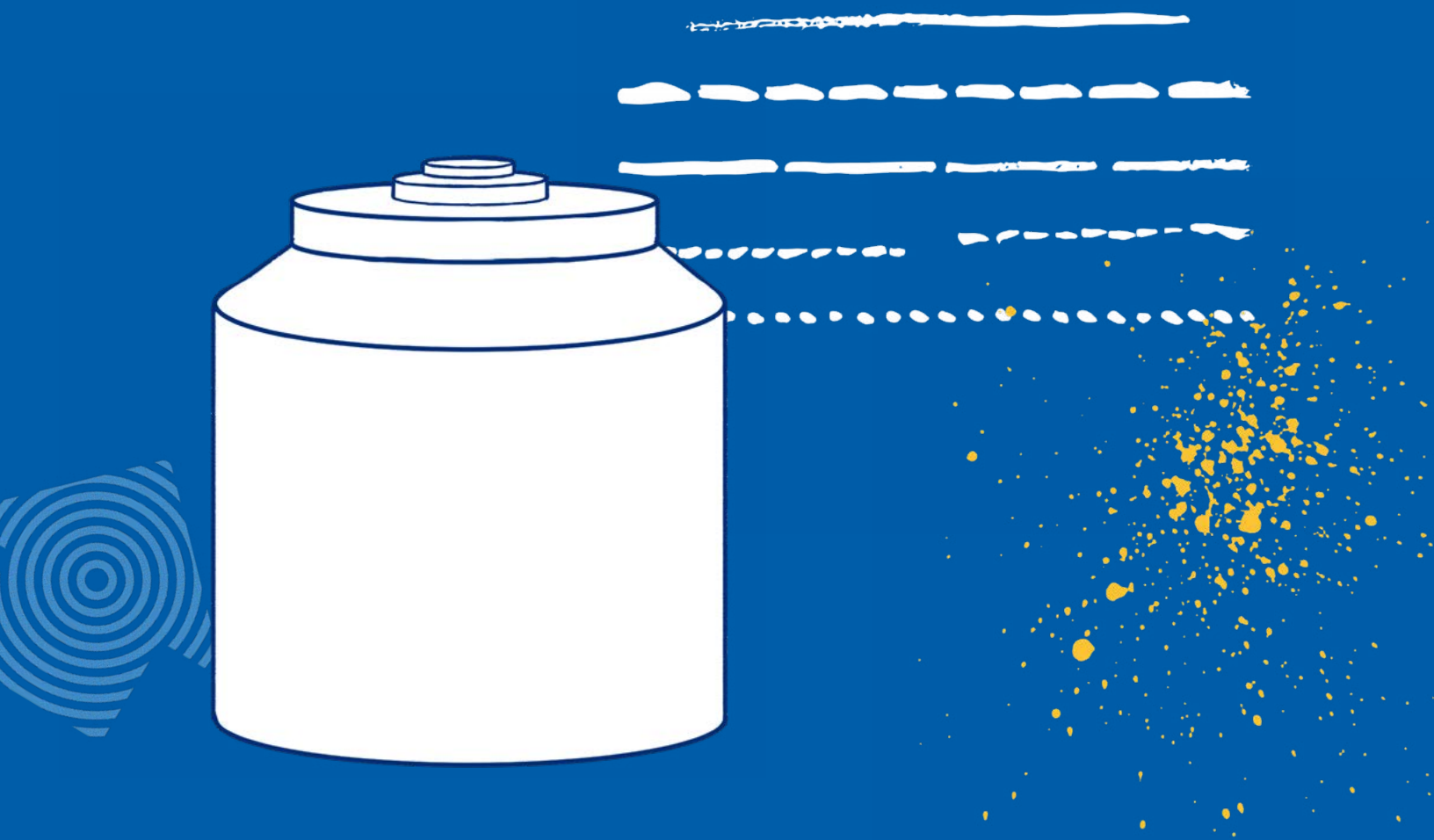
Se presentan el listado detallado y ordenado de todas las ilustraciones, gráficos, fotografías y demás elementos visuales contenidos en el documento.

Índice de Figuras

Figura 1.	Logotipo actual de TECHO luego del <i>rebranding</i> . Fuente: TECHO Guatemala, 2024. https://drive.google.com/file/d/1E2vXY9EWFI-rK46_mPK8ph9P7_88GcUy/view	11
Figura 2.	Organigrama 2024 en TECHO Guatemala. Fuente: TECHO Guatemala, 2024. https://drive.google.com/file/d/1DaNP17SN4yex5Ox-l8qk0xFociw_Pak5/view?usp=sharing	14
Figura 3 y 4.	Proyecto EPS 2023 por Estefani Ralón para Techo Guatemala. Fuente: EPS-Diseño Gráfico, 2023. https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=714564314058395&id=100065144974449	18
Figura 5 a 7.	Proyecto de Graduación 2023 por Jackelin Liseth del Cid Culebro. Fuente: Techo, 2017. https://issuu.com/techo_guatemala/docs/anuario_techo2018_web	18
Figura 9 y 10.	TECHO Guatemala Revista en línea construyendo historias. Fuente: Techo, 2017.	19
Figura 11.	Anuario 2017. Fuente: Techo, 2017. https://issuu.com/techo_guatemala/docs/anuario2017_techogua_finalweb2	19
Figura 12.	Memoria 2020-2021. Fuente: Elaboración propia sobre el informe anual de Techo en 2021, 2024. https://guatemala.techo.org/wp-content/uploads/sites/14/2022/09/Informe-Laboral-2021-TECHO-Guatemala.pdf	19
Figura 13.	Manual de Identidad Visual TECHO Guatemala con el manejo de la marca. Fuente: Techo, 2017. https://issuu.com/techo_guatemala/docs/manual_de_identidad_visual_techo_20	20
Figura 14.	Manual de Identidad Visual 2024 TECHO Guatemala. Fuente: Techo, 2024. https://drive.google.com/file/d/1E2vXY9EWFI-rK46_mPK8ph9P7_88GcUy/view	20
Figura 15 y 16.	Memoria Anual TECHO internacional. Fuente: Techo, 2022. https://drive.google.com/file/d/1m4dMLhpszox_c7164S-ma1OLD3QJ7F_U/view	20
Figura 17.	Perfil de redes sociales de TECHO Guatemala con las últimas publicaciones realizadas. Elaboración propia sobre la red social Instagram de TECHO, 2024. https://www.instagram.com/techo_gt/	21
Figura 18.	Publicación de redes sociales de TECHO Guatemala. Elaboración propia sobre la red social Instagram de TECHO, 2024. https://www.instagram.com/techo_gt/	21
Figura 19.	Fotografía de voluntarios de TECHO Guatemala. Fuente: María Libertad Garrido Gómez. http://www.repositorio.usac.edu.gt/9690/1/MARÍA%20LIBERTAD%20GARRIDO%20GÓMEZ.pdf	27
Figura 20.	Flujograma del proceso creativo. Fuente: Elaboración propia, 2024	45
Figura 21.	<i>Brainstorming</i> luego de la conexión de conceptos en la técnica relaciones forzadas. Fuente: elaboración propia, 2024.	63
Figura 22.	Paleta cromática. Paleta institucional de TECHO Guatemala tras el <i>rebranding</i> . Fuente: elaboración propia a partir del Manual de marca 2024 TECHO Guatemala, 2024.	65
Figura 23.	Paleta tipográfica actualizada de TECHO Guatemala. Fuente: elaboración propia a partir del Manual de marca 2024 TECHO Guatemala.	65
Figura 24.	<i>Moodboard</i> reticular. Recolección de ejemplos de retícula para el manejo de la revista digital. Fuente: elaboración propia, 2024.	66
Figura 25.	<i>Moodboard</i> ilustración. Recolección de ilustraciones para el manejo de la revista digital. Fuente: elaboración propia, 2024.	66
Figura 26.	Ejemplo de fotografía para el uso de la revista digital. Fuente: Andrea Jimena Ramos, 2024.	66
Figura 28.	Figura 28. <i>Moodboard</i> de misceláneas de la marca gráfica TECHO. Fuente: elaboración propia, 2024.	68
Figura 29.	Estilo de ilustración opción 1. Boceto de revista digital para TECHO Guatemala. Fuente: elaboración propia, 2024.	72

Figura 30.	Estilo de ilustración opción 2. Boceto de revista digital para TECHO Guatemala. Fuente: elaboración propia, 2024.	72
Figura 31.	Estilo de ilustración opción 3. Boceto de revista digital para TECHO Guatemala. Fuente: elaboración propia, 2024.	72
Figura 32.	Retículas para portada opción 1. Boceto de revista digital para TECHO Guatemala. Fuente: elaboración propia, 2024.	73
Figura 33.	Retículas para portada opción 2. Boceto de revista digital para TECHO Guatemala. Fuente: elaboración propia, 2024.	73
Figura 34.	Retículas para portada opción 3. Boceto de revista digital para TECHO Guatemala. Fuente: elaboración propia, 2024.	73
Figura 35.	Retículas para portadilla opción 1. Boceto de revista digital para TECHO Guatemala. Fuente: elaboración propia, 2024.	74
Figura 36.	Retículas para portadilla opción 2. Boceto de revista digital para TECHO Guatemala. Fuente: elaboración propia, 2024.	74
Figura 37.	Retículas para portadilla opción 3. Boceto de revista digital para TECHO Guatemala. Fuente: elaboración propia, 2024.	74
Figura 38.	Estilos de ilustración escogida, boceto 3. Fuente: elaboración propia, 2024.	77
Figura 39.	Retículas para portada escogida, opción 2. Boceto de revista digital para TECHO Guatemala. Fuente: elaboración propia, 2024.	77
Figura 40.	Retículas para portadilla escogida, opción 3. Boceto de revista digital para TECHO Guatemala. Fuente: elaboración propia, 2024.	77
Figura 41.	Portada de la revista Construyendo historias. Arriba en escala reducida se presenta la retícula definida para la portada en el Nivel de producción gráfica 1. Fuente: Elaboración propia, 2024.	78
Figura 42.	Portadilla sección Colecta. Al lado derecho en escala reducida se presenta la retícula para las portadillas definida en el Nivel de producción gráfica 1. Fuente: Elaboración propia, 2024.	79
Figura 43.	Página interna con ilustraciones a línea. Arriba en escala reducida se presenta la retícula definida. Fuente: Elaboración propia, 2024.	80
Figura 44.	Gráfica 1, validación con profesionales. Fuente: Elaboración propia, 2024.	82
Figura 45.	Gráfica 2, validación con profesionales. Fuente: Elaboración propia, 2024.	82
Figura 46.	Gráfica 3, validación con profesionales. Fuente: Elaboración propia, 2024.	82
Figura 47.	Gráfica 4, validación con profesionales. Fuente: Elaboración propia, 2024.	82
Figura 48.	Gráfica 5, validación con profesionales. Fuente: Elaboración propia, 2024.	83
Figura 49.	Gráfica 6, validación con profesionales. Fuente: Elaboración propia, 2024.	83
Figura 50.	Portada de la revista Construyendo historias con anotaciones de mejoras. Fuente: Elaboración propia, 2024.	85
Figura 51.	Portadilla sección Colecta con anotaciones de mejoras. Fuente: Elaboración propia, 2024.	86
Figura 52.	Página interna de la revista Construyendo historias con anotaciones de mejoras. Fuente: Elaboración propia, 2024.	87
Figura 53.	Portada de la revista Construyendo historias mejorada. Arriba en escala reducida se presenta la versión de la portada en el Nivel de producción gráfica 2. Fuente: Elaboración propia, 2024.	88
Figura 54.	Portadilla Colecta mejorada. Arriba en escala reducida se presenta la versión de la portadilla en el Nivel de producción gráfica 2. Fuente: Elaboración propia, 2024.	89

Figura 55.	Página interna con ilustraciones a línea. Arriba en escala reducida se presenta la retícula definida.	
Fuente: Elaboración propia, 2024.		90
Figura 56.	Gráfica 7, validación con TECHO Guatemala. Fuente: Elaboración propia, 2024.	92
Figura 57.	Gráfica 8, validación con TECHO Guatemala. Fuente: Elaboración propia, 2024.	92
Figura 58.	Gráfica 9, validación con TECHO Guatemala. Fuente: Elaboración propia, 2024.	92
Figura 59.	Gráfica 10, validación con TECHO Guatemala. Fuente: Elaboración propia, 2024.	92
Figura 60.	Gráfica 11, validación con TECHO Guatemala. Fuente: Elaboración propia, 2024.	92
Figura 61.	Gráfica 12, validación con grupo objetivo. Fuente: Elaboración propia, 2024.	94
Figura 62.	Gráfica 13, validación con grupo objetivo. Fuente: Elaboración propia, 2024.	94
Figura 63.	Gráfica 14, validación con grupo objetivo. Fuente: Elaboración propia, 2024.	94
Figura 64.	Gráfica 15, validación con grupo objetivo. Fuente: Elaboración propia, 2024.	94
Figura 65.	Gráfica 16, validación con grupo objetivo. Fuente: Elaboración propia, 2024.	95
Figura 66.	Gráfica 17, validación con grupo objetivo. Fuente: Elaboración propia, 2024.	96
Figura 67.	Portada final de la revista Construyendo historias. Fuente: Elaboración propia, 2024.	96
Figura 68 y 69 .	Portadilla sección Colecta y sección Scall. Fuente: Elaboración propia, 2024.	97
Figura 70 y 71.	Páginas internas de la revista Construyendo historias con anotaciones de mejora. Fuente: Elaboración propia, 2024.	98
Figura 72 a 146.	Páginas de la revista Construyendo Historias en orden. Fuente: Elaboración propia, 2024.	99
Figura 147.	Mockups de la portada, contraportada de la revista Construyendo Historias. Fuente: Elaboración propia, 2024.105	
Figura 148.	Ilustración para elemento promocional. Fuente: Elaboración propia, 2024.	105
Figura 149.	Identificador gráfico de la revista digital Construyendo historias. Elaboración propia, 2024.	105
Figura 150.	<i>Mockups</i> de las portadillas de la revista Construyendo Historias. Fuente: Elaboración propia, 2024.	105
Figura 151.	Diagrama de Ishikawa del proyecto con enfoque en comunicación visual para la organización TECHO Guatemala . Fuente : elaboración propia 2024	131
Figura 152.	Vídeo recurso utilizado para la presentación y evaluación dela Revista Digital Construyendo Historias. Fuente: elaboración propia, 2024.	132
Figura 153.	instrumento de valoración nivel 2 con profesionales. Fuente: elaboración propia, 2024.	132
Figura 154.	instrumento de valoración nivel 3 con TECHO Guatemala. Fuente: elaboración propia, 2024.	133
Figura 155.	instrumento de valoración nivel 3 con grupo objetivo. Fuente: elaboración propia, 2024.	133
Figura 156.	Evidencia de horas, informe completo de horas en las que se trabajó en el proyecto A. Fuente: elaboración propia, 2024.	134
Figura 157.	Entrega del material a la encargada, Samalia Guzmán. Fuente: elaboración propia, 2024.	135



ÍNDICE DE TABLAS

Se presentan los listados detallados y ordenados de todas las tablas e imágenes que figuran en el documento.

Índice de Tablas

Tabla 1. Informe 2021 sobre los ingresos y su procedencia dentro de la organización TECHO Guatemala. Fuente: TECHO Guatemala 2021	17
Tabla 2. Insumos previstos para el desarrollo del proyecto Diseño editorial de revista digital para promover la participación juvenil en TECHO Guatemala en favor del desarrollo social en comunidades. Fuente: Elaboración propia en base al inventario e insumos a utilizar en la producción del proyecto, 2024.	29
Tabla 3. Gastos previstos con depreciación anual y costo por hora para el desarrollo del proyecto Diseño editorial de revista digital para promover la participación juvenil en TECHO Guatemala en favor del desarrollo social en comunidades - Planeación operativa. Fuente: Elaboración propia en base al inventario e insumos a utilizar en la producción del proyecto, 2024.	31
Tabla 4. Gastos previstos con tiempos fijos con costo por hora para el desarrollo del proyecto Diseño editorial de revista digital para promover la participación juvenil en TECHO Guatemala en favor del desarrollo social en comunidades - Planeación operativa. Fuente: Elaboración propia en base al inventario e insumos a utilizar en la producción del proyecto, 2024.	36
Tabla 5. Precios unitarios de material de librería para el desarrollo del proyecto Diseño editorial de revista digital para promover la participación juvenil en TECHO Guatemala en favor del desarrollo social en comunidades - Planeación operativa. Fuente: Elaboración propia en base al inventario e insumos a utilizar en la producción del proyecto.	37
Tabla 6. Diagrama de Gantt del proceso desde el mes de agosto a octubre del 2024 con los tiempos previstos para el desarrollo del programa. Fuente: Elaboración propia en base a los tiempos de flujograma.	46
Tabla 7. Cuadro comparativo de ventajas y desventajas sobre el material editorial digital. Fuente: Elaboración propia, 2024.	59
Tabla 8. Ruta del usuario de TECHO Guatemala. Fuente: Elaboración propia, 2024.	71
Tabla 9. Tabla de muestra para el nivel uno de bocetaje de retículas. Fuente: Elaboración propia, 2024.	75
Tabla 10. Tabla de muestra para el nivel uno de bocetaje del estilo de ilustración. Fuente: Elaboración propia, 2024.	75
Tabla 11. tabla de la sección 1: estilo de ilustración. Fuente: Elaboración propia, 2024.	76
Tabla 12. tabla de la sección 2: portada, para evaluar la retícula. Fuente: Elaboración propia, 2024.	76
Tabla 13. tabla de la sección 3: portadilla, para evaluar la retícula. Fuente: Elaboración propia, 2024.	76
Tabla 14. Criterios definidos dentro de la evaluación por pares y el desarrollo de preguntas para el formulario con profesionales. Fuente: Elaboración propia en base al cuadro general compartido por Anggely Enríquez y Sofía Ginestra para la evaluación PEER, 2024	81
Tabla 15. Resultados de la evaluación por pares con los estudiantes de UNNOBA. Fuente: Elaboración propia en base al cuadro general compartido por Anggely Enríquez y Sofía Ginestra para la evaluación PEER, 2024.	83

Tabla 16. Criterios y preguntas definidas dentro de la validación con TECHO Guatemala. Fuente: Elaboración propia en base a criterios propios previamente definidos y las preguntas presentes en el instrumento de validación con la organización TECHO Guatemala, 2024.	91
Tabla 17. Criterios y preguntas definidas dentro de la validación con grupo objetivo. Fuente: Elaboración propia en base a criterios propios previamente definidos y las preguntas presentes en el instrumento de validación con el grupo objetivo, 2024.	93
Tabla 18. Desglose de horas de trabajo. Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos por la plataforma Clockify, 2024.	108
Tabla 19. Desglose de costos reales por metodología de trabajo. Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos en la planificación y el desglose de las horas de trabajo, 2024.	108
Tabla 20. Desglose de honorarios por naturaleza del servicio. Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos en la planificación y el desglose de las horas de trabajo, 2024.	109
Tabla 21. Análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en la organización TECHO Guatemala. Fuente elaboración propia, 2024.	123
Tabla 22. Plan de acción para el diagnóstico de las necesidades visuales de la organización TECHO Guatemala. Fuente elaboración propia, 2024.	124
Tabla 23. Lista de cotejo 1 sobre la información institucional de la organización TECHO Guatemala. Fuente elaboración propia, 2024.	125
Tabla 24. Lista de cotejo 2 sobre los aspectos de comunicación y diseño de la organización y relacionados al tema de la organización de la organización TECHO Guatemala. Fuente elaboración propia, 2024.	125
Tabla 25. Lista de cotejo de observación 1 para redes sociales de la organización TECHO Guatemala. Fuente elaboración propia, 2024.	126
Tabla 26. Plan de acción para la definición de características del grupo objetivo de la organización TECHO Guatemala para el proyecto. Fuente elaboración propia, 2024.	127
Tabla 27. Listado de Cotejo 1 sobre la Información Institucional de la organización TECHO Guatemala. Fuente elaboración propia, 2024.	128

Guatemala, 27 de agosto de 2025

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

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento he realizado la revisión de estilo del proyecto de graduación *Diseño editorial de revista digital para promover la participación juvenil en TECHO Guatemala en favor del desarrollo social en comunidades*, de la estudiante *Laura Guisela Aldana Castillo* de la Facultad de Arquitectura, carné universitario número: **201800367**, previamente a conferírsele el título de *Diseñadora Gráfica* en el grado académico de *Licenciada*.

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

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

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

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

**"Diseño editorial de revista digital para promover la participación juvenil en
TECHO Guatemala en favor del desarrollo social en comunidades"**

Proyecto de Graduación desarrollado por:



Laura Guisela Aldana Castillo

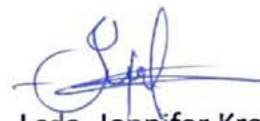
Asesorado por:



Lcda. Anggely María Suceth Enríquez Cabrera



Lcda. María Berthila Gutiérrez



Lcda. Jennifer Kress

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

