



***Diseño de Material Editorial para dar a
conocer los programas y proyectos de desarrollo
comunitario de TECHO Guatemala,
dirigido a las comunidades del interior del país.***

PROYECTO DESARROLLADO POR:

CINDY GABRIELA MORATAYA YANTUCHE
201220240

PARA OPTAR AL TÍTULO DE
LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO

GUATEMALA, MARZO 2017



FACULTAD DE
ARQUITECTURA

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE ARQUITECTURA | ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

*Diseño de Material Editorial para dar a
conocer los programas y proyectos de desarrollo
comunitario de TECHO Guatemala,
dirigido a las comunidades del interior del país.*



PROYECTO DESARROLLADO POR:

CINDY GABRIELA MORATAYA YANTUCHE
PARA OPTAR AL TÍTULO DE
LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO

EGRESADA DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA
DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

GUATEMALA, MARZO 2017

"El autor es responsable de las doctrinas sustentadas, originalidad y contenido del Proyecto de Graduación, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos"

MIEMBROS DE JUNTA DIRECTIVA

DECANO

Arq. Msc. Byron Alfredo Rabe Rendón

VOCAL I

Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea

VOCAL II

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini

VOCAL III

Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras

VOCAL IV

Br. Gladys Jeanhaire Chacón García

VOCAL V

Br. Carlos Rubén Subuyuj Gómez

SECRETARIO ACADÉMICO

Msc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos

TRIBUNAL EXAMINADOR

DECANO

Arq. Msc. Byron Alfredo Rabe Rendón

ASESOR METODOLÓGICO

Msc. Alberto Jose Paguaga Gonzalez

ASESORA GRÁFICA

Licda. Miriam Isabel Meléndez
Sandoval De Villalta

TERCER ASESOR

Licda. Nadia Michelle Barahona Garrido

SECRETARIO ACADÉMICO

Msc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos



DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS



A DIOS

Por darme la bendición de poder vivir, por darme la fortaleza, la sabiduría y la creatividad. Por permitirme la oportunidad de vivir la experiencia de estudiar diseño gráfico, el sueño de mi vida. Por ser mi motor y darme la fuerza de voluntad para no darme por vencida ante ninguna situación, por no desistir y luchar hasta lograr mis metas. Gracias por haberme permitido alcanzar este logro y darme la fe que con paso firme nada es imposible.

A LA VIRGENCITA DE GUADALUPE

Por ser esa luz que siempre necesito en mi vida, por ser mi intercesora y por brindarme la dicha de ver los milagros que haces en mi vida.

A MIS PADRES

A mi mamá Isabel de Morataya por ser mi ejemplo a seguir, por ser una mujer luchadora y emprendedora, por demostrarme que las mujeres somos guerreras. Gracias por su apoyo incondicional, por su amor y su entrega diaria.

A mi papá Juan Antonio Morataya por ser un hombre luchador, por ser un padre responsable, por todo su amor, por ser el pilar de nuestra familia y creer en mí.

A MIS HERMANOS

Gracias Diana Morataya y Diego Morataya, gracias por ser una motivación en mi vida, gracias por ser mis mejores amigos y entregarse a mi lado en esta lucha constante. Son una bendición en mi vida. A ti Diana por ser mi ejemplo, por llenar mi vida de entusiasmo y positivismo, a ti Diego por el simple hecho de haber nacido e iluminar nuestro hogar con tu presencia.

A MI ABUELITA

A mamita "China" por ser mi segunda mamá, por sus cuidados, por sus consejos y por ser mi compañía en aquellos momentos que siempre la necesite.

A MIKE GUZMÁN

Por creer en mí, por tu apoyo incondicional, por tu paciencia, amistad, lucha y amor a lo largo de todo este camino.

A MIS DOCENTES

En especial al profesor Carlos Fitzgerald por permitirme descubrir el mundo del diseño gráfico, por ser mi mentor y brindarme sus consejos siempre que los necesite, por ser el mejor de los docentes. Gracias por inspirarme a seguir esta bendita carrera.

A LA ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

Por formarme como profesional, por esa exigencia académica que si bien fue difícil fue satisfactoria. Aquellos docentes que me permitieron descubrir el potencial que tiene el Diseño Gráfico y me inspiran hacer las cosas con excelencia.

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA -USAC-

Por ser mi alma mater y formarme como profesional con ética y valores. Gracias por permitirme ser una orgullosa estudiante sancarlita.

A TECHO GUATEMALA

Gracias por brindarme la oportunidad de ser parte de la familia TECHO, por creer en el valor, significado e impacto que genera el diseño gráfico. JUNTOS POR UN MUNDO SIN POBREZA.

ÍNDICE

PRESENTACIÓN.....	13
CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN	15
1.1 ANTECEDENTES.....	17
1.2 DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA DE “COMUNICACIÓN VISUAL”.....	18
1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	18
1.3.1 Trascendencia.....	18
1.3.2 Incidencia.....	18
1.3.3 Factibilidad.....	19
1.4 OBJETIVOS.....	20
1.4.1 General.....	20
1.4.2 Específicos.....	20
CAPÍTULO 2: PERFILES	21
2.1 PERFIL Y SERVICIO QUE BRINDA LA INSTITUCIÓN	23
2.1.1 Características del sector social en el que se encuentra inmersa la institución.....	23
2.1.2 Historial de la Institución.....	23
2.1.3 Filosofía.....	24
2.1.4 Servicios que presta la institución a diversos usuarios.....	26
2.1.5 Identidad y Comunicación Visual.....	27
2.2 GRUPO OBJETIVO.....	32
2.2.1 Comunidades rurales G.O. Primario	32
2.2.2 Jóvenes Voluntarios G.O. Secundario.....	34
2.3 RELACIÓN ENTRE EL GRUPO OBJETIVO Y LA INSTITUCIÓN.....	36
CAPÍTULO 3: PLANEACIÓN OPERATIVA	37
5.1 FLUJOGRAMA DEL PROCESO.....	39
5.2 CRONOGRAMA DE TRABAJO.....	42
5.3 PREVISIÓN DE RECURSOS Y COSTOS	43
CAPÍTULO 4: MARCO TEÓRICO	47
4.1 DESARROLLO COMUNITARIO.....	49
4.1.1 Comunidad.....	49
4.1.2 Desarrollo Social o comunitario.....	50
4.1.3 El Desarrollo Social de la comunidad en cuanto a programa constituido actividades por proyectos y específicas integradas.....	51

4.2 GESTIÓN COMUNITARIA.....	52
4.2.1 La Gestión.....	52
4.2.2 Gestión Comunitaria.....	52
4.2.3 Eficacia, eficiencia, seguridad, sostenibilidad en la gestión de programas sociales.....	52
4.3 GUATEMALA CULTURA Y POBLACIÓN.....	53
4.3.1 Población.....	53
4.3.2 Autopercepción del Guatemalteco.....	53
4.3.3 Educación.....	53
4.3.4 Trabajo.....	54
4.3.5 Hogar y Familia.....	54
4.3.6 Discriminación hacia las comunidades indígenas.....	54
4.4 ORGANIZACIÓN.....	54
4.4.1 ¿Qué es la organización?.....	54
4.4.2 Organizaciones no gubernamentales.....	54
4.4.3 Funciones y roles en las organizaciones.....	55
4.4.4 Procesos de las organizaciones.....	55
4.5 COMUNICACIÓN.....	55
4.5.1 ¿Qué es comunicación?.....	55
4.5.2 Elementos de la comunicación.....	55
4.5.3 Proceso de la comunicación.....	55
4.5.4 Comunicación Visual.....	56
4.5.5 La comunicación de carácter comunitario y el desarrollo.....	56
4.6 DISEÑO EDITORIAL.....	56
4.6.1 Diseño Editorial.....	56
4.6.2 Objetivos y Funciones del diseño editorial.....	56
4.6.3 Los seis elementos básicos.....	56
4.6.4 Maquetación.....	59
4.6.5 Factores del diseño editorial.....	59
4.7 MATERIAL INFORMATIVO.....	60
4.7.1 ¿Qué es la información?.....	60
4.7.2 Diseño para la información.....	60
CAPÍTULO 5: DEFINICIÓN CREATIVA.....	61
5.1 ELABORACIÓN DEL BRIEFING DE DISEÑO.....	63
5.1.1 Necesidad.....	63
5.1.2 Requerimiento.....	63
5.1.3 Medios.....	63
5.1.4 Tiempo.....	63
5.1.5 Producto.....	63
5.1.6 Reto de Negocio.....	63
5.1.7 Reto de Marca.....	64
5.1.8 Objetivos.....	64
5.1.9 Grupo Objetivo.....	64
5.1.10 ¿Qué piensas y hacer en nuestro target?.....	64
5.1.11 ¿Qué queremos que piense y haga nuestro target?.....	64
5.1.12 Insight del consumidor.....	64

5.5.13 La recompensa racional o emocional.....	64
5.5.14 Mandatorios de la ejecución.....	65
5.5.15 Tono de la marca.....	65
5.5.16 Presupuesto.....	65
5.2 RECOPIACIÓN DE REFERENTES VISUALES.....	66
5.3 DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE LA APLICACIÓN DE LA PIEZA A DISEÑAR.....	67
5.4 CUADRO COMPARATIVO DE VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA PIEZA A DISEÑAR.....	69
5.5 DEFINICIÓN DEL CONCEPTO CREATIVO.....	70
5.5.1 Técnicas Creativas.....	70
5.5.2 Concepto Teórico.....	73
5.5.3 Concepto Creativo.....	73
5.6 PREMISAS DE DISEÑO.....	75
5.6.1 Formato.....	75
5.6.2 Código Cromático.....	75
5.6.3 Código Tipográfico.....	76
5.6.4 Retícula.....	77
5.6.5 Ilustración.....	77
5.6.6 Fotografía.....	77
6. CAPÍTULO 6: PRODUCCIÓN GRÁFICA.....	79
6.1 NIVEL 1 DE VISUALIZACIÓN.....	80
6.1.1 Portada y Contraportada.....	80
6.1.2 Índice.....	80
6.1.3 Portadillas.....	81
6.1.4 Páginas internas.....	81
6.1.5 Numeración de páginas.....	82
6.1.6 Ilustraciones.....	82
6.1.7 Iconografía.....	83
6.2 VALIDACIÓN CON EXPERTOS DEL TEMA.....	84
6.3 NIVEL 2 DE VISUALIZACIÓN.....	90
6.3.1 Portada y Contraportada.....	90
6.3.2 Índice.....	90
6.3.3 Portadillas.....	91
6.3.4 Páginas internas.....	91
6.3.5 Numeración de páginas.....	92
6.3.6 Ilustraciones.....	92
6.3.7 Iconografía.....	93
6.4 VALIDACIÓN CON PROFESIONALES DE DISEÑO GRÁFICO.....	94

6.5 NIVEL 3 DE VISUALIZACIÓN.....	100
6.5.1 Portada y Contraportada.....	100
6.5.2 Índice.....	100
6.5.3 Portadillas.....	101
6.5.4 Páginas internas.....	102
6.5.5 Numeración de páginas.....	102
6.5.6 Ilustraciones.....	103
6.5.7 Iconografía.....	103
6.6 VALIDACIÓN CON GRUPO OBJETIVO PRIMARIO.....	104
6.7 VALIDACIÓN CON GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO.....	110
6.8 FUNDAMENTACIÓN DE LA PROPUESTA.....	116
6.8.1 Concepto Creativo.....	116
6.8.2 Composición Visual.....	118
6.8.3 Formato y sustrato.....	118
6.8.4 Retícula.....	119
6.8.5 Código Cromático.....	119
6.8.6 Código Tipográfico.....	120
6.8.7 Código Icónico.....	122
6.8.8 Ilustración.....	123
6.8.9 Fotografía.....	124
6.8.10 Jerarquía Visual.....	125
6.8.11 Texturas.....	126
6.8.12 Elementos de apoyo.....	126
6.9 PROPUESTA FINAL.....	127
6.10 LINEAMIENTOS PARA PUESTA EN PRÁCTICA.....	144
6.11 PRESUPUESTO.....	145
6.12 COTIZACIÓN.....	148
CAPÍTULO 7: LECCIONES APRENDIDAS DURANTE EL PROCESO DE GESTIÓN Y PRODUCCIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO.....	151
CAPÍTULO 8: CONCLUSIONES.....	157
CAPÍTULO 9: RECOMENDACIONES.....	161
REFERENCIAS.....	165
ANEXOS.....	169



PRESENTACIÓN



En Guatemala la pobreza es un problema social que afecta especialmente a las comunidades rurales de los distintos departamentos del país, 59.3% de los guatemaltecos vive en situación de pobreza. (Encovi, 2014). Existen diversos campos que han sido descuidados y resultan limitantes para el desarrollo social de los pobladores.

Sin embargo existen organizaciones como TECHO Guatemala, una organización latinoamericana que es dirigida por jóvenes universitarios que a través de su trabajo como voluntarios trabajan por una sociedad justa incentivando el desarrollo comunitario con el objetivo de superar la pobreza en el país.

Con un trabajo en conjunto entre voluntarios, líderes comunitarios y pobladores TECHO busca generar oportunidades para desarrollar las capacidades, potencial y fortalezas de las personas con el fin de mejorar sus niveles de vida y mejorar todos aquellos campos de actividad económica como la educación, vivienda, salud, nutrición, alimentación, trabajo, entre otros.




El presente proyecto desarrolla “Diseño de Material Editorial para dar a conocer los programas y proyectos de desarrollo comunitario de TECHO Guatemala, dirigido a las comunidades del interior del país”. Este material ha sido diseñado al detectar una necesidad de comunicación visual hacia las comunidades rurales. El diseño de este material creará mejoras a nivel comunicacional, fortaleciendo a su vez la imagen de la organización. La importancia radica en la información que será divulgada a través del material, logrando informar sobre los programas, proyectos y el modelo de trabajo que la organización ejecuta con el fin que las comunidades comprendan como generar el vínculo y acercamiento a TECHO, como impulsar la construcción de viviendas, desarrollar sus capacidades y fortalezas logrando contribuir al desarrollo comunitario.

A continuación se presenta el proceso detallado de diseño en sus distintas etapas, llevado a cabo desde la planeación, investigación, definición creativa, producción gráfica, hasta los resultados obtenidos de la pieza final, respondiendo a los objetivos planteados y teniendo un resultado favorable.



CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

Problema 
Justificación 
Objetivos del proyecto 





1.1 ANTECEDENTES

TECHO es una organización no gubernamental presente en Latinoamérica y El Caribe, que busca superar la situación de extrema pobreza que viven miles de personas. En Guatemala implementa programas donde se desarrollan proyectos y actividades, con el objetivo de impulsar a las comunidades de escasos recursos a desarrollarse a nivel individual y colectivo.

Fomentar el desarrollo comunitario por medio de estos programas es uno de los principales objetivos de TECHO Guatemala, no obstante este se ve afectado por el desconocimiento que tienen los pobladores sobre cómo mejorar su nivel de vida y fortalecer a su comunidad a través de dichos programas. Por lo tanto la deficiencia de información limita a las comunidades a ser posibles beneficiadas y a involucrarse en una participación real y conjunta con los voluntarios de TECHO para generar soluciones concretas a las diferentes problemáticas sociales que les atañen.

Las comunidades afectadas por este problema llegan a sobrepasar a 700 familias por año, dentro de las 11 comunidades en 5 departamentos del interior del país; Santa Rosa, Sacatepéquez, Quetzaltenango, Sololá, y Quiché.

Las consecuencias de esta situación se dan en el primer encuentro con las comunidades, donde llega a ser escéptico, porque existe la suposición de ser una organización política o religiosa, por lo cual el grupo que trabaja para TECHO debe esclarecer y reafirmar la razón por la cual labora la institución. Otra consecuencia que emerge es la falta de información y material formal en los encuentros con los líderes comunitarios y voluntarios, como ENAL (Encuentro Nacional de Líderes) y las mesas de trabajo, donde la información a proporcionar es abundante pero se limita al no contar con los medios informativos para comunicarla.

La carencia de información ha tratado de solucionarse con el apoyo de los voluntarios a través de la creación de diversos materiales como papelógrafos, materiales impresos de baja calidad y otros insumos, que no cubren las necesidades demandadas.

1.2 DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA DE COMUNICACIÓN VISUAL

La problemática planteada es la deficiencia de comunicación informativa, que tiene la organización TECHO- Guatemala hacia las comunidades del interior del país; provocando que los pobladores no conozcan los programas y proyectos que implementa y el modelo de trabajo que desarrolla. Como consecuencia no se logra captar la atención y el interés del público, limitándolo a ser un posible beneficiado y poder insertar el desarrollo social en su comunidad.

1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

1.3.1 Trascendencia

El diseño de material editorial generará mejoras a nivel de comunicación, además de fortalecer la imagen de la organización. Su importancia reside en la información que será divulgada a las comunidades de los distintos departamentos del país. Se pretende lograr que las comunidades conozcan a la institución TECHO y el modelo de trabajo que esta realiza, con el objetivo de iniciar un acercamiento que los llevará a interesarse y participar con la organización para el desarrollo comunitario. Se espera que las comunidades comprendan a través de la información brindada, los diferentes programas que buscan promover e impulsar la construcción de viviendas y también a desarrollar sus capacidades que permitan dar soluciones a sus problemáticas sociales.

1.3.2 Incidencia

Se contempla que el problema será disminuido, al establecer un canal de comunicación directo, efectivo y adecuado a las características del público objetivo, donde el diseño gráfico permitirá crear un material editorial eficiente, que oriente e informe, a través del uso adecuado de elementos de composición visual, que doten al material de funcionalidad para transmitir un mensaje a las comunidades de los departamentos de Santa Rosa, Sacatepéquez, Quetzaltenango, Sololá y Quiché.

Cabe considerar que la incidencia del diseño gráfico también enfatiza la imagen de la organización, porque ayuda a determinar el comportamiento de las personas en relación a la institución, con el propósito de formar un vínculo de confianza, generando interés en los materiales gráficos que brindaran información acerca de los programas de desarrollo comunitario.

1.3.3 Factibilidad

Para lograr con éxito la ejecución del proyecto se tendrá la disponibilidad de los recursos necesarios brindados por la organización. TECHO será el emisor principal que aportará información, permitiendo tener acceso a ella mediante los diferentes medios como vía telefónica, correo electrónico, visitas con los profesionales del área de Diseño y Creatividad y a través del uso los diversos instrumentos de investigación como entrevistas, encuestas y observación de campo.

En cuanto al espacio de trabajo se posibilitará un lugar con mobiliario que brinda la oportunidad de trabajar de forma presencial, colectivamente con la institución para la generación de piezas gráficas de diseño.

Con la finalidad de realizar el proyecto, la organización cuenta con los recursos financieros, donde se determina un rubro destinado al departamento de Diseño y Creatividad para la reproducción de material impreso. TECHO- Guatemala posee alianzas corporativas con empresas que apoyan de forma monetaria y con otros programas donde pequeñas empresas aportan fondos a través de un plan de socios. Este financiamiento de empresas con la organización representa una considerable oportunidad al recibir ingresos económicos.



1.4 OBJETIVOS



1.4.1 General



Contribuir con los programas de desarrollo comunitario, a través del diseño de material editorial, para informar y dar a conocer la función, modelo de trabajo, programas y proyectos que la organización TECHO Guatemala aporta, en beneficio de las comunidades poblacionales del interior del país.

1.4.2 Objetivos Específicos



⬆ De comunicación visual institucional



Informar a través de un material editorial, acerca de la organización TECHO-Guatemala, sus programas, proyectos y modelo de trabajo, para crear interés, inducir y orientar a las comunidades sobre cómo alcanzar el desarrollo comunitario.

⬆ De diseño gráfico

Diseñar material editorial informativo tomando en cuenta factores tipográficos, técnicos, cromáticos y compositivos de elementos gráficos y textuales para lograr piezas comunicacionales efectivas que transmitan el mensaje.

CAPÍTULO 2

PERFILES

Perfil de la organización y 
servicios que brinda
Grupo objetivo 



2.1 PERFIL Y SERVICIO QUE BRINDA LA INSTITUCIÓN

2.1.1 Características del sector social en el que se encuentra inmersa la institución.

TECHO busca superar la situación de extrema pobreza que viven miles de personas en los asentamientos precarios y comunidades rurales, a través de la acción conjunta de pobladores y jóvenes voluntarios, construyendo viviendas de emergencia, promoviendo programas e implementando proyectos de desarrollo comunitario.

La organización se focaliza en dos sectores sociales que van ligados uno al otro, estos son: la pobreza extrema y el déficit habitacional.

Para darle solución a estas problemáticas se fomenta el desarrollo social o comunitario que tiene como finalidad mejorar directamente los niveles de vida de la población mediante la utilización de recursos y a través del fortalecimiento de la educación, vivienda, salud, nutrición, alimentación, servicios sociales, trabajo, seguridad social, entre otros.

TECHO Guatemala en conjunto con los líderes comunitarios y jóvenes voluntarios identifican las necesidades más prioritarias y se desarrollan programas o proyectos para enfrentarlas y superarlas. Los programas que se desarrollan son procesos sistematizados y repetibles como el programa de “Vivienda”, mientras que los proyectos son procesos aplicados según las necesidades de la comunidad que abarcan los campos de educación, trabajo, emprendimiento, salud entre otros.

2.1.2 Historial de la Institución.

En 1997 un grupo de jóvenes 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 a 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 afrontaban cada día.

Esta iniciativa se convirtió en un diseño institucional que hoy se comparte en todo el continente. Desde sus inicios en Chile, seguido por El Salvador y Perú, la organización emprendió su expansión bajo el nombre “Un Techo para mi País”

Luego de 15 años de trabajo, TECHO mantiene operación en 19 países de Latinoamérica y el Caribe: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. Además, cuenta con oficinas en Estados Unidos, así como también en Londres, Inglaterra. (TECHO.org, 2014)

TECHO llegó a Guatemala en el año 2008, hasta la fecha son 8 años donde ha logrado construir más de 4083 viviendas los diferentes departamentos del país.



📌 Misión

Trabajar sin descanso en los asentamientos precarios para superar la pobreza a través de la formación y la acción conjunta de sus pobladores y jóvenes voluntarios, promoviendo el desarrollo comunitario, denunciando la situación en la que viven las comunidades más excluidas e incidiendo junto a otros en política. (TECHO, 2014)

📌 Visión

Una sociedad justa y sin pobreza, donde todas las personas tengan las oportunidades para desarrollar sus capacidades y puedan ejercer y gozar plenamente sus derechos. (TECHO, 2014)

📌 Valores (TECHO, 2014)

Solidaridad: Es una empatía fundamental con la suerte de las familias más excluidas, que nos mueve a querer estar y trabajar junto a ellos, compartir sus dificultades y anhelos, a aprender de sus capacidades y perseverancia, y a denunciar todo aquello que los margina y no les reconoce sus derechos fundamentales como seres humanos.

Convicción: Superar la pobreza e injusticia en nuestro continente si es posible, y esta certeza nos da la determinación para trabajar sin descanso junto a otros para lograrlo, poniéndonos metas altas y desafiantes y asumiendo riesgos necesarios para ir más allá de todos los fatalismos que nos rodean.

Excelencia: Todo nuestro trabajo debe ser de alta calidad pues va dirigido a los que menos tienen; es riguroso, puntual, siempre creativo e innovador, respetuoso de los compromisos, perseverantemente ante las dificultades, inteligente para reconocer errores y corregirlos, y proactivo para buscar siempre con agilidad propuestas de solución a los problemas que se presentan.

Diversidad: Todos los jóvenes tienen en techo un espacio, independiente de procedencias étnicas o sociales, creencias religiosas, opciones políticas u orientación sexual, pues estamos seguros que nuestras diferencias.

Optimismo: Miramos el futuro con esperanza, no con ingenuidad, pues creemos que la injusticia que hoy vemos si es posible derrotarla y avanzamos hacia ese futuro trabajando con alegría, pues como jóvenes reconocemos el privilegio de entregar nuestras vidas por hacer de nuestro mundo un lugar más humano para todos.

📍 Objetivos Estratégicos

Objetivo General

Superar la situación de pobreza que viven miles de personas en los asentamientos precarios, en Guatemala. (TECHO.org, 2014)

Objetivos Específicos

1. Fomentar

Fomentar el desarrollo comunitario en asentamientos precarios. A través de un proceso de fortalecimiento de la comunidad, que desarrolle liderazgos validados y representativos y que impulse la organización y participación de miles de pobladores de asentamientos para la generación de soluciones a sus problemáticas. El desarrollo comunitario es eje transversal del trabajo de TECHO en asentamientos precarios. (TECHO.org, 2014)

2. Promover

Promover la consciencia y acción social. Con especial énfasis en la masificación del voluntariado crítico y propositivo trabajando en terreno con los pobladores de los asentamientos e involucrando a distintos actores de la sociedad en el desarrollo de soluciones concretas para erradicar la pobreza. (TECHO.org, 2014)

3. Incidir

Incidir en espacios de toma de decisión y de definición de políticas públicas. A través de la denuncia de la exclusión y vulneración de derechos dentro de los asentamientos de la generación y difusión de información relevante sobre estos y de la vinculación de sus pobladores con otras redes. Todo esto para que los problemas de estas comunidades sean reconocidos por la sociedad y prioritarios en la agencia pública. (TECHO.org, 2014)

2.1.4 Servicios que presta a diversos usuarios



La organización presta servicios de desarrollo comunitario como la construcción de viviendas de emergencia y otros programas que brindan a la población con el objetivo de fomentar e insertar el desarrollo en cada comunidad según sus carencias.

Donación de Viviendas de Emergencia

Este servicio se trata sobre la construcción de viviendas de emergencia, que responde a una necesidad prioritaria y urgente en la mayoría de asentamientos precarios y comunidades rurales. La vivienda de emergencia de TECHO es un módulo prefabricado de 18 metros cuadrados, que se construye en dos días, con la participación masiva de jóvenes voluntarios y familias de la comunidad. La vivienda está construida para una duración de 10 años, porque se pretende que las familias superen su forma de vivir.

Programas

TECHO desarrolla programas que son ejecutados por los voluntarios de la organización conjuntamente con los pobladores de la comunidad. Estos programas responden a las necesidades identificadas.

Estos programas son herramientas que apuntan al fortalecimiento de capacidades individuales, familiares y/o comunitarias, por medio de acciones sistematizadas que abordan un tema específico. Se adaptan a las características de cada comunidad, siendo siempre su principal objetivo el colaborar con la solución que la comunidad pretende dar a un problema o con el recurso que pretende aprovechar o potenciar.

Educación: Los programas de educación buscan impactar positivamente la educación de niños/as, jóvenes y adultos/as mediante la generación de oportunidades educativas dentro de los asentamientos.

Trabajo: Los programas relacionados con el trabajo apuntan a contribuir con la inserción laboral, el desarrollo de capacidades técnicas y de formación laboral, y el fortalecimiento o desarrollo de negocios que aumenten el ingreso familiar.

Salud: Voluntarios y líderes comunitarios desarrollan proyectos enfocados en temas de salud que aportan a la prevención de enfermedades, la promoción de prácticas saludables.

Jurídico/Legal: Los proyectos legales funcionan cuando una comunidad tiene necesidad o interés de informarse y aprender de temas legales.

Fondos concursables: Los fondos concursables o Fontechos constituyen una fuente de financiamiento para un porcentaje del costo total de algunos proyectos comunitarios.

Medio ambiente e iniciativas de producción agrícola: Los proyectos de medio ambiente buscan reducir la vulnerabilidad ambiental que enfrentan las comunidades y a la vez, generar espacios educativos para el cuidado del medio ambiente.

2.1.5 Identidad y Comunicación Visual (Estrategias, políticas, objetivos de comunicación visual)

En la representación visual de TECHO, este refleja la personalidad de la marca a través de su filosofía, valores y pilares de la marca.

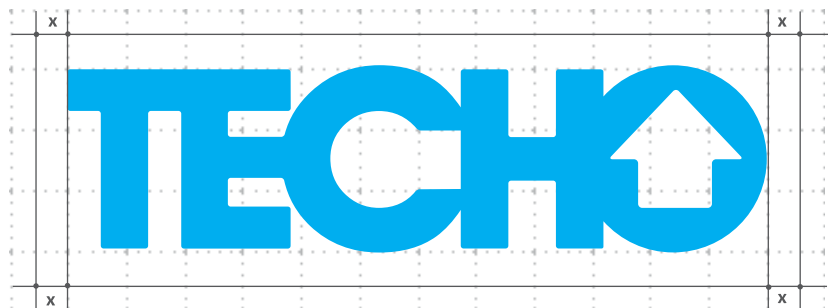
↑ Pilares de Marca



↑ Logotipo

“El logotipo de TECHO es el principal elemento de la marca y la identidad visual, a través del cual se diferencia de otras marcas. Dependiendo del país, la marca debe estar acompañada por un “claim” o “bajada”, que busca dar continuidad con la marca anterior (Un Techo para mi País).” (Manual Uso de Marca TECHO, 2012, p.16)

El logotipo de TECHO es el elemento principal de la marca y de su identidad visual. Este logotipo los hace únicos frente a otras marcas. Es un logotipo que representa una casa/flecha, que puede ser interpretada como una vivienda, un espacio de encuentro, o bien representar el crecimiento y avance que se puede concretar por medio de la promoción del desarrollo comunitario en las comunidades. (Manual Uso de Marca TECHO, 2012, p.19)



Tipografía Institucional

TECHO en su manual de uso de marca establece el uso de las tipografías. Estas son utilizadas para la creación de materiales institucionales.

En textos y párrafos recomendamos utilizar la tipografía “Vista” en sus tres variantes (light, regular y bold). Mientras que para titulares sugerimos la tipografía “NOVECIENTO WIDE”. Recomendamos utilizarla en todas sus variantes (light, normal, bold) y jugar con los tamaños para ir destacando las palabras más importante del texto. (Manual Uso de Marca TECHO, 2012, p.24)

NOVECIENTO WIDE

ABCDEFGHIJKLMNÑOP-
QRSTUVWXYZ
0123456789
!\"#\$%&/()=?i+{}

- Light
- Book
- Normal
- Demi bold
- Bold

VISTASANS

**ABCDEFGHIJKLMN ÑOPQRS-
TUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstu-
vwxyz
0123456789
!\"#\$%&/()=?i+{}**

- Regular

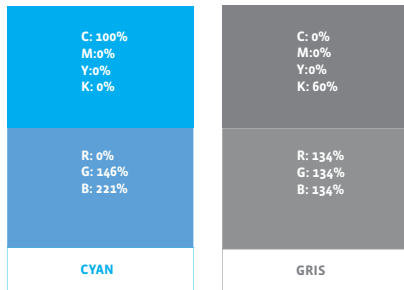
ROBOTO

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRS-
TUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789
!\"#\$%&/()=?i+{}

- Thin
- Thin Italic
- Light
- Light Italic
- Black
- Regular
- Black Italic
- Italic
- Medium
- Medium Italic
- Bold
- Bold Italic

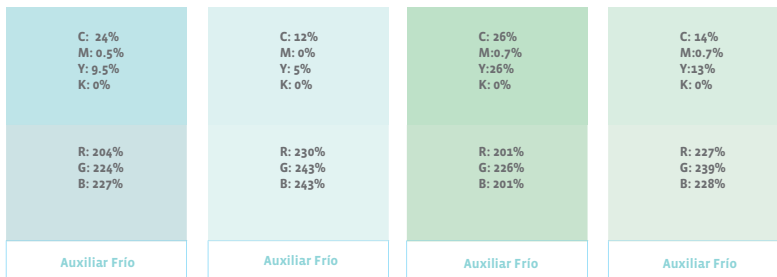
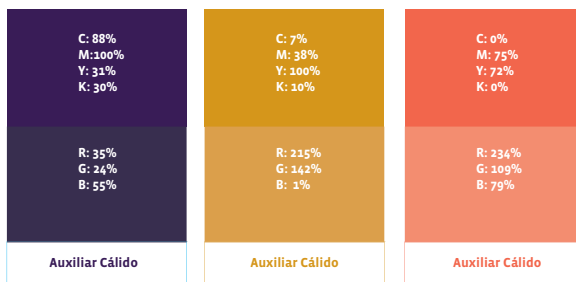
Colores Institucionales

Al igual que para la paleta tipográfica, también se cuenta con una paleta de colores corporativos, para el diseño de cualquier material institucional. (Manual Uso de Marca TECHO, 2012, p.25)



Colores Auxiliares

Los colores auxiliares son sugeridos para apoyar y dar mayor versatilidad de color a los materiales que TECHO genera. Deben utilizarse solo para complementar la paleta de colores corporativa principal, siempre cumpliendo un rol secundario en ésta. (Manual Uso de Marca TECHO, 2012, p.26)



📌 Estrategias, políticas u objetivos de comunicación

Manual de Uso de Marca

TECHO posee un manual de uso de marca. En este documento se presenta la línea gráfica de la imagen, definiendo las normas que se deben seguir para el diseño gráfico de materiales, así como el uso del logotipo en los diferentes soportes.

El manual describe los signos gráficos seleccionados por TECHO para mostrar su imagen y todas las variaciones permitidas y no permitidas en cuanto a forma, color, tamaño, entre otras. La explicación se muestra a través de ejemplos gráficos.



Objetivos de Comunicación

Lograr el correcto posicionamiento de TECHO como organización que busca la superación de la pobreza en asentamientos.

Unificar el posicionamiento deseado mediante la implementación de la nueva imagen y discurso institucional.

Generar estrategias de comunicación efectivas aplicadas a los públicos con los que interactúa la organización.



2.2 GRUPO OBJETIVO

2.2.1 COMUNIDADES **RURALES** G.O. PRIMARIO



Características **Geográficas**

Comunidades del área rural de Guatemala, que habitan en las regiones de suroriente, central, norte y sur occidente, en los departamentos de Santa Rosa, Sacatepéquez, Quetzaltenango, Sololá y Quiché. Existe un clima templado y frío en el caso de Quetzaltenango y Sololá, estas temperaturas varían dependiendo de la altitud de cada departamento. La densidad de habitantes oscila entre los 130 y los 738 por km².



Características **Sociodemográficas**

Son familias guatemaltecas que viven en comunidades y se desarrollan colectivamente, oscilan entre los 18 y 65 años de edad, de ambos sexos, integradas por 6 u 8 miembros. El ciclo de vida familiar en el que se encuentran es casados o en unión de hecho. La educación que poseen es escasa o en su mayoría no tienen ningún estudio, de la misma forma no alcanzan a cubrir las necesidades mínimas para ingresar al sistema educativo a sus hijos. En cuanto a la vivienda, son precarias y en mal estado físico. Son personas creyentes en las religiones, donde predomina la religión católica y la religión evangélica. Pertenecen a diferentes grupos etnolingüísticos mayas que conservan su herencia cultural, entre ellos están los xincas, ki'che', mam y q'eqchi'.



Características Socioeconómicas

Según Sigma Dos Guatemala (2009) en su reporte Definición de Niveles Socio-económicos, el ingreso promedio mensual es menor a los Q1, 100.00, esto posiciona a las comunidades en una clase social E de nivel popular. El líder de la familia, en este caso el padre trabaja de agricultor o en trabajos informales de oportunidad y la madre desempeña el papel de ama de casa. Su horizonte de consumo es condicionado por sus ingresos y únicamente tienen acceso a los mercados locales, depósitos y tiendas de abarrotes, se les hace difícil comprar alimentos de la canasta básica y se confrontan a una constante lucha por sobrevivir. No poseen artículos de confort y en algunos casos solamente pueden tener una televisión o radio.



Características Psicográficas

Viven un estilo de vida familiar, precario y bastante limitado en cuanto a vivienda, educación, trabajo y salud. Son personas que a pesar de las carencias poseen un sentido de trabajo y lucha por salir adelante, entre las características que resaltan su personalidad están la perseverancia, la humildad y lo conservadores que pueden llegar a ser. Entre los valores que los caracterizan están la solidaridad, amabilidad, la cooperación y el compromiso.

Su cultura visual es baja, esto se debe a que poseen poca exposición a medios de comunicación, tecnología, redes sociales, e información que los imposibilita a conocer más allá de su comunidad.

2.2.2 JÓVENES VOLUNTARIOS

G.O. SECUNDARIO



Características Geográficas

Jóvenes del área urbana de Guatemala, habitan en la región Metropolitana del país en las diferentes zonas. EL clima es templado. La población asciende a los 3, 457,318 habitantes con una densidad de 20 km².



Características Sociodemográficas

Son jóvenes guatemaltecos que viven en el departamento de Guatemala. Sus edades están alrededor de 16 a 30 años de edad, de ambos sexos, integrados en familias de 1 a 5 miembros. Poseen un ciclo de vida familiar en el que se encuentran solteros. La educación que poseen es de nivel secundario completo y superior universitaria. Viven en sectores residenciales, propiedades de los padres u optan por el alquiler de departamentos. Pertenecen a la generación Y (1979-1994) y Z (1995).



Características Socioeconómicas

Según Sigma Dos Guatemala (2009) en su reporte Definición de Niveles Socio-económicos, el ingreso promedio mensual es superior a los Q3, 500.00 más el apoyo financiero de sus padres posicionándolos en una clase social de nivel medio alto C1 y medio bajo C2. Son empleados de empresas públicas o privadas. Poseen un horizonte de consumo alto en restaurantes de comida rápida, centros comerciales, cines y actividades recreativas. Disponen de la mayoría de bienes de confort, tv, radio, computadora, celular inteligente, ipad y ipods. Cuentan con servicio doméstico y al menos cuentan con 2 automóviles.



Características Psicográficas

Vive un estilo de vida relajado porque cubren fácilmente todas sus necesidades básicas. Son jóvenes que cuentan con autos, casa o apartamento, estudian y trabajan. Poseen tiempos de ocio y tiempo libre para donar su servicio como voluntarios. En cuanto a su personalidad resaltan varias características como ser seguros, sociables, solidarios, extrovertidos con fuerza de voluntad y perseverancia. Entre los valores que los caracterizan están la solidaridad, amabilidad, la cooperación y el compromiso.

Su cultura visual es alta, esto se debe a que están en una constante exposición a medios de comunicación, tecnología, redes sociales e información que los nutre a conocer sobre su país y los acontecimientos que suceden a nivel internacional.



2.3 RELACIÓN ENTRE EL GRUPO OBJETIVO Y LA INSTITUCIÓN






La relación de TECHO con las comunidades surge a través de una intervención comunitaria, donde la organización profundiza e identifica las condiciones de vulnerabilidad de los hogares y asentamientos con el apoyo de los pobladores. Esta relación en la cual se vinculan, parte del proceso donde se impulsa la organización y participación de la comunidad para enfrentar las necesidades identificadas en un previo diagnóstico.

Con la mesa de trabajo se da una instancia de reunión, diálogo y discusión con líderes comunitarios y jóvenes voluntarios, en donde se identifican las soluciones a través de los programas de desarrollo comunitario como los servicios de vivienda, capacitación, trabajo, educación y salud, entre otros, según las carencias de cada comunidad.

Los voluntarios en representación de TECHO y las comunidades logran capturar ese vínculo emocional donde se logra trabajar en acción conjunta para generar las soluciones concretas.

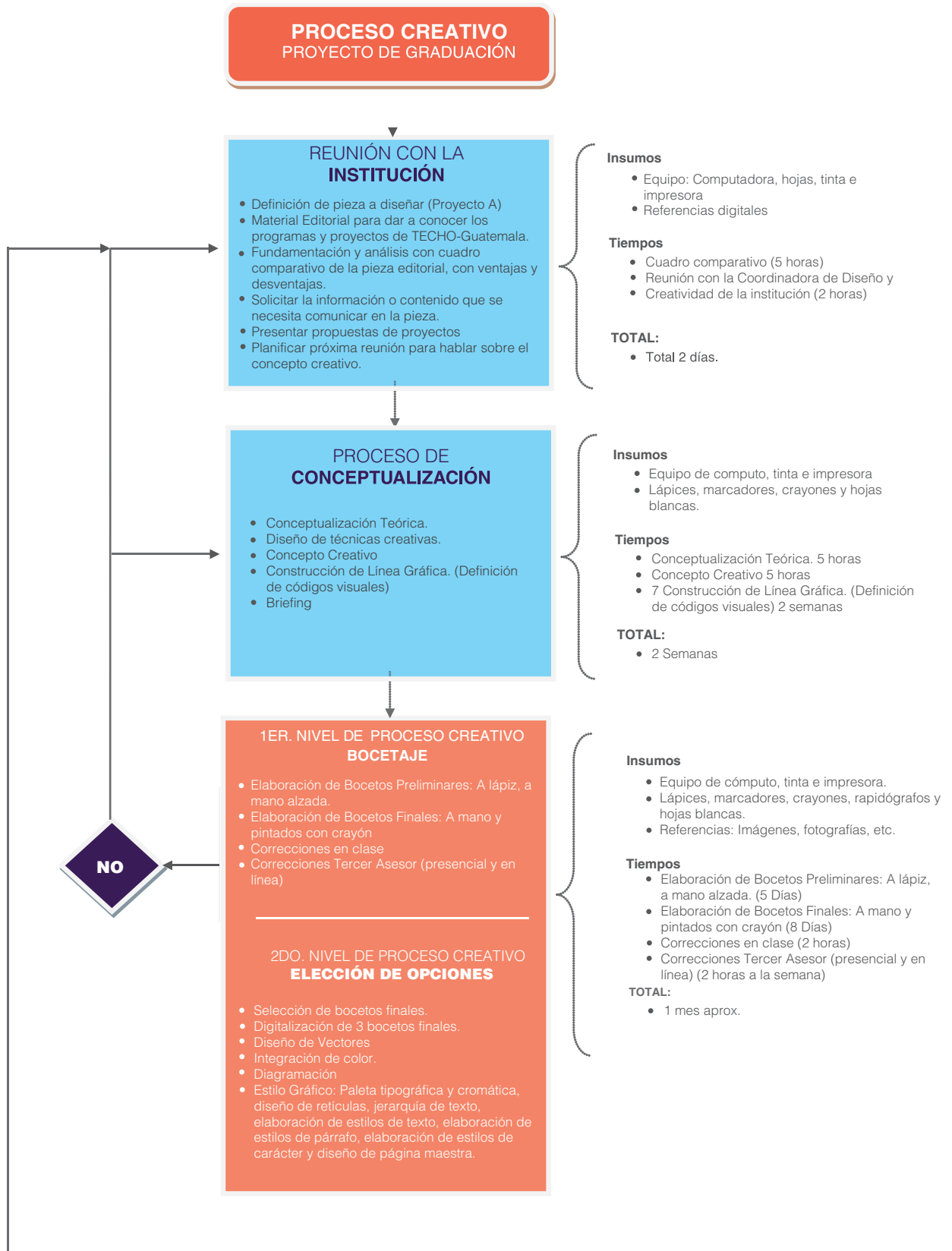
CAPÍTULO 3

PLANEACIÓN OPERATIVA

- Flujograma 
- Cronograma de trabajo 
- Previsión de Recursos y Costos 



3.1 FLUJOGRAMA DEL PROCESO





DISEÑO DE HERRAMIENTA DE VALIDACIÓN CLIENTE, PROFESIONALES DE DISEÑO Y G.O.

- Desarrollar una Encuesta para el evaluar funcionalidad del concepto, pieza, ilustraciones, etc. del proyecto de graduación hacia el Cliente y hacia profesionales de Diseño.
- Correcciones del Asesor.

- Insumos**
- Equipo de cómputo, tinta e impresora.
 - Hojas blancas.
- Tiempos**
- Diseño de Encuesta (2 días)
 - Correcciones (2 días)
- TOTAL:**
- 5 días

REUNIÓN CON EL REPRESENTANTE DE LA INSTITUCIÓN PARA APROBACIÓN Y VALIDACIÓN DE PROPUESTA

- Desarrollar el concepto del Proyecto de Graduación. A través de una explicación sobre el proceso llevado a cabo, técnicas creativas, concepto teórico, concepto creativo, línea gráfica y aplicación a la pieza de diseño.
- Aprobación de Conceptualización.
- Presentación de 3 propuestas de diseño.
- Selección de propuesta final
- Evaluación de la funcionalidad de la propuesta final
- Tabulación de datos y elaboración de gráficos.
- Posibles correcciones.

- Insumos**
- Equipo de cómputo para presentar conceptualización: presentación en PDF, USB y computadora.
 - Impresiones para validación: hojas y tinta.
 - Lapiceros para el cliente.
- Tiempos**
- Reunión (2/3 horas)
 - Tabulación de datos: (1 día)
 - Correcciones: (1 día)
- TOTAL**
- 3 días

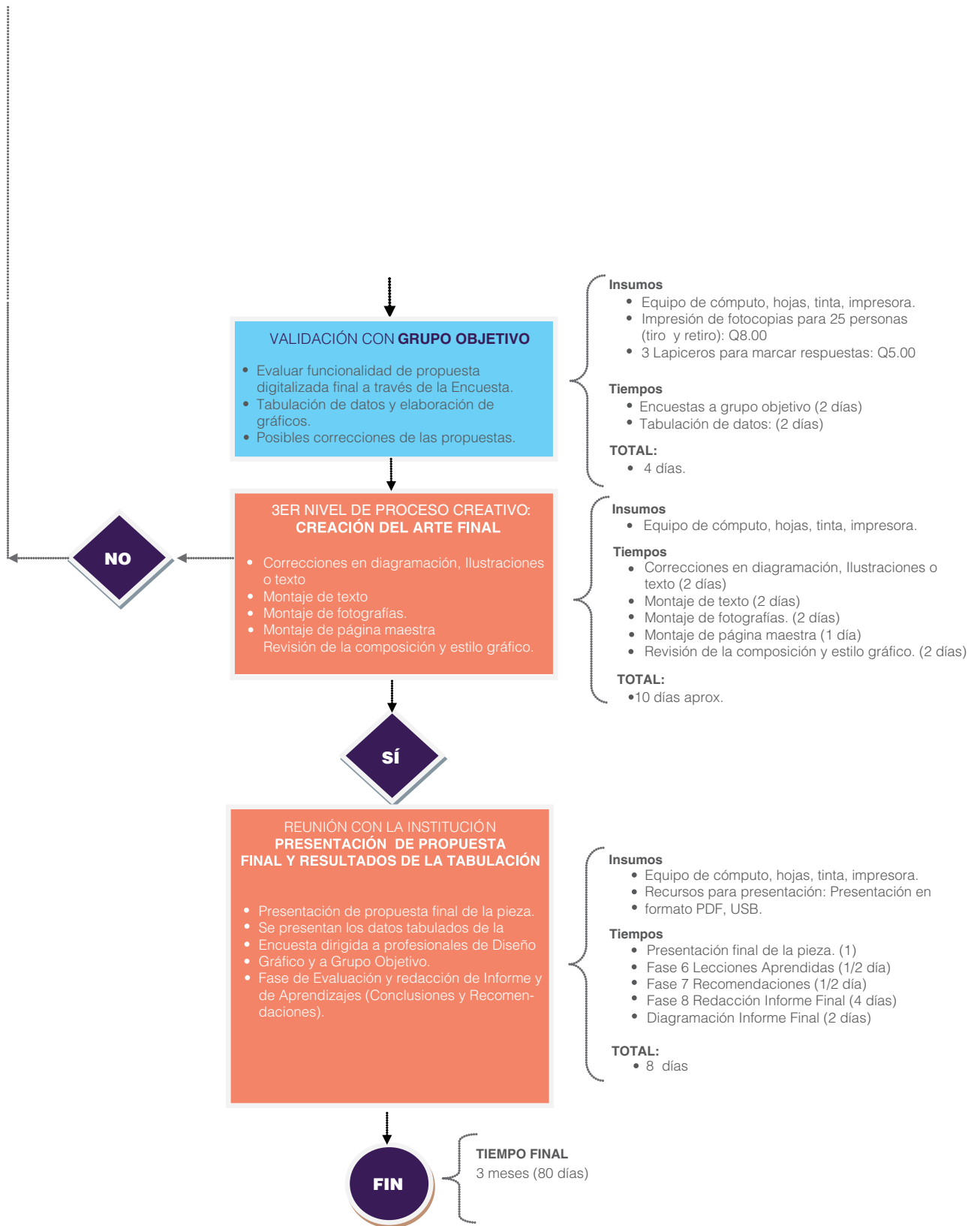


VALIDACIÓN CON PROFESIONALES DE DISEÑO

- Evaluación de la funcionalidad de opción digitalizada final a través de la Encuesta.
- Tabulación de datos y elaboración de gráficos.
- Posibles correcciones de las propuestas.

- Insumos**
- Equipo de cómputo para presentar conceptualización: presentación en PDF, USB y computadora.
 - Impresiones para validación: hojas y tinta.
 - Lapiceros para el cliente.
- Tiempos**
- Encuestas a profesionales del diseño (2 días)
 - Tabulación de datos (2 días)
- TOTAL:**
- 4 días





□



3.2 CRONOGRAMA DE TRABAJO



CRONOGRAMA EPS-PROYECTO DE GRADUACIÓN 2016														
NO.	ACTIVIDADES	HORAS / DÍAS	AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE			
			SEMANA				SEMANA				SEMANA			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
			Del 1 al 7	Del 8 al 14	Del 15 al 21	Del 22 al 28	Del 29 al 4	Del 12 al 18	Del 19 al 25	Del 26 al 2	Del 3 al 9	Del 10 al 16	Del 17 al 23	Del 24 al 30
	Fase 1 Planeación Operativa	Total= 15 Días												
1	Selección de piezas a diseñar.													
2	Cronograma de Trabajo													
3	Solicitar la información o contenido que se necesita comunicar en la pieza.													
4	Investigación y Redacción de Marco teórico													
	Fase 2 Definición Creativa	Total= 15 Días												
5	Conceptualización Teórica.	1 día												
6	Concepto Creativo	2 Días												
7	Construcción de Línea Gráfica. (Definición de códigos visuales)	10 días												
	Fase 3 Marco Teórico	Total= 15 Días												
8	Redacción Marco Teórico													
	Fase 4 Producción Gráfica	1 Mes												
	Nivel 1 de Visualización (Bocetos Roof)													
9	Elaboración de Bocetos Preliminares: A lápiz, a mano alzada.	5 Días												
10	Elaboración de Bocetos Finales: A mano y pintados con crayón	8 Días												
11	Correcciones en clase	2 horas												
12	Correcciones Tercer Asesor (presencial y en línea)	2 horas a la semana.												
	Nivel 2 de Visualización (Digital)													
13	Selección de bocetos finales	1 día												
14	Digitalización de 3 bocetos finales. Diseño de Vectores, integración de color, Diagramación: Estilo Gráfico: Paleta tipográfica y cromática, diseño de retículas, jerarquía de texto, elaboración de estilos de texto, elaboración de estilos de párrafo, elaboración de estilos de carácter y diseño de página maestra.	10 Días												
	Fase 5 Evaluación y Validación	13 Días												
15	Diseño de herramienta de Validación para Cliente, Profesionales de Diseño y G.O. Evaluación para medir la funcionalidad del proyecto	2 días												
16	Correcciones	2 Días												
	Reunión con el representante de la institución para Aprobación y Validación	3 días												
17	Validación con Grupo Objetivo, Profesionales y Cliente. Validación de la funcionalidad de la pieza.	2 Días												
18	Tabulación de datos y elaboración de gráficos.	1 Día												
19	Evaluación del Nivel 1 (autoevaluación)	1 Día												
20	Evaluación del Nivel 2 - Profesionales (coevaluación)	2 Días												
21	Evaluación del Nivel 3 – Grupo Objetivo	2 Días												
	Posibles correcciones de las propuestas.	2 Días												
	Nivel 3 de Visualización: Creación de Arte Final	Total= 15 Días												
23	Correcciones en diagramación, ilustraciones o texto	2 días												
24	Montaje de texto	3 días												
25	Montaje de fotografías.	2 días												
26	Montaje de página maestra	1 día												
	Revisión de la composición y estilo gráfico.	2 días												
27	Presentación de Propuesta Final y Entrega de Arte Final.	8 Días												
28	Presentación final de la pieza.	1												
29	Fase 6 Lecciones Aprendidas	1/2 Día												
30	Fase 7 Recomendaciones	1/2 Día												
31	Fase 8 Redacción Informe Final	□ días												
32	Diagramación Informe Final	2 Días												
	Entrega Final	TOTAL: 3 MESES APROX. 80 DÍAS												



3.3 PREVISIÓN DE RECURSOS Y COSTOS

VALOR HORA HOMBRE
Q50.00

INFORME ANUAL 2016 PROGRAMAS Y PROYECTOS		
ACTIVIDAD	HORAS ESTIMADAS	COSTO TOTAL
FASE 1: Investigación		
1. Antecedentes	32	Q1,600.00
2. Definición y delimitación del problema de comunicación visual	10	Q500.00
3. Justificación del Proyecto	10	Q500.00
4. Objetivos	4	Q200.00
5. Perfil de la Institución	6	Q300.00
6. Perfil del Grupo Objetivo	8	Q400.00
7. Marco Teórico	40	Q2,000.00
TOTAL HORAS Y COSTO FASE 1	110	Q5,500.00
FASE 2: Planeación Operativa		
1. Diseño de Ruta Crítica o flujograma	8	Q400.00
2. Cronograma de Trabajo	8	Q400.00
TOTAL HORAS Y COSTO FASE 2	16	Q800.00
FASE 3: Elaboración del Briefing de diseño		
	10	Q500.00
TOTAL HORAS Y COSTO FASE 3	10	Q500.00
FASE 4: Recopilación de Referentes visuales		
	4	Q200.00
TOTAL HORAS Y COSTO FASE 4	4	Q200.00
FASE 5: Diseño de la estrategia creativa de las piezas de diseño		
	8	Q400.00
TOTAL HORAS Y COSTO FASE 5	8	Q400.00
FASE 6: Definición del concepto creativo		
Técnicas creativas	24	Q1,200.00
Concepto Teórico	10	Q500.00
TOTAL HORAS Y COSTO FASE 6	34	Q1,700.00

INFORME ANUAL 2016 PROGRAMAS Y PROYECTOS

ACTIVIDAD	HORAS ESTIMADAS	COSTO TOTAL
FASE 7: Producción Gráfica y validación		
Nivel 1 de Visualización		
1. Bocetaje Rough (mano alzada)	50	Q2,500.00
2. Fundamentación Teórica	20	Q1,000.00
TOTAL HORAS Y COSTO FASE 7 (NIVEL 1)	70	Q3,500.00
Nivel 2 de Visualización		
1. Bocetaje digital y acabados a crayón.	24	Q1,200.00
2. Fundamentación Teórica	16	Q800.00
3. Validación con Expertos	8	Q400.00
4. Modificaciones	16	Q800.00
TOTAL HORAS Y COSTO FASE 7 (NIVEL 2)	64	Q3,200.00
Nivel 3 de Visualización		
1. Bocetaje digital	80	Q4,000.00
2. Fundamentación Teórica	10	Q500.00
3. Validación con Grupo Objetivo	16	Q800.00
4. Modificaciones	12	Q600.00
TOTAL HORAS Y COSTO FASE 7 (NIVEL 3)	118	Q5,900.00
TOTAL HORAS Y COSTO FASE 7	252	Q12,600.00
FASE 8: Producción Gráfica Final		
1. Diseño (códigos visuales: tipografía, color e imagen)	20	Q1,000.00
2. Diagramación (retícula, jerarquía, formato, páginas interiores, portada y contraportada)	32	Q1,600.00
3. Ilustración	31	Q1,550.00
4. Iconografía	11	Q550.00
5. Fotografía	16	Q800.00
TOTAL HORAS Y COSTO FASE 8	110	Q5,500.00

RESUMEN INFORME ANUAL 2016 PROGRAMAS Y PROYECTOS

ACTIVIDAD	HORAS ESTIMADAS	COSTO TOTAL
FASE 1	110	Q5,500.00
FASE 2	16	Q800.00
FASE 3	10	Q500.00
FASE 4	4	Q200.00
FASE 5	8	Q400.00
FASE 6	34	Q1,700.00
FASE 7	252	Q12,600.00
FASE 8	110	Q5,500.00
SUB TOTAL ESTIMADO	544	Q27,200.00
(+) INSUMOS ESTIMADOS		COSTO
* Luz		Q1,000.00
* Teléfono		Q275.00
* Transporte		Q650.00
* Depreciación equipo de computación HP 14		Q1,650.00
* Internet		Q525.00
* Comida		Q1,200.00
* Impresiones		Q500.00
TOTAL INSUMOS ESTIMADOS		Q5,800.00
COSTO TOTAL ACTIVIDADES		Q27,200.00
COSTO TOTAL INSUMOS		Q5,800.00
TOTAL ESTIMADO DEL PROYECTO		Q33,000.00



CAPÍTULO 4

MARCO TEÓRICO





4.1 DESARROLLO COMUNITARIO



4.1.1 Comunidad

Ander Egg (1998) define a una comunidad como una agrupación o conjunto de personas que habitan un espacio geográfico delimitado y delimitable, cuyos miembros tienen conciencia de pertenencia o de identificación con algún símbolo local y que interaccionan entre sí más intensamente que en otro contexto, operando en redes de comunicación, intereses y apoyo mutuo, con el propósito de alcanzar determinados objetivos, satisfacer necesidades, resolver problemas o desempeñar funciones sociales relevantes a nivel local. (p.33)

- **Elementos o dimensiones del desarrollo comunitario.**

Una comunidad es determinada por elementos que la conforman. La comunidad está compuesta por una agrupación o conjunto de personas que se vinculan entre sí, que habitan un espacio geográfico delimitado y delimitable, como un asentamiento o un hábitat común, debe existir una operación en redes tanto de comunicación como de intereses y apoyo mutuo para poder identificar de una mejor manera la concepción de la comunidad, por último el alcance de objetivos, la satisfacción de las necesidades y la solución de problemas a nivel local, estos son propósitos que pueden realizarse a través de diversas actividades económicas, utilización de equipamientos y servicios por medio de instituciones gubernamentales o no, familia o vecinos.

Sin embargo al hablar de comunidades no se puede generalizar debido a que no todas las comunidades son iguales. Dentro de este marco sobresalen dos tipos de comunidades: comunidad tradicional y comunidad moderna.

- **Tipos de Comunidad**

Según Rezsohazy (1988) citado por Camacho, (1999, p.200) Existen diferencias entre las comunidades tradicionales y las comunidades modernas.

- **Comunidad tradicional:** Se define por su frontera. Se encuentra fundamentalmente en el tercer mundo. Los lazos personales y las relaciones de vecindad y de conocimiento forman su tejido básico. La gente conoce la vida y “milagros” de los demás
- **Comunidad moderna:** Se define por su centro: edificios públicos, almacenes, teatros, cines. Se encuentra en las grandes ciudades. Los lazos personales son débiles. Las relaciones son funcionales. El tejido básico de la comunidad está constituido por equipamientos, servicios comunes y por un entorno simbólico, como monumentos, edificios prestigiosos o espacios de convergencia (tal calle, tal plaza, tal bulevar).

Antes de involucrarse con la comunidad se debe de generar un diagnóstico tal y como lo hace TECHO Guatemala, a través de asambleas y mesas de trabajo con líderes comunitarios desarrollándose espacios participativos para reconocer las necesidades y problemas prioritarios. A continuación se describen las características para identificar a una comunidad.

- **Características que conforman una comunidad.**

Una comunidad es identificada de acuerdo a las siguientes características expuestas por Ware (1986) citado por Camacho (1999, p.198).

- Ubicación Geográfica:
- Origen y evolución histórica
- Proceso de Cambio
- Características de la población
- Organismo Social
- Situación Económica
- Características políticas
- La familia
- Problemática de la Comunidad
- Equipamientos Comunitarios: Educativos, sanitarios, servicios sociales, culturales, deportivos o religiosos.

Estas características se desarrollan durante el proceso de identificación de las comunidades donde la primera tarea es conocer su ubicación geográfica, conocer su localización exacta, su extensión, su clima para tener una idea sobre el ambiente y la influencia de este sobre las actitudes del grupo comunitario. También resulta necesario conocer su origen y su historia para conocer los motivos de su fundación y quienes la integran. De la mano con su origen es prioritario estudiar los procesos de cambio que ha tenido durante todo su recorrido, para llegar a conocer características más profundas como las etnias, edades, educación, analfabetismo, situación económica, familia, los equipamientos con los que cuenta, desempleo, entre otros, con el objetivo de conocer cuáles son las problemáticas prioritarias a solucionar.

Por otra parte también es necesario conocer las características sociales debido a que a través de todo el estudio social la política es un medio de organización y poder, donde intervienen los líderes comunitarios y municipalidades.

4.1.2 Desarrollo Social o Comunitario

Según Ander Egg (1998) citado por Camacho, (1999, p.201) El desarrollo social hace referencia a todo lo que tiene por finalidad mejorar directamente los niveles de vida de la población, mediante la utilización de recursos que resultan de la actividad económica, asegurando el bienestar de los grupos humanos de modo directo: educación, vivienda, salud, nutrición, alimentación, recreo, servicios sociales, trabajo, seguridad social, etc.

“El ámbito operativo del desarrollo de la comunidad como lo indica la misma es la comunidad. No cualquier comunidad, sino aquella o aquellas sobre las cuales y con las cuales se quiere llevar a cabo un programa con el fin de atender a sus necesidades y problemas, lograr su desarrollo y mejorar su calidad de vida” (Ander-Egg, 1998)

Para lograr insertar el desarrollo social en las comunidades debe existir una acción coordinada y sistemática que identifique el problema o necesidad, con objetivos claros y precisos, la demanda social donde la comunidad debe reconocer sus problemas, sus aspiraciones y asumir las acciones. En cuanto a la organización de las necesidades estas se deben priorizar jerárquicamente como por ejemplo las más esenciales como alimentación, salud y vivienda. Por último el progreso global donde los avances deben ser colectivos y no individuales.

- **Características que conforman el desarrollo comunitario, según Camacho (1999, p.209)**
- » **Acción coordinada y sistemática: La demanda social se halla integrada en una gestión que está planificada.**
 - » *Que persigue unos objetivos precisos, elegidos por métodos democráticos, determinados en el tiempo.*
 - » *Que prevé los medios y los instrumentos de la realización.*
 - » *Que combina entre sí, dentro de un conjunto armónico y eficaz, los objetivos admitidos y para cada objetivo, los medios seleccionados.*
- » **Las necesidades y la demanda social: Una comunidad que desee asegurar su desarrollo debe:**
 - » *Reconocer sus problemas*
 - » *Formular sus necesidades y aspiraciones*
 - » *Transcribir lo anterior en una demanda social que pueda ser asumida por una acción adecuada.*
- » **Organizar las necesidades:** *Las necesidades se organizan, en realidad, jerárquicamente y las más esenciales se enuncian con facilidad. Cuando se hace más difícil el reconocimiento de las necesidades es necesario el diálogo con la población, sus representantes y los agentes de desarrollo comunitario. Las necesidades deben ser asumidas ante todo por los propios interesados.*
- » **Progreso Global:** *En el avance de una colectividad todo depende de todo. Si se descuida un elemento éste se puede transformar en un obstáculo para la evolución del resto. El desarrollo debe ser integrado.*
- » **La participación:** *La participación efectiva de la población es lo que distingue al método del desarrollo comunitario de las demás formas de política económica, social o cultural. De tal forma como indica Trigueros citado en Camacho (1999) La define como el acceso real de las personas a las decisiones que les afectan y las que consideran como importantes.*

4.1.3 El desarrollo de la comunidad en cuanto programa constituido por proyectos y actividades específicas integradas.

Otra tarea primordial para el desarrollo comunitario son los programas y proyectos que se generan dentro de la comunidad. Estos programas y proyectos en la mayoría de los casos son coordinados y gestionados por las organizaciones no gubernamentales (ONG's), con el apoyo de voluntarios y vecinos comunitarios.

- **Programas y Proyectos de desarrollo.**

- » **Programas:** *Los proyectos son componentes, partes o elementos de un programa. Son centros de asignación de recursos para desarrollar un programa dentro de un plan o política. Un programa es un conjunto de proyectos que persiguen los mismos objetivos. Los programas se agrupan en planes locales de desarrollo que buscan mejorar ciertas situaciones complejas de los ámbitos donde se desarrollan. En el marco de la cooperación, en concreto, serán las instituciones públicas locales las encargadas de desarrollar dichos planes, a los que la cooperación podrá aportar en forma de programas o proyectos conjuntos. Normalmente, los proyectos de desarrollo se enmarcan en la política del país anfitrión, dado que posteriormente será éste y sus organizaciones públicas y privadas los responsables últimos de sostener los beneficios de la intervención realizada. (González, 2003, pp.24-25)*
- » **Proyectos:** *Gómez Galán y Sainz Ollero (2003) citado por González Gómez (2005, p.22) Un proyecto nace como una expresión de la voluntad transformadora. Su finalidad es transformar una realidad que, en principio, no es satisfactoria, buscando unos fines y estableciendo unos medios para lograrlos. En el ámbito de la cooperación al desarrollo, en general, hay un consenso generalizado en interpretarlo como una herramienta de carácter socioeconómico que busca la superación de algunas carencias en un colectivo determinado. El proyecto integra ciertas variables de tipo social, cultural, económico, político, educativo, y se apoya en el uso de los recursos disponibles y en las potencialidades de la población para mejorar su situación. Además, el tiempo y el lugar donde se realizan los proyectos son dos elementos muy relevantes para completar su caracterización.*

4.2 GESTIÓN COMUNITARIA

- » *González Gómez (2003), también expone otro concepto dado por la UNESCO que entiende el proyecto como una actividad destinada a conseguir ciertos objetivos específicos con un presupuesto dado y en un período de tiempo determinado. (p.23)*

TECHO Guatemala en conjunto con los líderes comunitarios y jóvenes voluntarios identifican las necesidades más prioritarias y se desarrollan programas o proyectos para enfrentarlas y superarlas. Los programas que se desarrollan son procesos sistematizados y repetibles como el programa de “Vivienda”, mientras que los proyectos son procesos aplicados según las necesidades de la comunidad que abarcan los campos de educación, trabajo, emprendimiento, salud entre otros. Ambos deben ser utilizados de forma coordinada y no de una manera aislada.

- **La formación de líderes locales como factor potenciador de la participación popular**

Tomando en cuenta los recursos físicos y económicos, también es necesario mencionar el recurso humano. La formación de líderes locales como factor potenciador de la participación popular es de gran importancia debido a que todos los grupos necesitan un líder que oriente, forme e informe, además de estimular a los pobladores a hacer cambios sustanciales fomentando la participación dentro de la gestión comunitaria.

Según Ander Egg (1998) desde los inicios de los programas de desarrollo de la comunidad, se le otorgó gran importancia a la formación de líderes considerando el papel que pueden jugar por la influencia que tienen en la población. En muchas comunidades la gente no decide su actuación, si antes no lo hace el líder. Se debe de capacitar y formar tanto a los líderes como al resto de la población que se pretende involucrar en las actividades. (pp.109-110)

Para concluir la temática abordada sobre el desarrollo comunitario, es un proceso de fortalecimiento de la comunidad, donde se forman liderazgos y participación que impulsan y promueven la gestión comunitaria para solventar necesidades y brindar soluciones. Cada comunidad es distinta, las comunidades rurales del país son diferentes a las comunidades urbanas, pero sin embargo todas enfrentan problemáticas como la pobreza, falta de recursos, vivienda, entre otros que los limitan y los reprimen a participar y beneficiarse de los diferentes programas y proyectos a los que pueden aplicar.

4.2.1 La gestión

Se refiere a un campo de síntesis de conocimientos (economía, sociología, psicología, derecho, etc.) que provee un conjunto de herramientas para ordenar las acciones que ha de llevar a cabo un grupo social determinado, para la consecución de sus fines. Busca la flexibilidad situacional, combinando métodos comprensivos, prescriptivos, que permiten entender y agregar valor a los procesos y asignar adecuadamente los recursos. (Manosalvas 2009, p.39)

4.2.2 Gestión comunitaria

La gestión comunitaria es un conjunto de acciones y estrategias coordinadas, administradas y operadas por autoridades locales orientadas a la consecución de un objetivo para resolver problemas específicos. Intervienen actores individuales, colectivos, naturales e institucionales, donde se establecen las problemáticas, soluciones y toman decisiones para el control de recursos que se necesitaran para solventar las necesidades.

En TECHO Guatemala la gestión comunitaria se da a través de planes de acción siendo la estrategia de trabajo para las comunidades en el establecimiento de programas y/o proyectos que se derivan del diagnóstico participativo.

Dentro de la gestión los programas y proyectos integran variables de tipo social, cultural económico, político, educativo y se apoya en el uso de recursos disponibles o adquiridos, determinados por un presupuesto y un período de tiempo. Es en esta etapa del proceso donde la eficacia, eficiencia, equidad y la sostenibilidad son factores clave en la gestión de programas sociales.

4.2.3 Eficacia, eficiencia, equidad, sostenibilidad en la gestión de programas sociales.

Mokate (1999) señala cuatro términos utilizados que dan fundamento a la formación, gerencia y evaluación de políticas y programas sociales.

- **Eficacia**

Aplicado a las políticas y programas sociales, la eficacia de una política o programa podría entenderse como el grado en que se alcanzan los objetivos propuestos. Un programa es eficaz si logra los objetivos para que se diseñara. Una organización eficaz cumple cabalmente la misión que le da razón de ser.

- **Eficiencia**

Se aplica a lo que realiza cumplidamente la función a que está destinado.

- **Equidad**

Se fundamenta en tres valores sociales: igualdad, cumplimiento de derechos y justicia.

- **Sostenibilidad**

Según Manosalvas (2009) la sostenibilidad posee dos criterios:

- » **Criterio Económico-operativo:** Analiza la capacidad organizacional para satisfacer objetivos presentes sin comprometer su capacidad de alcanzar objetivos futuros.
- » **Criterio Financiero:** Analiza la capacidad de la organización para cubrir tanto los costos directos de operación como los costos financieros y mantener el valor real de la cartera, cuando el retorno al capital, es igual o mayor al costo de oportunidad de los fondos en el mercado.

4.3 GUATEMALA CULTURA Y POBLACIÓN

4.3.1 Población

Volviendo la mirada hacia el contexto del guatemalteco, la cultura y población determinan actitudes, percepciones y creencias que hacen únicas a cada comunidad. Ana Silvia Monzón, socióloga expone en la Revista D (2011) que una de las riquezas que posee Guatemala es su población joven. Siendo más de 14 millones de habitantes se comparten paisajes, clima y hospitalidad, por el lado contrario también comparten la pobreza, la violencia y el desempleo. Esto implica que como sociedad se tiene un gran potencial ante un reto con las condiciones de pobreza con las que se enfrenta la mayoría de la población.

4.3.2 Autopercepción del Guatemalteco

Según la Revista D (2011) expone las percepciones que los guatemaltecos tiene sobre sí mismos. Para el estudio estadístico realizado por la revista, para el año 2011, los guatemaltecos se perciben como personas trabajadora que lucha ante la adversidad, se consideran honrados, luchadores, violentos y conformistas.

En el sentido de nacionalismo es más intenso en el área rural, caso contrario en el área urbana.

4.3.3 Educación

Para Lucía Verdugo, oficial en Educación de la Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia y la Cultura (Unesco), citado por la Revista D (2011, p.12) para Guatemala, esta percepción de la calidad de la enseñanza refleja que el país aún no ha cobrado conciencia de la importancia que tiene para el futuro de la Nación. Este juicio es compartido por la analista en educación y discriminación Anabella Giracca, quien apunta que la educación históricamente no ha sido una prioridad en las agendas de los gobiernos.

Existe una baja ejecución del presupuesto nacional destinado a atender el mantenimiento y ampliación de los centros educativos. Solamente el 74% calificó como excelente o buena a la universidad estatal Universidad de San Carlos, mientras que las universidades privadas fueron calificadas con el 68%, demostrando que las instituciones de educación superior también tienen carencias como por la falta de accesibilidad a estudiar y en la calidad educativa.

4.3.4 Trabajo

En Guatemala el trabajo muchas veces implica sinónimo de desempleo para algunos sectores. Los sueldos bajos y las horas de trabajo son largas. La mayoría de los guatemaltecos contratados sienten miedo de perder su plaza y quedar desempleados. Por su parte existe la percepción y de cierto modo una discriminación donde la mujer debe poseer un sueldo menor que un hombre a pesar de ocupar una misma ocupación.

4.3.5 Hogar y Familia

El guatemalteco es conservador y familiar. En el tema del hogar y familia en el área rural se considera que la mujer aún debe permanecer en casa para ser ama de casa y cuidar de los hijos, siendo lo contrario en el área urbana donde se han abierto más espacios laborales a la mujer. Cada día hay más mujeres que son madres solteras y no precisamente es un hombre quién tiene la responsabilidad de proveer un salario a la familia.

4.3.6 Discriminación hacia las comunidades indígenas

La discriminación va más allá de una acción de rechazo social o racial. Se trata de la negación de los derechos a los ciudadanos más pobres. En Guatemala la discriminación afecta a las comunidades más desposeídas, con el incumplimiento de necesidades de salud, nutrición, educación y oportunidades de desarrollo.

Consecuentemente para las comunidades rurales que viven en condiciones precarias, llega a afectarlas de diversas formas, no solamente de forma material sino también emocional, dando como secuelas personas reprimidas, frustradas y con sentimientos de inferioridad.

- **Racismo:** *La discriminación es como un mal invisible que está presente en el país y se trata de ocultar o negar su existencia, pero sigue afectando a gran parte de la población, que es la más marginada y castigada con la pobreza. Julio Curruchiche, ingeniero, miembro del Foro Maya, dice que la discriminación es mucho mayor de la que se refleja en la encuesta de Revista D (2011), porque se da entre ladinos con alguna posición económica e indígenas pobres y entre ladinos pobres e indígenas pobres. (Alberto Ramírez, 2011, p.28)*

Este es un problema que afecta a gran parte de la población, puede darse de dos formas abierta o sutil. Usualmente los pobladores de las comunidades rurales son tratados de forma abierta, donde se trata al indígena como sucio, ignorante y campesino, etiquetando a hombres y mujeres de inútiles. Esta situación real que viven a diario miles de personas son limitantes que bloquean su desarrollo individual e integral dentro de la comunidad.

4.4 ORGANIZACIÓN

4.4.1 ¿Qué es una organización?

El concepto de organización depende mucho del enfoque desde el cual se aborda el tema. Para la sociología, por ejemplo, la organización, en cuanto formación social, puede referirse a una asociación, corporación, partido político, prisión, hospital, cooperativa, etc.

Krieger (2001, p.3) citado por Manosalvas (2009, p.21) define una organización como el conjunto interrelacionado de actividades entre dos o más personas que interactúan para procurar el logro de un objetivo común a través de una estructura de roles y de funciones y en una división del trabajo.

Dentro de la tipología de las organizaciones se encuentran las organizaciones no gubernamentales.

4.4.2 Organizaciones no gubernamentales

Según Pineda (1999, p.22) citado en Pérez, Arango y Sepúlveda (2011, p.246) son instituciones que operan con el aporte de sus integrantes, normalmente con objetivos relacionados con la promoción de programas de desarrollo.

Estas organizaciones comúnmente están presentes en la acción municipal y en el desarrollo de la comunidad. Su presencia se puede observar en el desarrollo e implementación de programas, proyectos o acciones sociales que causan gran impacto en las comunidades.

Ander Egg (1998) menciona que ni el trabajo desde el municipio ni la acción comunitaria pueden llevarse a cabo sin tener algún vínculo con los movimientos sociales. (p. 130)

4.4.3 Funciones y roles en las organizaciones

Las funciones y los roles que ejercen los miembros de una organización, permite visualizar las conexiones y la estructura que posee la organización. Los funciones por su parte están relacionadas a un enfoque de sistemas y los roles se refieren a un enfoque de acción, para lo cual para estos últimos es necesario determinar cómo y quién estará a cargo del cumplimiento de cada uno de ellos. Ambas tareas son designadas bajo líneas jerárquicas donde deben recibir las órdenes de un superior.

Según Crozier (1964) citado por Manosalvas (2009, p.38) las organizaciones no son meramente "sistemas de poder", también el sistema de valores de los actores aparece involucrado en mayor o menor medida en toda la trama de los roles.

Con respecto a las funciones y roles que posee TECHO Guatemala, está el trabajo masivo por parte de los jóvenes voluntarios en las comunidades, así como las acciones por parte de sus pobladores. Tanto la movilización, participación y organización para fomentar el desarrollo comunitario como el rechazo de la pobreza a través de la creación de estrategias para promover la conciencia y acción social, además de incidir en la política con el fortalecimiento de la sociedad formando líderes y empoderando sociedades.

4.4.4 Procesos de las organizaciones

"Un proceso es un grupo de tareas lógicamente relacionadas que emplean un insumo o entrada (input), le agregan valor a éste y suministran un producto o salida (output) para alcanzar los objetivos de la organización". (Manosalvas 2009, p.39)

Para obtener un nivel mayor de comprensión durante los procesos se debe elaborar un esquema o diagrama de todas las actividades que presentan un resultado visible para la organización. Estas actividades se pueden catalogar como macroprocesos debido a que son procesos que contribuyen de forma sistemática donde se establece el inicio y un fin por proceso. Estos procesos están formados por una sucesión de actividades ordenadas las cuales se componen por pequeñas tareas que implican planes de acción.

Este es un problema que afecta a gran parte de la población, puede darse de dos formas abierta o sutil. Usualmente los pobladores de las comunidades rurales son tratados de forma abierta, donde se trata al indígena como sucio, ignorante y campesino, etiquetando a hombres y mujeres de inútiles. Esta situación real que viven a diario miles de personas son limitantes que bloquean su desarrollo individual e integral dentro de la comunidad.



4.5 COMUNICACIÓN



4.5.1 ¿Qué es la comunicación?

Es la transferencia de información de un emisor a un receptor, siendo la información comprendida por el receptor. Este modelo de comunicación se enfoca en el emisor, la transmisión y el receptor del mensaje. También lleva la atención al "ruido" que interfiere con la buena comunicación y la retroalimentación.

4.5.2 Elementos de la comunicación

Koontz, Wehrich, Cannice, Hanan. (2012) determinan los elementos de la comunicación como el emisor, receptor, mensaje, canal y código (p.487)

4.5.3 Proceso de la comunicación

El proceso de comunicación, incluye al emisor, a la transmisión de un mensaje que atraviesa el canal llegando al receptor, donde también intervienen otros elementos como lo son la idea, la decodificación y la realimentación. A continuación se explica y desarrolla cómo funciona el proceso de la comunicación.

- **El emisor:** La comunicación empieza con el emisor, que tiene un pensamiento o una idea, que luego se codifica de manera que pueda ser comprendido por el emisor y el receptor. La codificación del mensaje puede ser de varias formas, hablado como se hace comúnmente o por ejemplo a través de un lenguaje de cómputo.
- **Canal:** Luego que la información sea emitida, esta es transmitida por un canal que sirve de enlace con el receptor. El mensaje que pasa por este canal puede ser oral o escrito por medio de una computadora, teléfono, correo electrónico, televisión, radio u otros medios.

- **El receptor:** El receptor es quien recibe el mensaje y lo decodifica. Sin embargo tanto el emisor como el receptor deben situarse en un mismo contexto para que exista un mismo o similar significado para comprender y decodificar el mensaje.
- **Ruido:** Son todos aquellos elementos “ruidos” que intervienen o afectan en la comunicación.
- **Realimentación en la comunicación:** Este es conocido como el Feed back, donde se verifica la efectividad de la comunicación la persona debe tener realimentación. La certeza de que un mensaje ha sido decodificado se confirma hasta el momento que se da la realimentación.

4.5.4 Comunicación visual

La comunicación visual para Costa (2014) va más allá de lo gráfico, el diseño de comunicación visual se fundamenta en el individuo receptor: en el acto de ver, mirar, observar, y no en el acto gráfico y el emisor del mismo. La comunicación visual no es un movimiento aislado. Es un fenómeno que avanza paralelamente con la tecnología hacia el futuro. (p.96)

Costa (2014) define la comunicación visual como “Diseño de comunicación visual es una disciplina transversal de información. Él, aporta asimismo su lenguaje específico a las demás disciplinas de diseño. Su objeto es hacer el entorno más inteligible y mejor utilizable, contribuir a la calidad de vida de las personas y la sociedad del conocimiento” (p. 101)

4.5.5 La comunicación de carácter comunitario y el desarrollo

Según Ander Egg (1998), las comunidades en desarrollo se caracterizan por estar aisladas de información y servicios. La mayor parte de estas comunidades viven en las zonas rurales donde el transporte de personas y productos es bastante lento, lo cual limita al acceso de mercados y centros sociales o culturales.

Por consiguiente se restringe a las comunidades de recibir ayuda e información, sin embargo los medios de comunicación pueden construir el canal que suministre de esta información. No obstante los medios de comunicación deben ser adaptados a las necesidades y objetivos que la comunidad decida, siempre con fines de información, educación, esparcimiento y al acceso de cada uno de los involucrados.

Para introducir medios de comunicación como fuentes de información es necesario conocer las carencias y limitantes de las que padece una comunidad, ya que su ingreso económico determina los medios a los cuales pueden acceder, por ejemplo la televisión y la radio como aparatos electrónicos que no todos pueden poseer.

4.6 DISEÑO EDITORIAL

4.6.1 Diseño editorial

Bhaskaran (2006) define el diseño editorial como “una publicación, escrito, impreso, libro, revista, periódico, etc., que ha sido publicado. Es una comunicación de información a un público.”

El diseño editorial se especializa en la diagramación, maquetación y composición de diferentes publicaciones. El objetivo principal del diseño editorial es el logro de una unidad armónica entre el texto, la imagen y la diagramación, es decir que tenga un valor altamente estético pero que también emita un mensaje.

4.6.2 Objetivos y funciones del diseño editorial

Entre los objetivos del diseño editorial están el comunicar y transmitir una idea o narración a través de la composición visual de información y de imágenes. Cada elemento cumple una función, con el objetivo de atraer la atención del lector y apoyar la información contenida en el cuerpo del texto.

Las funciones del diseño editorial son diversas, entre ellas están el dotar de expresión y personalidad al contenido a comunicar, atraer y retener la atención de los lectores y estructuras. Estos objetivos deben desarrollarse en forma conjunta para lograr un producto eficiente e informativo.

4.6.3 Los seis elementos básicos

Dentro del diseño editorial se encuentran seis elementos básicos determinantes en el acabado de una publicación: formato, retícula, tipografía, color, cubierta, imágenes. La combinación de cada uno de estos elementos permiten que el diseñador gráfico pueda aportar una identidad única y un estilo gráfico a las publicaciones.

• 1. El Formato

El formato se refiere a la forma física de una publicación. Es la forma en la que se presenta la información a los lectores. Algunos formatos son libros, revistas, folletos, catálogos e informes, siendo los más usados en el diseño editorial. Estos formatos pueden modificar sus elementos como tamaño, forma o grosor y dotar a la publicación de personalidad.

- » **Libros:** El formato de los libros puede variar, esto depende de las funciones y del diseñador el cual debe de elegir el formato más adecuado. Se deben tomar en cuenta aquellos aspectos que pueden determinar la vida útil de un libro, por ejemplo si la impresión será de alta o baja calidad.
- » **Revistas:** Por su naturaleza, las revistas son mas desechables que los libros, aunque muchas de las decisiones relativas al formato son parecidas. La mayoría de las revistas poseen ahora un formato estándar A4, y la razón de ello es puramente económica. Dicho esto se puede afirmar que la calidad de las revistas varía en gran medida según su función. Las revistas de moda que contiene muchas fotografías caras suelen producirse en un formato mayor y en papel brillante de alta calidad, mientras que las revistas semanales o cotilleos, cuya vida es útil es sólo de siete días, se imprimen en papel de baja calidad. Cuando un diseñador ha decidido el formato para una revista, no suele cambiarlo. Ello no sólo facilita el proceso de diseño (rediseñar una revista) completa en cada número no es práctico ni necesario. Bhaskaran (2006, p.52)
- » **Periódicos:** El diseño de periódicos es muy distinto a cualquier otro tipo de piezas editoriales. El contenido de los periódicos cambia a diario, debido a la actualización de noticias, historias, reportajes o imágenes. Sin embargo la estructura bajo la que se rige crea una identidad en este tipo de publicaciones.
- » **Folletos y catálogos:** Los folletos y catálogos son más flexibles al momento de diseñar para el profesional del diseño gráfico. Son pequeños libros, el formato es horizontal o vertical, su contenido varía desde promociones, ventas o información Algunos folletos o catálogos son diseñados para publicar productos o servicios y brindar información sobre los mismos a un determinado grupo objetivo. Aunque pueden ser muy parecidos a los libros o revistas su función es distinta.

- » **Informes anuales:** *Muchos diseños anuales y documentación corporativa asociada con tiradas únicas, así que los diseñadores tienen libertad para elegir el formato que más se adecue al trabajo. En los informes se tiene la oportunidad de usar herramientas de formato adicionales para organizar la información. Bhaskaran (2006, p.52)*

El informe anual es el principal documento corporativo de una compañía. Comunica e informa la visión y razón de ser de la empresa.

Existen cinco factores que determinan el éxito de un informe anual

1. **Simplicidad:** Debe estar enfocado a comunicación y no a finanzas.
2. **Claridad:** La información debe presentarse de forma coherente para garantizar un acceso rápido y fácil que interese a cada lector.
3. **Consistencia:** Los gráficos deben ser atractivos.
4. **Concisión:** La información debe ser precisa. Hay que ir al grano.
5. **Autonomía:** El informe anual debe explicarse por sí mismo, sin necesidad de consultar otros documentos.

Educen e informan a los grupos objetivos. Informan sobre los resultados y los sitúan dentro de un contexto estratégico. Explican los objetivos de la compañía y definen la estrategia y las perspectivas de futuro.

Las empresas ven el Informe Anual como una oportunidad para reforzar su imagen corporativa ante sus públicos objetivo. Este tipo de informes va más allá de un resumen, hablan de la historia y planes a futuro de la organización.

El diseño

Todos los informes tienen un contenido similar para lo cuál es necesario destacar en innovación y creatividad.

Se debe tomar en cuenta:

- » **Portada:** La portada debe atraer al lector e invitar a leer su interior. Debe transmitir un mensaje.
- » **Recursos visuales:** Las fotografías, los gráficos y recursos de apoyo sirven para apoyar el mensaje. Se debe encontrar un equilibrio y jerarquía en cuanto a fotografías, imágenes, textos y recursos de apoyo.
- » **Diagramación:** Se deben de utilizar titulares atractivos, usar cajas de textos, colores y elementos de apoyo que ayuden a la armonía del informe. En cuanto a tipografía debe ser legible y de acuerdo al grupo objetivo.

- **2. Retícula**

La retícula es uno de las herramientas más importantes en el diseño editorial, el establecer una retícula al inicio del diseño se puede establecer el ritmo de la composición visual de la publicación, además de tener orden en los textos, imágenes, ilustración o tipografía. Dedicarle tiempo al diseño de una retícula evita contratiempos futuros. El utilizar una retícula no solamente implica el ordenamiento de la información sino también dota a la publicación de una armonía y coherencia visual.

- **3. Tipografía**

Para Bhaskaran (2006) la tipografía hace referencia a la manera en la que las ideas escritas reciben una forma visual, y puede afectar radicalmente en como se percibe un diseño. Los tipos de fuentes tienen personalidad propia y son un excelente medio para comunicar emociones. Un tipo de fuente puede ser autoritativo, relajado, formal, informal, austero o humilde, mientras que un tipo de fuente gráfico es casi una imagen por derecho propio.(p.68)

Se sugiere que la paleta tipográfica este compuesta sea una familia de fuentes que faciliten la diagramación de los impresos. Las fuentes además de connotar sensaciones o emociones también cumplen aspectos que la hacen ser funcional en una composición como por ejemplo, el tipo de impreso, público al que se dirige, la legibilidad, el manejo del color, el puntaje (tamaño), entre otros más. Los más importantes se explican en las líneas siguientes.

- » **El cuerpo de texto**

Es uno de los componentes más importantes dentro de una publicación. El cuerpo de texto va integrado en las columnas, este puede estar justificado, con una alineación a la derecha o izquierda. El texto más utilizado es el margen a la izquierda debido a que la lectura es mucho más fácil. En cuanto al ancho de las columnas estas deben de ser lo suficientemente reducidas para que puedan leerse fácilmente, evitando caer en la generación de calles tipográficas. Se sugieren bloques de texto de una proporción media con el fin de una buena lectura y dotar a la página de un aspecto más ligero y atractivo.

- » **Importancia**

La visibilidad y la legibilidad: El debate entre visibilidad y legibilidad es una consideración importante para el diseñador de publicaciones. Se suele utilizar una tipografía que toma más jerarquía, siendo un punto focal, donde se logra distinguir entre diferentes titulares y cuerpos de texto.

Tipografía según la publicación: Según el tipo de publicación la fuente debe ser con formas más claras o más gruesas, si el texto es para el cuerpo de la publicación esta debe ser clara y legible, mientras que si se trata de titulares o diseños de cubierta pueden ser mas raras y atractivas.

La tipografía es una herramienta muy poderosa en el diseño editorial: Su capacidad de transformar una publicación no debería subestimarse nunca. De hecho, se han creado preciosas publicaciones únicamente gracias al poder de la tipografía.

- **4. Color**

Según Bhaskaran (2006) el color es una de las herramientas más importantes que posee el diseñador gráfico. Puede usarse para comunicar muchísimas emociones y sentimientos, para captar la atención de inmediato y para avisar. (p.80)

- **Características en el diseño editorial**

- » El sistema de color más usado en la impresión editorial es el CMYK (cian, magenta, amarillo y negro, en sus siglas en inglés), mientras que el RGB (rojo, verde y azul) para las publicaciones digitales.
- » El color puede usarse de numerosas maneras en los reinos del diseño editorial. Puede ser para llamar la atención, destacar cierta información o provocar una reacción emocional específica.
- » El color puede establecer una identidad fuerte. En una cabecera de revista bien diseñada, el color suele ser lo único necesario para que un lector habitual reconozca de inmediato la revista y, en consecuencia, su marca.

5. Cubierta o cabecera

El diseño de una cubierta no solo se basa en la apariencia bonita que esta puede llegar a tener. Una cubierta con un alto nivel de diseño debe comunicar con claridad y precisión el contenido de una publicación. El diseño de las cabeceras no depende únicamente de tipografías estéticamente bonitas o de complejas maquetaciones, sino depende de emitir un mensaje correcto al público objetivo.

6. Uso de Imágenes

Las imágenes desempeñan un papel integral en la identidad visual de cualquier publicación; pueden cambiar de forma espectacular su aspecto estético, tanto como elemento subsidiario de un texto principal o como fuerza conductora de todo diseño. La forma de usar las imágenes en las publicaciones depende de toda una serie de factores, como quién es el público objetivo de la publicación o qué función tendrán dichas imágenes. En general, una imagen posee muy poco tiempo para comunicar su mensaje, así que es imperativo que el diseñador elija el tipo de imagen más adecuado según la ocasión. (Bhaskaran, 2006, p.70)

- **La fotografía:** Toda publicación determina un estilo visual. Las fotografías pueden ser editadas ya se en su formato cambiando su forma, alterando sus colores y aplicando otras técnicas para generar un estilo gráfico o visual en la publicación.
- **Características en el diseño editorial**
 - » No se debe enviar el mensaje incorrecto, se debe procurar el equilibrio adecuado de la imagen y texto que proporciona ritmo a la publicación. La mayoría de las revistas incluyen al menos una característica visual por esta razón.
 - » En algunas ocasiones las imágenes tienen que desempeñar funciones que el texto no puede. Por ejemplo, es imposible describir una nueva tendencia de moda usando sólo palabras.
 - » Para el diseñador de publicaciones, existen toda una serie de consideraciones a tener en cuenta cuando incorpora imágenes a un diseño, incluyendo la calidad de la imagen.
 - » Para imprimir, lo estándar es una resolución de 300 ppp (puntos por pulgada). Una imagen con baja resolución puede destrozar hasta el diseño más perfecto.
 - » El tipo de imagen más popular usado ahora es la fotografía.
 - » Las imágenes se deben equilibrar con los demás elementos de la página.

4.6.4 Maquetación

Es un tema que tiene relación con los principios del diseño: composición, color y conceptos tipográficos mezclados de manera armónica. Compositivamente hablando, la referencia directa del concepto Maquetación está ligado a las proporciones de los elementos de la página, el orden que se le da a los pesos visuales, la jerarquía con la que se ubican los elementos primero, o después, adelante o atrás, arriba o abajo, full color, blanco y negro, claro, oscuro o resaltado, etc. (Ghinaglia, 2009, p.3)

En cuanto a la composición es importante tomar en cuenta el estilo editorial de una composición. El estilo no necesariamente debe ser rígido, este debe tener una armonía visual que se adapte al grupo objetivo, la tendencia, entre otros aspectos. Sin duda alguna las audiencias hacia las que va dirigida una publicación determinan en gran medida las características gráficas que debe de tener, por ejemplo publicaciones con cuerpos de texto más extensos si el grupo objetivo es profesional y/o empresarial, o bien un diseño más infográfico si la audiencia es infantil o de baja escolaridad.

Si bien es cierto que la comunicación visual se basa en la estética, no se trata de darle prioridad y dejar de lado el mensaje de la información. Un buen material editorial no es solamente bello o informativo, un buen material editorial es aquel que guarda equilibrio entre ambos aspectos.

En virtud a la información de los párrafos anteriores el diseño editorial es fundamental para la generación de materiales gráficos informativos, donde el proceso de comunicación recibe el feed back o realimentación a través de las acciones tomadas por los lectores por medio del material editorial, es importante comprender que cada uno de los elementos que intervienen tienen como resultado final una pieza de comunicación visual que transmita un mensaje.

4.6.5 Factores del diseño editorial

Para Landa (2011) menciona que existen factores en el diseño editorial.

- **La Escala:** La escala determina más allá del tamaño, esta es utilizada para guiar a los lectores a través de toda la información y para enfatizar en el mensaje editorial.

- **El contraste:** El contraste suele darse con los elementos de diseño. Los contrastes deben tomarse con precaución, sin embargo deben ser un tanto extremos para que sean más evidentes.
- **El Equilibrio:** Este factor permite que se utilice la simetría en una composición, por ejemplo colocar un mismo número de elementos en dos páginas.

A diferencia de las comunidades urbanas (modernas) en las comunidades rurales sus integrantes poseen niveles de escolaridad muy bajos además de limitantes a adquirir aparatos electrónicos. Sin embargo los materiales editoriales son medios viables y de importancia para que la comunidad conozca el trabajo, logros alcanzados, programas y proyectos para consolidar la comunicación y la confianza con las ONG's, en este caso con TECHO Guatemala. Esta información abre una brecha comunicacional donde la comunidad puede ver los resultados y la forma de trabajar de forma transparente y adecuada. En cuanto a la forma de transmitir la información debe adaptarse a un nivel de comunicación donde los gráficos y los textos se complementen para hacer materiales editoriales infográficos y fáciles de comprender.

4.7 MATERIAL INFORMATIVO

4.7.1 ¿Qué es la Información?

Según Mijksennar (2001) la información es un conjunto de mecanismos que permiten al individuo retomar los datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada, de modo que le sirvan como guía de su acción. No es lo mismo que comunicación. Dos sujetos tienen la misma información, no cuando tienen los mismos datos, sino cuando tienen el mismo modo de orientar su acción. (p.13)

La importancia del diseño de material editorial informativo recae en la disminución de problemas de comunicación con el grupo objetivo, debido a que el material sirve como un canal directo que informa, orienta y da a conocer la información sobre los programas, proyectos y la organización.

4.7.2 Diseño para Información

Entre las funciones las principales funciones del material editorial se encuentra el informar. Para Jorge Frascara (2011) en su artículo publicado, menciona la necesidad del diseño de información. El problema central del diseñador no es la gráfica, sino el impacto que ella tiene en los conocimientos, las actitudes, y las conductas de la gente. Falta desarrollar una cultura en la que el acceso a información comprensible se vea como un derecho ciudadano; esto sería posible sólo con buen diseño de información. También hace falta un buen diseño de persuasión en marketing social.

La efectividad de las piezas se logra cuando la comunicación visual es la prioridad, si se le da prioridad a la parte gráfica y se coloca como elemento secundario la información, seguramente el material sería sumamente atractivo, pero luego estos elementos pasarían a ser ornamentos sin una verdadera función comunicacional.

La información es un conjunto de mecanismos que permiten a las personas adquirir datos y estructurarlos de modo que les sirva como guía de acción. El diseño de información se caracteriza por diseñar información que puede convertirse en información valiosa, busca comunicar pero también un aprendizaje y conocimiento. Todo diseño de información debe de ser adaptado a las características del grupo objetivo.

CAPÍTULO 5

DEFINICIÓN CREATIVA

- Elaboración del Briefing de diseño
- Recopilación de referentes visuales
- Descripción de la estrategia de aplicación de la pieza a diseñar.
- Definición del Concepto creativo y premisas de diseño



5.1 ELABORACIÓN DEL BRIEFING DE DISEÑO

Cliente: TECHO – Guatemala

Producto: Material Editorial para dar a conocer los programas y proyectos de desarrollo comunitario de TECHO – Guatemala dirigido a las comunidades del interior del país.

Nombre: Informe Anual 2016 Programas y Proyectos TECHO.

5.1.1 Necesidad

TECHO Guatemala, presenta una deficiencia de comunicación informativa, que tiene hacia las comunidades del interior del país; provocando que los pobladores no conozcan los programas y proyectos que implementa y el modelo de trabajo que desarrolla. Como consecuencia no se logra captar la atención y el interés del público, limitándolo a ser un posible beneficiado y poder insertar el desarrollo social en su comunidad.

5.1.2 Requerimiento

Diseñar un informe anual 2016 que informe sobre los programas y proyectos de desarrollo comunitario que se llevaron a cabo, adicional informar sobre el proceso para la ejecución de los mismos, apoyados sobre información general de la organización.

5.1.3 Medios

Medio escrito: Material editorial. Diseño de Material editorial para dar a conocer los programas y proyectos de desarrollo comunitario. La propuesta debe ser diseñada en base a las normas establecidas en el Manual de Uso de Marca de TECHO Internacional. Este material debe ser apoyado por elementos fotográficos e ilustraciones.

5.1.4 Tiempos

El diseño y su ejecución se llevaran a cabo a lo largo de 3 meses de agosto 2016 a octubre 2016, contando 80 días para su finalización. El proyecto se publicará en el año 2017.

5.1.5 Producto

Material editorial impreso para dar a conocer los programas y proyectos de desarrollo comunitario de TECHO Guatemala.

5.1.6 Reto de Negocio

El reto de diseño del material editorial está en las mejoras que generará a nivel de comunicación, y al fortalecimiento de la imagen de la organización. Su importancia reside en la información que será divulgada. Se pretende lograr que las comunidades conozcan a la institución TECHO y el modelo de trabajo que esta realiza, con el objetivo de iniciar un acercamiento que los llevará a interesarse y participar con la organización para el desarrollo comunitario.

5.1.7 Reto de marca

El reto de marca enfatiza en la imagen de la organización, porque ayuda a determinar el comportamiento de las personas en relación a la institución generando un impacto positivo, con el propósito de formar un vínculo de confianza, generando interés en los materiales gráficos que brindaran información acerca de los programas de desarrollo comunitario.

5.1.8 Objetivos

General

Contribuir con los programas de desarrollo comunitario, a través del diseño de material editorial, para informar y dar a conocer la función, modelo de trabajo, programas y proyectos que la organización TECHO Guatemala

Específicos

De comunicación visual institucional

Informar a través de un material editorial, acerca de la organización TECHO-Guatemala, sus programas, proyectos y modelo de trabajo, para crear interés, inducir y orientar a las comunidades sobre cómo alcanzar el desarrollo comunitario.

De diseño gráfico

Diseñar material editorial informativo tomando en cuenta factores tipográficos, técnicos, cromáticos y compositivos de elementos gráficos y textuales para lograr piezas comunicacionales efectivas que transmitan el mensaje.

5.1.9 Grupo Objetivo

Grupo Objetivo Primario: Comunidades Rurales
Grupo Objetivo Secundario: Jóvenes Voluntarios

5.1.10 ¿Qué piensa y hace nuestro target?

Las comunidades que sufren de pobreza extrema en el país, viven en condiciones precarias y con limitantes recursos que no los dejan avanzar. Viven con la mirada hacia abajo resignados a vivir en las condiciones que nacieron, viven atrapadas en una realidad que no merecen.

5.1.11 ¿Qué queremos que piense y haga nuestro target?

El objetivo va más allá de informar, el objetivo también abarca un aspecto emocional, se trata que las personas eleven su mirada hacia otra realidad, invitar a las personas de las comunidades a quitarse la venda de los ojos y elevar su mirada para visualizar otra mejor realidad, donde exista superación y desarrollo, donde se les permita caminar con seguridad y dignidad.

5.1.12 Insight del consumidor

Somos humildes y sencillos por eso vivimos en pobreza. No tenemos dinero para salir de la miseria. Nacimos pobres y pobres nos vamos a morir. No hay trabajo. No tenemos oportunidades de superación. Vivimos el día a día. No podemos enviar a nuestros hijos a estudiar y tienen que trabajar. No nos alcanza lo poco que ganamos.

5.1.13 La recompensa racional o emocional

La recompensa abarca los dos ámbitos uno racional y uno emocional. El primero porque informa al grupo objetivo a conocer a la institución, sus programas y proyectos para que en participación conjunta se mejore y aumente la utilización de los recursos en educación, vivienda, salud, alimentación, recreo y otros servicios sociales.

Por otro lado la recompensa emocional donde se motiva a las personas a tener una vida digna, a superarse, donde estos puedan visualizar una realidad mejor, más allá de un legado material se impulsa la valentía, emprendimiento y modificando formas de actuar y de pensar.

5.1.14 Mandatorios de la Ejecución

Para el diseño del material editorial se deben de regir por las normas del manual de uso de marca. En este manual se establecen los diferentes códigos visuales, los elementos de apoyo y los usos no permitidos.

5.1.15 Tono de la Marca

Joven, cautivante, consistente, profesional, directo, transgresor, crítico, propositivo, optimista y positivo.

5.1.16 Presupuesto

(Ver página No.145)

5.2 RECOPIACIÓN DE REFERENTES VISUALES

TECHO Guatemala posee la ventaja de tener una imagen visual establecida, sin embargo por ser una organización no lucrativa muchos diseños son elaborados por voluntarios que poseen o no conocimiento de diseño gráfico, debido a esto los materiales no guardan una unidad visual.

Se generan diversidad de materiales, en su mayoría son banners digitales para Facebook y twitter, playeras, videos, afiches, mantas, invitaciones, trifoliales entre otros materiales básicos. Todas las piezas graficas antes mencionados en su mayoría son dirigidas al grupo objetivo secundario: voluntarios universitarios, dejando una desventaja al grupo objetivo primario que son las comunidades rurales, lo cual provoca que los mismos posean una cultura visual mínima de TECHO.

La cultura visual del grupo objetivo primario es bastante escasa debido a la carencia de información a la que están expuestos. Los recursos económicos determinan los medios de comunicación a los cuales pueden acceder limitándolos a todos aquellos que sean electrónicos o tecnológicos dejando vía libre a los medios impresos. La creación de materiales como papelógrafos, carteles y otros insumos básicos realizados en mesas de trabajo, talleres y encuentros comunitarios reflejan la verdadera cultura visual que poseen las comunidades.



5.3 DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE APLICACIÓN DE LA **PIEZA A DISEÑAR**

ESTRATEGIA DE APLICACIÓN DE LA PIEZA A DISEÑAR

¿QUÉ?

Dar a conocer información que abarcará temas como ¿Quién es TECHO?, ¿Qué busca? ¿Cómo trabaja? Y ¿Con quienes trabaja?, el modelo de trabajo que realiza, los programas y proyectos de desarrollo comunitario y las proyecciones y sueños que busca la institución para superar la pobreza.

¿PARA QUÉ?

Objetivos de la institución al comunicar el contenido

- Fomentar el desarrollo comunitario dando a conocer los programas y proyectos a las comunidades.
- Impulsar las capacidades de las comunidades a través de la inserción del desarrollo comunitario.
- Promover la consciencia y acción social en los pobladores de las comunidades para el desarrollo de soluciones ante las problemáticas sociales.

Indicadores de logro

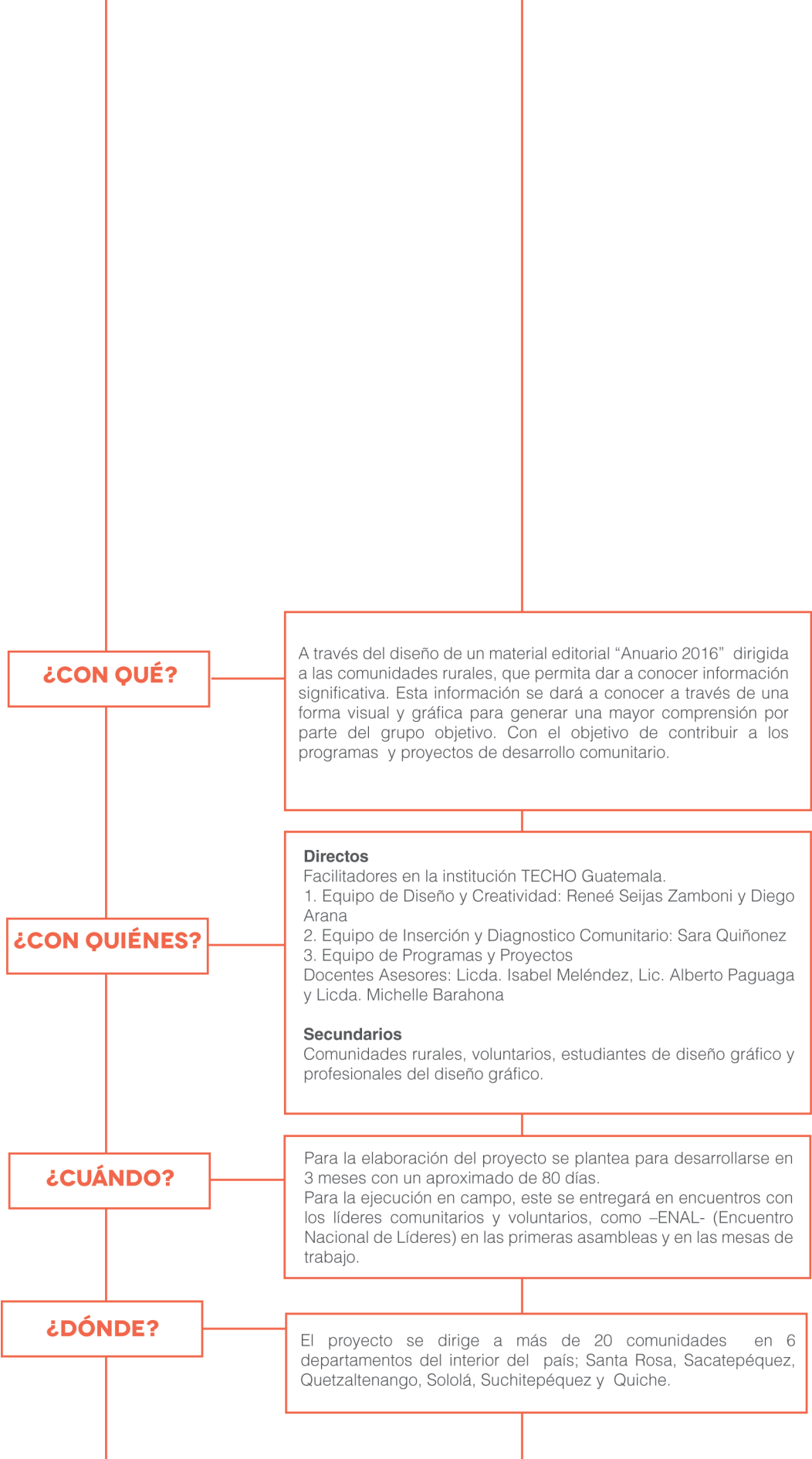
- La comunidad interpreta el contenido del material editorial de modo asequible.
- Los pobladores de la comunidad identifican cuales son los programas y los proyectos que implementa TECHO Guatemala.
- La comunidad comprende el proceso y estructura del modelo de trabajo de la organización.
- La comunidad reconoce a TECHO Guatemala como una ONG que trabaja para ayudar a fomentar el desarrollo comunitario y erradicar la pobreza en el país.
- Las comunidades acogen el mensaje transmitido en la pieza comunicacional.
- Los voluntarios comprenden y transmiten el mensaje contenido en la pieza informativa.
- El equipo de voluntariado expone el contenido del material promoviendo la participación y acción social.

Resultados esperados

- Mejorar la comunicación con las comunidades para orientar e informar el mensaje que quiere dar a conocer TECHO Guatemala.
- Afianzar la relación de TECHO con las comunidades.
- Elevar el nivel de participación de las comunidades.
- Trabajo conjunto entre voluntarios y pobladores en procesos de gestión comunitaria.
- Transformar la realidad de la comunidad al insertar el desarrollo comunitario.

Productos esperados

- Material Editorial para dar a conocer los programas de desarrollo comunitario de TECHO Guatemala.



5.4 CUADRO COMPARATIVO DE **VENTAJAS Y DESVENTAJAS** DE LA PIEZA A DISEÑAR

Material Editorial para dar a conocer los programas de desarrollo comunitario de TECHO-Guatemala	
VENTAJAS	DESVENTAJAS
<ul style="list-style-type: none"> ● Presentan información de modo selectivo. ● Es un material que sirve como canal de comunicación entre la organización y las comunidades. ● La información puede dividirse en secciones. ● Los costos de producción a comparación de otros medios son menores. ● A diferencia de otros medios como televisión y la radio entregan mensajes fugaces, los impresos permiten presentar mensajes estáticos que concentren la atención del público en la información. ● Puede contener un número considerable de páginas con fotografías, gráficos visuales e información sin llegar a exceder en páginas. ● Puede considerarse como un medio más transparente y formal de información, ya que otorga credibilidad a la organización. ● Es un material portátil flexible y puede movilizarse sin ningún inconveniente. ● No se requiere de equipos o dispositivos electrónicos para su uso, ideal para las comunidades rurales, ya que en su mayoría no tienen acceso a estos aparatos. ● El grupo objetivo puede obtener información de una forma textual, gráfica y visual, donde puede retener datos por mayor tiempo. 	<ul style="list-style-type: none"> ● La actualización requiere una tirada de impresión nueva. ● Para causar impacto el uso del color es recomendable, sin embargo los costos tienden a elevarse. ● Al ser leída por completa, existe la posibilidad que el usuario no la vuelva a utilizar. ● Poseen una vida útil limitada. ● Debe causar interés desde el primer encuentro con el lector, caso contrario no podrá cumplir con transmitir el mensaje.

5.5 DEFINICIÓN DEL CONCEPTO CREATIVO

5.5.1 Técnicas Creativas

Para generar ideas o bien solucionar un problema creativo se deben emplear diferentes técnicas creativas. Estas técnicas apoyan en la etapa del concepto creativo en su fase más temprana debido a que ayudan a generar ideas, darles forma, compararlas o bien combinarlas.

A continuación se desarrollan tres técnicas creativas: técnica asociativa, relaciones forzadas y volcado visual de datos. Cada una de ellas presenta el desarrollo de la misma indicando cual fue el concepto que emergió de ellas. Luego de un proceso de selección, el concepto seleccionado fue tomado de la técnica volcado visual de datos: "Eleva tu mirada hacia otra realidad".

Técnica Asociativa

PROGRAMAS	DESARROLLO
PROYECTOS	OFICIOS
VIVIENDA	HOGAR
SUPERACIÓN	VIDA
VOLUNTARIADO	AYUDA
VECINO	AMIGO
FUERZA	VOLUNTAD
ACCIÓN	SOLIDARIA
DESARROLLO	COMUNIDAD
COMUNIDAD	PERSONAS
VIDA	FELICIDAD
PARTICIPAR	EQUIPO
INCIDIR	VOLUNTAD
SUPERAR	NECESIDADES
NECESIDAD	GARENIA
OPORTUNIDAD	SUEÑOS
PAÍS	GUATEMALA

1. La Fuerza de voluntad, somos Todos
2. Juntos construimos oportunidades a Tus sueños.
3. Acción Solidaria.

Técnica Asociativa realizada por Gabriela Morataya

Juntos construimos oportunidades

Se trata de una técnica individual que integra la imaginación y la memoria, relacionando un pensamiento con otro generado a partir del primero. La asociación de ideas puede practicarse con un bloc de notas en la mano y un lápiz, comenzando por apuntar la idea, concepto o palabra relacionada con lo que queremos y luego ir apuntando todas las palabras que se nos acudan. Esta técnica es similar a la lluvia de ideas, se diferencia a que es más personal. Estos procesos pueden plasmarse en listas escritas o en bocetos más rápidos. Constituyen un método práctico y eficaz para abrir la mente y liberar el potencial de las ocurrencias menos ortodoxas. (Cole y Taylor, 2012, p.16)

Relaciones Forzadas

LISTADO 1 DESARROLLO C.	LISTADO 2 FUTURO	ESTABLECER RELACIONES
1. TECHO	1. Avance	1. Sueños - Educación
2. Programas	2. Impulso	2. TECHO - Impulso
3. Proyectos	3. Evolución	3. Impacto - Mirada
4. Comunidades	4. Formación	4. Familia - Esperanza
5. Mundo	5. Avance	5. Comunidad - Pasado
6. Pobreza	6. Promover	6. Trabajo - Grandeza
7. Impacto	7. Libertad	7. Participación - Barrera.
8. Proyectos	8. Mirada	8. Construcción - Esperanza.
9. Sueños	9. Apoyo	9. Sociedad - Metas
10. Familia	10. Educación	10. Pobreza - Avance
11. Compromiso	11. Satisfacción	11. Programas - Evaluación
12. Trabajo	12. Pasado	
13. Formación	13. Gaminar	Desarrollo de ideas.
14. Construcción	14. Grandeza	1. La construcción de tus sueños es esperanza.
15. Vivienda	15. Poder	2. Impactos con la mirada arriba
16. Estrategia	16. Esperanza	3. Los programas son evolución.
17. Comunidad	17. Arriba	
18. Derecho	18. Metas	
19. Sociedad	19. Objetivos	
20. Lider	20. Tecnología	
21. Participación	21. Barreras	

Relaciones forzadas realizada por Gabriela Morataya

La participación es evolución

Es un método creativo desarrollado por Charles S. Whiting en 1958. Su utilidad nace de un principio: combinar lo conocido con lo desconocido fuerza una nueva situación. De ahí pueden surgir ideas originales. Es muy útil para generar ideas que complementan al Brainstorming cuando ya parece que el proceso se estanca.

Es una técnica muy común a la que se refieren multitud de autores con diferentes nombres y variantes por ejemplo, Edward de Bono lo llama "La aportación del azar". Al elaborar listas de productos, servicios o estilos y después intentar trazar vínculos entre ellos, el diseñador puede forjar conceptos frescos, llenos de chispa y con aplicaciones novedosas. (Lauten P. y Beth Taylor, 2012, p.68)

Se deben escribir tres listas de palabras al azar, elegidas, por ejemplo, hojeando una revista o listando objetos alrededor. Se asocia cada palabra con el problema o planteo para generar una idea.

1. Se realiza una lista de palabras con la descomposición del problema.
2. Se realiza un listado de palabras al azar.
3. Se establecen relaciones y se generan nuevas ideas.



Volcado Visual de datos realizado por Gabriela Morataya

Eleva tu mirada hacia otra realidad

Esta técnica sirve para transformar la lluvia de ideas en un método visual que se adapta mejor al trabajo individual. Lupton E. y Cole J. (2012) en el libro *Graphic Design Thinking*, hablan que se trata de crear docenas de pequeños dibujos, después de delimitar y definir el contenido que se quiere transmitir. La diseñadora Luba Lukova es conocida en todo el mundo por su talento para crear carteles impactantes que giran en torno a una imagen central poderosa. Además de realizar bocetos con papel y lápiz, los diseñadores gráficos recopilan ideas para construir bases de datos de ideas visuales. (p.62)

¿En qué consiste?

El volcado visual comienza con una fase intensiva de bocetos. Después de delimitar y definir el contenido emocional o político que se quiere transmitir, se crean docenas de pequeños dibujos.

Fases

- » Empieza a hacer bocetos: Una vez se haya definido el propósito y los parámetros básicos del proyecto, se coge papel y lápiz y se empieza a diseñar pequeños bocetos sencillos.
- » Fíjate un límite de tiempo: Intenta hacer al menos 20 bocetos en 20 minutos. Haz muchos dibujos pequeños en cada hoja, de modo que puedas compararlos entre sí.
- » No vuelvas atrás: avanza: En lugar de borrar un boceto y pulirlo realiza nuevas aproximaciones a la misma idea. Revisa los conceptos y elige algunos para insistir en esas líneas.

5.5.2 CONCEPTO **TEÓRICO**

TECHO Guatemala tiene como uno de sus objetivos principales el fomentar el desarrollo comunitario en comunidades precarias, a través de un proceso de fortalecimiento de la comunidad, que impulse el liderazgo, la organización y la participación de sus pobladores para la generación de soluciones a sus problemáticas. El desarrollo comunitario, tiene por finalidad mejorar directamente los niveles de vida de la población, mediante la utilización de recursos que resultan de la actividad económica, asegurando el bienestar de los grupos humanos de modo directo: educación, vivienda, salud, nutrición, alimentación, recreo, servicios sociales, trabajo, seguridad social, etc.

5.5.3 CONCEPTO **CREATIVO**

Las comunidades que sufren de pobreza extrema en el país, viven en condiciones precarias y con limitantes recursos que no los dejan avanzar. Viven con la mirada hacia abajo resignados a vivir en las condiciones que nacieron, viven atrapadas en una realidad que no merecen. Eleva la mirada hacia otra realidad, invita a las personas de las comunidades a quitarse la venda de los ojos y elevar su mirada para visualizar otra mejor realidad, donde exista superación y desarrollo, donde se les permita caminar con seguridad y dignidad.

**“ ELEVATE TU MIRADA
HACIA OTRA REALIDAD ”**



ELEVA TU MIRADA

Es la frase que hace referencia a:

DIGNIFICAR: Dota a la persona individual y a su propia familia de valor, fuerza. Las familias son merecedoras de una realidad donde exista desarrollo, dignas de un TECHO y un hogar.

SUPERACIÓN: Es un proceso de crecimiento en todos los ámbitos o áreas de la vida de una persona. Implica mejoras a nivel personal, emocional, psicológico y familiar. Invita a desarrollarse en un trabajo, a creer en sí mismo y a creer en su familia, es el comienzo de visualizar un mejor futuro para la comunidad, las familias y los hijos.

ENFOQUE HUMANO: Profundiza más allá de un legado material, es un legado simbólico donde se insertan valores como valentía, emprendimiento, formas de actuar y formas de pensar.

HACIA OTRA REALIDAD ”

Es la frase que hace referencia a:

Una realidad que **Dignifica**

Una realidad que **da Valor**

Una realidad que **Fortalece**

Una realidad que **Une**

Una realidad que **Transforma**

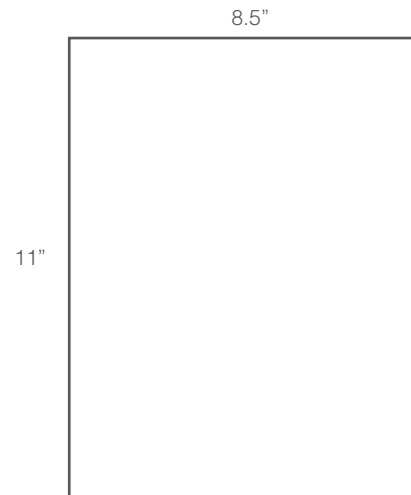
Una realidad que **Libera**

5.6 PREMISAS DE DISEÑO

5.6.1 Formato

El tamaño seleccionado fue tamaño carta. Este tamaño es un tamaño estándar para impresión. El tamaño carta es de 8.5"x11".

Este formato resulta recomendable para trabajar debido a que ayuda a aprovechar la mayor área imprimible de un pliego del material, lo cual ayuda a evitar un desperdicio de papel y a reducir costos de impresión.

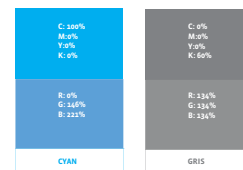


5.6.2 Código cromático

La paleta cromática a utilizar está dividida en dos partes. Por un lado los colores corporativos y por otra los colores complementarios. En el Manual de uso de marca de TECHO establece el CYAN como color principal en todas los materiales gráficos institucionales.

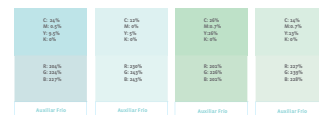
Colores Institucionales

- » Cyan
- » Negro y Gris



Colores complementarios

Como su nombre indica son colores que complementan el diseño en los materiales gráficos. Estos colores se caracterizan por apoyar y dotar de versatilidad a todos los materiales, complementan y contrastan con la paleta corporativa cumpliendo un rol secundario. Para el diseño del material ediotrial, únicamente se utilizó la paleta de colores fríos.



» Colores Complementarios Fríos

Estos contrastan y complementan a los colores cálidos.

5.6.3 Código tipográfico



Titulares

Novecento Wide

Tipo de Familia: San serif o Palo Seco lineal.

Características

- » Presenta un estilo limpio y funcional
- » Proyecta estabilidad en los titulares por sus trazos rectos y uniformes.
- » Posee fuerza y presencia dentro de la composición visual
- » Sus caracteres son en Caja Alta

**ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789
!"#\$%&/()=?i+[]**

Cuerpos de texto

Roboto

Tipo de Familia: San serif o Palo Seco lineal.

Características

- » Los caracteres siempre tienen terminaciones verticales u horizontales en sus líneas, nunca en diagonal.
- » Es altamente legible para los cuerpos de texto
- » Resulta agradable en la lectura
- » Se destaca por ser de las familias tipográficas más completas.
- » Es fácil para manipular kerning y tracking.

abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz
0123456789
!"#\$%&/()=?i+[]

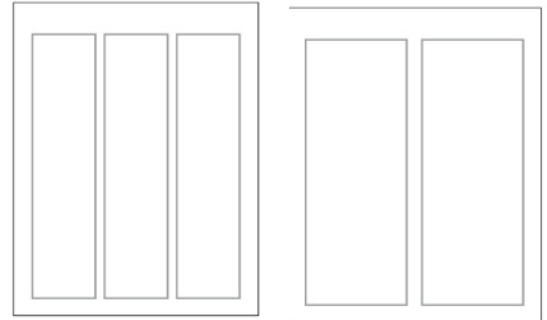
5.6.4 Retícula

Retícula 2 Columnas

Permite que la composición visual sea equilibrada y simétrica.

Retícula 6 Comunas

Proporciona una composición visual mejor distribuida y tiene la capacidad de adaptarse en secciones hasta de 2 y 3 columnas.



5.6.5 Ilustración

La ilustración es tipo manual digitalizada. Este tipo de ilustración se seleccionó a través del recorrido gráfico que tiene la institución, ya que utiliza una ilustración de trazos básica en todos los materiales gráficos e informativos.

Este tipo de ilustración también es llamada Sketch que puede traducirse como bosquejo, es diseñado a línea y es funcional para transmitir la información de una forma más simple y comprensible al grupo objetivo.



5.6.6 Fotografía






La fotografía que TECHO Guatemala utiliza posee características que reflejan la voluntad, valentía y carisma. Proyecta y cautiva de forma emocional bastante directa y positiva. En cuanto a la luz en su mayoría poseen tonos cálidos que contrastan con los colores fríos de la paleta cromática.





CAPÍTULO 6

PROCESO DE PRODUCCIÓN GRÁFICA

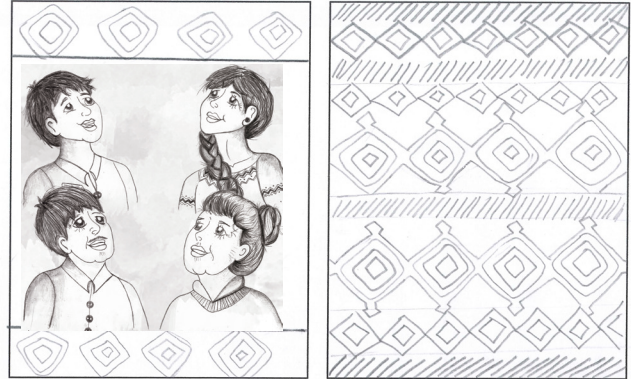
- Nivel 1 de Visualización (Bocetaje inicial y autovalidación) 
- Nivel 2 de Visualización (Bocetos más avanzados y validación con expertos) 
- Nivel 3 de Visualización 
- Fundamentación de la Propuesta final (Bocetos finales y validación con grupo objetivo) 
- Lineamientos para puesta en práctica, presupuesto y cotización 

6.1 NIVEL 1 DE VISUALIZACIÓN

6.1.1 Portada y Contraportada

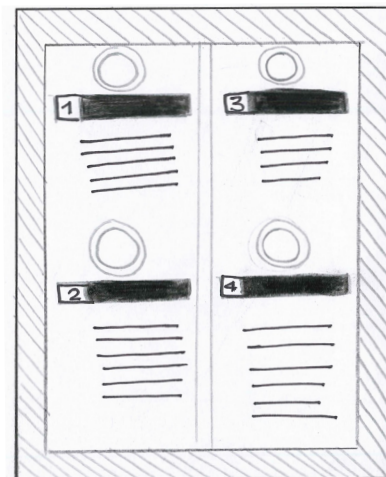
Para la portada se boceto una composición simple pero atractiva. La portada llevará la frase titular, fondos con texturas, el nombre del material y el logotipo de TECHO. Por su parte la contraportada únicamente será un fondo de color sólido al cual se le aplicará una textura que connote la identidad de las comunidades, colocando el logotipo y el tagline “Juntos por un mundo sin pobreza” en el centro y en la parte inferior la página web y las redes sociales, las cuáles siempre van colocadas en todos los materiales que diseña TECHO.

Existen dos opciones de portada, una opción donde se implemente la fotografía y otra donde se implemente la ilustración tipo sketch. En las ilustraciones los personajes serán adaptados al concepto creativo elevando la mirada, en cuanto a la fotografía se seleccionaran del banco de fotos que aporte la institución por medio de una adaptación y pertinencia al concepto creativo.



6.1.2 Índice

Se boceto el índice a dos columnas. El nombre del capítulo va acompañado de un recuadro que será en color cian y sólido, acompañado por un icono ilustrado. El titular del contenido irá en la parte izquierda en una hoja aparte para crear la entrada y presentación del contenido aprovechando así dos páginas.



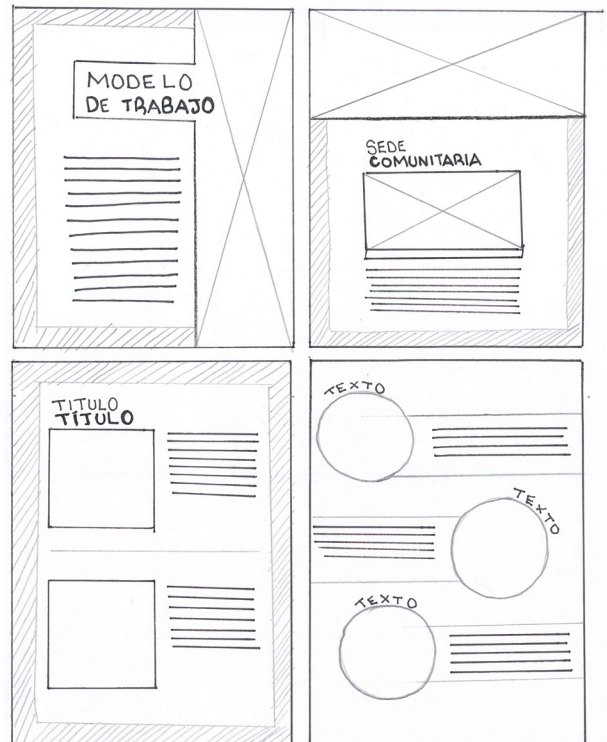
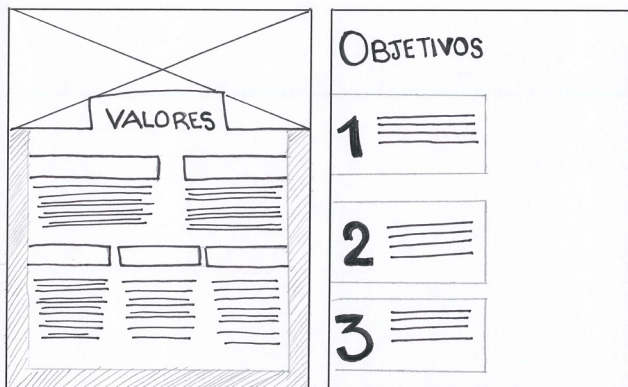
6.1.3 Portadillas

Al igual que las portada, las portadillas también cuentan con dos opciones, la primera es la ilustración tipo sketch donde los personajes son implementados elevando su mirada, en la parte superior ellos pueden observar la realidad que esperan después sido parte de los programas y proyectos de desarrollo comunitario.



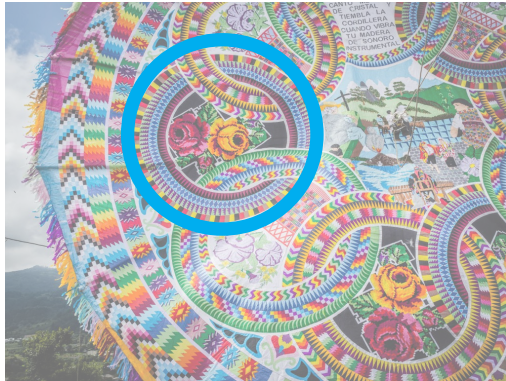
6.1.4 Páginas Internas

Para las páginas internas se diseñó una retícula de 6 columnas dividida en secciones de 2 y 3 columnas. Esto permitió dar un diseño equilibrado y limpio. En algunos casos se le dará énfasis a la fotografía tomando como base la misma retícula pero implementándola a 1 columna ancha. En algunas se utilizarán elementos de apoyo o bien texturas en los espacios vacíos utilizándolos como relleno.



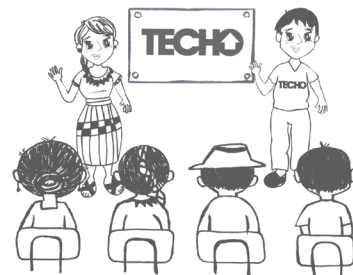
6.1.5 Numeración de Páginas

El número de página es tomada por la base de dos círculos inspirados en las texturas típicas de Guatemala, se realiza la subdivisión de cuatro partes iguales y se toma una de ellas donde irá el número de página. Se coloca el número de página dentro del elemento tomando en cuenta espacios de respiro y considerando los cortes luego de la impresión.



6.1.6 Ilustraciones

Las ilustraciones utilizadas serán tipo sketch debido a que es una de las líneas de ilustración que maneja la institución, además por el tipo de cultura visual que manejan las comunidades rurales. Es una ilustración hecha a mano, retocada con rapidógrafo, son trazos básicos y formas familiares.

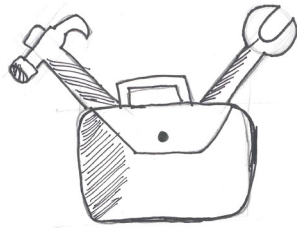


6.1.7 Iconografía

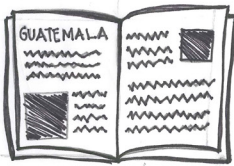
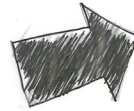
Los bocetos para la iconografía, al igual que las ilustraciones manejan una línea sketch. Son trazos básicos de formas conocidas por el grupo objetivo para ser fáciles de entender. Estos serán utilizados en color blanco sobre color sólido.



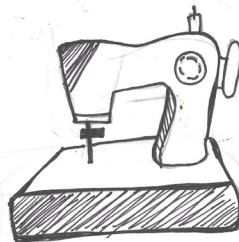
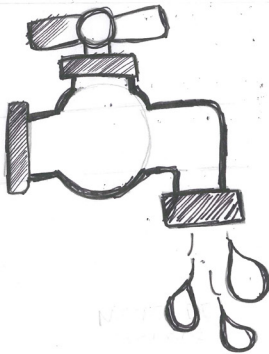
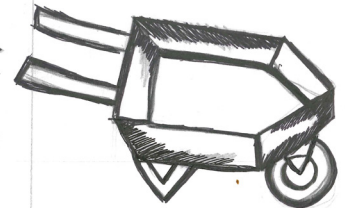
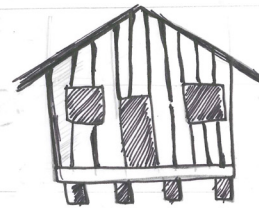
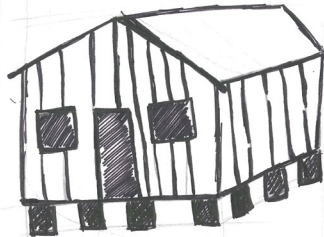
SAUD



TRABAJO



EDUCACIÓN



6.2 VALIDACIÓN CON EXPERTOS DEL TEMA

La etapa de validación demuestra la funcionalidad y efectividad de la pieza. Se preparó una encuesta para cinco de los expertos en el tema. En este caso los expertos fueron personas que laboran en TECHO-Guatemala en las áreas de Programas y Proyectos, Gestión Comunitaria y Voluntariado.

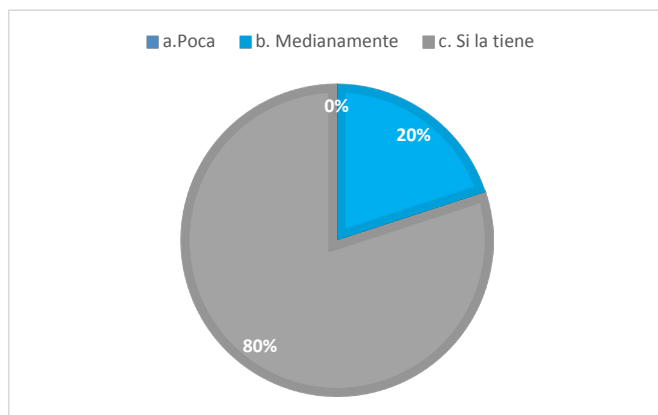
La herramienta de validación consistió en una encuesta de 10 preguntas, estas preguntas se adaptaron al grupo objetivo, con el propósito de descubrir la funcionalidad del material editorial.

Las variables aplicadas fueron diagramación, tipografía, ilustración, fotografía y composición, ajustadas al lenguaje de cada grupo objetivo. A continuación se presentan los resultados obtenidos por medio del instrumento de validación.



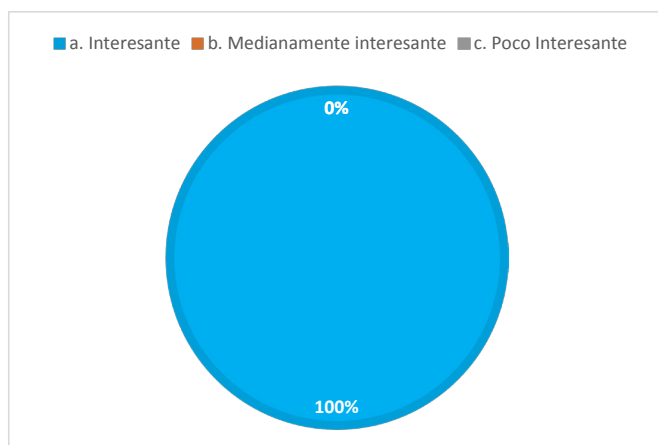
*Diego Arana Director de Comunicación y Reneé Seijas Coordinadora de Diseño y creatividad TECHO.
Ambos representantes en comunidad "Buena Vista" Santa Rosa*

1. ¿Considera que el diseño gráfico tiene relación con los contenidos que se desarrollan?



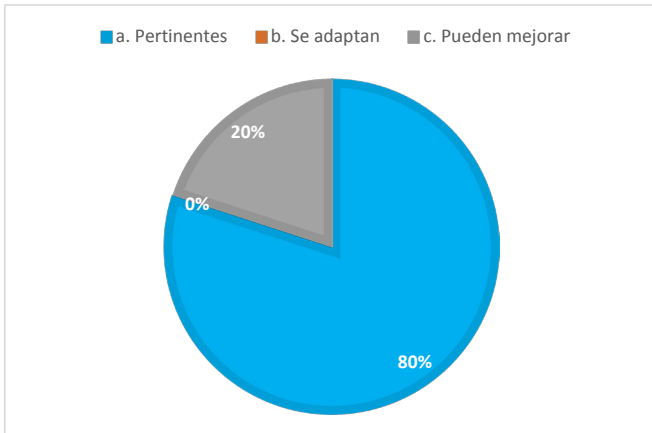
El 80% de los encuestados afirma que el diseño gráfico del material editorial tiene relación con los contenidos que se desarrollan, mientras que el otro 20% afirma que tiene una mediana relación con los contenidos. Por lo tanto el diseño de material editorial sin cumple con la función de comunicar los contenidos sobre los programas y proyectos de TECHO-Guatemala en el año 2016.

2. Considera que la información contenida en el material editorial para las comunidades es: (Marque una opción)



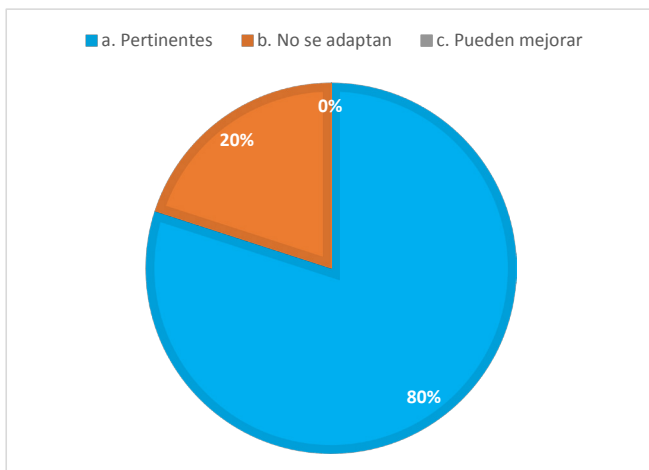
El 100% de los expertos encuestados afirmo que la información contenida en el material editorial es interesante. Este resultado demuestra que la información que se dará a conocer cumplirá con la verdadera función de informar y dar a conocer a la organización, su modelo de trabajo, sus programas y proyectos.

3. ¿Cómo considera el diseño de las portadillas del material editorial? (Marque una opción)



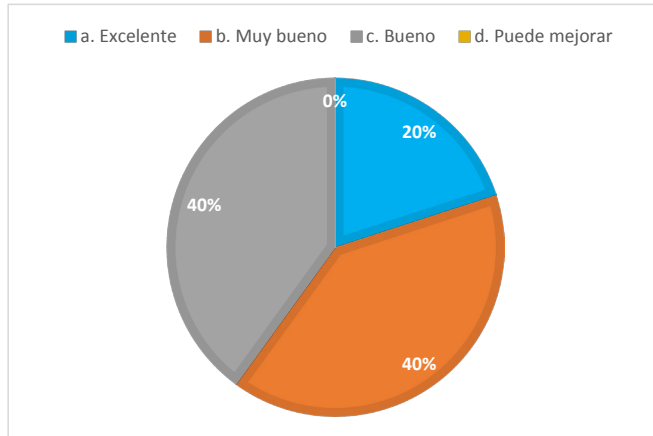
El 80% de las personas encuestadas respondió que el diseño de las portadillas del material editorial son las pertinentes mientras que un 20% consideran que se pueden mejorar. El resultado final es que las portadillas responden al concepto creativo y se adaptan al material editorial.

4. ¿Cómo considera la iconografía implementada en el material editorial? (Marque una opción)



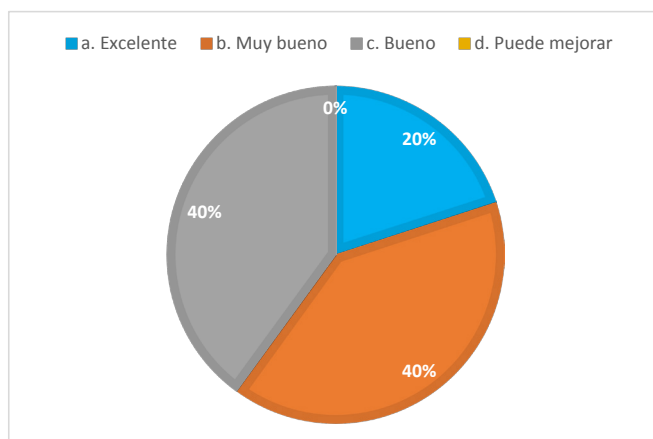
Un 20% de las personas que fueron encuestadas respondió que la iconografía implementada en el material no se adapta, sin embargo el otro 80% afirma que las iconografías son las pertinentes para el material editorial. Esto responde al objetivo específico de diseñar un material informativo tomando en cuenta factores gráficos que transmitan un mensaje.

5. ¿Cómo califica el diseño del material editorial de TECHO hacia las comunidades? (Marque una opción)



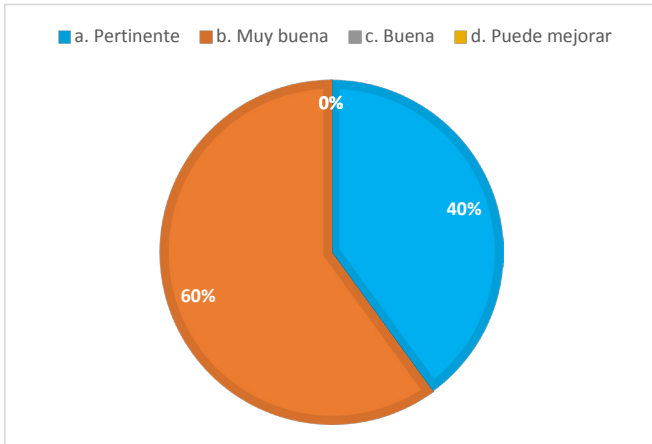
El 40% de los encuestados responde que el diseño del material editorial es muy bueno, un 40% que el material editorial es bueno y un 20% que el material es excelente. Por lo tanto el material editorial es considerado un material efectivo que responde al objetivo específico de informar para inducir y orientar a las comunidades.

6. ¿Cómo considera el diseño de portada del Material Editorial? (Marque dos opciones)



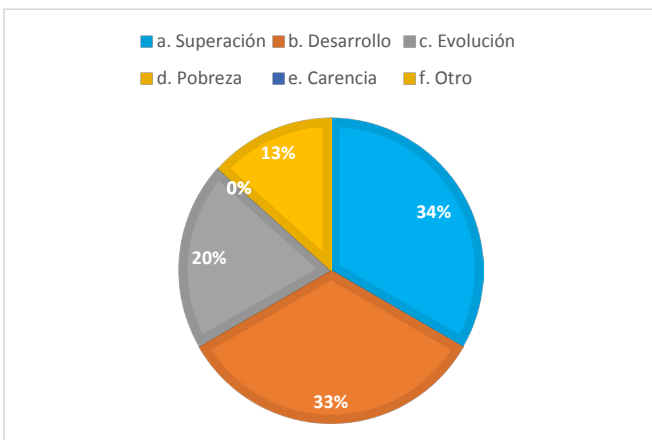
Un 50% respondió que el diseño de portada es emocional, un 40% que es simple y un 10% que es atractiva. Estos resultados reflejan que el diseño implementado en la portada transmite un mensaje emocional, la simpleza refleja un diseño limpio y coherente sin perder el atractivo visual.

7. A su criterio la imagen que proyecta el material editorial es: (Marque tres opciones)



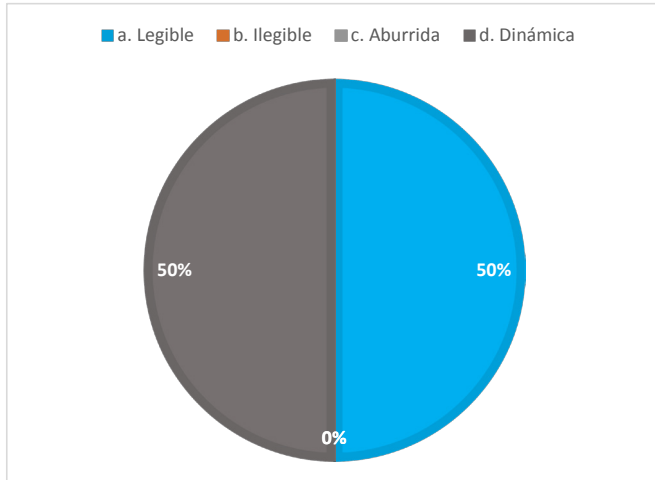
En cuanto a la imagen del material editorial un 60% de los encuestados afirman que posee muy buena imagen, el otro 40% afirma que la imagen es la pertinente. Estos resultados reflejan que la imagen del material editorial es la adecuada para el mismo.

8. ¿Qué le sugiere la frase “ELEVA TU MIRADA HACIA OTRA REALIDAD”? (Marque 3 opciones)



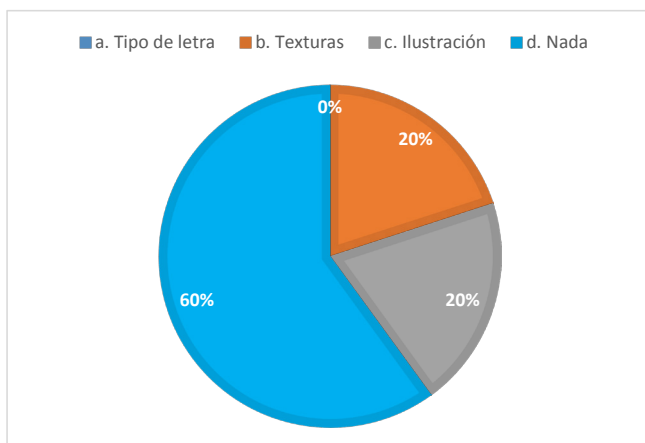
En cuanto a la frase “Eleva tu mirada hacia otra realidad”, el 34% asocia esta frase con el superación, otro 33% con desarrollo, un 20% con Evolución y el resto con un 13% con otras características como horizontalidad y esperanza. Estos resultados garantizan que la frase connota características positivas que motivan e invitan al lector.

9. A su criterio, la letra implementada en el material para las comunidades rurales es: (Marque dos opciones)



Un 50% de los encuestados afirman que la tipografía implementada en el material editorial es legible mientras que el otro 50% responden que es dinámica. Estos resultados responden al objetivo de específico de tomar en cuenta factores textuales para lograr piezas comunicacionales efectivas que transmitan el mensaje.

10. ¿Qué aspectos mejoraría usted a la imagen del material editorial? (Marque 3 opciones)



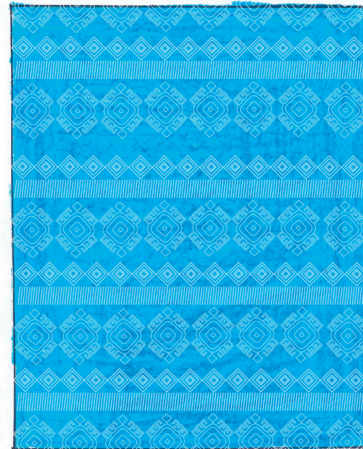
El 60% de los expertos menciono que no es necesario mejorar nada al material editorial, sin embargo un 20% menciona que se podría mejorar la tipografía y el otro 20% la ilustración. En cuanto a la tipografía está establecida en el manual de identidad visual de TECHO Guatemala razón por la cual el 20% resulta irrelevante en esta mejora.



6.3 NIVEL 2 DE VISUALIZACIÓN

6.3.1 Portada y Contraportada

En el primer nivel de bocetaje se realizó una autoevaluación, además de tomar en cuenta sugerencias por los asesores optando por una línea gráfica fotográfica dejando la opción de la ilustración. Por ser un material editorial con mucho contenido fotográfico lo ideal es que las portadillas y la portada también fueran implementadas con fotografía.



6.3.2 Índice

En cuanto al índice se procedió a la digitalización además de colocar el diseño de la página y las ilustraciones. Se pudo comprobar la funcionalidad y orden que genera el uso del índice a dos columnas.

		1 ANI SOMOS	
CONTENIDO INFORME ANUAL 2016	2 DESARROLLO COMUNITARIO	3 CONCIENCIA Y ACCIÓN SOCIAL	
	4 INCIDENCIA EN POLÍTICA		
	5 COMENTARIOS POR UN MUNDO SIN POBREZA		
	6 AGRADECIMIENTOS		

6.3.3 Portadillas

Se digitalizaron dos opciones para las portadillas. Se seleccionó la opción con fotografía debido al alto contenido fotográfico, para el cual la ilustración no resultaba pertinente. Sin embargo la fotografía proyecta una imagen más emotiva y emocional, lo cual penetra de forma directa en el grupo objetivo, dando una ventaja al material y a la organización en cuanto a su identidad visual.



6.3.4 Páginas Internas

Se procedió a digitalizar las páginas internas, como se mencionó anteriormente se utilizó como base una retícula de 6 columnas adaptando el contenido a 1,2 y hasta tres columnas, cuidando espacios de respiro para crear un diseño limpio y comprensible. Se cuidó la jerarquía visual entre títulos, subtítulos, fotografía y texto creando una armonía en la composición de las páginas.

VALORES

SOLIDARIDAD

Es una empatía fundamental con la suerte de las familias más desfavorecidas que nos invitan a querer estar y trabajar junto a ellos, a compartir sus dificultades y anhelos, a aprender de sus capacidades y perseverancia, y a disminuir todo aquello que los margina y no les reconoce sus derechos fundamentales como seres humanos.

CONVICCIÓN

Superar la pobreza e injusticia en nuestro continente es posible, y esta certeza nos da la determinación para trabajar sin descansar y junto a otros para lograrla, poniéndonos metas altas y desafiantes, y asumiendo los riesgos necesarios para el más allá de aquello que nos margina y no les reconoce sus derechos fundamentales como seres humanos.

EXCELENCIA

Todo nuestro trabajo debe ser de alta calidad, pues va dirigido a las que menos tienen en términos de recursos, siempre creativo e innovador, respetando de los compromisos, perseverante ante las dificultades, resiliente para reconocer errores y corregirlos, y proactivo para buscar siempre con agilidad propuestas de solución a los problemas que se presentan.

DIVERSIDAD

Todos los valores tienen en TECHO un espacio, independiente de procedencias étnicas o sociales, creencias religiosas, opiniones políticas o ideológicas, gustos o estilos de vida, para que podamos trabajar con alegría, pues como jóvenes reconocemos el privilegio de entregar nuestros valores por hacer de nuestro mundo un lugar más humano para todos.

OPTIMISMO

Miramos el futuro con esperanza, no con ingenuidad, pues creemos que la injusticia que hoy vemos sí es posible derrocarla, y avanzamos hacia ese futuro trabajando con alegría, pues como jóvenes reconocemos el privilegio de entregar nuestros valores por hacer de nuestro mundo un lugar más humano para todos.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- 1 FOMENTAR EL DESARROLLO COMUNITARIO**
Resaltar el potencial de las comunidades desfavorecidas que desarrollan liderazgo y resiliencia, y ser empáticos con ellas en momentos de la revolución y roles y la participación de miles de voluntarios de voluntariado para la generación de soluciones a sus problemáticas.
- 2 PROMOVER LA CONCIENCIA Y ACCIÓN SOCIAL**
Promover la información y participación social de todos los voluntarios y voluntarias con especial énfasis en la motivación del voluntariado activo y propositivo, trabajando en línea con los voluntarios de las comunidades y evaluando a distintos actores de la sociedad en el desarrollo de soluciones concretas que vinculen la política.
- 3 INCIDIR EN LA POLÍTICA**
Participar en espacios de toma de decisión y cumplir el rol de los voluntarios, todo a través del trabajo conjunto de miles de jóvenes voluntarios en el cumplimiento a través de un prólogo para el desarrollo de programas innovadores y con alto impacto social.

MODELO DE TRABAJO

TECHO impulsa un proceso continuo de fortalecimiento de la comunidad, considerando el desarrollo comunitario como eje transversal del trabajo en asentamientos.

En una primera fase, los voluntarios identifican y caracterizan las condiciones de vulnerabilidad de los hogares y asentamientos con el apoyo de pobladores, referentes de la comunidad y otros actores influyentes, impactando desde un inicio la organización, participación y corresponsabilidad de la comunidad.

TECHO genera un diagnóstico y a través de espacios participativos desarrolla soluciones concretas para enfrentar las necesidades identificadas.

La presencia de habilidades dentro de las comunidades prioriza y genera de los asentamientos, por lo que TECHO impulsa este proceso de desarrollo comunitario construyendo alianzas de emergencia. Estas alianzas se convierten en una red de apoyo al corto plazo que se construye a partir del trabajo conjunto de voluntarios y pobladores, manteniendo en todo el proceso un enfoque comunitario, que promueva la organización y participación de la comunidad.

PRINCIPIOS DEL MODELO DE TRABAJO CON LAS COMUNIDADES

- 1. MASIVIDAD**
La masividad es una característica fundamental de TECHO que se refleja en la movilización de miles de jóvenes voluntarios y voluntarias, en el trabajo constante y recurrente en espacios comunitarios y en el involucramiento de todos los actores de la sociedad. TECHO busca generar un impacto significativo en el territorio y en la sociedad. Todo esto implica implementar soluciones innovadoras que contribuyan a una mayor cobertura de la población y lograr en latencia las condiciones en las que viven miles de familias en Latinoamérica. Cabe resaltar que este trabajo requiere de un alto nivel de calidad, compromiso, seriedad e impacto en cada uno de los programas y acciones realizadas.
- 2. PARTICIPACIÓN**
La participación puede ser definida como "un proceso social que implica el cumplimiento de deberes y responsabilidades de los actores en la toma de decisiones" (Muller & 2000). Para la participación es un proceso que implica la presencia activa de cada individuo en la toma de decisiones para las transformaciones sociales. Desde el voluntariado se construye un tejido participativo que genera un compromiso y la motivación y el involucramiento de todos los pobladores para el desarrollo de su calidad de vida y el fortalecimiento de la comunidad. La acción voluntaria es un componente clave de la participación en los diversos contextos, sustentándose y fortaleciendo la determinación y fomento agente de cambio en la sociedad.
- 3. TRANSPARENCIA**
La transparencia "es un atributo o cualidad que permite tener mayor información clara y precisa sobre una persona o algo, lo que reduce en el aumento de nuestras capacidades de comprensión, confianza y honestidad" (Munoz, 2012). La transparencia en el trabajo con las comunidades se refiere a los métodos, procesos y acciones que lideran los voluntarios y pobladores, y a la claridad en la información que se comparte. Es importante tener una adecuada explicación sobre los criterios para la toma de decisiones y ofrecer información oportuna y a la comunidad.

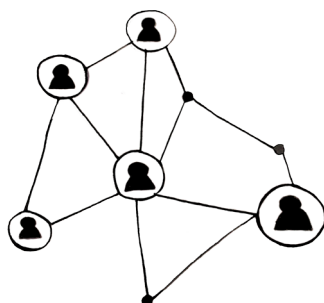
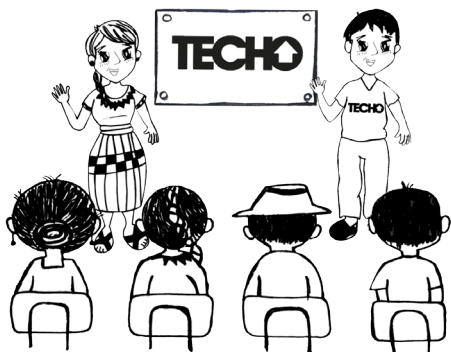
6.3.5 Numeración de Páginas

Se digitalizó el diseño del número de páginas, se aplicó a una esquina de cada página, se cuidó el tamaño de la numeración para que la página se pudiera identificar pero que no sobresaliera dentro del diseño haciendo perder la atención del contenido.



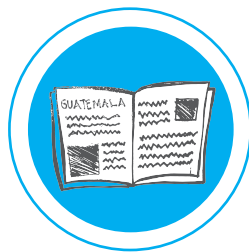
6.3.6 Ilustraciones

Las ilustraciones fueron escaneadas para luego ser editadas y retocadas de forma digital, con el objetivo de perfeccionarlas y mejorar su resolución. Se implementaron con un contorno negro y dejando el relleno en color blanco. Se mejoraron trazos y posiciones de algunas ilustraciones, así como su resolución.



6.3.7 Iconografía

En cuanto a la iconografía en la validación fue calificada como una iconografía pertinente para el grupo objetivo. Se colocó sobre un color sólido blanco teniendo ventaja debido a que no pierde protagonismo dentro del diseño.



Educación



Jurídico Legal



Trabajo



Fondos concursables



Salud



Medio Ambiente



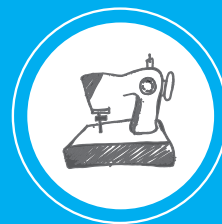
Cimientos por un mundo sin pobreza



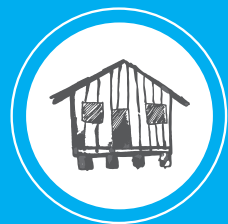
Incidencia en Política



Conciencia y Acción social



Desarrollo Comunitario



Así Somos



6.4 VALIDACIÓN CON

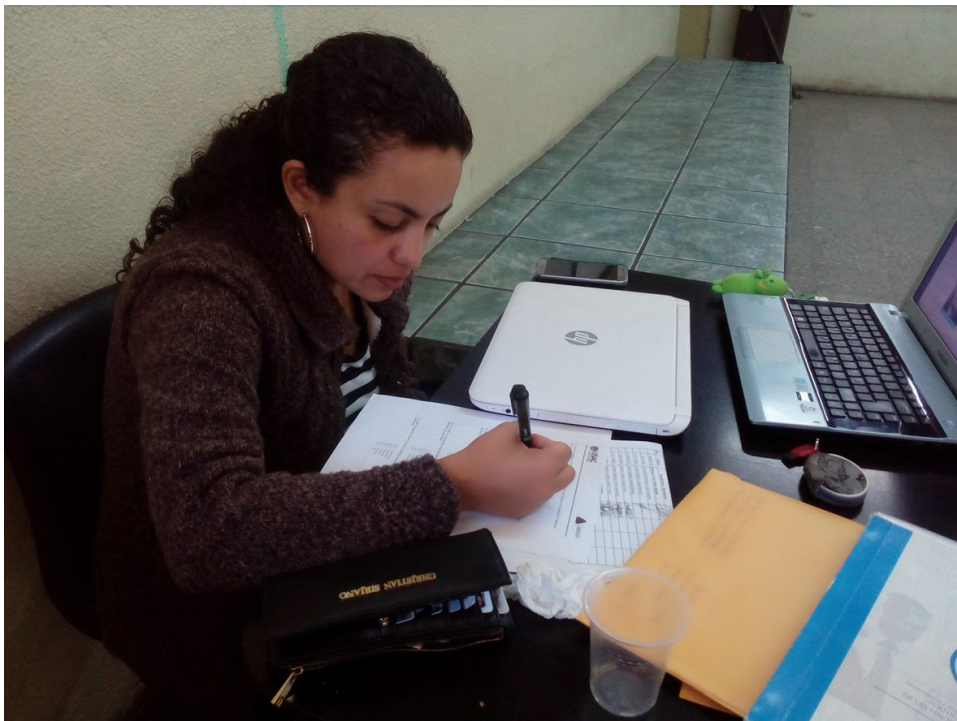
PROFESIONALES DE DISEÑO GRÁFICO



Se preparó una encuesta para 15 profesionales de diseño gráfico, en su mayoría docentes de la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

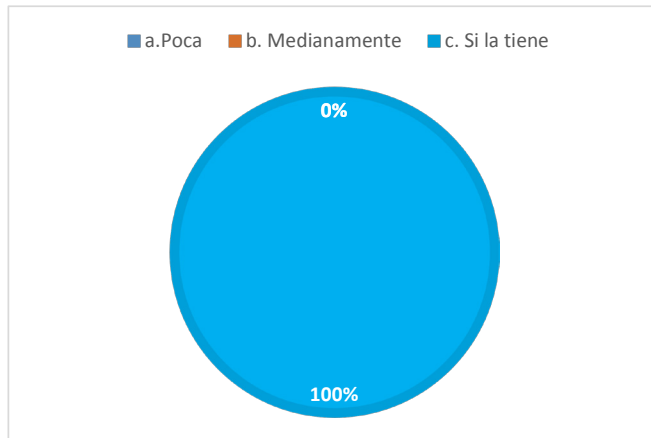
La herramienta de validación consistió en una encuesta de 10 preguntas, estas preguntas se adaptaron al grupo objetivo, con el propósito de descubrir la funcionalidad del material editorial.

Las variables aplicadas fueron diagramación, tipografía, ilustración, fotografía y composición. A continuación se presentan los resultados obtenidos por medio del instrumento de validación.



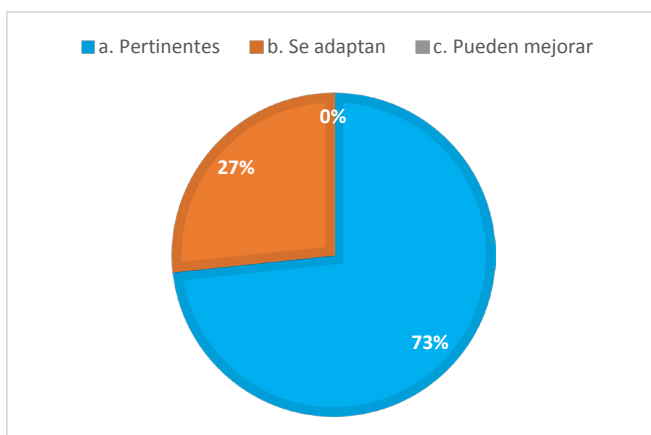
Licenciada en Diseño Gráfico Claudia Leal

1. ¿Considera que el diseño gráfico tiene relación con los contenidos que se desarrollan? (Marque una opción)



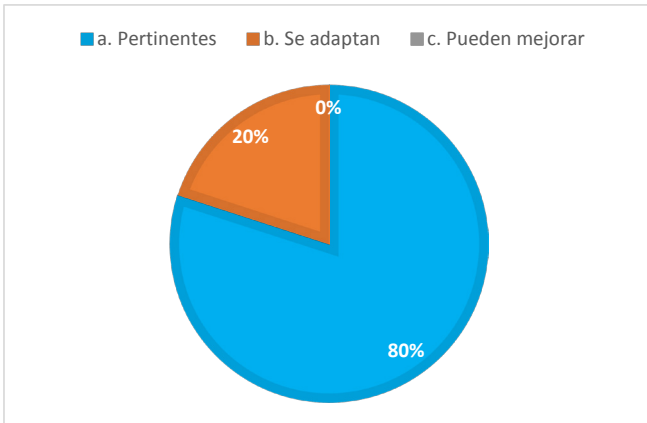
El 100% de los profesionales del diseño afirman que los contenidos tienen relación con el diseño gráfico. Estos resultados son considerados positivos debido a que el diseño gráfico si logro ser adaptado a los contenidos desarrollados en la pieza, cumpliendo con el objetivo específico de lograr piezas comunicacionales efectivas.

2. ¿Cómo considera el diseño de la portada y las portadillas del material editorial? (Marque una opción)



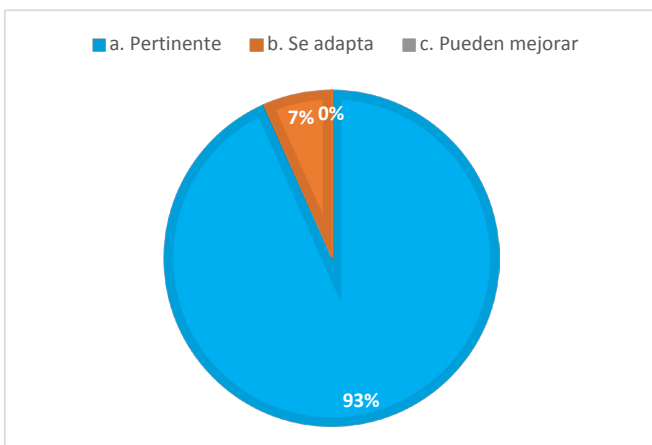
Un 73% de los profesionales encuestados respondieron que el diseño de portada y portadillas son pertinentes y un 27% afirma que se adaptan a los contenidos. Los resultados arrojados reflejan que las portadillas han sido efectivamente implementadas en el material.

3. ¿Cómo considera las ilustraciones contenidas en el material? (Marque una opción)



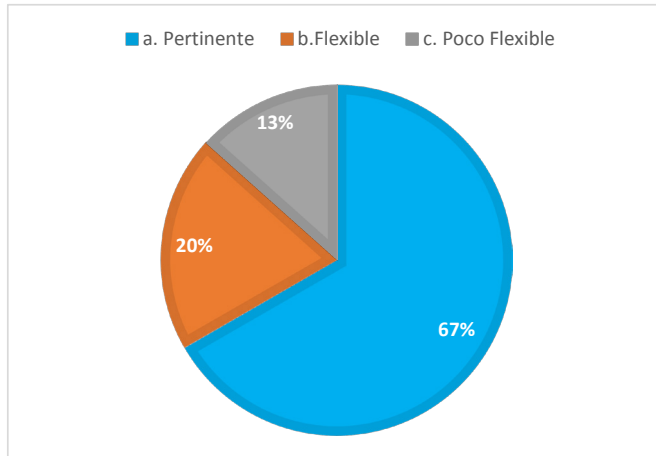
Un 80% de los profesionales afirma que las ilustraciones contenidas en el material editorial son pertinentes mientras que el otro 20% considera que se adaptan a los contenidos desarrollados, ninguno de los encuestados respondió que necesitaban ser mejoradas.

4. ¿Cómo considera la iconografía implementada en el material editorial? (Marque una opción)



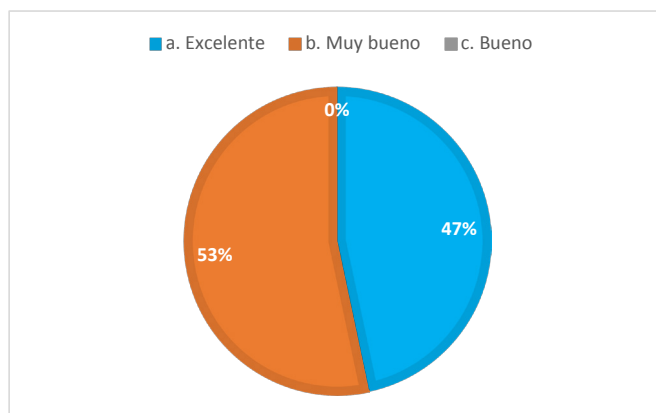
En cuanto a la iconografía implementada en el material el 93% de los profesionales indicaron que son pertinentes y un 7% las considero adaptables. Lo resultados fueron positivos debido a que ninguno de los profesionales encuestados considero que fuera necesario mejorarlas.

5. ¿Cómo considera el formato Carta 8.5” por 11”, para comunicar la información? (Marque una opción)



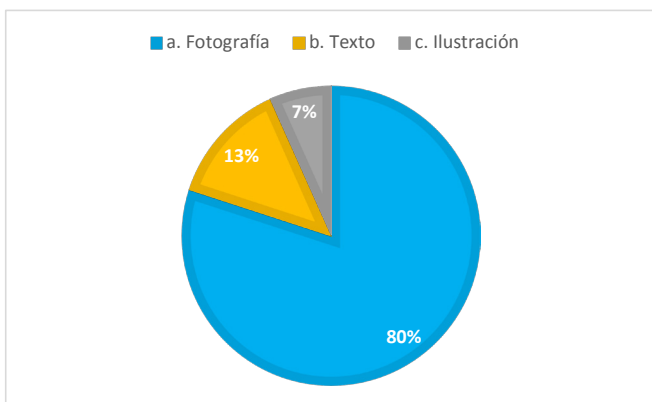
Un 67% de los encuestados consideran que el formato carta es el formato pertinente para comunicar la información, un 20% considero que es un formato flexible y un 13% lo considero poco flexible. Según los resultados el formato carta es un formato pertinente para transmitir la información. El formato carta permite dotar al material de formalidad, importancia, además de ser un formato económico para su reproducción.

6. ¿Cómo califica el diseño del material editorial de TECHO hacia las comunidades rurales del país? (Marque una opción)



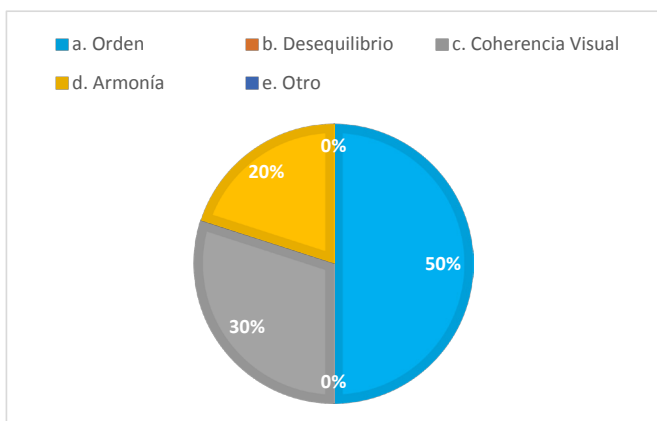
El 53% de los profesionales encuestados respondieron que consideran al informe anual como un muy buen diseño aplicado al material editorial, un 47% lo considero con un diseño excelente. Estos resultados reflejan que el diseño aplicado al informe anual proyecta un material de muy buena y excelente calidad visual.

7. En cuanto a la jerarquía en la composición visual, ¿Qué elemento es el que sobresale? (Marque una opción)



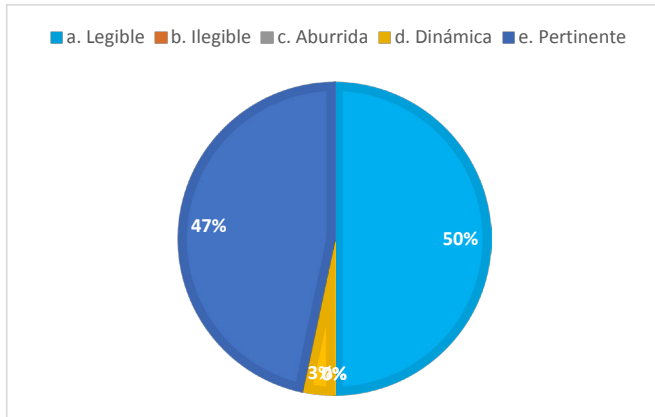
En cuanto a la jerarquía visual del material es considerada por un 80% considera que es la fotografía, un 13% los cuerpos de texto y un 7% considero que es la ilustración. Los resultados arrojados indican que la fotografía es el elemento visual que posee jerarquía sobre los demás elementos contenidos en el material.

8. ¿Qué aspectos considera que refleja el uso de retícula en la diagramación? (Marque dos opciones)



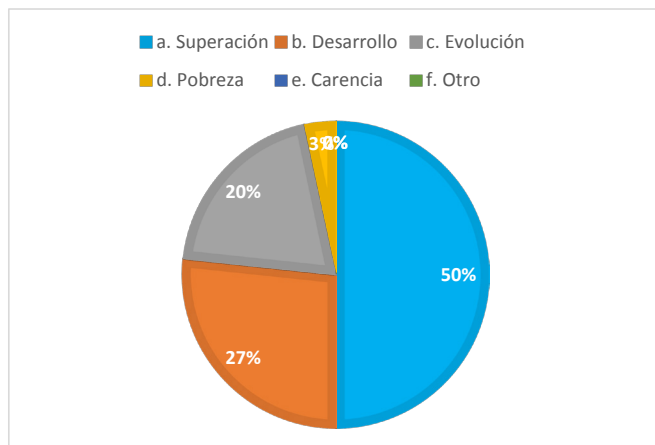
El uso de retícula en la diagramación según el 50% refleja orden, un 30% afirma que proyecta coherencia visual, y un 20% considera que refleja armonía. En conclusión el uso de la retícula ha sido efectivo, debido a que resaltan solamente aspectos positivos que dotan al material de orden, armonía y coherencia visual.

9. A su criterio, la tipografía implementada en los cuerpos de texto para el grupo objetivo es: (Marque dos opciones)



El 50% de los profesionales afirma que la tipografía implementada en los cuerpos de texto es legible, un 47% la considero pertinente y un 3% la consideró dinámica. Estos resultados confirman que la tipografía dota al documento de legibilidad y pertinencia según los contenidos desarrollados.

10. ¿Qué le sugiere la frase “ELEVA TU MIRADA HACIA OTRA REALIDAD”? (Marque 3 opciones)



En cuanto a la frase “Eleva tu mirada hacia otra realidad” un 50% de los profesionales relaciona la frase con superación, un 27% con desarrollo, un 20% con evolución, y solamente una profesional representado por uno de cada 15 lo relaciona con la pobreza. Los resultados obtenidos afirman que el mensaje transmitido es el correcto, debido a que todos los profesionales lo relacionaron a aspectos positivos dando como resultado un acierto en diseño y comunicación.

6.5 NIVEL 3 DE VISUALIZACIÓN

6.5.1 Portada y Contraportada

La portada es una composición visual simple pero atractiva, uno de los objetivos principales de diseño era adaptar el material editorial aplicando elementos gráficos y textuales de forma eficiente para que sean eficaces. La fotografía de portada refleja un mensaje positivo y emocional de forma directa. “Eleva tu mirada hacia otra realidad” es la frase ubicada en la parte superior central, creando un impacto positivo al primero golpe de vista por los usuarios. En cuanto a la contraportada no existió ningún cambio.



6.5.2 Índice

El índice es equilibrado y ordenado. Proyecta un recorrido estético pero funcional debido a su legibilidad en el título de los capítulos y los temas de contenido.

 TECHO JUNTOS POR UN MUNDO SIN POBREZA		 Foto por Carolina Maza	INFORME ANUAL 2016 PROGRAMAS Y PROYECTOS	TECHO
Techo.org/ Guatemala 				

 CONTENIDO INFORME ANUAL 2016	
1 ASÍ SOMOS TECHO 8 Misión 8 Objetivos Estratégicos 9 Valores 10 Principios del Modelo de Trabajo 11 Modelo de Trabajo 13 Etapas del Modelo de Trabajo 15	(Primeras Construcciones) Tercera 44 Bienes para Sales de Microcrédito Automóvil, Santo Domingo 45 El Turco y Santa Rita Sedes Comunitarias 46 Santa Catalina 47 Letras de Paso Diego, Santa Catalina 47 Parque Infantil, Paquepa 48
2 DESARROLLO COMUNITARIO Programas y Proyectos 27 Programa Vivienda 28 Proyectos 29 Sumario de Proyectos 34 Sede Comunitaria, Circo de Naveantes 34 Reurbanización, Santa Rita 35 Recuperación de Aulas, Paquepa 35 Encuentro comunitario, Nueva Santa Rita 36 Huertos del ECH, El Bordo 37 Talleres, Derechos y Obligaciones de las niñas, Santa Fe 38 Fiesta de cierre, Manuel Cobos Argueta 38 Escuelas de Encuentro, las escuelas 39 Proyectos, Tercera 39 Taller de Seguridad Alimentaria, Nueva Paquepa 40 Encuentro Nacional de Gestión Comunitaria 40 Jornada de Formación para Espacios de Comandante, Alacranes Pochonot 41 San Carlos Miramar 41 Guardia comunitaria, Las Mercedes 42 Capadorno de Agua, Panamacha y Abo 43 Segunda Jornada de Formación para Espacios de Comandante 43	3 CONCIENCIA Y ACCIÓN SOCIAL Campaña Institucional 2016 / Colección TECHO 52 Campaña Universitaria 2016 / Noche Sin TECHO 54 Encuentro Nacional de Líderes Comunitarios ENAL, 2016 56
4 INCIDENCIA EL POLÍTICA CENSO de Asentamientos 61 Firma convenio con VMU 63 Habitat III 65	5 CIMENTOS POR UN MUNDO SIN POBREZA TECHO en Números 73
6 AGRADECIMIENTOS	

6.5.3 Portadillas

Las portadillas fueron implementadas con fotografía, en la parte inferior se colocó el título del capítulo utilizando jerarquía tipográfica en las palabras claves, además se utilizó la frase que connota al concepto creativo ubicada en la parte superior derecha apoyada por un recuadro blanco para resaltar el color cian aplicado a la tipografía. La ubicación de los textos genera una composición visual equilibrada.



6.5.4 Páginas Internas

Un aspecto positivo en el diseño de las páginas internas es que fueron positivamente evaluadas por el grupo objetivo, debido a que el diseño fue aceptado visualmente y la tipografía fue evaluada como legible. Se buscó una composición limpia pero atractiva que proyectará la identidad de TECHO y a su vez la identidad de las comunidades, esto se logró utilizando las texturas y la predominación del color cyan en el diseño de las páginas.



PROGRAMA DE VIVIENDA

Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.

1. PRE CONSTRUCCIÓN

Participación de la comunidad en el diseño de los proyectos de vivienda y construcción de viviendas. Se realizan reuniones de trabajo con los miembros de la comunidad para definir las necesidades y prioridades de vivienda. Se realiza un diagnóstico de la situación de vivienda de la comunidad y se elabora un plan de trabajo para la construcción de viviendas.

2. ASAMBLEAS DE VIVIENDAS

Reuniones de trabajo con los miembros de la comunidad para definir las necesidades y prioridades de vivienda. Se realizan reuniones de trabajo con los miembros de la comunidad para definir las necesidades y prioridades de vivienda. Se realiza un diagnóstico de la situación de vivienda de la comunidad y se elabora un plan de trabajo para la construcción de viviendas.



ENCUESTAMIENTO, NUEVA SANTA ROSA

Trabajo en equipo para el diagnóstico de la situación de vivienda de la comunidad.

RESULTADOS ECH, EL BORRÓN

Trabajo en equipo para el diagnóstico de la situación de vivienda de la comunidad.

TALLER: DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS NIÑOS SANTA FE

Trabajo en equipo para el diagnóstico de la situación de vivienda de la comunidad.



OBJETIVOS ESTRATEGICOS

1. FORTALECER EL DESARROLLO COMUNITARIO

Fortalecer el desarrollo comunitario a través de la participación activa de los miembros de la comunidad en la toma de decisiones y en la ejecución de los proyectos de vivienda.

2. FORTALECER LA CONCIENCIA Y ACCIONES SOCIALES

Fortalecer la conciencia y acciones sociales de los miembros de la comunidad a través de la participación activa en los proyectos de vivienda.

3. MEJORAR LA POLÍTICA

Mejorar la política de vivienda a través de la participación activa de los miembros de la comunidad en la toma de decisiones y en la ejecución de los proyectos de vivienda.

TECHO

Trabajo en equipo para el diagnóstico de la situación de vivienda de la comunidad.



PRINCIPIOS DEL MODELO DE TRABAJO CON LAS COMUNIDADES

VALORES

SOLIDARIDAD

CONVICCIÓN

EXCELENCIA

DIVERSIDAD

OPTIMISMO

1. PARTICIPACIÓN

2. RESPONSABILIDAD

3. TRANSPARENCIA

4. RESPECTO

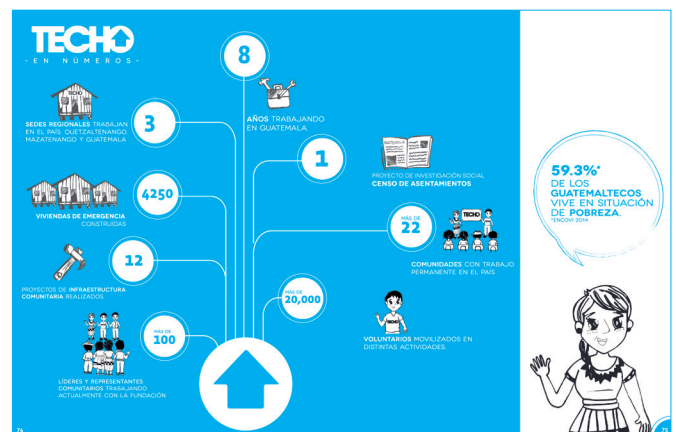
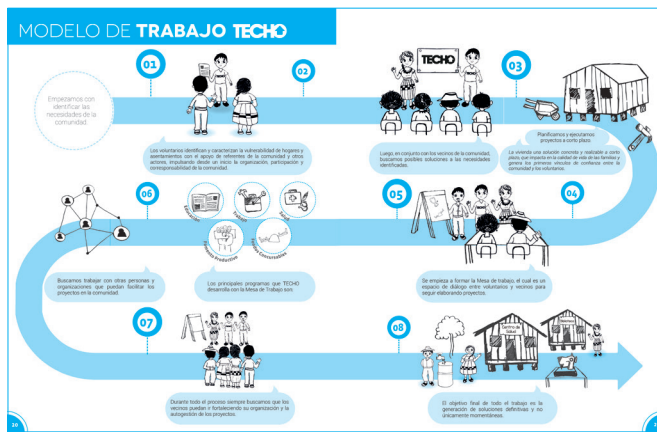
6.5.5 Numeración de Páginas

En cuanto a la numeración de las páginas no tuvo ningún cambio. Cumplen con la función de indicar el número de página y se integra a la composición visual y línea gráfica del material editorial.



6.5.6 Ilustraciones

Las ilustraciones han sido ubicadas en dos páginas informativas. Estas páginas funcionan como páginas infográficas, una de ellas presenta el modelo de trabajo de TECHO y se generó un recorrido visual a través de una línea apoyada por la numeración. Por otra parte está la ilustración de TECHO en números donde estas mismas ilustraciones han sido adaptadas para informar de forma gráfica todos los logros alcanzados por la institución.



6.5.7 Iconografía

La iconografía fue implementada en las portadillas y en información de los proyectos que se llevan a cabo en TECHO, fueron colocados sobre un círculo sólido de color cian, guardando jerarquía en la composición con los textos, donde se tomó en cuenta espacios y tamaños para el diseño de los mismos.

PROYECTOS

Para comprender y apoyar los trabajos de la Mesa de Trabajo TECHO debemos entender que son actividades que se realizan en la ejecución de proyectos comunitarios de la comunidad. Cada proyecto requiere de acciones recurrentes durante el desarrollo de la comunidad y dependen de los siguientes factores:

- EDUCACIÓN**: Las actividades relacionadas con la educación de niños, niñas y adolescentes en los asentamientos, desde una visión integral de la educación, entendida como un proceso que se vivencia más allá de la educación formal tradicional y que incluye la realización integral de la persona, se desarrollan programas como: apoyo educativo, talleres de arte, alfabetización para adultos, inglés, entre otros.
- TRABAJO**: Las actividades relacionadas con el trabajo comunitario se desarrollan con la intención de apoyar el desarrollo de la comunidad y el fortalecimiento de la capacidad de respuesta que tienen los actores locales. Los proyectos que se desarrollan son los de Microempresas y Cooperativas en el área, el primer enfoque es en el fortalecimiento de la capacidad de respuesta y el empoderamiento, mediante acciones en la implementación de los recursos propios de la comunidad. El segundo, enfocado en la capacitación técnica y el desarrollo de habilidades de emprendimiento que aumenten las posibilidades de insertarse en el empleo.
- SALUD**: Voluntarios y líderes comunitarios desarrollan proyectos enfocados en temas de salud que apoyan a la prevención de enfermedades, la promoción de prácticas saludables y la alimentación en riesgo que ponga en peligro la salud de las personas de los asentamientos.
- JURÍDICO/LEGAL**: Los proyectos legales, enfocados en apoyar una comunidad frente a necesidades o temas de reforma y desarrollo de temas legales para mejorar sus situaciones, relacionar con la institucionalidad local que respaldan y defender sus derechos en procesos legales o haciendo uso de los medios alternativos.
- FONDOS CONCURABLES**: Los fondos concursables a Fondos constituyen una fuente de financiamiento para un porcentaje del costo total de algunos proyectos comunitarios. La comunidad debe realizar proyectos de diseño, organización y gestión comunitaria y además, tener un representante en el comité de selección. El financiamiento de sus proyectos. Esta herramienta tiene un valor estratégico en el trabajo de TECHO, para permitir a la MDT fortalecer las capacidades comunitarias en el área de planificación, organización, vinculación a redes y autogestión de manera estratégica y sostenible.

MEDIO AMBIENTE E INICIATIVAS

Los proyectos relacionados con el medio ambiente buscan reducir la "vulnerabilidad" ambiental que enfrentan las comunidades, a la vez, generar acciones educativas para el cuidado del medio ambiente. Por una parte, los programas relacionados con reducir riesgos, mejorar la seguridad alimentaria de las familias mediante el fortalecimiento del cultivo de sus propios huertos y en conjunto con sus propios y tradicionales a su vez, fortalece los lazos de confianza y solidaridad comunitaria.

Estos proyectos son herramientas que ayudan al fortalecimiento de capacidades individuales, familiares y/o comunitarias, por medio de acciones sistemáticas que abordan un tema específico. Deben aplicarse a las comunidades de todo territorio, donde existen un periodo regular de lluvias o un clima que genera vulnerabilidad de un problema o con el recurso que pretende aprovechar o generar.

Para cumplir con este objetivo, es indispensable que cumplan los siguientes criterios:

- Responder a necesidades identificadas en el diagnóstico comunitario.
- Se desarrollen en conjunto y en total coordinación con la Mesa de Trabajo.
- Se desarrollen de acuerdo a la capacidad de liderazgo, gestión, vinculación y coordinación de la Mesa de Trabajo.

DESARROLLO DE PROYECTOS Y PROGRAMAS

Desde su creación, el trabajo metodológico, cada Mesa de Trabajo lleva a cabo su Plan de Acción, desarrollando las estrategias planificadas para cumplir sus objetivos. El momento clave es el plan de acción, cuando la Mesa desarrolla sus proyectos y entra al tanto de los recursos que beneficia o emplea el cumplimiento de mismo.

Además, es importante que dentro del desarrollo de proyectos y programas, se realicen ciertos procesos fundamentales que deben formar parte del programa, estas actividades son las siguientes:

- A. ASAMBLEAS COMUNITARIAS**: Las asambleas comunitarias durante el desarrollo del Plan de Acción son fundamentales, ya que permiten el diálogo directo y permanente de la Mesa de Trabajo con la comunidad de su territorio y de la Mesa de Trabajo de los territorios de su zona de influencia y actualiza el trabajo de la Mesa de Trabajo de los territorios de su zona de influencia. Estas asambleas comunitarias deben realizarse, entre otras cosas, para:
 - Tomar decisiones comunitarias: Las decisiones comunitarias durante el desarrollo de la comunidad deben ser acordadas en asambleas de mesa que reúnan a los actores que cuenten con la misma información, tengan espacio para expresar su punto de vista y se sumen parte de la decisión que se tomará.
 - Informar a la comunidad sobre la evolución de la MDT: Es de vital importancia que la comunidad entienda el concepto de trabajo que la MDT está desarrollando, los avances y logros alcanzados y los desafíos pendientes. Esta comunicación va a permitir que la comunidad comprenda, valore y se involucre en el trabajo y además que comprenda la evolución del mismo.
 - Trabajar a la comunidad cuando se involucra al desarrollo de las acciones: Para que la MDT tenga la visión necesaria como mediadora entre la comunidad y los actores locales con los que se relaciona en el desarrollo de los proyectos, es necesario que se genere un diálogo transparente y en el tiempo adecuado.

6.6 VALIDACIÓN CON GRUPO OBJETIVO PRIMARIO

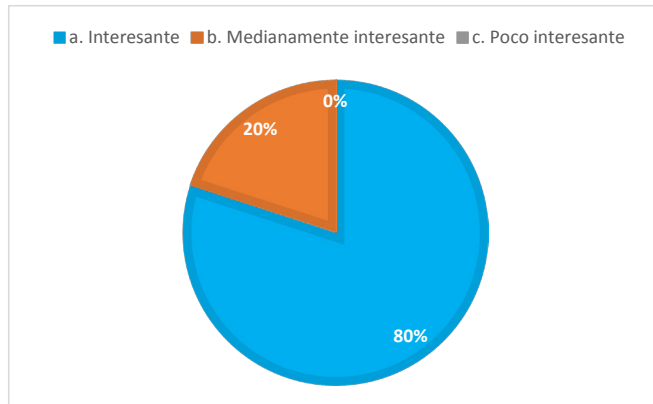
Se preparó una encuesta para las comunidades rurales en la Comunidad de Buena Vista en el departamento de Santa Rosa. La herramienta de validación consistió en una encuesta de 10 preguntas. Esta encuesta fue brindada a una muestra poblacional de dos mesas de trabajo de 10 personas cada una. Las preguntas se adaptaron al vocabulario del grupo objetivo, con el propósito de descubrir la funcionalidad del material editorial.

Las variables aplicadas fueron diagramación, tipografía, ilustración, fotografía y composición. A continuación se presentan los resultados obtenidos por medio del instrumento de validación.



Vecina de Buena Vista respondiendo la encuesta de validación

1. Considera que la información contenida en el material editorial es: (Marque una opción)



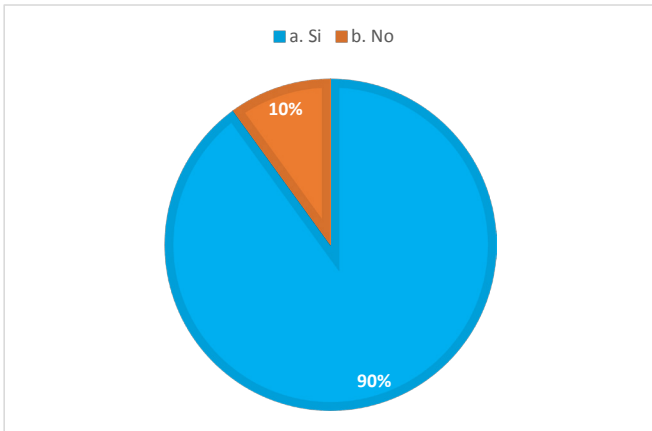
El 80% de los encuestados afirma que la información contenida en el material editorial es interesante, mientras que el otro 20% optó por opinar que la información la consideran medianamente interesante, sin embargo ninguno determinó que el contenido careciera de importancia. Estos resultados comprueban que la información para dar a conocer es útil e importante.

2. ¿Cómo le parecen los párrafos de textos en el material editorial? (Marque una opción)



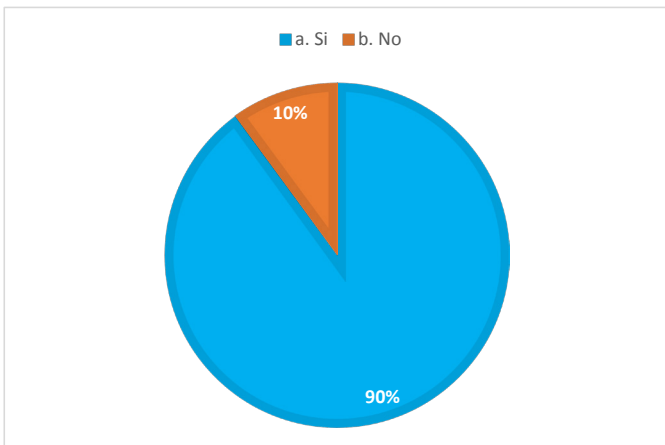
El 90% de las personas encuestadas considera que los textos del material editorial están ordenados, y solo 2 de cada 20 personas percibió desorden en ellos. Los resultados arrojan que existe legibilidad en los cuerpos de texto y tipografías.

3. ¿Usted puede leer los párrafos de texto del material presentado? (Marque una opción)



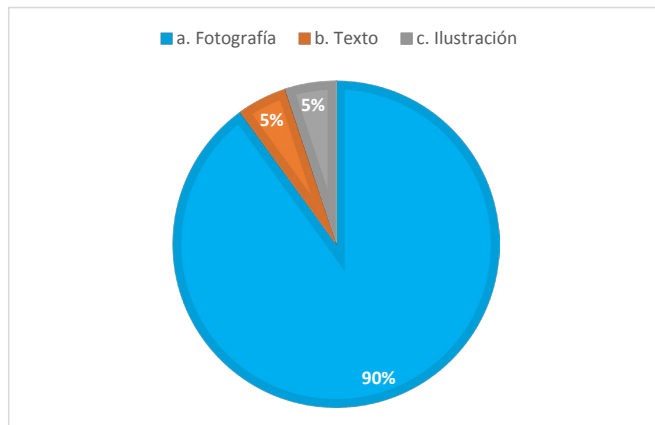
El 90% de los encuestados afirman que sí pudieron leer los párrafos de contenido en el material editorial, donde solamente 2 de cada 20 personas no pudieron leerlos. Por lo tanto estos resultados confirman que los textos contenidos son legibles para el grupo objetivo.

4. ¿Considera que el material informativo motiva e interesa a conocer y acercarse a la organización TECHO Guatemala? (Marque una opción)



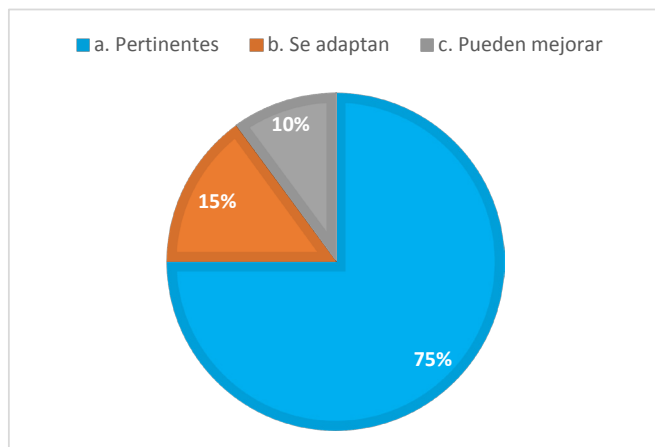
Para el 90% de los encuestados el material informativo es un material que motiva e interesa a conocer y acercarse a la organización, solamente el 10% considero que no.

5. ¿Qué elemento considera que sobresale en el documento? (Marque una opción)



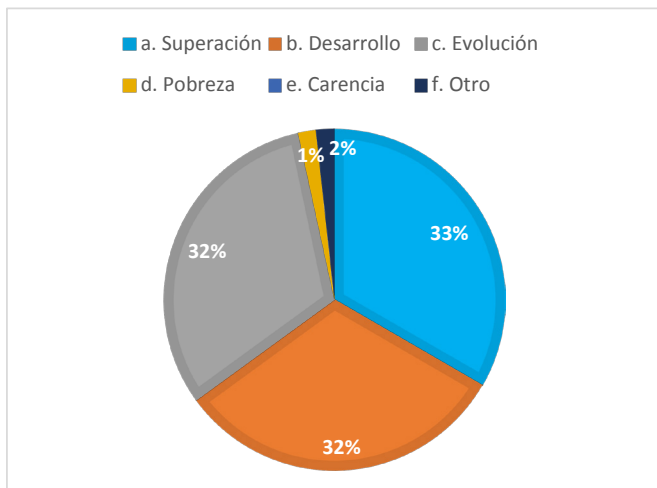
En cuanto a la jerarquía visual que posee el documento, el 90% de las personas dieron respuesta que es la fotografía mientras que un 5% opina que es el texto y el otro 5% optó por la ilustración. Los resultados reflejados afirman que la fotografía es el elemento visual que predomina en el material editorial.

6. ¿Cómo considera el diseño de las portadillas del material editorial? (Marque una opción)



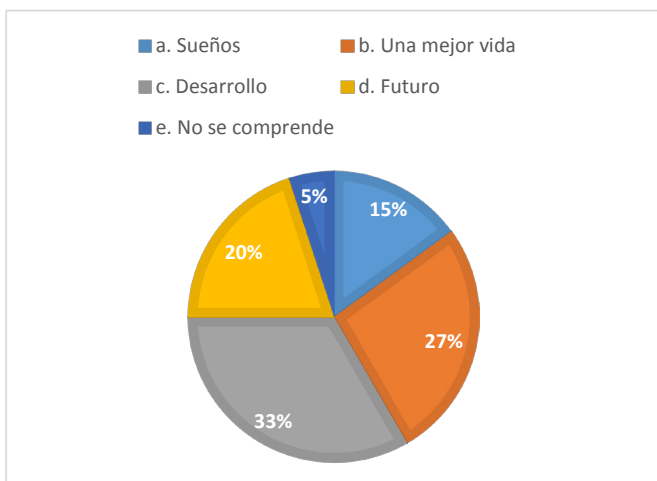
En cuanto al diseño de las portadillas del material editorial el 75% de las personas encuestadas respondieron que son las pertinentes, el 15% opina que se adaptan al contenido del material y el otro 10% consideran que deben mejorar. Como conclusión las portadillas son efectivas en el diseño del material.

7. ¿Qué le sugiere la frase “ELEVA TU MIRADA HACIA OTRA REALIDAD”? (Marque 3 opciones)



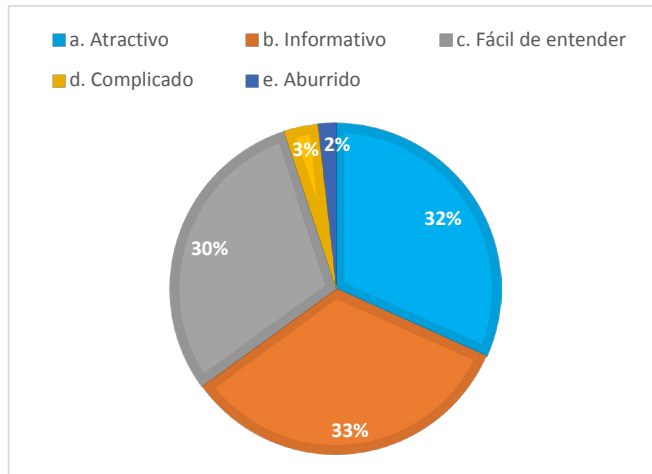
El 33% de las personas encuestadas relacionan la frase “eleva tu mirada hacia otra realidad” con superación, el 32% la relacionan con desarrollo, el otro 32% la asocian con evolución y solamente el 2% la relacionan con pobreza y el 1% con otras características. Los resultados son positivos debido a que la frase connota el mensaje correcto hacia el grupo objetivo.

8. ¿Qué entiende en las fotografías de las portadillas del documento? (Marque 3 opciones)



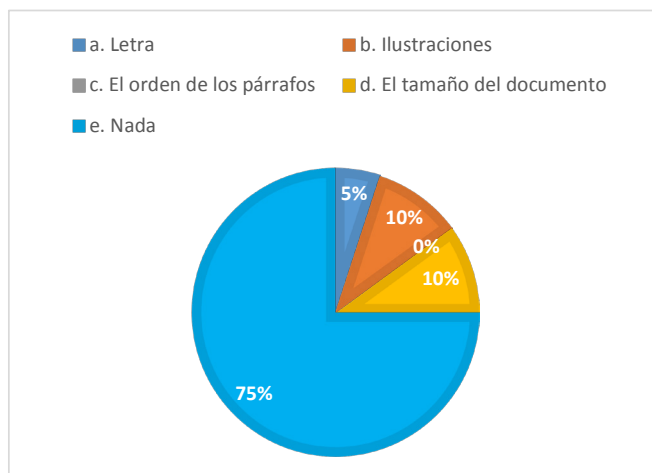
En cuanto al mensaje que emiten las fotografías seleccionadas para el material editorial El 33% opina que connotan desarrollo, un 27% dijo que transmiten una mejor vida, un 20% afirma que transmiten futuro, un 15% las relacionan con sueños y solamente un 5% no las comprenden. Este resultado afirma que las portadillas son comprensibles y que logran transmitir el concepto creativo a través de las fotografías.

9. ¿Cómo considera el material editorial para las comunidades rurales del país? (Marque 3 opciones)



El 33% de las personas encuestadas afirman que el material editorial es informativo, un 32% opina que el material es atractivo, el 30% lo consideran fácil de entender, solamente un 3% lo consideran complicado y un 2% que lo catalogan como aburrido. Como conclusión el material cumple la función de informar por ser fácil de entender y atractivo, lo cual son aspectos positivos que hacen que sea un material funcional.

10. ¿Qué aspecto mejoraría usted al diseño del material editorial? (Marque 1 opción)



El 75% de las personas opina que no cambiaría nada al material editorial, un 10% menciona el tamaño del documento, un 10% las ilustraciones y solamente un 5% la tipografía del documento. Estos resultados reflejan que la mayor porcentaje del grupo objetivo consideran que el material no necesita mejorar nada, por otro lado una mínima parte consideran mejorar las ilustraciones y la tipografía del documento.

6.7 VALIDACIÓN CON GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO

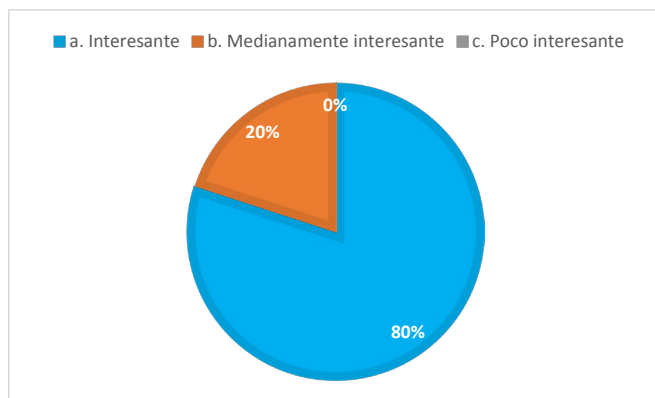
Se preparó una encuesta para 10 de los voluntarios que apoyan en las comunidades. La herramienta de validación consistió al igual que las otras en una encuesta de 10 preguntas, estas preguntas se adaptaron al vocabulario del grupo objetivo, con el propósito de descubrir la funcionalidad del material editorial.

Las variables aplicadas también fueron diagramación, tipografía, ilustración, fotografía y composición. A continuación se presentan los resultados obtenidos por medio del instrumento de validación.



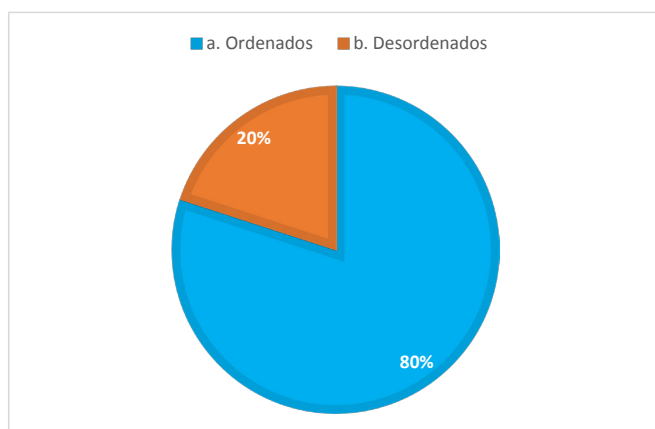
Voluntarios de las comunidades respondiendo la validación

1. Considera que la información contenida en el material editorial es: (Marque una opción)



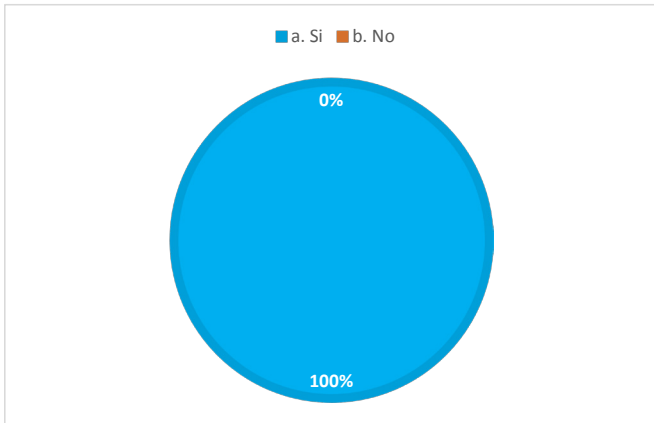
En cuanto a la relevancia de la información contenida en el material editorial, el 80% la considera interesante y el 20% la considera medianamente interesante. Según los resultados la información es considerada es interesante.

2. ¿Cómo le parecen los párrafos de textos en el material editorial? (Marque una opción)



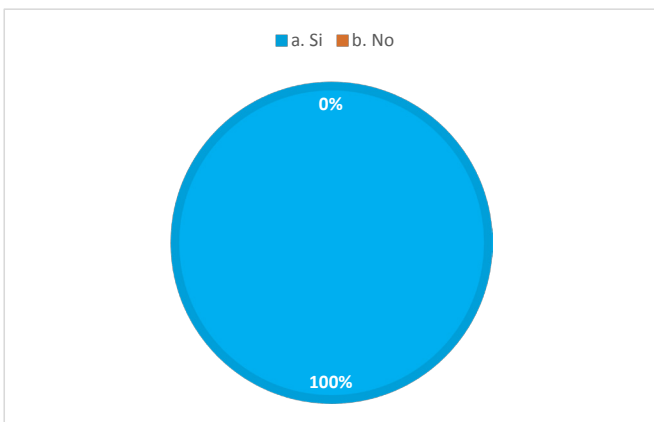
Los párrafos de textos en el material editorial según los voluntarios son ordenados con un 80%, y el resto opina que son desordenados. En conclusión la mayoría considera que los textos son legibles.

3. ¿Usted puede leer los párrafos de texto del material presentado? (Marque una opción)



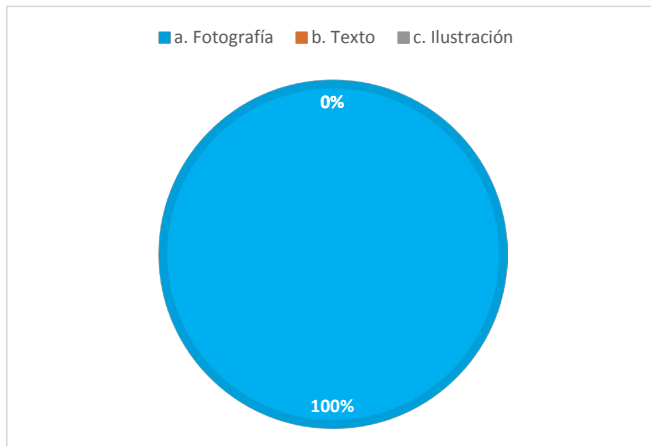
El 100% de los voluntarios encuestados consideran que los textos son legibles. Esto es un resultado favorable debido a que este grupo objetivo es uno más de los que hará uso del material editorial.

4. ¿Considera que el material informativo motiva e interesa a conocer y acercarse a la organización TECHO Guatemala? (Marque una opción)



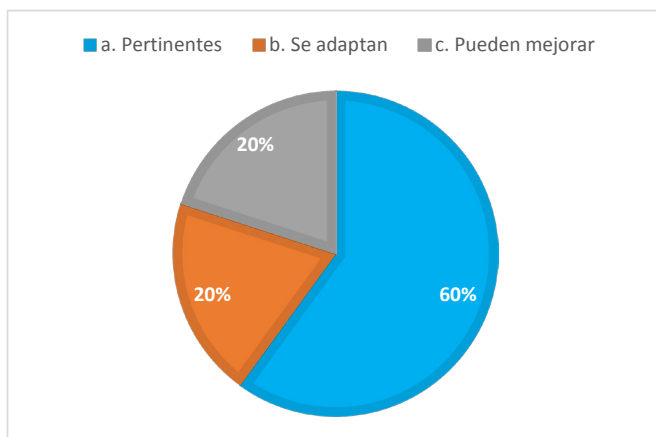
El 100% de los voluntarios encuestados consideraron que el material informativo sí motiva e interesa a conocer y acercarse a TECHO Guatemala. Los resultados arrojados afirman que este grupo objetivo ve funcional e interesante dar a conocer la información contenida en el material editorial.

5. ¿Qué elemento considera que sobresale en el documento? (Marque una opción)



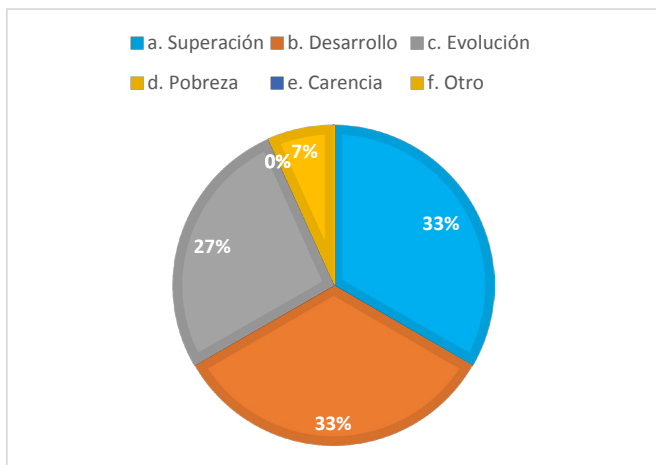
En cuanto a la jerarquía visual que posee el material editorial, el 100% de los voluntarios respondieron que la fotografía es el elemento visual que sobresale en el diseño. Según los resultados la respuesta es positiva debido a que el material se vuelve informativo a través de las fotografías lo cual lo hace un material más digerible de leer y comprender.

6. ¿Cómo considera el diseño de las portadillas del material editorial? (Marque una opción)



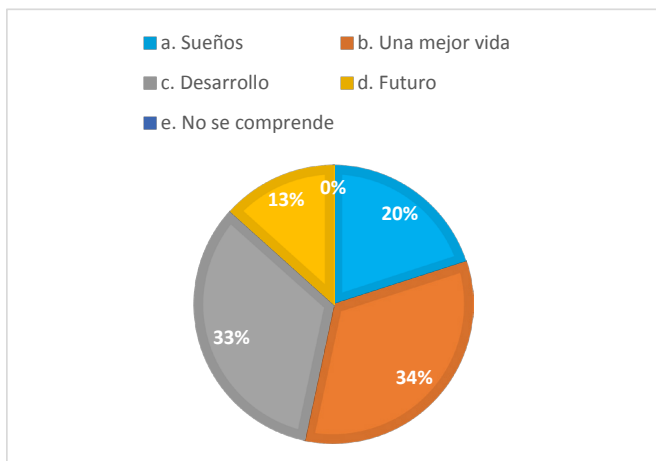
Un 60% de los encuestados afirma que las portadillas del material son pertinentes, el otro 20% afirma que se adaptan y el otro 20% consideran que se pueden mejorar. Como conclusión las portadillas sin cumplen con el objetivo de comunicar el mensaje sobre el cual se trabajó el material editorial.

7. ¿Qué le sugiere la frase “ELEVA TU MIRADA HACIA OTRA REALIDAD”? (Marque 3 opciones)



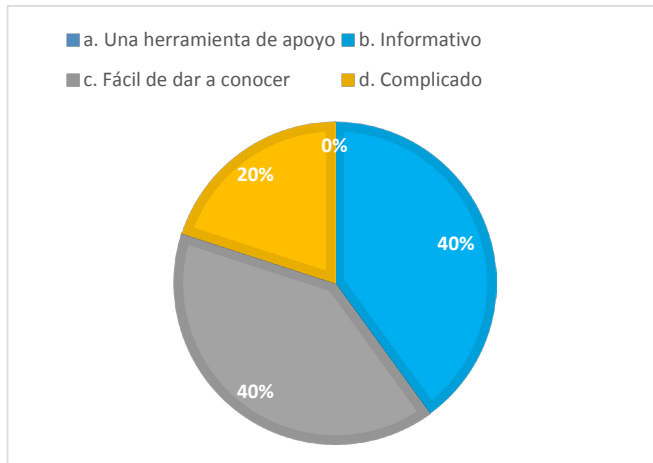
Para los voluntarios encuestados un 33% asocio la frase “Eleva tu mirada hacia otra realidad” con desarrollo, el otro 33% con superación, un 27% con evolución, y un 7% con aspectos como “Movimiento” haciendo referencia a salir de la situación de pobreza en la que se encuentran las familias.

8. ¿Qué entiende en las fotografías de las portadillas del documento? (Marque 3 opciones)



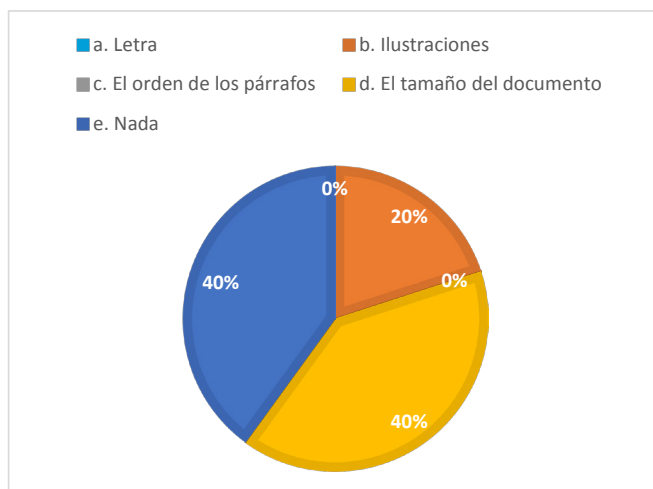
En cuanto a la comprensión del mensaje de las portadillas del material editorial un 34% de los voluntarios afirma que lo relacionan con una mejor vida, un 33% lo relacionan con desarrollo, un 20% con sueños y por último un 13% con futuro. Los resultados reflejados son positivos debido a que el mensaje de las portadillas transmitido es el correcto.

9. Como voluntario considera que el material editorial es:



Como jóvenes voluntarios el 40% consideran que es un material informativo, un 40% lo consideran fácil de dar a conocer, mientras que solamente el 20% lo consideran complicado. El material cumple con la función de informar y fácil de dar a conocer, debido a que la mayoría lo ha catalogado sobre estos aspectos.

10. ¿Qué aspectos mejoraría usted al diseño del material editorial? (Marque 1 opción)



Un 40% de los encuestados afirma que mejorarían el tamaño del documento, otro 20% afirma que mejorarían las ilustraciones, sin embargo un 40% afirma que no es necesario mejorar nada en el material editorial.

6.8 FUNDAMENTACIÓN DE LA PROPUESTA FINAL

6.8.1 Concepto Creativo

El concepto creativo se plasmó en el material editorial a través del siguiente esquema.

Eleva tu mirada hacia:

Una realidad que Fortalece

Se seleccionó esta fotografía debido a que no solamente se refiere a una fuerza física sino también a una fuerza emocional que las personas de las comunidades obtienen con el desarrollo comunitario, una fuerza que viene de generación en generación y que les permite construir un mejor futuro.

Una realidad que Da Valor

Esta fotografía refleja el valor que tienen o deben tener las personas al cambiar la realidad en la que viven. Tener valor para enfrentar los retos que les ofrece el desarrollo comunitario en participación conjunta con TECHO. Tener valor para cumplir sus sueños y ofrecer una mejor vida a su familia.

Una realidad que Dignifica

Todas las personas tienen el derecho a tener una casa un lugar dónde vivir y llamarlo hogar. La selección fotográfica de este capítulo hace énfasis en la emoción que tienen las personas con el programa vivienda, no solamente se les brinda una casa, se les brinda un legado a sus hijos, una herencia, es una realidad que los dignifica como seres humanos y que les permite abrir la puerta hacia una nueva vida.

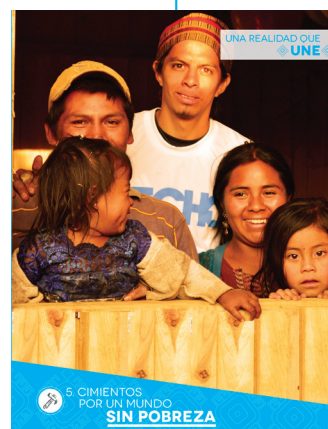
Una realidad que Libera

Las personas que habitan en extrema pobreza están atadas a las cadenas de la desolación, a la escasez y condiciones precarias. El desarrollo comunitario abre nuevos caminos y nuevas fronteras logrando el objetivo de liberar a las personas de estas ataduras y permitiéndoles visualizar otra realidad donde existan risas, alegría y mejores oportunidades.

Una realidad que Une

Esta selección fotográfica permite proyectar aquella realidad que une a las familias. El poder brindarles oportunidades o bien una vivienda genera un fortalecimiento familiar, las familias pueden visualizar un mejor futuro para sus hijos, un lugar donde compartir una cena, un lugar para dormir, un lugar al que puedan llamar hogar.

ESQUEMA CONCEPTO CREATIVO



6.8.2 Composición Visual (Portada, portadillas, índice, retícula)

La composición visual es estética y funcional, connota y refleja identidad de las comunidades rurales y posiciona la imagen de la organización. El uso de la fotografía, las ilustraciones, la iconografía con los cuerpos texto crean una armonía visual fácil de comprender, generando dinamismo en cada página a leer. El uso variado de columnas dentro de la retícula permite que el material tenga un ritmo de lectura dinámico y el recorrido por el material editorial se interesante y no tedioso de leer. El material está regido por la fotografía lo cual hace que el documento sea visual y adaptable para el grupo objetivo primario y secundario.



6.8.3 Formato y Sustrato

El Formato seleccionado es un tamaño carta de 8.5"x11.". Este es un tamaño estándar para impresión, el cual resulta recomendable para trabajar debido a que ayuda a aprovechar la mayoría de área de impresión. Por ser un tamaño estándar para impresión evita el desperdicio de papel lo cual reduce los costos.

El tamaño de los formatos también influye con la seriedad que la información será tomada, una razón por la cual se seleccionó este formato.

El papel y la calidad de impresión son determinadas por el presupuesto. Por lo cual se decidió papel bond de 90 gramos, tomando en cuenta la textura, calidad y el peso.



6.8.4 Retícula

Para el diseño del material se optó por seleccionar las siguientes columnas.

- » Retícula 2 Columnas: Fue utilizada para páginas con cuerpos de texto que iban acompañadas de fotografías, lo cual permitió que la composición visual sea equilibrada y simétrica.
- » Retícula 6 Columnas: Fue utilizada debido a que proporciona columnas anchas y legibles, además que fue adaptable al realizar una subdivisión de 3 columnas o bien generar secciones simétricas de dos columnas tomando de base la mitad es decir 3 columnas.

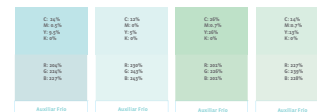
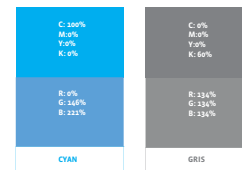


6.8.5 Código Cromático

Se utilizó la paleta cromática establecida por el manual de uso de marca de TECHO. Esta paleta está dividida en dos secciones: colores corporativos y colores complementarios.

Colores Corporativos

- » **Cyan:** El CYAN es un color que refleja la esencia de TECHO que lo hace únicos frente a otras instituciones, es la identidad visual de la organización. Proyecta un tono y estilo joven, cautivante, consistente, profesional, directo, transgresor, crítico, propositivo, optimista y positivo.
- » **Gris:** Se utilizó el color gris debido porque es el segundo color corporativo, establecido en el manual de uso de marca. Este color tiene la capacidad de sobresalir y ser directo sin influir en el resto de los colores.



Colores complementarios

Como su nombre indica esta paleta de colores complementaron el diseño en el material editorial. El manual de uso de marca de TECHO divide esta paleta en dos secciones cálidos y frías. Sin embargo para el diseño del material se optó únicamente por la paleta de los colores fríos debido al contraste que genera con los colores de la fotografía implementada que utiliza colores cálidos.

La paleta proporciono al material de contraste, versatilidad destacando el color Cyan como color predominante.

6.8.6 Código Tipográfico



Las tipografías implementadas en el material son las establecidas por el manual de uso de marca de TECHO. Se utilizaron 2 tipografías: Novecento Wide y Roboto, la primera para titulares y subtítulos, por otro lado la segunda fue utilizada para los cuerpos de texto. Ambas dotaron al diseño de legibilidad lo cual genera una fácil lectura y comprensión de los textos. Se cuidaron los espacios y jerarquías en los títulos y subtítulos creando un efectivo contraste visual, siendo el resultado un material editorial no solamente estético sino funcional para los grupos objetivos.

A continuación se describen las características de cada una de ellas.

Titulares

Novecento Wide

Tipo de Familia: San serif o Palo Seco lineal.

Características

- » Presenta un estilo limpio y funcional
- » Proyecta estabilidad en los titulares por sus trazos rectos y uniformes.
- » Posee fuerza y presencia dentro de la composición visual
- » Sus caracteres son en Caja Alta

Variantes

- » Light
- » Book
- » Normal
- » Demi bold
- » Bold

**ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789
!''#\$%&/()=?i+ {}**

Cuerpos de texto

Roboto

Tipo de Familia: San serif o Palo Seco lineal.

Características

- » Los caracteres siempre tienen terminaciones verticales u horizontales en sus líneas, nunca en diagonal.
- » Es altamente legible para los cuerpos de texto
- » Resulta agradable en la lectura
- » Se destaca por ser de las familias tipográficas más completas.
- » Es fácil para manipular kerning y tracking.

Variantes

- » Condensed
- » Condensed Italic
- » Bold Condensed
- » Bold Condensed Italic
- » Thin
- » Thin Italic
- » Black
- » Regular
- » Black Italic
- » Italic
- » Medium
- » Medium Italic
- » Bold
- » Bold Italic

abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz
0123456789
!"#\$%&/()=?_+{]

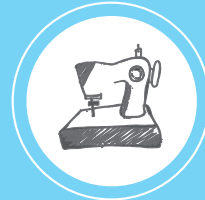
6.8.7 Código Icónico



Los iconos utilizados en el diseño del material se diseñaron a mano, son ilustraciones tipo sketch básicas que permiten entender y comprender sobre que tratará el capítulo apoyado por el texto que se colocó al costado derecho del diseño. Los iconos fueron los siguientes:

- 1. Así Somos :** Este capítulo habla sobre la organización, su filosofía y su modelo de trabajo, se diseñó un icono que relacionará directamente a TECHO, para el cual una casa era la opción ideal.
- 2. Desarrollo Comunitario:** Para este capítulo se diseñó una máquina de coser que connota y denota una máquina de cocer y hace referencia a los programas de desarrollo comunitario, en este caso a corte y confección.
- 3. Conciencia y Acción Social:** Se diseñó el icono de un libro debido a que este se relaciona con información. Este capítulo habla sobre campañas conciencia y acción social que invitan a las personas a través de actividades informativas rechazar la pobreza y participar con la organización para generar desarrollo social.
- 4. Incidencia en Política:** En este capítulo se diseñó un vocero debido a que el capítulo habla sobre todas aquellas actividades y proyectos que exteriorizan los problemas sociales de Guatemala, el rechazo y la denuncia hacia ellos.
- 5. Cimientos por un mundo sin pobreza:** Cimientos por un mundo sin pobreza habla sobre los logros que ha alcanzado TECHO Guatemala a lo largo de 8 años. Los cimientos son la base de todo proyecto de construcción, donde el diseño de un martillo connota rápidamente a la construcción de un mundo sin pobreza.

Es así como también se utilizó la misma línea gráfica para el diseño de los proyectos que maneja la institución.

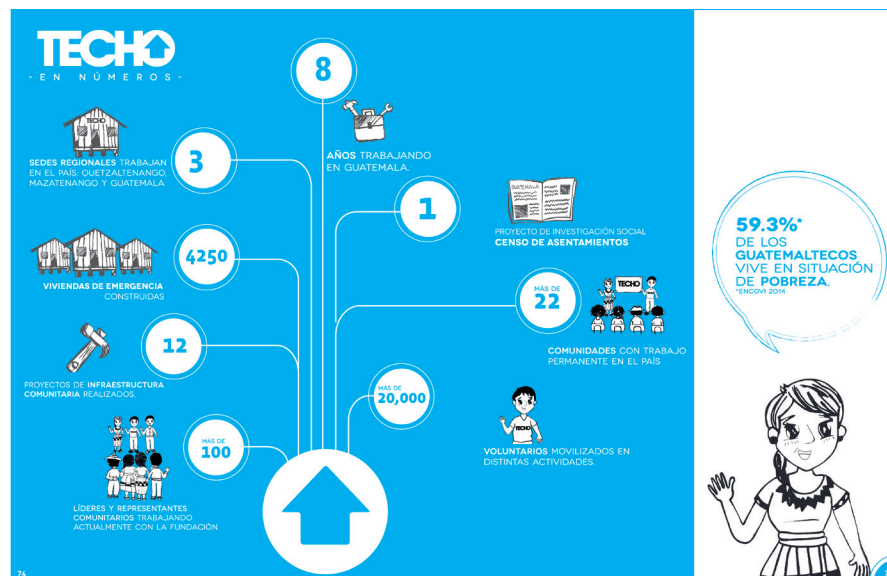
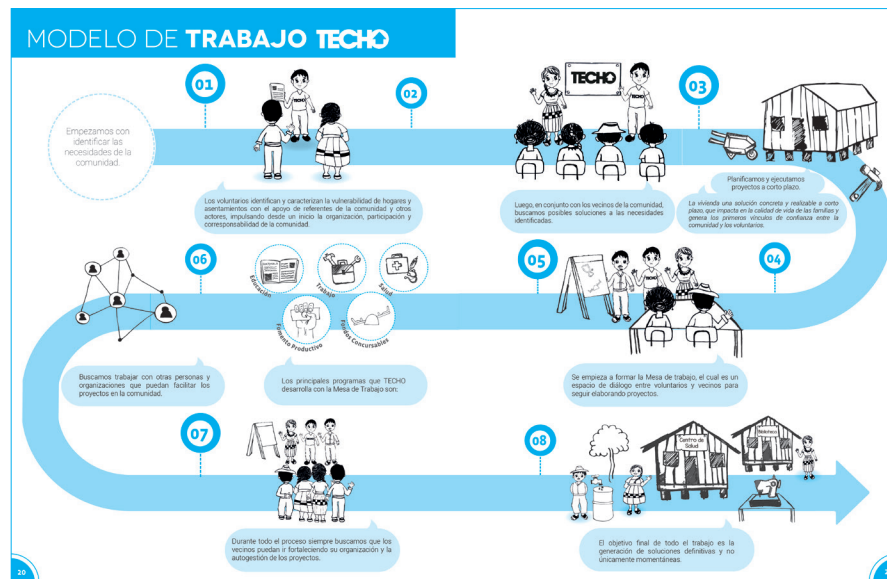


6.8.8 Ilustración

La ilustración que se utilizó para el material editorial es tipo manual que luego fue digitalizada. Este tipo de ilustración se seleccionó a través del recorrido gráfico que tiene la institución, ya que utiliza una ilustración de trazos básica en todos los materiales gráficos e informativos.

Este tipo de ilustración también es llamada Sketch que puede traducirse como bosquejo, es diseñado a línea y es funcional para transmitir la información de una forma más simple y comprensible al grupo objetivo.

La cultura visual es bastante escasa debido a que la cultura visual del grupo objetivo es bastante baja debido a la poca o nula exposición que tienen las comunidades a los medios de comunicación y medios tecnológicos, lo cual hace que este tipo de ilustración sea adaptable y funcional visualmente.



6.8.9 Fotografía

La fotografía que TECHO Guatemala utiliza posee características que reflejan la voluntad, valentía y carisma. Proyecta y cautiva de forma emocional bastante directa y positiva.

En cuanto a la luz en su mayoría posee tonos cálidos que contrastan con los colores fríos de la paleta cromática. La fotografía utilizada en el material editorial pertenece a TECHO Guatemala. La organización entregó un banco de fotografías para poder llevar a cabo el proyecto a excepción de la fotografía de portada que fue tomada por la diseñadora gráfica.

PROGRAMAS Y PROYECTOS

ÁREA DE PROGRAMAS Y PROYECTOS TECHO

Programas y Proyectos surgieron en el año 2014, al año de la reestructuración del área social. Programas y Proyectos es el área encargada de planificar, diseñar, formular y ejecutar proyectos que respondan a las necesidades de las comunidades en donde trabajamos. Educaciones académicas, funcionales y técnicas que les satisfagan la necesidad de habilitar, buscando aportar desarrollo comunitario mediante el diseño y gestión de programas y proyectos de manera participativa.

Durante el año 2015, Techo se encontró con un gran banco de proyectos de identificación, en el cual se decidieron iniciar debido a la gran demanda de las comunidades, quienes que respondían a las necesidades de hábitat de las comunidades con las que trabajamos. Principalmente proyectos que respondían a necesidades en temas de salud, educación, vivienda y agua potable.

En la vivienda se pudo atender algunas necesidades para las comunidades de tener la formación de varios proyectos desde la decisión.

Paralelo a esto se tenía la idea de poder dar un primer paso para la formación de un nuevo programa, cosa temática aunque no estaba clara, se incluyó por el formato productivo y el acompañamiento social.

El programa de vivienda se encontraba en la construcción del diseño de un modelo de vivienda de vivienda dividida con el fin de atender espacios muy reducidos en las áreas urbanas.



2. CONSTRUCCIÓN

Contribución de vivienda de emergencia. El proceso constructivo se lleva a cabo con la participación de voluntarios, familias beneficiarias y organizaciones de asentamientos. La construcción genera los primeros espacios de cohesión y pertenencia entre TECHO y las comunidades, al ser una solución concreta, tangible y visible en corto plazo.

La formación de los voluntarios y pobladores que participan de la construcción se genera mediante de la misma constructiva, siendo una instancia en donde se realiza un trabajo conjunto y horizontal, y se refuerza acerca de la problemática de la vivienda y de la realidad que se vive en los asentamientos precarios.

0 Actividades de proyección comunitaria.

Estas actividades se realizan durante la construcción y buscan generar participación, cohesión e integración en la comunidad, contribuyendo a que la construcción de vivienda de emergencia se desarrolle como una actividad de interés colectivo y a la vez generadora de oportunidades profesionales, acciones que impliquen organización e involucramiento por parte de los pobladores.



MODELO DE TRABAJO

TECHO impulsa un proceso continuo de fortalecimiento de la comunidad, considerando el desarrollo comunitario como eje transversal del trabajo de asentamientos.

En una primera fase, los voluntarios identifican y contextualizan las condiciones de vulnerabilidad de los hogares y asentamientos con el apoyo de pobladores, voluntarios de la comunidad y otros actores influyentes impulsando desde un inicio la organización participativa y empoderamiento de la comunidad.

TECHO genera un diagnóstico y estado de desarrollo participativo, donde las acciones identificadas serán dirigidas por los beneficiarios.

La experiencia de habilitación de vivienda de emergencia genera y genera de los asentamientos, por lo que TECHO impulsa estos procesos de desarrollo comunitario como un eje transversal de desarrollo. Esta vivienda es una solución concreta y tangible al corto plazo, que se construye a partir del trabajo conjunto de voluntarios y pobladores, generando un clima de cohesión e identidad comunitaria, que promueve la organización y participación de la comunidad.

COMUNICABILIDAD

Comunicabilidad implica una necesidad constante para dar a cada acción, el trabajo que todos hacemos los voluntarios de una actuación orientada. La comunicabilidad es consecuencia del trabajo conjunto y de la integración horizontal entre voluntarios y pobladores. Se debe tener presente que el trabajo de emergencia es el eje que nos conecta para lograr los objetivos. La comunicabilidad implica la construcción de identidad desde todo lo que el voluntario hace desde su acción y lo que otros hacen desde su acción y el resultado. Se fortalece un vínculo al servicio comunitario y el fortalecimiento de la cohesión.

COMPROMISOS

Como resultado, TECHO genera un estado de desarrollo participativo, donde las acciones identificadas serán dirigidas por los beneficiarios.




ETAPAS DEL MODELO DE TRABAJO

- 1 INVESTIGACIÓN INICIAL PARA SELECCIÓN DE COMUNIDADES
- 2 RECONOCIMIENTO DE ASENTAMIENTOS
 - a) Visita a los asentamientos
 - b) Contacto con la municipalidad u otras redes
- 3 ASAMBLEAS INICIALES
 - a) Presentación de TECHO
 - b) Situación de la comunidad
- 4 SELECCIÓN DE COMUNIDADES
 - a) Distribución de apertura
 - b) Respuesta a la comunidad
- 5 ENCUESTAMIENTO Y SISTEMATIZACIÓN
 - a) Proceso de encuestamiento
 - b) Sistematización de la información
- 6 SELECCIÓN DE LAS FAMILIAS
 - a) Análisis de viviendas
 - b) Distribución de familias asignadas
 - c) Socialización de la información

Posteriormente, TECHO conforma la Mesa de Trabajo, instancia semanal de reunión y diálogo entre familias, voluntarios y líderes comunitarios, para la generación de soluciones conjuntas estratégicas, para enfrentar los retos de las comunidades.

Fondos comunitarios para desarrollo de proyectos comunitarios.

Salud: Cursos para la promoción y prevención de la salud integral de las comunidades.

Seguridad Legal: Información y asesoría para el registro de los temas jurídicos relacionados con los proyectos comunitarios.

TECHO promueve la vinculación a redes para potenciar los proyectos comunitarios y para generar acciones concretas que contribuyan a la generación de soluciones conjuntas estratégicas. Estas acciones generan los resultados individuales y colectivos de adaptación en la comunidad e implicación a los voluntarios en el proceso de sensibilización y concertación en torno a la vivienda y sus causas, que los lleva a actuar y motivarse para generar cambios reales.

Como última fase del modelo, se busca implementar soluciones definitivas en los asentamientos precarios, como la implementación de la vivienda, servicios básicos, energía, infraestructura comunitaria y desarrollo.




6.8.10 Jerarquía Visual

Todo material editorial está dirigido ya sea por texto o por imágenes. Para el diseño de este material se determinó que la jerarquía debería de ser bastante visual es decir apoyada por la fotografía y la ilustración. Durante la validación del material con los profesionales, expertos y grupos objetivos se confirmó que el elemento de diseño que más destaca es la fotografía. El material está dirigido a dos grupos objetivos, por lo cual el material guarda un equilibrio entre el texto y las imágenes, aún así es regido por la fotografía, causando impacto y comprensión visual.



TECHO LANZÓ SU CAMPAÑA 2016 ALERTA POBREZA!

TECHO continúa su trabajo en pro de la superación de la pobreza en nuestro país. Bajo el lema de trabajo de TECHO en nivel latinoamericano y Caribeño, este año lanzó su campaña institucional 2016 **Alerta Pobreza!** lo cual forma la situación de pobreza como una crisis con consecuencias graves, pero considero que el riesgo máximo es que no sea reconocido.

Esta campaña tiene su punto más fuerte en la **ALERTA POBREZA!** donde se llama a la ciudadanía, organizaciones, instituciones, empresas, gobiernos, academia, medios de comunicación, etc. a trabajar unido en la fundación en cuanto a fortalecer los mecanismos en la lucha de la pobreza en la zona de la pobreza en Guatemala, donde también se lanzará la campaña a nivel nacional.

TECHO invita a la ciudadanía a sentirse alertado en esta problemática que afecta a más de 9 millones de guatemaltecos (según INECU 2014).

Recordemos que la pobreza es una situación que no solo afecta económicamente a las personas, también tiene un impacto en que los individuos involucrados carezcan de servicios básicos, educación, atención médica, entre otros. La infección también busca reconocer el papel que tenemos que jugar como sociedad, una invitación a superar juntos la pobreza.

ALERTA POBREZA!

Presentado por Carolina Díaz, Directora Ejecutiva



El lanzamiento de la investigación se enfocó en el personal académico de la Escuela Interamericana de Vivienda y Desarrollo Urbano Sostenible de las Naciones Unidas (EIVUD) en Quito, Ecuador, en octubre del presente año.

El **Dr. Juan José Aguilar** la Director de la Escuela Interamericana de Vivienda y Desarrollo Urbano Sostenible de las Naciones Unidas (EIVUD) en Quito, Ecuador, en octubre del presente año.

TECHO busca generar un diálogo permanente que permita la retroalimentación de los resultados de la investigación para generar una ciudad por venir más sostenible y resiliente. El lanzamiento tuvo lugar el día 26 de octubre en la sede de la EIVUD en Quito, Ecuador. El lanzamiento se dio a conocer a los académicos de la EIVUD y se dio a conocer a los académicos de la EIVUD y se dio a conocer a los académicos de la EIVUD.

El objetivo de la investigación es generar un diálogo permanente que permita la retroalimentación de los resultados de la investigación para generar una ciudad por venir más sostenible y resiliente. El lanzamiento tuvo lugar el día 26 de octubre en la sede de la EIVUD en Quito, Ecuador. El lanzamiento se dio a conocer a los académicos de la EIVUD y se dio a conocer a los académicos de la EIVUD.

Por último TECHO invita a la ciudadanía a reconocer la importancia de la vivienda y el desarrollo urbano sostenible en la construcción de una ciudad por venir más sostenible y resiliente. El lanzamiento tuvo lugar el día 26 de octubre en la sede de la EIVUD en Quito, Ecuador. El lanzamiento se dio a conocer a los académicos de la EIVUD y se dio a conocer a los académicos de la EIVUD.



FIRMA DE CONVENIO CON VICEMINISTERIO DE VIVIENDA

En la ciudad de Quito, Ecuador, el día 26 de octubre del presente año, se firmó el convenio de colaboración entre el Viceministerio de Vivienda y Desarrollo Urbano Sostenible de las Naciones Unidas (EIVUD) y el Viceministerio de Vivienda y Desarrollo Urbano Sostenible de las Naciones Unidas (EIVUD).

El convenio de colaboración tiene como objetivo fortalecer los mecanismos de cooperación entre el Viceministerio de Vivienda y Desarrollo Urbano Sostenible de las Naciones Unidas (EIVUD) y el Viceministerio de Vivienda y Desarrollo Urbano Sostenible de las Naciones Unidas (EIVUD).

El convenio de colaboración tiene como objetivo fortalecer los mecanismos de cooperación entre el Viceministerio de Vivienda y Desarrollo Urbano Sostenible de las Naciones Unidas (EIVUD) y el Viceministerio de Vivienda y Desarrollo Urbano Sostenible de las Naciones Unidas (EIVUD).



CENSO DE ASENTAMIENTOS

TECHO presentó resultados del CENSO DE ASENTAMIENTOS INFORMALES

El **Informe Técnico** sobre los resultados de la investigación del CENSO DE ASENTAMIENTOS INFORMALES, presentado por el equipo de investigación de TECHO, se presentó el día 26 de octubre en la sede de la EIVUD en Quito, Ecuador. El informe técnico tiene como objetivo presentar los resultados de la investigación y generar un diálogo permanente que permita la retroalimentación de los resultados de la investigación para generar una ciudad por venir más sostenible y resiliente.

El informe técnico tiene como objetivo presentar los resultados de la investigación y generar un diálogo permanente que permita la retroalimentación de los resultados de la investigación para generar una ciudad por venir más sostenible y resiliente.

El informe técnico tiene como objetivo presentar los resultados de la investigación y generar un diálogo permanente que permita la retroalimentación de los resultados de la investigación para generar una ciudad por venir más sostenible y resiliente.



HÁBITAT III

TECHO fue parte del Grupo de Expertos en Vivienda y Desarrollo Urbano Sostenible de las Naciones Unidas (EIVUD) en Quito, Ecuador, en octubre del presente año.

El objetivo de la investigación es generar un diálogo permanente que permita la retroalimentación de los resultados de la investigación para generar una ciudad por venir más sostenible y resiliente. El lanzamiento tuvo lugar el día 26 de octubre en la sede de la EIVUD en Quito, Ecuador. El lanzamiento se dio a conocer a los académicos de la EIVUD y se dio a conocer a los académicos de la EIVUD.

El objetivo de la investigación es generar un diálogo permanente que permita la retroalimentación de los resultados de la investigación para generar una ciudad por venir más sostenible y resiliente. El lanzamiento tuvo lugar el día 26 de octubre en la sede de la EIVUD en Quito, Ecuador. El lanzamiento se dio a conocer a los académicos de la EIVUD y se dio a conocer a los académicos de la EIVUD.

El objetivo de la investigación es generar un diálogo permanente que permita la retroalimentación de los resultados de la investigación para generar una ciudad por venir más sostenible y resiliente. El lanzamiento tuvo lugar el día 26 de octubre en la sede de la EIVUD en Quito, Ecuador. El lanzamiento se dio a conocer a los académicos de la EIVUD y se dio a conocer a los académicos de la EIVUD.

6.8.11 Texturas

El uso de texturas fue un elemento visual clave para dotar al documento de identidad guatemalteca. Se diseñaron texturas a partir de la inspiración de tejidos típicos originarios del país. Se extrajo uno de los módulos del patrón original, para luego ser usado como supermódulos (repetición). Estos fueron utilizados con color blanco adaptados al color sólido con el fin de crear una adaptación personalizada que proporciona identidad cultural hacia las comunidades proporcionando una calidad visual al diseño pertinente al material editorial.

Las texturas también fueron utilizadas únicamente en espacios vacíos utilizadas como elemento de relleno.



Proceso de abstracción de módulos para texturas.

6.8.12 Elementos de Apoyo

Se utilizaron elementos de apoyo para complementar y enfatizar relevancia visual a información importante. Estos elementos fueron recuadros de color para frases o bien para pie de fotos.



6.9 PROPUESTA FINAL



TECHO
JUNTOS POR UN MUNDO
SIN POBREZA

¡ELEVA TU MIRADA! HACIA OTRA REALIDAD



Foto por: Gabriela Morataya

Techo.org/ Guatemala





INFORME ANUAL 2016
PROGRAMAS Y PROYECTOS | **TECHO**

78

INFORME ANUAL 2016
PROGRAMAS Y PROYECTOS | **TECHO**

INFORME ANUAL 2016
PROGRAMAS Y PROYECTOS | **TECHO**

Gerencia General
Melissa Leiva

Director Social
Antonio de la Roca

Redacción
Melissa Leiva
Antonio de la Roca
Sofía Narciso
Reneé Seijas
Diego Arana
Sabrina Vega

Fotografía
Libertad Garrido
Diego Arana
Reneé Seijas
Caleb Castillo
Ligia Saquiche
Juan José López

Diseño Editorial
Cindy Gabriela Morataya

Ilustración
Cindy Gabriela Morataya

Esta publicación pertenece a TECHO Guatemala.

Se autoriza la reproducción total o parcial del contenido, siempre y cuando este no sea alterado, se asignen los créditos y no sea empleado con fines comerciales. Informe realizado en Guatemala.

*Para citar el informe:
TECHO-Guatemala. (2016). Informe Anual 2016, Programas y Proyectos. Guatemala. Autor



127

2

3

CARTA DE PRESENTACIÓN

Compañero Lector,

Es para la familia de TECHO Guatemala un verdadero orgullo presentar el trabajo realizado durante el año 2016, las cifras de un año como este pueden mostrar un año exitoso y esto es motivo de celebración! La invitación es también a que recordemos la esencia del trabajo, pues es gracias a la participación de cientos de voluntarios, vecinos, líderes comunitarios, donantes, empresarios y otros actores de la sociedad, que podemos decir que todos esos logros, que en algún momento vimos como retos, fueron cumplidos.

En este 2016 mantuvimos siempre como horizonte el aportar a la superación de la pobreza, estando fielmente comprometidos con la búsqueda de justicia social para todos los guatemaltecos. Sabemos muy bien que es un reto difícil de alcanzar, pero estamos seguros que con optimismo y convicción podemos eliminar las brechas de desigualdad e indiferencia que se viven en nuestra sociedad y que a su vez perpetúan las condiciones de miseria en la que viven millones de personas. Es por esto, que nuestro trabajo está inspirado en el trabajo comunitario, el fomento de liderazgos, la concientización de los jóvenes universitarios y el poder denunciar la realidad de la pobreza a través de la investigación y el trabajo horizontal junto a las comunidades y sus líderes comunitarios.

Que el recuerdo de este 2016 nos haga reflexionar en que un cambio en nuestra sociedad es necesario, empezando por nuestra familia, nuestra universidad, nuestros círculos de amigos y nuestro trabajo. Es necesario que busquemos congruencia y consecuencia con la realidad de nuestro país y para lograr estos cambios es necesaria voluntad y persistencia, elementos básicos de todo ser humano, en especial los jóvenes, es por eso que somos los llamados a actuar hoy para que el mañana nos sorprenda.

Un fraternal abrazo
Melissa Leiva y Antonio de la Roca

CONTENIDO

INFORME ANUAL 2016



1 ASÍ SOMOS

TECHO.....	8
Visión.....	8
Misión.....	8
Objetivos Estratégicos.....	9
Valores.....	10
Principios del Modelo de Trabajo.....	11
Modelo de Trabajo.....	13
Etapas del Modelo de Trabajo.....	15

¡Primera Construcción!	
Taracena.....	44
Becas para Taller de Mecánica	
Automotriz, Santo Domingo.....	45
Sedes Comunitarias.	
Vuelta Grande.....	46
Létrinas de Pozo Ciego.	
Vuelta Grande.....	47
Parque Infantil, Paquisiq.....	48



2 DESARROLLO COMUNITARIO

Programas y Proyectos.....	22
Programa Vivienda.....	24
Proyectos.....	28
Sumario de Proyectos.....	34
Sede Comunitaria, Cinco de	
Noviembre.....	34
Pavimentación, Santa Rita.....	35
Recuperación de Aulas,	
Paquisiq.....	35
Encuestamiento,	
Nueva Santa Rosa.....	36
Resultados ECH, El Bordo.....	37
Taller Derechos y Obligaciones	
de los niños, Santa Fé.....	38
Fiesta de cierre,	
Manuel Colom Argueta.....	38
Escuela de Encuestamiento,	
las escobas.....	39
Proyectos, Taracena	
Taller de Seguridad Alimentaria,	
Nueva Paquisiq.....	40
Encuentro Nacional de Gestión	
Comunitaria.....	40
Jornada de Formación para	
Equipos de Comunidad.....	41
Iniciamos Proceso,	
San Carlos Miramar.....	41
Guardería comunitaria,	
Las Mercedes.....	42
Captadores de Agua,	
Panmache V Alto.....	43
Segunda Jornada de Formación	
para Equipos de Comunidad.....	43

3 CONCIENCIA Y ACCIÓN SOCIAL

Campaña Institucional 2016	
/ Colecta TECHO.....	52
Campaña Universitaria 2016	
/ Noche Sin TECHO.....	54
Encuentro Nacional de Líderes	
Comunitarios ENAL 2016.....	56



4 INCIDENCIA EN LA POLÍTICA

CENSO de Asentamientos.....	60
Firma convenio con VMV.....	63
Habitat III.....	66

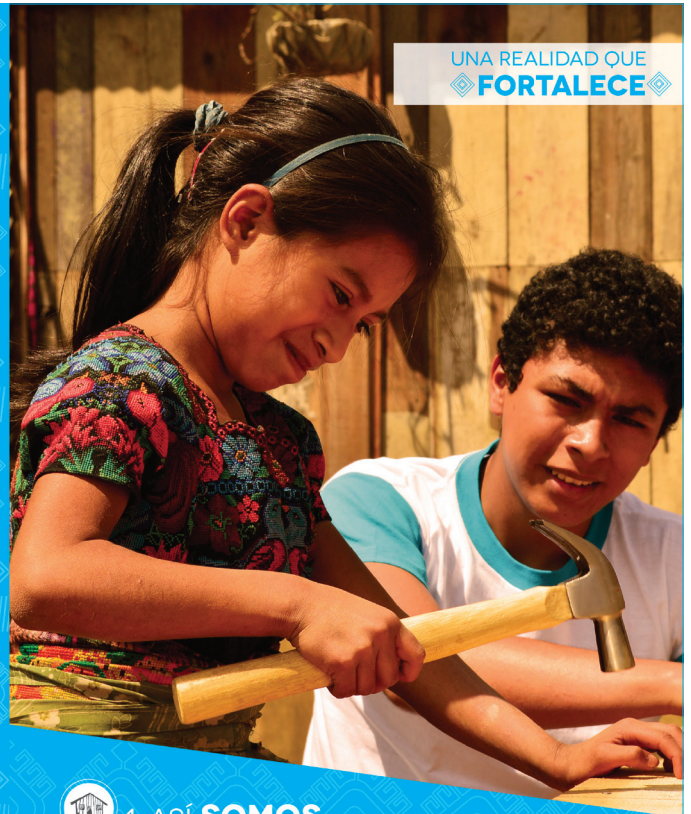


5 CIMIENTOS POR UN MUNDO SIN POBREZA

TECHO en Números.....	73
-----------------------	----

6 AGRADECIMIENTOS

UNA REALIDAD QUE
FORTALECE



1. ASÍ SOMOS

8

9



TECHO es una organización latinoamericana que tiene como visión trabajar por una sociedad justa y sin pobreza, donde todas las personas tengan las oportunidades para desarrollar sus capacidades y puedan ejercer y gozar plenamente sus derechos. Nuestra misión es trabajar en asentamientos precarios para superar la pobreza, a través de la formación y acción conjunta de sus pobladores y jóvenes voluntarios, fomentando el desarrollo comunitario de las comunidades más excluidas del continente.

La labor que TECHO desarrolla en conjunto con los asentamientos constituye un componente fundamental de su estrategia institucional, siendo su motor esencial la acción conjunta de sus pobladores y jóvenes voluntarios, quienes trabajan para generar soluciones concretas a la problemática de la pobreza.

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.

MISIÓN

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

10

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

1

FOMENTAR EL DESARROLLO COMUNITARIO

A través de un proceso de fortalecimiento de la comunidad, que desarrolle liderazgos validados y representativos, y que impulse la organización comunitaria, la autogestión, la vinculación a redes y la participación de miles de pobladores de asentamientos para la generación de soluciones a sus problemáticas.

2

PROMOVER LA CONCIENCIA Y ACCIÓN SOCIAL

Promover la información y participación social de todos los comunitarios y voluntarios con especial énfasis en la masificación del voluntariado crítico y propositivo trabajando en terreno con los pobladores de los asentamientos e involucrando a distintos actores de la sociedad en el desarrollo de soluciones concretas para erradicar la pobreza.

3

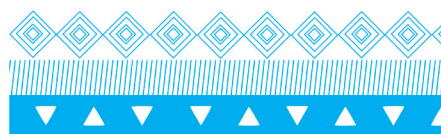
INCIDIR EN LA POLÍTICA

Participar en espacios de toma de decisión y compartir los derechos de los pobladores. Esto, a través del trabajo constante de miles de jóvenes voluntarios en las comunidades y la acción de sus pobladores para el desarrollo de programas innovadores y con alto impacto social.

11

7	ASIGNACIÓN DE LAS FAMILIAS PARA CONSTRUCCIÓN DE VIVIENDAS DE EMERGENCIA a. Entrega de documentos de las familias b. Firma de acta de compromiso o convenio c. Recaudo d. Adecuación de terrenos
8	PRE CONSTRUCCIÓN a. Asambleas pre construcción b. Acompañamiento pre construcción c. Descarga comunitaria de materiales
9	CONSTRUCCIÓN a. Construcción de viviendas de emergencia b. Actividades de proyección comunitaria
10	POST CONSTRUCCIÓN a. Evaluación post construcción b. Socialización de la información generada a través de la encuesta de caracterización de hogares c. Iniciativas y proyectos comunitarios
11	CONFORMACIÓN DE LA MESA DE TRABAJO
12	DIAGNÓSTICO COMUNITARIO PARTICIPATIVO a. Levantamiento de información y sistematización b. Reuniones de diagnóstico (grupos focales, ecomapas, entrevistas, árbol de problemas)

13	CONSOLIDACIÓN DE LA MESA DE TRABAJO a. Descripción de la Mesa de Trabajo b. Inicio de la Mesa de Trabajo c. Selección de los pobladores que conformarán la Mesa de Trabajo
14	PLAN DE ACCIÓN DE LA MESA DE TRABAJO a. Elaboración del Plan de acción b. Programas TECHO c. Desarrollo de proyectos y programas d. Evaluación de resultados y procesos e. Renovación o cierre del periodo de trabajo
15	SOLUCIONES DEFINITIVAS a. Desarrollo de Hábitat b. Diagnóstico c. Proyectos e iniciativas



VALORES

SOLIDARIDAD

Es una empatía fundamental con la suerte de las familias más excluidas, que nos mueve a querer estar y trabajar junto a ellos, a compartir sus dificultades y anhelos, a aprender de sus capacidades y perseverancia, y a denunciar todo aquello que los margina y no les reconoce sus derechos fundamentales como seres humanos.

CONVICCIÓN

Superar la pobreza e injusticia en nuestro continente si es posible, y esta certeza nos da la determinación para trabajar sin descanso y junto a otros para lograrlo, poniéndonos metas altas y desafiantes, y asumiendo los riesgos necesarios para ir más allá de todos los fatalismos que nos rodean.

EXCELENCIA

Todo nuestro trabajo debe ser de alta calidad pues va dirigido a los que menos tienen: es riguroso, puntual, siempre creativo e innovador, respetuoso de los compromisos, perseverante ante las dificultades, inteligente para reconocer errores y corregirlos, y proactivo para buscar siempre con agilidad propuestas de solución a los problemas que se presentan.

DIVERSIDAD

Todos los jóvenes tienen en TECHO un espacio, independiente de procedencias étnicas o sociales, creencias religiosas, opciones políticas u orientación sexual, pues estamos seguros que nuestras diferencias son una riqueza para sumar esfuerzos en aquello que nos une: la lucha contra la extrema pobreza en nuestro continente.

OPTIMISMO

Miramos el futuro con esperanza, no con ingenuidad, pues creemos que la injusticia que hoy vemos sí es posible derrotarla, y avanzamos hacia ese futuro trabajando con alegría, pues como jóvenes reconocemos el privilegio de entregar nuestras vidas por hacer de nuestro mundo un lugar más humano para todos.

PRINCIPIOS DEL MODELO DE TRABAJO CON LAS COMUNIDADES

1. MASIVIDAD

La masividad es una característica fundamental de TECHO que se ve reflejada en la movilización de miles de jóvenes voluntarios y pobladores, en el trabajo constante y creciente en asentamientos y en el involucramiento de todos los actores de la sociedad. TECHO busca generar un impacto significativo en las comunidades y en la sociedad, lo cual implica implementar soluciones masivas que contribuyan a una mayor cobertura de la problemática y pongan en evidencia las condiciones en las que viven miles de familias en Latinoamérica. Cabe resaltar que este trabajo masivo debe ser de calidad, asegurando excelencia e impacto en cada uno de los programas y acciones realizadas.



2. PARTICIPACIÓN



La participación puede ser definida como "un proceso social por medio del cual la población organizada accede conscientemente a la toma de decisiones en las cuales está involucrada, con miras al Bien Común" (Macías R., 2009). Así, la participación es un proceso que implica la presencia activa de cada ciudadano en la toma de decisiones para las transformaciones sociales, donde el individuo se convierte en sujeto protagonista, capaz de incidir en la transformación de su entorno. TECHO busca una intervención participativa, procurando que los proyectos y programas promuevan la organización comunitaria y la movilización e involucramiento de todos los pobladores para el mejoramiento de su calidad de vida y el fortalecimiento de la comunidad. La acción voluntaria es un componente clave de la participación en su dimensión ciudadana, contribuyendo a fortalecer la democracia y formando agentes de cambio en la sociedad.

3. TRANSPARENCIA



La transparencia "es un atributo o cualidad que permite tener más información clara y precisa sobre una persona o algo, lo que redundaría en el aumento de nuestras capacidades de comprensión, vigilancia y comunicación" (Naessens, 2012). La transparencia en el trabajo con las comunidades se ve reflejada en las actitudes, prácticas y procesos que lideran los voluntarios y pobladores, y que constituyen la base fundamental para una relación horizontal, fluida y beneficiosa. Es importante brindar una adecuada explicación sobre los criterios para la toma de decisiones y ofrecer información oportuna a la comunidad.

Corresponsabilidad implica una responsabilidad compartida entre dos o más partes de manera que todos asumen las consecuencias de una actuación determinada. La corresponsabilidad es consecuencia del trabajo conjunto y de la integración horizontal entre voluntarios y pobladores. De esta manera, se entiende que no basta con el compromiso de una u otra parte, sino que todos deben desempeñar el rol que les corresponda para lograr los objetivos. La corresponsabilidad implica una conciencia de colectividad, donde todo lo que el individuo hace tiene efecto en otros y lo que otros hacen tiene efecto en el individuo. De esta manera se fortalece el sentido comunitario y el entendimiento de la ciudadanía.



A. CORRESPONSABILIDAD

5. SOSTENIBILIDAD



Como institución, TECHO procura desarrollar una intervención de calidad y a largo plazo, asegurando beneficios reales y de impacto para las comunidades. TECHO busca que sus programas sean ejecutados responsablemente, mediante procesos de planificación, ejecución y evaluación de la gestión. Asimismo, se hace necesaria la sistematización de información, datos, experiencias y aprendizajes para mejorar constantemente la intervención y hacerla sostenible.



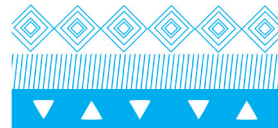
MODELO DE TRABAJO

TECHO impulsa un proceso continuo de fortalecimiento de la comunidad, considerando el desarrollo comunitario como eje transversal del trabajo en asentamientos.

En una primera fase, los voluntarios identifican y caracterizan las condiciones de vulnerabilidad de los hogares y asentamientos con el apoyo de pobladores, referentes de la comunidad y otros actores influyentes, impulsando desde un inicio la organización, participación y corresponsabilidad de la comunidad.

TECHO genera un diagnóstico y a través de espacios participativos desarrolla soluciones concretas para enfrentar las necesidades identificadas.

La precariedad habitacional es uno de los problemas prioritarios y urgentes de los asentamientos, por lo que TECHO empieza este proceso de desarrollo comunitario construyendo viviendas de emergencia. Esta vivienda es una solución concreta y realizable al corto plazo, que se construye a partir del trabajo conjunto de voluntarios y pobladores, manteniendo en todo el proceso un enfoque comunitario, que promueve la organización y participación de la comunidad.



Posteriormente, TECHO conforma la Mesa de Trabajo, instancia semanal de reunión y diálogo entre líderes comunitarios y jóvenes voluntarios, a partir de la cual se identifican otras necesidades prioritarias y se desarrollan proyectos para enfrentarlas. Además, como parte del trabajo realizado por voluntarios y la Mesa de Trabajo, TECHO desarrolla programas que la complementan y la potencian, los principales son:

- **Educación:** Iniciativas educativas para niños, jóvenes y adultos.
- **Trabajo:** Capacitación en oficios básicos, formación sociolaboral y apoyo para el desarrollo de emprendimientos.
- **Fondos concursables para desarrollo de proyectos comunitarios.**
- **Salud:** Iniciativas para la prevención y promoción de la salud integral de los asentamientos.
- **Materia Legal:** Información y asesoría para el abordaje de temas jurídicos relacionados con los proyectos comunitarios.

TECHO promueve la vinculación a redes para potenciar los programas mencionados y para desarrollar otros proyectos que contribuyan a la generación de soluciones comunitarias integrales. Estas soluciones potencian las capacidades individuales y colectivas de autogestión en la comunidad e involucran a los voluntarios en un proceso de sensibilización y concientización en torno a la pobreza y sus causas, que los lleva a actuar y movilizarse para generar cambios reales.

Como última fase del modelo, se busca implementar soluciones definitivas en los asentamientos precarios, como la regularización de la propiedad, servicios básicos, vivienda, infraestructura comunitaria y desarrollo local.

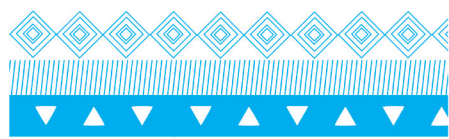


ETAPAS DEL MODELO DE TRABAJO

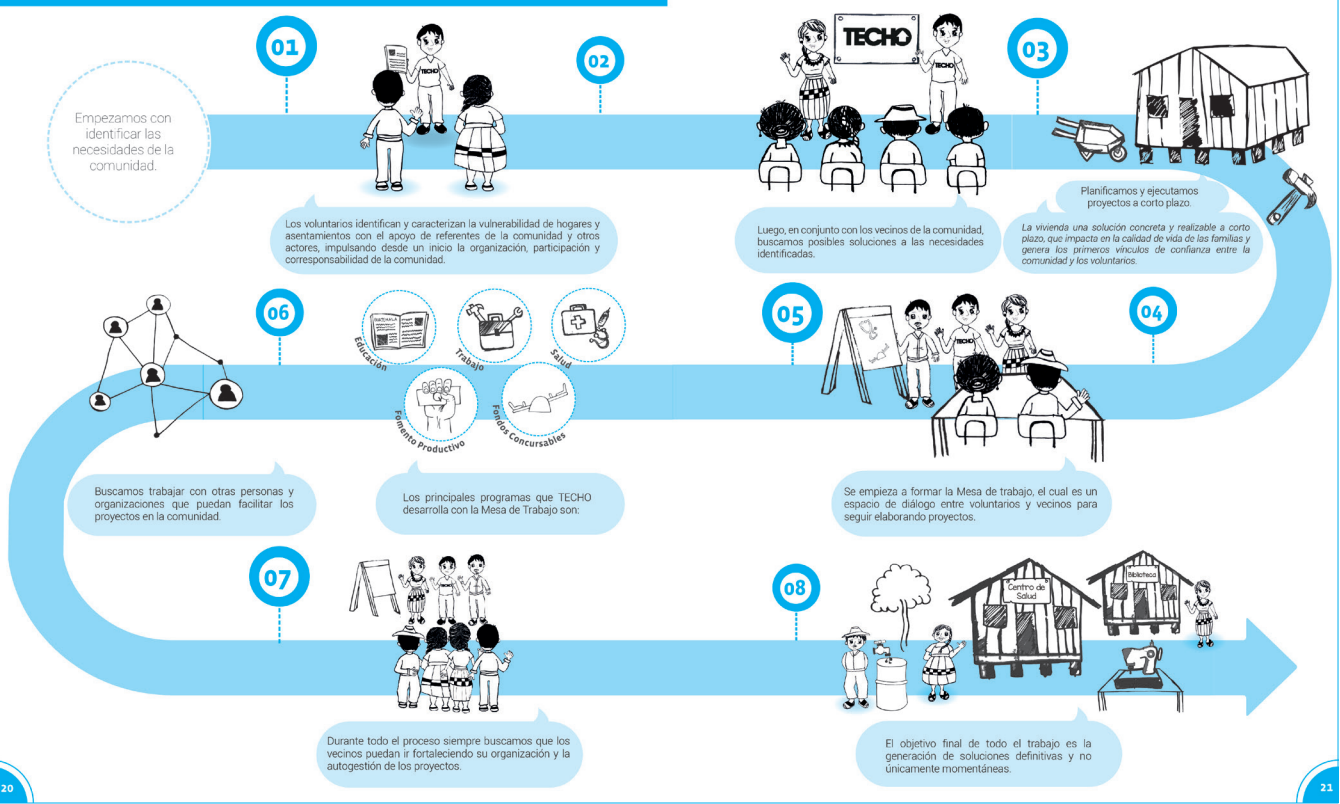
- 1 INVESTIGACIÓN INICIAL PARA SELECCIÓN DE COMUNIDADES**
- 2 RECONOCIMIENTO DE ASENTAMIENTOS**
 - a. Visita a los asentamientos
 - b. Contacto con la municipalidad u otras redes
- 3 ASAMBLEAS INICIALES**
 - a. Presentación de TECHO
 - b. Solicitud de la comunidad
- 4 SELECCIÓN DE COMUNIDADES**
 - a. Deliberación de apertura
 - b. Respuesta a la comunidad
- 5 ENCUESTAMIENTO Y SISTEMATIZACIÓN**
 - a. Proceso de encuestamiento
 - b. Sistematización de la información
- 6 SELECCIÓN DE LAS FAMILIAS**
 - a. Análisis cuantitativo
 - b. Deliberación de familias asignables
 - c. Socialización de la información

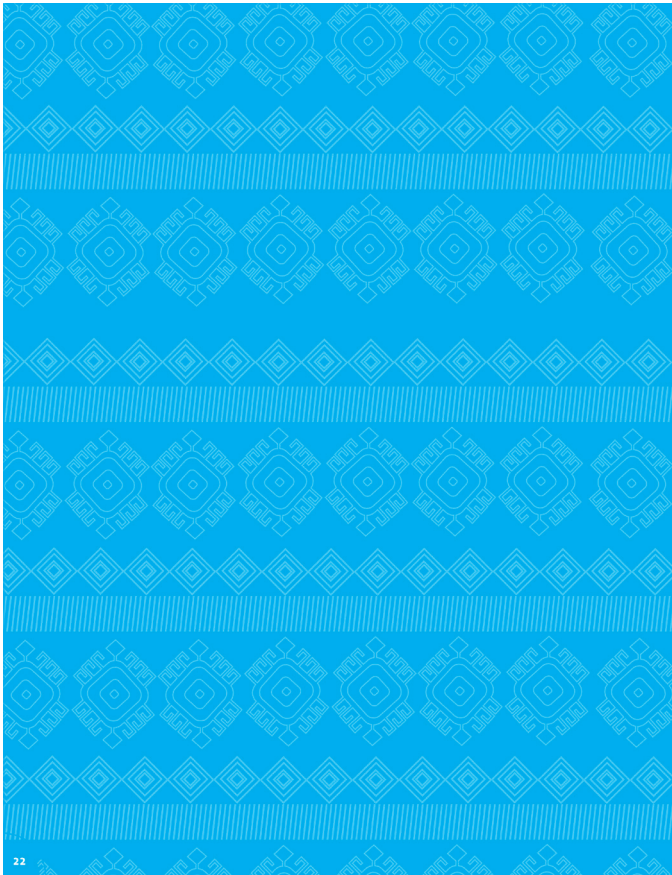
7	ASIGNACIÓN DE LAS FAMILIAS PARA CONSTRUCCIÓN DE VIVIENDAS DE EMERGENCIA a. Entrega de documentos de las familias b. Firma de acta de compromiso o convenio c. Recaudo d. Adecuación de terrenos
8	PRE CONSTRUCCIÓN a. Asambleas pre construcción b. Acompañamiento pre construcción c. Descarga comunitaria de materiales
9	CONSTRUCCIÓN a. Construcción de viviendas de emergencia b. Actividades de proyección comunitaria
10	POST CONSTRUCCIÓN a. Evaluación post construcción b. Socialización de la información generada a través de la encuesta de caracterización de hogares c. Iniciativas y proyectos comunitarios
11	CONFORMACIÓN DE LA MESA DE TRABAJO
12	DIAGNÓSTICO COMUNITARIO PARTICIPATIVO a. Levantamiento de información y sistematización b. Reuniones de diagnóstico (grupos focales, ecomapas, entrevistas, árbol de problemas)

13	CONSOLIDACIÓN DE LA MESA DE TRABAJO a. Descripción de la Mesa de Trabajo b. Inicio de la Mesa de Trabajo c. Selección de los pobladores que conformarán la Mesa de Trabajo
14	PLAN DE ACCIÓN DE LA MESA DE TRABAJO a. Elaboración del Plan de acción b. Programas TECHO c. Desarrollo de proyectos y programas d. Evaluación de resultados y procesos e. Renovación o cierre del periodo de trabajo
15	SOLUCIONES DEFINITIVAS a. Desarrollo de Hábitat b. Diagnóstico c. Proyectos e iniciativas



MODELO DE TRABAJO TECHO





UNA REALIDAD QUE
DA VALOR



2. DESARROLLO **COMUNITARIO**

PROGRAMAS Y PROYECTOS

ÁREA DE PROGRAMAS Y PROYECTOS TECHO

Programas y Proyectos surgió en el año 2014, a raíz de la reestructuración del área social. Programas y Proyectos es el área encargada de gestionar, diseñar y formular proyectos o programas que resuelvan las necesidades de las comunidades en donde trabajamos. Soluciones sostenibles, funcionales y factibles que satisfagan la necesidad de hábitat, buscando aportar desarrollo comunitario realizando el diseño y gestión de programas o proyectos de manera participativa.

Durante el año 2015, Techo se encontró con un gran banco de proyectos de infraestructura, en los cuales decidimos iniciar debido a la gran demanda de las comunidades; proyectos que responden a las necesidades de hábitat de las comunidades con las que trabajamos. Principalmente proyectos que responden a necesidades en temas de salud, educación, drenajes, agua y accesos.

En la visión de poder atender nuevas necesidades para las comunidades se inició con la formulación de varios proyectos desde la dirección.

Paralelo a esto se tenía la idea de poder dar los primeros pasos para la formulación de un nuevo programa, cuya temática aunque no estaba clara, se inclinaba por el fomento productivo y el acompañamiento escolar.

El programa de vivienda se encontraba en la culminación del diseño de un modelo de vivienda junto con la firma de arquitectura Piegatto; módulo de vivienda diseñado con el fin de atender espacios muy reducidos en las áreas urbanas.





PROGRAMA DE VIVIENDA

Buscamos superar la pobreza por medio de la acción conjunta de vecinos y jóvenes voluntarios, al identificar necesidades en los asentamientos podemos continuar en la búsqueda de soluciones a las problemáticas comunitarias. El Programa de Vivienda se plantea como un proceso establecido que TECHO promueve como un motor de conciencia para los vecinos y voluntarios promoviendo un proceso de dignidad para las familias que viven en condiciones precarias.

“ Más allá de construir viviendas, buscamos construir conciencia, ciudadanía y empatía en los que podemos ser parte de la experiencia. Muchos hemos vivido un encuentro transformados y hemos partido a reflexionar sobre la pobreza y desigualdad pero también de cómo juntos podemos hacer pequeños enormes cambios.”

1. PRE CONSTRUCCIÓN

Fortalecimiento de la participación y organización comunitaria entorno a la actividad de construcción. La construcción implica el uso de espacios públicos en la comunidad, la movilización masiva de voluntarios en su interior y la necesidad de apoyo entre pobladores, considerando mínimos de seguridad.

Asambleas pre-construcción.

Presentación a la comunidad sobre la jornada de construcción, estableciendo responsabilidades y objetivos de la misma. Se busca generar organización y corresponsabilidad respecto a las construcciones, además de incentivar la solidaridad entre pobladores. Estas asambleas además deben preparar a las familias para la jornada de construcción, por medio de una capacitación formativa y constructiva de la vivienda. Se busca planificar en conjunto con los pobladores otras actividades de proyección comunitaria que puedan realizarse durante la construcción, como por ejemplo actividades deportivas, culturales o recreativas, almuerzos comunitarios, actividades dirigidas a los niños, entre otras.

Asesoramiento comunitario pre-construcción

Prende generar un acompañamiento y apoyo por parte de la comunidad y de TECHO a las familias asignadas en relación a los compromisos asumidos, como la adecuación de los terrenos, el proceso de pago de la vivienda y otros temas logísticos. Cabe señalar que la comunidad no está autorizada a recibir dinero en efectivo, sino a guiar el proceso de pago.



Asambleas comunitarias por parte de la comunidad y los voluntarios de TECHO

Descarga comunitaria de materiales

Participación de la comunidad en la descarga de los materiales para la construcción de viviendas. Es muy positivo que además de las familias asignadas se involucren en esta actividad otras familias de la comunidad, generando un sentimiento colectivo y un espacio de integración para la comunidad.

Los equipos de TECHO dirigen la logística que implica llevar los paneles y otros materiales necesarios para la construcción a los centros de acopio o terrenos previamente establecidos. Es deber de la comunidad apoyar esta jornada de descarga y asegurar que los materiales se mantengan en buenas condiciones hasta la fecha de la construcción.



Vecinos y voluntarios participando en la descarga de los materiales para la construcción de viviendas

2. CONSTRUCCIÓN

Construcción de viviendas de emergencia. El proceso constructivo se lleva a cabo con la participación de voluntarios, familias beneficiarias y otros pobladores del asentamiento. La construcción genera los primeros vínculos de confianza y compromiso entre TECHO y las comunidades, al ser una solución concreta, tangible y realizable al corto plazo.

La formación de los voluntarios y pobladores que participan de la construcción es parte importante de la etapa constructiva, siendo una instancia en donde se realiza un trabajo conjunto y horizontal, y se reflexiona acerca de la problemática de la pobreza y de la realidad que se vive en los asentamientos precarios.

Actividades de proyección comunitaria.

Estas actividades se realizan durante la construcción y buscan generar participación, cohesión e integración en la comunidad, contribuyendo a que la construcción de viviendas de emergencia se enmarque como una actividad de interés colectivo y a la preparación de la comunidad para posteriores acciones que impliquen organización e involucramiento por parte de los pobladores.



Vecinos y voluntarios trabajando de forma conjunta en la construcción de viviendas de emergencia para las familias de las comunidades

PROYECTOS

Para complementar y apoyar las iniciativas de la Mesa de Trabajo, TECHO desarrolla proyectos que son ejecutados por voluntarios de la organización en conjunto con pobladores de la comunidad. Estos proyectos responden a necesidades recurrentes identificadas en los asentamientos y corresponden a los siguientes temas:

EDUCACIÓN



Los proyectos de educación buscan impactar positivamente la educación de niños/as, jóvenes y adultos/as mediante la generación de oportunidades educativas dentro de los asentamientos. Desde una visión integral de la educación, entendida como un proceso que se extiende más allá de la educación formal tradicional y como un medio para la realización integral de la persona, se desarrollan programas como: Apoyo Educativo, Talleres de arte, Alfabetización para adultos, Inglés, entre otros.

TRABAJO



Los proyectos relacionados con el trabajo apuntan a contribuir con la inserción laboral, el desarrollo de capacidades técnicas y de formación laboral, y el fortalecimiento o desarrollo de negocios que aumenten el ingreso familiar. Los programas que se desarrollan son los de Microcréditos y Capacitación en Oficios. El primero, enfocado en el fortalecimiento o desarrollo de negocios y emprendimientos mediante asesoría en la administración de los mismos y créditos grupales. El segundo, enfocado en la capacitación técnica y el desarrollo de habilidades de empleabilidad que aumenten las posibilidades de insertarse en un empleo.

SALUD



Voluntarios y líderes comunitarios desarrollan proyectos enfocados en temas de salud que aportan a la prevención de enfermedades, la promoción de prácticas saludables y/o la disminución de riesgos que ponga en peligro la salud de las personas de los asentamientos.

JURÍDICO/LEGAL



Los proyectos legales funcionan cuando una comunidad tiene necesidad o interés de informarse y aprender de temas legales para resolver sus situaciones, relacionarse con la institucionalidad local y/o nacional y defender sus derechos en procesos legales o haciendo uso de los medios adecuados.

FONDOS CONCURSABLES



Los fondos concursables o Fontechos constituyen una fuente de financiamiento para un porcentaje del costo total de algunos proyectos comunitarios. La comunidad debe realizar procesos de diálogo, organización y gestión colectivos y además, vincularse a diferentes redes para lograr acceder al financiamiento de sus proyectos. Esta herramienta tiene un valor destacable en el trabajo de TECHO, pues permite a la MdT fortalecer las capacidades comunitarias de identidad, participación, organización, vinculación a redes y autogestión de manera integral y efectiva.

MEDIO AMBIENTE E INICIATIVAS DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA



Los proyectos relacionados con el medio ambiente buscan reducir la vulnerabilidad ambiental que enfrentan las comunidades y a la vez, generar espacios educativos para el cuidado del medio ambiente. Por otra parte, los programas relacionados con iniciativas agrícolas, aportan a la seguridad alimentaria de las familias mediante el aprendizaje del cuidado de sus propias huertas o cultivos a bajo costo, con métodos no tradicionales y en conjunto con sus vecinos y vecinas, lo cual a su vez fortalece los lazos de confianza y solidaridad comunal.

Estos proyectos son herramientas que apuntan al fortalecimiento de capacidades individuales, familiares y/o comunitarias, por medio de acciones sistematizadas que abordan un tema específico. Deben adaptarse a las características de cada comunidad, siendo siempre su principal objetivo el colaborar con la solución que la comunidad pretende dar a un problema o con el recurso que pretende aprovechar o potenciar.

Para cumplir con este objetivo, es indispensable que cumplan los siguientes criterios:

- Respondan a necesidades identificadas en el diagnóstico participativo.
- Se desarrolle en conjunto y en total coordinación con la Mesa de Trabajo.
- Se desarrollen de acuerdo a la capacidad de liderazgo, gestión, articulación y coordinación de la Mesa de Trabajo.

DESARROLLO DE PROYECTOS Y PROGRAMAS

Durante el periodo de trabajo establecido, cada Mesa de Trabajo lleva a cabo su Plan de Acción, desarrollando las estrategias planteadas para cumplir sus objetivos. El monitoreo constante del plan de acción, permite a la Mesa desarrollar sus proyectos y estar al tanto de las razones que benefician o limitan el cumplimiento del mismo.

Además, es importante que dentro del desarrollo de proyectos y programas, se realicen ciertas actividades fundamentales que deben formar parte del cronograma, estas actividades son las siguientes:

A. ASAMBLEAS COMUNITARIAS

Las asambleas comunitarias durante el desarrollo del Plan de Acción son fundamentales, ya que permiten un diálogo abierto y permanente de la MdT con la comunidad en su conjunto y éste, a su vez, retroalimenta y actualiza el trabajo de la Mesa respecto de la realidad comunitaria. Las asambleas comunitarias deben realizarse, entre otras cosas, para:

• Tomar decisiones comunitarias

La toma de decisiones que afectan a la mayoría de la comunidad deben ser abordadas en asamblea, de manera que todas las personas cuenten con la misma información, tengan espacio para exponer su punto de vista y se sientan parte de la decisión que se tome.

• Informar a la comunidad sobre la evolución de la MdT

Es de vital importancia que la comunidad entera conozca el trabajo que la MdT está desarrollando, los avances y logros alcanzados y las dificultades enfrentadas. Esta comunicación va a permitir que la comunidad comparta, valide y se involucre en el trabajo y además que comprenda la evolución del mismo.

• Transmitir a la comunidad cualquier información proveniente de instituciones estatales u otras fuentes de interés colectivo.

Para que la MdT tenga la validación necesaria como interlocutora entre la comunidad y las diferentes redes con las que se relaciona es clave que toda la información extraída sea comunicada de manera transparente y en el tiempo adecuado.



B. Jornadas de equipo.

La Mesa de Trabajo es un equipo, en tanto que personas con intereses diversos se reúnen y trabajan en conjunto para alcanzar objetivos comunes. Y, como todo equipo, es indispensable que tengan espacios de crecimiento colectivo y de formación conjunta. Estos espacios pueden darse dentro o fuera de la comunidad y deben perseguir objetivos claros de integración o desarrollo de habilidades y capacidades individuales o grupales, tales como: herramientas de gestión (roles de una junta directiva, planeación, evaluación, conocimiento de la institucionalidad local, etc.), resolución alternativa de conflictos (RAC), comunicación asertiva, empoderamiento, capacidades comunitarias, entre otros. En todos los casos, los temas a desarrollar deben corresponder a los intereses o necesidades del grupo y adecuarse al tiempo de los participantes.

C. Evaluación de procesos y resultados.

La evaluación del trabajo de Habilitación Social incluye la evaluación interna que cada Mesa de Trabajo debe hacer acerca de su funcionamiento en cada periodo de trabajo y la evaluación de impacto de cada uno de los programas desarrollados.

D. Evaluación de la Mesa de Trabajo.

Es indispensable que semestralmente la MdT realice una evaluación de su trabajo, en la que pueda analizar el cumplimiento o avance de sus objetivos y proyectos. Esta evaluación debe generar un informe dirigido a la comunidad, en el cual se detallen los principales logros y aprendizajes de la MdT durante su gestión y los próximos proyectos que se espera desarrollar. Puede desarrollarse a través de un FODA y de la comparación entre los objetivos planteados y las metas alcanzadas.

E. Evaluación de los programas desarrollados.

Con el objetivo de medir el cumplimiento de los objetivos de cada programa y el impacto de cada uno en los pobladores que participan en ellos. Los programas que cuentan actualmente con un proceso de evaluación de impacto son los siguientes: Microcréditos, Capacitación en oficios y Apoyo educativo (También llamado refuerzo o apoyo escolar)

F. Renovación o cierre del periodo de trabajo.

Al finalizar un periodo de trabajo de la Mesa de Trabajo en una comunidad, que puede ser de un semestre o -idealmente- de un año, es indispensable realizar la evaluación detallada en el apartado anterior. Esta evaluación permite a la comunidad, en asamblea, tomar la decisión de continuar el trabajo en un nuevo periodo o finalizar el trabajo conjunto con TECHO.

En caso de que la decisión comunitaria sea la continuación del trabajo y que no exista un grupo organizado con el cual se trabaja directamente, debe elegirse el nuevo grupo que conformará la Mesa de Trabajo, ya sea por elección democrática o por invitación abierta. Es importante que exista un periodo de traspaso entre los integrantes de la Mesa de Trabajo anterior y la nueva que se conforma, para que haya continuidad en los procesos y en los proyectos.

Es de suma importancia que la Mesa de Trabajo tenga proyectos u objetivos claros por alcanzar en cada periodo, pues el cumplimiento, avance o estancamiento de los mismos es lo que permite evaluar la importancia, pertinencia e interés de continuar el trabajo conjunto.

- Acceso a infraestructura de ciudad, como calles pavimentadas, alumbrado público, cercanía a transporte público, colegios y hospitales.
- Espacios habitables, con dimensiones y materiales adecuados, asegurando un alto estándar técnico y espacios colectivos adecuados.
- Asegurar que la solución en el tiempo sea inversión pública y no gasto social, identificando atributos que agreguen valor y plusvalía.
- Comunidades organizadas en base a sus necesidades colectivas, capaces de resolver sus problemas.

Es importante adaptar esta propuesta de trabajo a las características locales de cada país e integrar las oportunidades que el contexto político pueda entregar, siempre fomentando la organización comunitaria al interior del asentamiento y vinculando a los pobladores con los diferentes actores que les permitirán, a partir de un trabajo conjunto, transformar el asentamiento en un barrio integrado social y territorialmente.

SOLUCIONES DEFINITIVAS

Esta etapa promueve la implementación de soluciones definitivas en los asentamientos precarios, relacionadas a la transferencia del patrimonio y el hábitat adecuado. Para esto hay que tener claro primero el contexto territorial donde se emplazan los asentamientos y un conocimiento legal, urbanístico y social de la comunidad.

La comprensión del problema nos lleva a identificar al menos seis temas específicos con los cuales podemos trabajar:

- Regularización de la propiedad para la seguridad jurídica de los terrenos. - Acceso a servicios básicos de manera regular y formal.



familias de las comunidades



SUMARIO DE PROYECTOS

SEDE COMUNITARIA, CINCO DE NOVIEMBRE



El equipo de comunidad trabajando en conjunto con los vecinos de Cinco de Noviembre.

En Cinco de Noviembre, zona 18, ejecutamos junto a la comunidad nuestro proyecto inicial en el mes de abril. El proyecto consistió en la reconstrucción de la sede comunitaria, que hoy es un espacio seguro gracias al apoyo de vecinos y voluntarios. Allí conocimos caras nuevas que poco a poco se han sumado a nuestras reuniones de planificación. De la misma manera, documentamos todo el proceso de inserción con tal de que exista un documento formal sobre nuestro trabajo y experiencias en la comunidad.

PAVIMENTACIÓN, SANTA RITA



Vecinos de Santa Rita trabajando en la pavimentación de la entrada de acceso

En Santa Rita, zona 7 trabajamos junto a los vecinos nuestro proyecto inicial en el mes de abril. Este consistió en la pavimentación del acceso de entrada a la comunidad que solía ser de tierra y dificultaba el acceso de los vecinos. Ahora, en temporada de lluvia los vecinos tendrán un camino de fácil acceso sin lodo y hoyos! Logramos gestionar la donación de todos los materiales y el día de ejecución tuvimos una alta participación de los vecinos. Todo este proceso lo documentamos y ahora para luego realizar nuestros siguientes dos proyectos: Un Taller Automotriz y la Construcción de 12 viviendas en julio.

RECUPERACIÓN DE AULAS, PAQUISIC



Proyecto finalizado, aulas Paquisic.

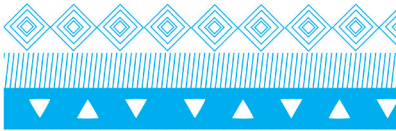
Los vecinos Mayas Quichés de la comunidad Antigua Paquisic, y voluntarios de TECHO reconocen que la educación es un factor prioritario dentro de un modelo de desarrollo comunitario incluyente y sostenible; por ello se desarrolló el proyecto de recuperación de aulas escolares. Donde se trabajó un proceso de techado en secciones de la escuela de dicha comunidad las cuales llevaban más de 4 años de estar fuera de uso por las malas condiciones. La generación de trabajo en conjunto y el compromiso de ambos sectores, transforman realidades.

ENCUESTAMIENTO, NUEVA SANTA ROSA



Voluntarios y vecinos listos para la ECO. Escuchando a las Comunidades.

Nueva Santa Rosa, Colimba Costa Cuca, una comunidad costera de la región de occidente, con hermosos bosques y ríos, creada después de un desmembramiento de finca, con población cálida y amistosa, abre sus puertas a la primera escuela de encuestamiento. Para este proceso se suma la Universidad San Carlos de Guatemala con sede en Quetzaltenango (CUNOC) con las y los alumnos del 5to Semestre de Trabajo Social junto a la Coordinadora de Práctica la MSc Alicia Alvarado. El proceso de encuestamiento genera un vínculo importante entre voluntarios y comunitarios; es acá donde se conoce de primera mano la realidad que muchos guatemaltecos viven día a día y es en el trabajo de campo donde la sensibilización y formación se integran para generar propuestas contextualizadas que responden a necesidades sentidas bajo procesos de cooperación e integración.



RESULTADOS ECH, EL BORDO



Vecinos de Santa Rita trabajando en la pavimentación de la entrada de acceso.

En el mes de mayo, en nuestra comunidad de El Bordo, San José Pinula, se presentó el informe de la Encuesta de Caracterización de Hogares (ECH), un levantamiento de información realizado durante el 2015 y 2016. Gracias a esto, se lograron priorizar proyectos para el inicio de nuestra planificación semestral del 2016. Dando inicio a una de nuestras instancias más bonitas de la fundación, la Mesa de Trabajo. Se tuvo también la jornada de visitas y evaluación de terrenos para mitigar riesgos. ¡Felicidades por todo el esfuerzo y dedicación! #Bordoamigos

“CADA VISITA NOS INVITA A ESFORZARNOS MÁS EL TRABAJO EN CONJUNTO CON LOS VECINOS NOS LLENA DE FUERZA. EN EL BORDO HEMOS APRENDIDO A SUBIR Y SEGUIR SUBIENDO PORQUE NO ESTAMOS SOLOS EN ESTO”

SIRI (SEUDÓNIMO)
VOLUNTARIA-EL BORDO

TALLER: DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS NIÑOS, SANTA FÉ



Niños de Santa Fé al finalizar el Taller de Derechos y Obligaciones de los Niños.

También en mayo, en Santa Fé, Villa Canales, logramos concretar nuestro proceso de inserción de nueva comunidad con el primer proyecto comunitario. Este consistió en talleres enfocados a los derechos y obligaciones de los niños y cómo esto repercute en la familia y, por ende, en la comunidad. Tuvimos el apoyo de Licenciadas de Psicología Clínica de ANTAL Guatemala, Clínicas Integrales. ¡Gracias por el apoyo! En estos momentos nos encontramos en procesos de pre-construcción de 12 viviendas de emergencia, que se realizarán en el mes de julio. ¡Gracias por la entrega!

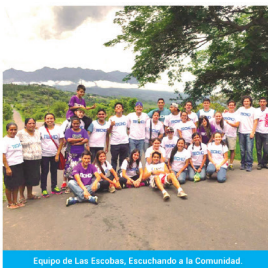
FIESTA DE CIERRE, MANUEL COLOM ARGUETA



Voluntarios de TECHO y vecinos de Manuel Colom Argueta en la celebración de cierre.

El lunes 13 de junio realizamos nuestra ¡Fiesta de cierre de trabajo en la comunidad! Familias y voluntarios asistimos para celebrar los logros que por dos años vivimos junto a las familias. Fue una velada para compartir reflexiones personales, videos y sobretodo celebrar una amistad que sabemos será para siempre. Agradecemos al Equipo de Comunidad que con mucho esfuerzo organizó esta despedida y que durante este tiempo creyó aguerri-da-mente en una mejor situación para las familias. Le mandamos nuestros mejores deseos a Manuel Colom Argueta y esperamos seguirla viendo en crecimiento como hasta ahora.

ESCUELA DE ENCUESTAMIENTO, LAS ESCOBAS



Equipo de Las Escobas, Escuchando a la Comunidad.

El fin de semana del 10 al 12 de junio, se llevó a cabo la primera escuela de encuestamiento "ECO: Escuchando a la Comunidad" por parte de la Mesa de Trabajo (MdT) de la comunidad de Las Escobas, Villa Canales. Esta instancia de Levantamiento de Información (ELI), fue un Censo Total realizado codo a codo 30 voluntarios (incluidos los del Equipo de Comunidad) y vecinos, con el fin de conocer la cantidad de personas que habitan en la misma y sus principales problemáticas en temas de salud, trabajo, educación, economía, entre otros. Durante el mes de Julio se presentó un informe a la Municipalidad con los datos recaudados y en Agosto, se presentó una propuesta viable para alguna de las problemáticas mencionadas. ¡MUCHAS FELICIDADES AL EQUIPO DE LAS ESCOBAS!

PROYECTOS, TARACENA



Voluntarios y vecinos listos para la ECO. Escuchando a las Comunidades.

En la Sede Mazatenango iniciamos trabajando con una comunidad, el Cantón Taracena ubicado en Santo Domingo Suchitepéquez, desde inicios de año, hasta ahora se ha realizado un diagnóstico enfocado en vivienda, talleres con énfasis en organización y participación comunitaria y derecho a la vivienda. Para responder a una de tantas necesidades en Taracena, en el mes de julio se realizó una jornada de construcción de viviendas básicas, conscientes de la realidad, un grupo de voluntarios de la región sur occidente dispuestos a cambiar la realidad de 12 familias. El 25 y 26 de junio fue la entrega de materiales. Hombro a hombro, vecinos y voluntarios actuamos por el bien común.



TALLER DE SEGURIDAD ALIMENTARIA, NUEVA PAQUISIC



Vecinas de Nueva Paquisic durante la entrega del Diploma al culminar el Taller de Seguridad Alimentaria.

Graduación de Grupo de Mujeres del Taller sobre Seguridad Alimentaria, iniciado en el mes de Diciembre de 2015 y finalizado en abril de 2016 la primera fase. Actualmente se tiene un seguimiento en procesos comunitarios con el control sobre avances dentro de la comunidad y la distribución de suplementos alimenticios, proyecto realizado con la coordinación de la mesa de trabajo de la comunidad y la Organización TIMMY.

ENCUENTRO NACIONAL DE GESTIÓN COMUNITARIA



El equipo de Gestión Comunitaria durante el Encuentro Nacional de GC 2016.

El Encuentro Nacional de Gestión Comunitaria se llevó a cabo en Quetzaltenango el 11 y 12 de junio, en el cual nos encontramos los coordinadores del equipo Carlos Paiz, Edvin Dardon y Luis Montenegro. El recorrido empezó el sábado cuando tuvimos la oportunidad de visitar dos comunidades, Panimache V Alto y Nueva Paquisic. En ambos acompañados de líderes comunitarios conocimos los distintos proyectos que se han trabajado.

El domingo participamos de la Feria de Áreas de la Sede Occidente por la mañana y en la tarde nos reunimos para hablar sobre equipos de comunidad. Iniciamos presentando las 24 comunidades en las que se trabaja actualmente a nivel nacional, y luego hablamos sobre las principales dificultades que afrontan los equipos de comunidad en su trabajo permanente. Invitamos a todos a que se unan a este objetivo de mejorar juntos el trabajo del equipo.

JORNADA DE FORMACIÓN PARA EQUIPOS DE COMUNIDAD



Nuestros queridos Voluntarios de Comunidad durante la Jornada de Formación para EDC.

Con el apoyo de la Clínica de psicología Antal realizamos el primero de 4 talleres de crecimiento personal para aportar al trabajo que realizan constantemente los equipos de comunidad, contamos con la participación de 45 voluntarios.

Luego de varios diagnósticos en las comunidades iniciamos con el primer espacio en el que conversamos del por qué sigo en TECHO las cosas positivas y negativas que he vivido en esta experiencia y cómo a través de las mismas podemos construir un mejor equipo. El próximo taller fue el viernes 24 de junio.

¡¡INICIAMOS PROCESOS! SAN CARLOS MIRAMAR



EDC junto a vecinos de San Carlos Miramar

San Carlos Miramar es una comunidad ubicada en el municipio de Colombia Costa Cuca, del departamento de Quetzaltenango. San Carlos Miramar tiene mucho por contar, una comunidad modelo en proyecciones desde su construcción que generó la ley interna de prohibir el expendio de tabaco y alcohol desde sus inicios.

Sus pobladores se movilizan en la búsqueda de trabajo en fincas aledañas que lograron obtener un espacio gracias a su labor dentro de las mismas a la organización. El equipo de voluntarios es un grupo comprometido con el cambio y transformación social ha generado procesos que vienen innovando los proyectos y momentos que se llevan en la comunidad.

GUARDERÍA COMUNITARIA, LAS MERCEDES



Inauguración Playcare en Las Mercedes, Villa Canales.

El domingo 26 de junio IMPCT y TECHO inauguraron la primera Guardería Comunitaria "Playcare" en Las Mercedes, Villa Canales. Un esfuerzo en conjunto en búsqueda de oportunidades de educación temprana para los niños de la comunidad y oportunidades de empleo para vecinos de la comunidad.

"El proceso de la Guardería fue un largo trabajo en conjunto con la comunidad y la organización IMPCT. Este proyecto llevó meses de planificación y de esfuerzos, pero también llevó corazón y compromiso. Ver como la mesa de trabajo ponía todo su empeño en lograr que este proyecto se realizaría de la mejor manera, ha sido una de las satisfacciones más grandes; y de los logros más significativos que hemos logrado como mesa en el poco tiempo que llevamos como coordinadores"

Ximena Valle / Voluntaria Las Mercedes

"Gracias al trabajo y esfuerzo de todos los involucrados, hoy en día podemos decir que las futuras generaciones de Las Mercedes tendrán mejores oportunidades y sueños mucho más grandes... posibles de cumplir"

Paolo Marsicovetere / Voluntario Las Mercedes

CAPTADORES DE AGUA PANIMACHE V ALTO



Vecinos de Panimache V instalando los Captadores de Agua de Nebina

La ubicación de la comunidad en una zona alta, sumado al problema de pobreza y acceso a recursos, genera respuestas creativas a las necesidades latentes en la comunidad con alternativas amigables con el medio ambiente, siendo estas propuestas innovadoras dentro de nuestro medio.

La construcción del proyecto piloto de Captadores de Agua de Nebina es una respuesta que busca obtener el vital líquido en temporadas secas. Con este proyecto se busca factibilidad en el proyecto a gran escala con la que se alimentará una pila comunitaria que servirá no solo para poder acceder al recurso, sino como centro de convergencia comunitario y así evitar el riesgo a los que se exponen las mujeres día a día en los viajes de tnejas y ropa mojada hacia los pozos más cercanos.

SEGUNDA JORNADA DE FORMACIÓN PARA EQUIPOS DE COMUNIDAD



Nuestros queridos Voluntarios de Comunidad durante la Jornada de Formación para EDC

El 24 de Junio, en la Universidad Rafael Landívar con apoyo de la clínica de psicología Antal, realizamos el taller de liderazgo y comunicación asertiva con distintas actividades y espacios de reflexión. Fue un espacio importante de crecimiento personal y de reconocimiento de equipo, en donde aprendimos sobre nosotros mismos y disfrutamos.



3. CONCIENCIA Y **ACCIÓN SOCIAL**



**CAMPAÑA INSTITUCIONAL
#COLECTATECHO 2016**

**TECHO LANZÓ SU
CAMPAÑA 2016: ¡ALERTA
POBREZA!**

TECHO continúa su trabajo en pro de la superación de la pobreza en nuestro país, bajo los pilares de trabajo de TECHO a nivel Latinoamérica y el Caribe. Por esta razón lanza su Campaña Institucional 2016: ¡Alerta Pobreza!, la cual toma la situación de pobreza como una ALERTA con connotación de urgencia, pues considera que el riesgo máximo es que no sea reconocida.

Esta campaña tuvo su punto más fuerte en la #ColectaTECHO, evento que buscó recaudar Q2,000,000.00 en la ciudad de Guatemala, Quetzaltenango, Mazatenango, Retalhuleu y La Antigua Guatemala; del 2 al 4 de junio del 2016. Dicha recaudación fue destinada para el trabajo anual de la fundación en cuanto a fortalecer los vínculos entre vecinos y voluntarios, asentamientos y comunidades en busca de su desarrollo y seguir en la lucha de una Guatemala sin pobreza. Donde también se movilizó a 3000 voluntarios a nivel nacional.



Voluntarios participando en la Colecta

"TECHO invitó a la sociedad a reconocer que la pobreza es una alerta, entendiendo que la invisibilidad y la falta de reconocimiento de una situación vivida por más de la mitad la población guatemalteca es una alerta permanente, un riesgo que debe ser reconocido. Dicha situación no solo es representativa de las comunidades rurales del país, también existen miles de personas en los asentamientos urbanos de la ciudad; muy cerca de nuestra cotidianidad. Nuestra invitación también busca reconocer el potencial de los guatemaltecos, en que juntos podemos superar la pobreza."

– Antonio de la Roca,
Director Social. TECHO - Guatemala.

TECHO invitó a los guatemaltecos a centrar su atención en esta problemática que afecta a más de 9 millones de guatemaltecos (según ENCOVI 2014).

Recordemos que la pobreza es una situación que no solo afecta económicamente a las personas, también tiene un contexto en el que se involucran indicadores como la falta de servicios, salud, educación, accesos dignos, entre otros. La invitación también busca reconocer el poder que tenemos si nos unimos como sociedad, una invitación a superar juntos la pobreza.



Publicidad de la Campaña 2016, ¡Alerta Pobreza!



**CAMPAÑA UNIVERSITARIA
LA NOCHE SIN TECHO**

Una noche diferente. Una noche en donde nuestra participación se convirtió en denuncia. El sábado 27 de febrero del 2016 más de 200 voluntarios fueron parte de la Noche sin Techo bajo la luz de las estrellas de la Plaza Central nos pronunciamos como una comunidad dialogando sobre las problemáticas de nuestro país y nuestro rol como jóvenes ciudadanos. Música en vivo, foros, mesas de diálogo, danza, teatro y mucha voluntad fueron parte de los ingredientes de la velada. Reconociendo que estamos más cerca de la pobreza de lo que creemos, pero entendiendo que estamos más cerca de cambiar esta realidad de lo que creemos; al usar nuestra diversidad como sociedad y reconocernos como una comunidad de cambio.

TECHO invitó a los jóvenes universitarios a conocer la realidad de su país y a trabajar junto aquellos que han sido más excluidos. Se hizo una invitación concreta que buscó generar un compromiso a largo plazo: poner sus oportunidades al servicio de los principales problemas del país y hacerse cargo de los desafíos de Latinoamérica.

Además de invitar al universitario, se buscó interpelar a la universidad como institución porque tiene un rol determinante en la formación de ideas y estructuras que definen a nuestra sociedad.



Voluntaria universitaria participando en la Noche sin Techo

El trabajo de TECHO en centros universitarios se inicia en el 2009, consolidando su equipo en el 2010. Desde entonces, hasta el 2012, el Equipo de Universidades toma fuerza gracias al acompañamiento y la prioridad que se le dio a las y los universitarios. Sin embargo, en los siguientes años se presentó un declive en la gestión del trabajo con universidades.

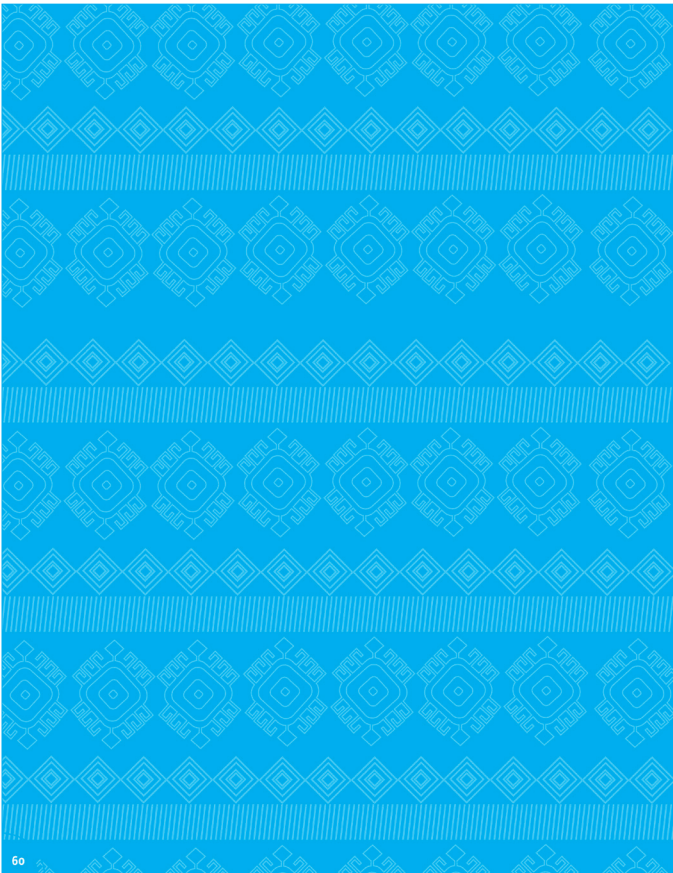
Tomando en cuenta el papel imprescindible que juegan las y los universitarios dentro de la misión de TECHO, la institución se vuelca con un plan estratégico para re-enfocar su trabajo y articulación con las universidades.

A partir de una estrategia de caracterización universitaria y reconocimiento del trabajo que TECHO ha tenido en dichas instituciones, se realizó el análisis para priorizar y determinar con cuáles se trabajó en el 2016 y de esta forma, definir la línea de trabajo a seguir con cada una de estas.



Espacios de diálogo y reflexión en la Noche sin Techo

Actualmente el área se encuentra superando diferentes retos en su estructura. Hoy, los esfuerzos están enfocados en tener un trabajo coherente y constante con las universidades; así como lograr posicionar a TECHO, dentro del imaginario del universitario, como un espacio para asumir un compromiso con la sociedad. Por esto mismo, se reconoce la necesidad de invitar a los y las estudiantes universitarios a sumarse al trabajo de la institución, tanto al trabajo en oficina como en los Equipos de Comunidad.



UNA REALIDAD QUE
LIBERA



**4. INCIDENCIA EN
POLÍTICA**



CENSO DE ASENTAMIENTOS

TECHO PRESENTÓ RESULTADOS DEL CENSO DE ASENTAMIENTOS INFORMALES

El martes 19 de julio, a las 10:30 h (AM), la organización TECHO presentó oficialmente los resultados de su primer proyecto de investigación social CENSO DE ASENTAMIENTOS con el objetivo de incidir en la transformación urbana por medio del uso pertinente de la información recabada hacia la propuesta de políticas de Ordenamiento Territorial que permitan construir una ciudad más humana e inclusiva. El evento se realizó en Casa Ibarquén, ubicada en la zona 1 capitalina y contó con la presencia del Viceministro de Vivienda Carlos Barillas, el Director General de Investigación de la USAC Gerardo Arroyo, autoridades municipales, alcaldías, centros de investigación, residentes de asentamientos informales, voluntariado de la organización, entre otros.

La investigación, que inició en 2015, se desarrolló en cinco municipios del área metropolitana de Guatemala destacados por la concentración de asentamientos, principal manifestación de la desigualdad en Latinoamérica. Los municipios que participaron en la investigación fueron: Guatemala, Chimaltán, San Miguel Petapa, Mixco y Villa Nueva.



Invitados al lanzamiento del Censo hacen lectura del Informe

Tanto el informe del CENSO como la construcción de un Monitor Virtual de Asentamientos permitirán identificar, caracterizar y georreferenciar los asentamientos informales estudiados.

TECHO entiende a los asentamientos informales como la máxima expresión de desigualdad social. Latinoamérica es la región más desigual del mundo, según estimaciones de OXFAM y CEPAL el 10% más rico de la región posee el 71% de la riqueza. Guatemala por su parte es la novena nación más desigual del mundo, según el Banco Mundial. Los niveles de pobreza en el país también aumentaron, para el 2014 el 59.3% de la población guatemalteca vive en situación de pobreza, dato final de la ENCOVI 2014.

Guatemala representa un caso distinto a la mayoría de países de la región, donde la urbanización ha generado que la población urbana supere la población rural; es hasta el año 2015 que ambas poblaciones tendrán un peso similar según el Tercer informe de avances en el cumplimiento de los Objetivos del Milenio.

Bajo estas premisas se entienden fenómenos sociales como los asentamientos informales; su conformación es consecuencia de un crecimiento económico que no es representativo ni sostenible para la población guatemalteca. Durante el CENSO DE ASENTAMIENTOS realizado por TECHO en el año 2015 y 2016 se identificaron 314 asentamientos informales en los municipios de Guatemala, Chimaltán, San Miguel Petapa, Mixco y Villa Nueva.

La investigación resalta que de los 314 asentamientos informales identificados el 62% fueron conformados durante los últimos 25 años; el 51% de total de los asentamientos identificados se encuentran en el municipio de Guatemala.

La falta de certeza jurídica sobre la tenencia de la tierra, economía informal, acceso escaso y deficiente a servicios básicos y comunitarios, riesgos ambientales, antrópicos y situacionales delictivos, son algunas de las conclusiones del informe. Un reflejo contundente de cómo el crecimiento de nuestra ciudad no es representativo de todos sus habitantes.

El Censo de Asentamientos Informales evidencia el reto que significa acceder a una ciudad que no ha asegurado el acceso a los derechos a todos sus habitantes. El estudio busca contribuir a la comprensión por parte del sector público, académico y privado, de las distintas problemáticas que esta realidad implica. También pretende facilitar la construcción de una agenda de trabajo que facilite la articulación entre los distintos actores.



Equipo de TECHO en el lanzamiento del Informe del Censo

En el evento participó el Viceministro de Comunicación, Infraestructura y Vivienda - sector Vivienda, Carlos Barillas; La Gerente General y Director Social de TECHO, Melissa Leiva y Antonio De La Roca, representantes comunitarios de Santo Domingo El Tuerto y Sabrina Vega, Directora del proyecto CENSO DE ASENTAMIENTOS.



Viceministro de Comunicación, Infraestructura y Vivienda Carlos Barillas y la Gerente General Melissa Leiva

Luego de dar un recorrido al Asentamiento, se procedió a la firma del acuerdo con el objetivo principal de colaborar y coordinar esfuerzos para la generación y consolidación de información, base para la definición de políticas públicas metropolitanas de vivienda y desarrollo urbano, así como el fomento de la discusión sobre la problemática y posibles respuestas a la situación de los asentamientos informales del Área Metropolitana de la Ciudad de Guatemala y de sus habitantes, mediante el desarrollo de iniciativas de generación, análisis y difusión de información en la materia.



Viceministro de Comunicación, Infraestructura y Vivienda Carlos Barillas y la Gerente General Melissa Leiva

Para TECHO, el trabajo para superar la pobreza implica la generación de redes y la cooperación como un factor determinante en los cambios estructurales que tienen como consecuencia una situación de pobreza que afecta a más de la mitad de la población guatemalteca y la desigualdad social.

"Con mucha alegría enmarcamos esta consolidación de cooperación con el Viceministerio de Vivienda. Durante el CENSO DE ASENTAMIENTOS pudimos descubrir que la pobreza y la desigualdad están más cerca de lo que creemos, existen asentamientos como Santo Domingo El Tuerto que están a minutos del centro d de un desarrollo urbano sostenible en el que todos la habitantes pueda participar. Poder trabajar junto al Viceministerio de Vivienda e iniciar con la generación de información pertinente es un paso firme para la gestión de una ciudad para todos"

Sabrina Vega,
Directora CENSO DE ASENTAMIENTOS - TECHO



Viceministro de Comunicación, Infraestructura y Vivienda





HÁBITAT III

"Hábitat III" es como se conoce la formalmente llamada Conferencia de las Naciones Unidas sobre Vivienda y Desarrollo Urbano Sostenible.

Es una serie de conferencias convocadas por las Naciones Unidas que comenzaron en 1976, teniendo como principal objetivo fortalecer el compromiso político global en favor del desarrollo sostenible de pueblos, ciudades y otros asentamientos humanos, tanto rurales como urbanos. Se trata de reavivar y poner en marcha una "Nueva Agenda Urbana", mediante nuevos compromisos y obligaciones, estableciendo una renovada estrategia global en torno a la urbanización para las próximas dos décadas.

¿Por qué participar en Hábitat III?

"TECHO busca visibilizar ante la sociedad en general, gobiernos, organismos internacionales y otras organizaciones, a los asentamientos informales como espacios de vulneración de derechos, recalcar que en ellos existen ideas y capacidades para generar propuestas participativas de inclusión y justicia a nivel local y regional. Es posible la justicia, para lograrlo es clave integral social y territorialmente a la ciudad a quienes viven en asentamientos. Nuestra experiencia así lo dicta."

Agustín Algorta, Director Social TECHO

TECHO fue parte del Grupo de Expertos en Viviendas y Desarrollo Urbano de América Latina y el Caribe que se reunieron el pasado 2 y 3 de diciembre en Asunción, Paraguay.

El objetivo de la reunión fue compartir experiencias exitosas y comentar el borrador del Informe Regional de América Latina de cara a la Conferencia de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) Hábitat III. Estos análisis marcarán la hoja de ruta de las soluciones de hábitat en los próximos 20 años.

En la reunión, participaron más de 40 expertos en el área de hábitat y desarrollo urbano con el fin de analizar las mejores prácticas e identificar procesos satisfactorios. Las organizaciones que formaron parte del espacio son: Habitat International Coalition (HIC), Hábitat para la Humanidad, entre otros. Durante el espacio, TECHO expuso sus opiniones sobre los siguientes tópicos:

1. DESIGUALDAD



Tema que debe ser abordado desde los tomadores de decisión. Latinoamérica es la región más desigual del mundo. Los asentamientos informales son su máxima expresión: segregación espacial, social, política, económica y cultural. La desigualdad se determina por múltiples dimensiones, al igual que la pobreza: por los ingresos, por la salud, la educación, seguridad, justicia, entre otros.

2. ASENTAMIENTOS INFORMALES



Importancia de promover la investigación sobre los orígenes, causas y desarrollo de los asentamientos informales. Profundizar en la propuesta de los censos que promuevan un análisis socio-territorial exhaustivo. Esto debería ser un requisito de Hábitat III para las administraciones de turno, academia y sector social.

3. DERECHO A LA CIUDAD



Resulta esencial reforzar la idea de las ciudades como reflejo del trabajo y creación de sus habitantes, en la línea de la Producción Social del Hábitat. La ciudadanía debe ser reconocida como sujeto de derechos y responsabilidades, con la capacidad de participar en la discusión a nivel integral en la asamblea de naciones.

4. POLÍTICAS DEL SUELO Y EXCLUSIÓN SOCIAL



Se debe incorporar al proceso el funcionamiento del mercado del suelo a nivel regional: el suelo hoy es mercancía, es un bien de consumo que puede ser comprado, es renta y ganancia para una élite. El suelo habitable es de unos pocos. La ciudad no ha logrado responder a las necesidades de quienes viven en situación de pobreza, ni asegurado la plena integración de los asentamientos informales en la ciudad; estudiar experiencias en el diseño y construcción de las ciudades para no reproducir las desigualdades de las grandes urbes en las ciudades intermedias. Hoy el 80% de la población de América Latina vive en ciudades.

5. PROGRAMAS DE VIVIENDA Y REGULARIZACIÓN



Identificar qué programas fueron efectivos y cumplieron con los resultados y cuáles no.

6. GOBERNANZA



Finalizar con las discontinuidades de las políticas urbanas a través del aprendizaje de la ineficiencia de la gestión pública y el fortalecimiento de las capacidades de los gobiernos locales.

7. VIOLENCIA Y SEGURIDAD



Se debe contemplar un diagnóstico certero de las acciones realizadas a nivel local para responder a la problemática de la violencia en Latinoamérica. 40 de las 50 ciudades más peligrosas del mundo están en la región.

8. NATURALIZACIÓN DE LA VIOLENCIA



Es necesario estudiar la estigmatización y los prejuicios con ciertos grupos de población que inciden directamente en los niveles de inseguridad de la región.

3
SEDES REGIONALES TRABAJAN EN EL PAÍS: QUETZALTENANGO, MAZATENANGO Y GUATEMALA.

4250
VIVIENDAS DE EMERGENCIA CONSTRUIDAS.

12
PROYECTOS DE INFRAESTRUCTURA COMUNITARIA REALIZADOS.

MÁS DE 100
LÍDERES Y REPRESENTANTES COMUNITARIOS TRABAJANDO ACTUALMENTE CON LA FUNDACIÓN.

8

1
AÑOS TRABAJANDO EN GUATEMALA.

1
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN SOCIAL: CENSO DE ASENTAMIENTOS.

MÁS DE 22
COMUNIDADES CON TRABAJO PERMANENTE EN EL PAÍS.

MÁS DE 20,000

MÁS DE 20,000
VOLUNTARIOS MOVILIZADOS EN DISTINTAS ACTIVIDADES.

59.3%*
DE LOS GUATEMALTECOS VIVE EN SITUACIÓN DE POBREZA.
* ENCOVI 2014



AGRADECIMIENTOS

Poder tener la oportunidad de trabajar un año más en Guatemala nos permite reconocer que no estamos solos. Agradecemos a todas las personas que conforman este sueño, una Guatemala más justa y sin pobreza.

Queridos vecinos de las comunidades dispuestos a transformar su realidad, voluntarios con una voluntad admirable, empresas que confían en el trabajo horizontal y en conjunto, proveedores que creen en la generación de vínculos para la transformación social, universidades con una búsqueda constante hacia la formación profesional integral, a la sociedad que día a día busca transformar desde su ciudadanía. A todas y todos los que creemos que la pobreza puede ser superada, si la reconocemos; si reconocemos que juntos podemos lograrlo.

6.10 LINEAMIENTOS PARA PUESTA EN PRÁCTICA



Lineamientos de Uso

- » El material editorial será utilizado para informar sobre la organización TECHO Guatemala, sus programas, proyectos y modelo de trabajo, a las comunidades rurales de los departamentos de Santa Rosa, Sacatepéquez, Quetzaltenango, Suchitepéquez, Sololá y Quiché.
- » El material impreso se entregará a dos grupos objetivos, como se mencionó anteriormente a las comunidades rurales y a los voluntarios universitarios. Esta información se dará a conocer posterior de realizar el primer acercamiento con las comunidades. La información puede llegar directamente del material hacia las personas o bien el voluntario puede ser un mediador a través del cual se hace llegar la información.

El material editorial es óptimo para ser utilizado en:

- » MDT: Mesas de Trabajo con las comunidades y líderes comunitarios.
- » Campamentos de Construcción y Post campamento.
- » Asambleas
- » ENAI: Encuentro Nacional de Líderes Comunitarios
- » Talleres informativos

Lineamientos Técnicos

- » Para hacer uso del archivo el software de diseño debe ser Indesign CS6 debido a que es la versión origen del archivo o bien Indesign CC que es la versión más actualizada. El archivo se dejará en una versión IDML para que la imprenta pueda hacer uso del mismo en cualquiera de las versiones del software.
- » Para proceder a la edición de la pieza se debe de realizar un paquete o carpeta contenedora del archivo editable, tipografías o fuentes y las imágenes en alta resolución. La pieza debe ser enviada a imprenta en un archivo PDF de alta resolución (300 dpi), las imágenes deben tener como mínimo 300 dpi de resolución y estar en CMYK.

6.11 PRESUPUESTO

VALOR HORA HOMBRE
Q50.00

INFORME ANUAL 2016 PROGRAMAS Y PROYECTOS		
ACTIVIDAD	HORAS TRABAJADAS	COSTO TOTAL
FASE 1: Investigación		
1. Antecedentes	24	Q1,200.00
2. Definición y delimitación del problema de comunicación visual	8	Q400.00
3. Justificación del Proyecto	8	Q400.00
4. Objetivos	4	Q200.00
5. Perfil de la Institución	8	Q400.00
6. Perfil del Grupo Objetivo	8	Q400.00
7. Marco Teórico	32	Q1,600.00
TOTAL HORAS Y COSTO FASE 1	92	Q4,600.00
FASE 2: Planeación Operativa		
1. Diseño de Ruta Crítica o flujograma	4	Q200.00
2. Cronograma de Trabajo	4	Q200.00
TOTAL HORAS Y COSTO FASE 2	8	Q400.00
FASE 3: Elaboración del Briefing de diseño		
	16	Q800.00
TOTAL HORAS Y COSTO FASE 3	16	Q800.00
FASE 4: Recopilación de Referentes visuales		
	4	Q200.00
TOTAL HORAS Y COSTO FASE 4	4	Q200.00
FASE 5: Diseño de la estrategia creativa de las piezas de diseño		
	4	Q200.00
TOTAL HORAS Y COSTO FASE 5	4	Q200.00
FASE 6: Definición del concepto creativo		
Técnicas creativas	24	Q1,200.00
Concepto Teórico	8	Q400.00
TOTAL HORAS Y COSTO FASE 6	32	Q1,600.00

INFORME ANUAL 2016 PROGRAMAS Y PROYECTOS

ACTIVIDAD	HORAS TRABAJADAS	COSTO TOTAL
FASE 7: Producción Gráfica y validación		
Nivel 1 de Visualización		
1. Bocetaje Rough (mano alzada)	40	Q2,000.00
2. Fundamentación Teórica	16	Q800.00
TOTAL HORAS Y COSTO FASE 7 (NIVEL 1)	56	Q2,800.00
Nivel 2 de Visualización		
1. Bocetaje digital y acabados a crayón.	24	Q1,200.00
2. Fundamentación Teórica	8	Q400.00
3. Validación con Expertos	8	Q400.00
4. Modificaciones	16	Q800.00
TOTAL HORAS Y COSTO FASE 7 (NIVEL 2)	56	Q2,800.00
Nivel 3 de Visualización		
1. Bocetaje digital	72	Q3,600.00
2. Fundamentación Teórica	8	Q400.00
3. Validación con Grupo Objetivo	16	Q800.00
4. Modificaciones	8	Q400.00
TOTAL HORAS Y COSTO FASE 7 (NIVEL 3)	104	Q5,200.00
TOTAL HORAS Y COSTO FASE 7	216	Q10,800.00
FASE 8: Producción Gráfica Final		
1. Diseño (códigos visuales: tipografía, color e imagen)	16	Q800.00
2. Diagramación (retícula, jerarquía, formato, páginas interiores, portada y contraportada)	32	Q1,600.00
3. Ilustración	32	Q1,600.00
4. Iconografía	16	Q800.00
5. Fotografía	16	Q800.00
TOTAL HORAS Y COSTO FASE 8	112	Q5,600.00

RESUMEN INFORME ANUAL 2016 PROGRAMAS Y PROYECTOS

ACTIVIDAD	HORAS TRABAJADAS	COSTO TOTAL
FASE 1	92	Q4,600.00
FASE 2	8	Q400.00
FASE 3	16	Q800.00
FASE 4	4	Q200.00
FASE 5	4	Q200.00
FASE 6	32	Q1,600.00
FASE 7	216	Q10,800.00
FASE 8	112	Q5,600.00
SUB TOTAL	484	Q24,200.00
(+) INSUMOS		COSTO
* Luz		Q900.00
* Teléfono		Q200.00
* Transporte		Q400.00
* Depreciación equipo de computación HP 14		Q1,650.00
* Internet		Q250.00
* Comida		Q500.00
* Impresiones		Q300.00
TOTAL INSUMOS		Q4,200.00
COSTO TOTAL ACTIVIDADES		Q24,200.00
COSTO TOTAL INSUMOS		Q4,200.00
TOTAL DE PROYECTO		Q28,400.00
COSTO TOTAL DEL PROYECTO SIN UTILIDAD		Q28,400.00
COSTO TOTAL DEL PROYECTO CON UTILIDAD (20%)		Q34,080.00
COSTO TOTAL DEL PROYECTO MÁS UTILIDAD (20%) CON IVA INCLUIDO		Q38,169.60



Cotización
Fecha:07/ Noviembre /2016

Atención: **Gabriela Morataya**
 Correo:gabrielamorataya@gmail.com

FORMA DE PAGO: CREDITO

DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
INFORMES: Impresion de informes impresos a full color tiro/retiro 78 paginas interiores en papel bond 90, portadas en papel husky pegado en caliente con lomo cuadrado		
Opcion # 1 unidad	Q234.00	Q234.00
Opcion # 2 100 unidades	Q95.55	Q9,555.00

TIEMPO DE ENTREGA: 5 DIAS HABILES DESPUES DE AUTORIZADA LA COTIZACION

OBSERVACIONES: El cliente deberá enviar el arte en un programa de diseño grafico a: hgodoyvisiondigital@gmail.com debidamente revisado, listo para su impresión, Estos precios tienen validez de 15 días.

Atentamente

Hugo Godoy
 Tel. (502) 5632-8331
hgodoyvisiondigital@gmail.com.



Ediciones Superiores, S. A.
 Av. Del Ferrocarril 19-97 zona 12
 El Cortijo Empresarial 1, Ofibodega 706
 Guatemala, Guatemala PBX: 2381-3300.
NIT: 2725764-9

COTIZACION

G-15780

14525		
Cliente	Gabriela Morataya	
Contacto	----	
Teléfono	----	Fax ----
Celular	----	Otro ----
E-mail	gabrielamorataya@gmail.com	

Fecha
 Vendedor
 E-mail vendedor
 Teléfono Directo

31-10-16
Brenda Flores
brenda.flores@edicionessuperiores.com
2381-3322

Tenemos el gusto de cotizarle el siguiente trabajo:

Anuario Techo Guatemala 2,016

Este trabajo es	Trabajo nuevo		
Cliente Proporciona	Arte en CD		
Programa	InDesign		

Cantidades		100	200	300	
Precio Unit.	Opción 1: Interiores bond 90 grs. Blanco	269.00	139.00	95.00	
Precio Total		26,900.00	27,800.00	28,500.00	

Precio Unit.	Opción 2: Interiores Couché brillante B-80	261.00	134.00	92.00	
Precio Total		26,100.00	26,800.00	27,600.00	

Páginas: Más portada y contraportada

Tamaño:

Parte	Material	Impresión		Barniz Normal		Barniz UV		Plástico	
		Tiro	Retiro	Tiro	Retiro	Tiro	Retiro	Tiro	Retiro
Portada y contraportada	Husky C-10 brillante	4	4			Brill Total			
Interiores	Como se indica	4	4						

Doblado
Troquelado
Medio Corte Despegar
Numerado
Estampado
Engrapado
Pegado
Caballote
Espiral metálico

Sisado
Perforado p/desprender
Perforado (Cartapacio)
Bloqueado
Encuadernado carterita
xxxxx Lomo Cuadrado
xxxxx Pegado en caliente

Ver200815

Forma de pago	50% de anticipo y 50% contraentrega
Tiempo de entrega	A convenir
Sostenimiento de oferta	10 días

Información importante: El precio que indicamos en esta cotización, es válido únicamente si las especificaciones aquí indicadas son cumplidas. Cualquier variación podría implicar un recargo. **Los precios anteriores incluyen IVA, y están en Quetzales**




Brenda Flores

Aprobado Cliente



CAPÍTULO 7

LECCIONES APRENDIDAS DURANTE EL PROCESO DE GESTIÓN Y PRODUCCIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO

- Lecciones aprendidas al iniciar proceso. 
- Lecciones aprendidas durante las etapas de visualización, evaluación y validación. 
- Lecciones aprendidas al final del proceso. 





LECCIONES AL INICIAR EL PROCESO



1. Recopilación de información.

Para el diseño de materiales editoriales la información es uno de los elementos más importantes para el desarrollo de los mismos. El definir y recopilar la información a utilizar dentro de los materiales editoriales antes de iniciar con el proceso de EPS o Proyecto de Graduación facilitará el proceso de diseño. Sin duda el contenido hace la forma, dependiendo del contenido a comunicar se establecen los primeros parámetros sobre la línea gráfica que se utilizará.

2. Factibilidad del Proyecto durante el proceso de diseño.

Con el primer acercamiento que se da a la institución se debe delimitar la factibilidad del proyecto. Para que el proyecto sea factible se deben tomar en cuenta factores que faciliten la información, la tecnología y equipo de cómputo adecuado, además del presupuesto para la ejecución del proyecto. El objetivo principal es hacer un aporte verdadero como estudiantes de la única universidad estatal a la sociedad guatemalteca, donde el proyecto sea un proyecto real y de relevancia para la organización a quien se le trabaja, al grupo objetivo y a la Universidad de San Carlos de Guatemala.

3. Delimitación de las piezas a diseñar.

Las organizaciones poseen muchas necesidades de comunicación, algunas de ellas son notorias y sobresalen de las demás, sin embargo otras no. El estudiante junto con el jefe inmediato de la institución deben definir, delimitar y dar importancia a algunos problemas de comunicación visual para determinar el número específico de las piezas a diseñar, con el objetivo que la institución solvete sus necesidades más prioritarias y el estudiante pueda dar resultados de calidad al final del proceso.

4. Conocer la especialidad que el diseñador posee en diseño gráfico.

La carrera de diseño gráfico es una profesión multidisciplinaria, abarca muchos campos como el diseño editorial, el diseño publicitario, la ilustración, la fotografía el diseño multimedia entre otros. El diseñador gráfico es un profesional que si bien ha aprendido y tomado conocimiento durante cinco años de preparación y estudio debe identificar sus fortalezas y sus debilidades, con el objetivo de proponer piezas de diseño que sean de alta calidad y que generen buenos resultados.



LECCIONES DURANTE LAS ETAPAS DE **VISUALIZACIÓN,** **VALIDACIÓN Y EVALUACIÓN**



1. Etapa de Visualización

Esta etapa parte de la investigación del marco teórico, debido a que esta es la base conceptual de la cual surge el concepto creativo y la visualización. En la etapa de visualización se llevaron a cabo los tres niveles de bocetaje. Esta fase del proceso creativo es fundamental debido que es aquí donde se desarrollan las primeras ideas plasmadas en papel como bocetos rough, se definen los códigos visuales a utilizar y se determina la línea gráfica a utilizar. La trascendencia de esta etapa radica en la generación gráfica de la pieza, su fundamentación y su base teórica.

2. Etapa de Validación

La etapa de validación es la etapa que responde a la comprobación de la eficacia de la pieza diseñada. Para proceder a esta etapa es necesario partir con el diseño de instrumentos de validación, estos instrumentos deben de estar enfocados a la funcionalidad y objetivos de la pieza gráfica. La validación para grupo debe ser desarrollada de distinta manera debido a que no todos los grupos poseen un lenguaje técnico del área de diseño gráfico, para lo cual es necesario una breve explicación antes de la ejecución.

3. Etapa de Evaluación

En la etapa de evaluación se aprendió que de los resultados proyectan los aciertos y los errores que se tuvieron en el diseño de la pieza gráfica. Esta etapa muestra a través de estadísticas y comentarios abiertos por los distintos grupos los posibles cambios, recomendaciones por los profesionales y los factores positivos que contiene la pieza.



LECCIONES APRENDIDAS AL **FINAL DEL PROCESO**

1. El valor del bocetaje y el concepto creativo son los pilares del proceso creativo.

Este proceso es de cambios y decisiones, estos pueden determinar un impacto en el resultado final del proyecto. El concepto creativo y el bocetaje son las primeras ideas que permiten una visualización antes de materializar el proyecto final. Sin un buen bocetaje y sin un concepto creativo verdadero no se puede esperar resultados de calidad.

2. Los tiempos de ejecución y diseño gráfico de cada proyecto son distintos.

Los proyectos de diseño gráfico en su mayoría van dirigidos a solventar necesidades de comunicación visual, estas necesidades son distintas dependiendo del cliente y del problema visual, ambos factores determinan la pieza a diseñar, por lo tanto los tiempos de cada pieza que se diseña serán distintos. El tiempo de diseño debe ser planificado a través de un cronograma de trabajo considerando tiempos de diseño, recursos tecnológicos y riesgos durante el proceso.

3. El valor del diseño gráfico social.

Como estudiantes de diseño gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se debe de cumplir con una responsabilidad social dirigiendo proyectos a beneficio de la sociedad guatemalteca. Pero más allá de aportar proyectos se debe de visualizar al diseño gráfico como una disciplina que busca crear impacto social positivo y verdadero en la sociedad. El apoyo a causas humanitarias, solidarias o de conciencia debe ser una forma de exteriorizar, denunciar y solventar los problemas que adolece la sociedad. El diseño gráfico social para ser efectivo y cumplir su función debe estar involucrado con la organización de una forma no solamente palpable sino con compromiso y convicción.





CAPÍTULO 8

CONCLUSIONES



- 1.** El diseño de material editorial para dar a conocer los programas y proyectos de desarrollo comunitario a las comunidades rurales que atiende TECHO Guatemala fue logrado con satisfacción. Se cumplió con el objetivo de generar el material informativo el cual contribuye no solo a los programas y proyectos sino también para dar a conocer cómo trabaja la organización y el modelo de trabajo que implementa.
- 2.** Se logró cumplir con el objetivo de generar un material que informe, y a través de esta información el problema de comunicación visual es disminuido debido a que cumple con la función de ser un canal de comunicación directo que transmite el mensaje a los vecinos de las diferentes comunidades, generando interés hacia TECHO y al desarrollo comunitario de su comunidad. Las mejoras fueron realizadas a nivel de comunicación y al fortalecimiento de la imagen de la organización con las comunidades.
- 3.** El diseño gráfico fue un factor determinante para el diseño del material editorial. A través de la aplicación y uso de los diferentes códigos visuales (tipográficos, cromáticos, icónicos) se logró que el material sea eficiente, con la capacidad de orientar e informar apoyado de los distintos elementos gráficos y textuales.
- 4.** Se determinó a través de una validación previa que es una pieza efectiva, debido a que los resultados lanzados fueron positivos. También se concluyó a través de la validación con profesionales del diseño, expertos del tema y grupos objetivos que el diseño editorial y uso de la retícula determinó un ritmo visual dinámico creando una composición visual armónica, donde los textos, imágenes, ilustración y tipografía generaron un orden en la información que la hizo fácil y atractiva de leer.
- 5.** El aportar al desarrollo de la sociedad guatemalteca a través del diseño gráfico es una forma de exteriorizar, denunciar y solventar o minimizar los problemas que adolece la sociedad. El diseño gráfico social toma relevancia al involucrarse con las ONG's y ser partícipe en la capacidad de enfrentar las causas humanitarias a través de nuestro trabajo como profesionales. Sin duda alguna el diseño gráfico puede causar un impacto social positivo en la comunicación visual y en la sociedad.

CAPÍTULO 9

RECOMENDACIONES



A LA INSTITUCIÓN CLIENTE PARA LA REPRODUCCIÓN, DIFUSIÓN, Y APLICACIÓN DE LAS PIEZAS DISEÑADAS



- 1.** Se recomienda que para la impresión sea de mejor calidad es necesario seleccionar el mejor sustrato, además de solicitar una prueba de impresión en el tipo de sustrato para poder visualizar la calidad del material y tintas. Sin embargo se recomienda tomar en cuenta los costos y el presupuesto con el que se cuenta para la impresión.
- 2.** Se recomienda utilizar el archivo en el software de diseño Indesign CS6 debido a que es la versión origen del archivo o bien Indesign CC que es la versión más actualizada. El archivo se dejará en una versión IDML para que la imprenta pueda hacer uso del mismo en cualquiera de las versiones del software.
- 3.** Se entregará a la institución un dummy del material editorial, el archivo editable de la pieza en la versión del software Adobe Indesign CS6, el archivo IDML y una versión digital en PDF. Si se llegarán a necesitar los editables de la pieza se debe de realizar un paquete o carpeta contenedora del archivo editable, tipografías o fuentes y las imágenes en alta resolución. La pieza debe ser enviada a imprenta en un archivo PDF de alta resolución (300 dpi), las imágenes deben tener como mínimo 300 dpi de resolución y estar en CMYK.
- 4.** Se deben respetar los excesos para cortes de impresión debido a que es una medida proporcionada a 0.125" que equivale a 3.00 mm ideales para evitar los filetes blancos en los cortes de impresión.



A FUTUROS ESTUDIANTES DEL CURSO DE PROYECTO DE GRADUACIÓN



1. Tomar en cuenta los tiempos de trabajo.

El tiempo en la profesión del diseñador gráfico es bastante subjetivo debido a que no existen tiempos estandarizados, debido a que cada profesional trabaja a un ritmo distinto. Trabajar bajo un cronograma de actividades ayuda a organizar de mejor forma los recursos para superar cada una de las fases que se dan durante el proceso creativo y de diseño. Se recomienda establecer los tiempos en la etapa de planificación e ir controlando y supervisando semana a semana el desarrollo de cada fase para que no exista un retraso en la gestión del proyecto.

2. Comunicación constante con la Sede y jefe inmediato.

Un equipo de trabajo productivo es un equipo que cuenta con una mejor comunicación. Desde el primer acercamiento con la institución se debe de cuidar la comunicación, se debe estar al pendiente informando constantemente del proceso de diseño, avances y dudas al jefe inmediato, esto beneficiará al diseñador como profesional y al resultado final del proyecto.

3. Asesorías constantes generan resultados de calidad.

Para que un proyecto sea funcional y de alta calidad visual es necesario ser partícipe de constantes asesorías para pulir cada avance en el proceso. Desde las primeras etapas partiendo con la investigación teórica hasta los primeros bocetos, las asesorías con los profesionales de diseño deben de ir y venir hasta alcanzar el máximo nivel de calidad en el diseño final, seguramente resulta un proceso difícil pero también muy satisfactorio.



A LA ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

- 1.** Realizar mejoras al programa de los cursos de EPS y Proyecto de graduación dos, enfocando ambos cursos a realizar una propuesta innovadora de proyecto de graduación, fortaleciendo los tiempos de gestión y desarrollo del proyecto, desde el noveno ciclo de la carrera con el curso de Proyecto de graduación uno. El estudiante debe de tener una inducción más profunda sobre el proceso para facilitar y agilizar el desarrollo del mismo.
- 2.** Continuar con el apoyo que se les brinda a los estudiantes ante los imprevistos y riesgos durante el proceso del proyecto de graduación. Es un caminar de corta duración pero de presión y alta carga académica donde si se logra trabajar en conjunto con el estudiante, la institución y los docentes del área, se logrará un resultado exitoso.

REFERENCIAS



Libros

1. Ander-Egg, E. (1998). *Metodología y práctica del desarrollo de la comunidad*. Vol. 1. ¿Qué es el desarrollo de la comunidad? Argentina: Lumen-Hvmanitas.
2. Berrigan, F. (1981). *La comunicación comunitaria Cometido de los medios de comunicación comunitaria en el desarrollo*. París, Francia: Editorial de la Unesco.
3. Braskaran, L. (2006) *¿Qué es el diseño editorial?* España: Barcelona: Editorial Index Book S.L
4. González L. (2005). *La Evaluación en la Gestión de Proyectos y Programas de Desarrollo. Una propuesta integradora en agentes, modelos y herramientas*. Vasco: Euskal Lankidetzta Publikoa.
5. Heller, S., Vienne, V. (2008) *100 Ideas que cambiaron el Diseño Gráfico*. Editorial Gustavo Gili, SL, España: Barcelona.
6. Koontz H., Wehrich H., & Cannice M. (2012). *Administración*. Perú: McGraw-Hill/Interamericana.
7. Kotler, P. (2002). Dirección de Marketing. *Conceptos Esenciales*. Pearson Educación, México
8. Landa, R. (2011). *Diseño Gráfico y Publicidad: Fundamentos y Soluciones*. Grupo Anaya, S.A. España: Madrid.
9. Manosalvas, M. (2009). *Gestión de Proyectos Productivos Comunitarios*. Entre la tradición y el mercado. Universidad FLACSO, Quito, Ecuador.
10. Mijksenaar, P. (2001). *Una introducción al diseño de la información*. España: Gustavo Gili

Revistas

1. Camacho Herrera, Antonio. (1999). La Educación de Adultos y el Desarrollo Comunitario. *Cuestiones pedagógicas*. Vol. (14) Pág. 197-216
2. Ixtacuy, Octavio. (2001) Estrategias de la gestión comunitaria. *Ecofronteras*. Vol. (No.13) Pág. 13-16
3. Pensa, Carlos. (2012). El libro y su extensión según la UNESCO. "El Mirador de la Cultura" (No. 7) Buenos Aires, Argentina
4. Revista D (2011). Así somos los guatemaltecos. No. 369

Informes

1. Banco Interamericano de Desarrollo, Instituto Interamericano para el Desarrollo Social (INDES). (2000). "Diseño y gerencia de políticas y programas sociales" (No.1).
2. Instituto Nacional de Estadística (2011). Pobreza en Guatemala –ENCOVI- (Encuesta Nacional de Condiciones de Vida). Informe Socioeconómico. Guatemala, Guatemala
3. TECHO Guatemala (2013). Informe de Comunicación 2013-2017. Guatemala.
4. TECHO Guatemala (2013) (s.f). Modelo de Trabajo con Comunidades. Guatemala
5. Sigma Dos Guatemala (2009). Definición de Niveles Socio Económicos. Informe Socioeconómico. Guatemala, Guatemala.

Listas de Discusión

1. Jorge Frascara. (2011, 06,19). La necesidad del diseño de información El problema central del diseñador no es la gráfica, sino el impacto que ella tiene en los conocimientos, las actitudes, y las conductas de la gente. Foro Alfa [Foro Digital]. Disponible: <https://foroalfa.org/articulos/la-necesidad-del-diseno-de-informacion>.



Sitios Web

1. Bolaños M. (2013) Densidad de población creció 18% en 7 años. [En línea]. Consultado el [04/05/2016] disponible en: <http://www.prensalibre.com/economia/crece-18-densidad-poblacional-en-7-aos-queda-departamentos-crecieron-mas>
2. Mayorga D. (2013) Los grupos generacionales y el marketing. [En línea]. Consultado el [04/05/2016] disponible en: <http://marketingestrategico.pe/los-grupos-generacionales-y-el-marketing/>
3. SOY502, Caubilla Roberto (27 de Diciembre 2015) Techo construyó más de 4 mil casas en 7 años en Guatemala (en línea) <http://www.soy502.com/articulo/techo-4-mil-casas>
4. SOY502 (27 de Febrero 2016) Pasa "Una noche sin Techo" en el Parque Central por una buena causa (en línea) <http://www.soy502.com/articulo/pasa-noche-sin-techo-parque-central-buena-causa>
5. TECHO.org (s.f.) Manual Uso de Marca (en línea).Recuperado el 17/02/2016, disponible en: <https://issuu.com/utpmp/docs/manualusotecho>
6. TECHO Guatemala (s.f.) Modelo de Trabajo. (en línea).Recuperado el 17/02/2016, disponible en: <http://www.techo.org/paises/guatemala/techo/modelo-de-intervencion/>
7. TECHO Guatemala(s.f.) Por qué somos TECHO (en línea).Recuperado el 17/02/2016, disponible en: <http://www.techo.org/paises/guatemala/por-que-somos-techo/>

ANEXOS



Encuesta a Expertos

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

FICHA DE VALIDACIÓN GRÁFICA
Referente: Expertos del tema

Nombre: _____
Ocupación: _____ Sexo: F M

Objetivo: Descubrir el nivel de funcionalidad del material editorial con las comunidades rurales que atiende TECHO Guatemala.
 Variables Aplicadas: Información, contenido, tipo de letra, ilustraciones, textos y composición.

INSTRUCCIONES
Después de observar la propuesta gráfica del material editorial que brinda información sobre programas, proyectos, y otra información de TECHO Guatemala para las **comunidades del interior del país**, rellene el círculo sobre la respuesta que considere correcta.

De la pregunta 1 a la 5 rellene una opción a, b, c.
 De la pregunta 6 a la 10 rellene más de una opción a, b, c, d, e, según considere.

1. **¿Considera que el diseño gráfico tiene relación con los contenidos que se desarrollan? (Marque una opción)**

a. Poca
 b. Medianamente
 c. Si la tiene

2. **Considera que la información contenida en el material editorial para las comunidades es: (Marque una opción)**



a. Interesante
 b. Poco interesante
 c. Nada interesante

3. **¿Cómo considera el diseño de las portadillas del material editorial? (Marque una opción)**

a. Pertinentes
 b. No se adaptan
 c. Pueden mejorar

4. **¿Cómo considera la iconografía implementada en el material editorial? (Marque una opción)**

a. Pertinentes
 b. No se adaptan
 c. Pueden mejorar

5. **¿Cómo califica el diseño del material editorial de TECHO hacia las comunidades? (Marque una opción)**

a. Excelente
 b. Muy bueno
 c. Bueno
 d. Puede Mejorar

6. **¿Cómo considera el diseño de portada del Material Editorial? (Marque dos opciones)**

a. Simple
 b. Atractiva
 c. Emocional
 d. Aburrida

7. **A su criterio la imagen que proyecta el material editorial es: (Marque tres opciones)**

a. Pertinente
 b. Muy Buena
 c. Buena
 d. Puede mejorar

8. **¿Qué le sugiere la frase "ELEVA TU MIRADA HACIA OTRA REALIDAD"? (Marque 3 opciones)**

a. Superación
 b. Desarrollo
 c. Evolución
 d. Pobreza
 e. Carencia
 f. Otro: _____



9. **A su criterio, la letra implementada en el material para las comunidades rurales es: (Marque dos opciones)**

a. Legible
 b. Ilegible
 c. Aburrida
 d. Dinámica

10. **¿Qué aspectos mejoraría usted a la imagen del material editorial? (Marque 3 opciones)**

a. Tipo de letra
 b. Texturas
 c. Ilustraciones
 d. Nada

Encuesta a Profesionales de Diseño Gráfico

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

FICHA DE VALIDACIÓN GRÁFICA
Referente: Profesionales de Diseño Gráfico

Nombre: _____
Ocupación: _____ Sexo: F M

Objetivo: Descubrir el nivel de funcionalidad del material editorial con las comunidades rurales que atiende TECHO Guatemala.
 Variables Aplicadas: Diagramación, tipografía, ilustración, fotografía, composición.

INSTRUCCIONES
Después de observar la propuesta gráfica del material editorial sobre programas y proyectos, y otra información de TECHO Guatemala para las **comunidades del interior del país**, rellene el círculo sobre la respuesta que considere correcta.

De la pregunta 1 a la 7 rellene una opción a, b, c.
 De la pregunta 8 a la 10 rellene más de una opción a, b, c, d, e, f, según considere.

1. **¿Considera que el diseño gráfico tiene relación con los contenidos que se desarrollan? (Marque una opción)**

a. Poca
 b. Medianamente
 c. Si la tiene

2. **¿Cómo considera el diseño de la portada y las portadillas del material editorial? (Marque una opción)**



a. Pertinentes
 b. Se adaptan
 c. Pueden mejorar

3. **¿Cómo considera las ilustraciones contenidas en el material? (Marque una opción)**

a. Pertinentes
 b. Se adaptan
 c. Pueden mejorar

4. **¿Cómo considera la iconografía implementada en el material editorial? (Marque una opción)**

a. Pertinente
 b. Se adaptan
 c. Pueden mejora

5. **¿Cómo considera el formato Carta 8.5" por 11", para comunicar la información? (Marque una opción)**

a. Pertinente
 b. Flexible
 c. Poco flexible

6. **¿Cómo califica el diseño del material editorial de TECHO hacia las comunidades rurales del país? (Marque una opción)**

a. Excelente
 b. Muy bueno
 c. Bueno

7. **En cuanto a la jerarquía en la composición visual, ¿Qué elemento es el que sobresale? (Marque una opción)**

a. Fotografía
 b. Texto
 c. Ilustración

8. **¿Qué aspectos considera que refleja el uso de retícula en la diagramación? (Marque dos opciones)**

a. Orden
 b. Desequilibrio
 c. Coherencia Visual
 d. Armonía
 e. Otro: _____

9. **A su criterio, la tipografía implementada en los cuerpos de texto para el grupo objetivo es: (Marque dos opciones)**

a. Legible
 b. Ilegible
 c. Acurrida
 d. Dinámica
 e. Pertinente

10. **¿Qué le sugiere la frase "ELEVA TU MIRADA HACIA OTRA REALIDAD"? (Marque 3 opciones)**

a. Superación
 b. Desarrollo
 c. Evolución
 d. Pobreza
 e. Carencia
 f. Otro: _____

Encuesta a Grupo Objetivo Primario



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

FICHA DE VALIDACIÓN GRÁFICA Referente: Grupo Objetivo Primario

Nombre: _____
Ocupación: _____ Sexo: F M

- ▣ **Objetivo:** Descubrir el nivel de funcionalidad del material editorial con las comunidades rurales que atiende TECHO Guatemala.
- ▣ **Variables Aplicadas:** Información, tipo de letra, ilustraciones, textos, fotografía.

INSTRUCCIONES

Después de observar la propuesta gráfica del material editorial que brinda información sobre programas, proyectos, y otra información de TECHO Guatemala para las **comunidades del interior del país**, rellene el círculo sobre la respuesta que considere correcta.

- ▣ De la pregunta 1 a la 6 rellene una opción a, b, c, según considere.
- ▣ De la pregunta 7 a la 10 rellene más de una opción a, b, c, d, e, según considere.

1. Considera que la información contenida en el material editorial es: *(Marque una opción)*

- a. Interesante
- b. Poco interesante
- c. Nada interesante

2. ¿Cómo le parecen los párrafos de textos en el material editorial? *(Marque una opción)*

- a. Ordenados
- b. Desordenados

3. ¿Usted puede leer los párrafos de texto del material presentado? *(Marque una opción)*

- a. Sí
- b. No

4. ¿Considera que el material informativo motiva e interesa a conocer y acercarse a la organización TECHO Guatemala? *(Marque una opción)*

- a. Sí
- b. No

¿Por qué? _____



5. ¿Qué elemento considera que sobresale en el documento? *(Marque una opción)*

- a. Fotografía
- b. Texto
- c. Ilustración

6. ¿Cómo considera el diseño de las portadillas del material editorial? *(Marque una opción)*

- a. Pertinentes
- b. No se adaptan
- c. Pueden mejorar

7. ¿Qué le sugiere la frase "ELEVA TU MIRADA HACIA OTRA REALIDAD"? *(Marque 3 opciones)*

- g. Superación
- h. Desarrollo
- i. Evolución
- j. Pobreza
- k. Carencia
- l. Otro: _____

8. ¿Qué entiende en las fotografías de las portadillas del documento? *(Marque 3 opciones)*

- a. Sueños
- b. Una mejor vida
- c. Desarrollo
- d. Futuro
- e. No se comprende

9. ¿Cómo considera el material editorial para las comunidades rurales del país? *(Marque 3 opciones)*

- a. Atractivo
- b. Informativo
- c. Fácil de entender
- d. Complicado
- e. Aburrido

10. ¿Qué aspecto mejoraría usted al diseño del material editorial? *(Marque 3 opciones)*

- a. Letra
- b. Ilustraciones
- c. El orden de los párrafos
- d. El tamaño del documento
- e. Nada

Encuesta a Grupo Objetivo Secundario



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

FICHA DE VALIDACIÓN GRÁFICA Referente: Grupo Objetivo Secundario

Nombre: _____
Ocupación: _____ Sexo: F M

- ▣ **Objetivo:** Descubrir el nivel de funcionalidad del material editorial con las comunidades rurales que atiende TECHO Guatemala.
- ▣ **Variables Aplicadas:** Información, contenido, textos, diseño y composición.

INSTRUCCIONES

Después de observar la propuesta gráfica del material editorial que brinda información sobre programas, proyectos, y otra información de TECHO Guatemala para las **comunidades del interior del país**, rellene el círculo sobre la respuesta que considere correcta.

- ▣ De la pregunta 1 a la 5 rellene una opción a, b, c, según considere.
- ▣ De la pregunta 6 a la 10 rellene más de una opción a, b, c, d, e, según considere.

1. Considera que la información contenida en el material editorial es: *(Marque una opción)*

- a. Interesante
- b. Poco interesante
- c. Nada interesante

2. ¿Cómo le parecen los párrafos de textos en el material editorial? *(Marque una opción)*

- a. Ordenados
- b. Desordenados

3. ¿Usted puede leer los párrafos de texto del material presentado? *(Marque una opción)*

- a. Sí
- b. No

4. ¿Considera que el material informativo motiva e interesa a conocer y acercarse a la organización TECHO Guatemala? *(Marque una opción)*

- a. Sí
- b. No

¿Por qué? _____



5. ¿Qué elemento considera que sobresale en el documento? *(Marque una opción)*

- a. Fotografía
- b. Texto
- c. Ilustración

6. ¿Cómo considera el diseño de las portadillas del material editorial? *(Marque una opción)*

- a. Pertinentes
- b. No se adaptan
- c. Pueden mejorar

7. ¿Qué le sugiere la frase "ELEVA TU MIRADA HACIA OTRA REALIDAD"? *(Marque tres opciones)*

- a. Superación
- b. Desarrollo
- c. Evolución
- d. Pobreza
- e. Carencia
- f. Otro: _____

8. ¿Qué entiende en las fotografías de las portadillas del documento? *(Marque tres opciones)*

- a. Sueños
- b. Una mejor vida
- c. Desarrollo
- d. Futuro
- e. No se comprende

9. Como voluntario considera que el material editorial es: *(Marque una opción)*

- a. Una herramienta de apoyo
- b. Informativo
- c. Fácil de dar a conocer
- d. Complicado

10. ¿Qué aspecto mejoraría usted al diseño del material editorial? *(Marque una opción)*

- a. Letra
- b. Ilustraciones
- c. El orden de los párrafos
- d. El tamaño del documento
- e. Nada

EXPERTOS EN EL TEMA

1. ¿Considera que el diseño gráfico tiene relación con los contenidos que se desarrollan?

a. Poca	0
b. Medianamente	1
c. Si la tiene	4

2. Considera que la información contenida en el material editorial para las comunidades es: (Marque una opción)

a. Interesante	5
b. Medianamente interesante	0
c. Poco Interesante	0

3. ¿Cómo considera el diseño de las portadillas del material editorial? (Marque una opción)

a. Pertinentes	4
b. Se adaptan	0
c. Pueden mejorar	1

4. ¿Cómo considera la iconografía implementada en el material editorial? (Marque una opción)

a. Pertinentes	4
b. No se adaptan	1
c. Pueden mejorar	0

5. ¿Cómo califica el diseño del material editorial de TECHO hacia las comunidades? (Marque una opción)

a. Excelente	1
b. Muy bueno	2
c. Bueno	2
d. Puede mejorar	0

6. ¿Cómo considera el diseño de portada del Material Editorial? (Marque dos opciones)

a. Simple	4
b. Atractiva	1
c. Emocional	5
d. Aburrida	0

7. A su criterio la imagen que proyecta el material editorial es: (Marque tres opciones)

a. Pertinente	2
b. Muy buena	3
c. Buena	0
d. Puede mejorar	0

8. ¿Qué le sugiere la frase “ELEVA TU MIRADA HACIA OTRA REALIDAD”? (Marque 3 opciones)

a. Superación:	
b. Desarrollo:	
c. Evolución	3
d. Pobreza	0
e. Carencia:	
f. Otro	

9. A su criterio, la letra implementada en el material para las comunidades rurales es: (Marque dos opciones)

a. Legible	5
b. Ilegible	0
c. Aburrida:	
d. Dinámica	

10. ¿Qué aspectos mejoraría usted a la imagen del material editorial? (Marque 3 opciones)

a. Tipo de letra	0
b. Texturas:	
c. Ilustración	1
d. Nada	

PROFESIONALES DE DISEÑO GRÁFICO

1. ¿Considera que el diseño gráfico tiene relación con los contenidos que se desarrollan? (Marque una opción)

a. Poca	0
b. Medianamente	0
c. Si la tiene	15

2. ¿Cómo considera el diseño de la portada y las portadillas del material editorial? (Marque una opción)

a. Pertinentes	11
b. Se adaptan	4
c. Pueden mejorar	0

3. ¿Cómo considera las ilustraciones contenidas en el material? (Marque una opción)

a. Pertinentes	12
b. Se adaptan	3
c. Pueden mejorar	0

4. ¿Cómo considera la iconografía implementada en el material editorial? (Marque una opción)

a. Pertinente	14
b. Se adapta	1
c. Pueden mejorar	0

5. ¿Cómo considera el formato Carta 8.5" por 11", para comunicar la información? (Marque una opción)

a. Pertinente	10
b. Flexible	3
c. Poco Flexible	2

6. ¿Cómo califica el diseño del material editorial de TECHO hacia las comunidades rurales del país? (Marque una opción)

a. Excelente	7
b. Muy bueno	8
c. Bueno	0

7. En cuanto a la jerarquía en la composición visual, ¿Qué elemento es el que sobresale? (Marque una opción)

a. Fotografía	12
b. Texto	2
c. Ilustración	1

8. ¿Qué aspectos considera que refleja el uso de retícula en la diagramación? (Marque dos opciones)

a. Orden	15
b. Desequilibrio	0
c. Coherencia Visual	9
d. Armonía	6
e. Otro	0

9. A su criterio, la tipografía implementada en los cuerpos de texto para el grupo objetivo es: (Marque dos opciones)

a. Legible	15
b. Ilegible	
c. Aburrida	
d. Dinámica	
e. Pertinente	14

10. ¿Qué le sugiere la frase "ELEVA TU MIRADA HACIA OTRA REALIDAD"? (Marque 3 opciones)

a. Superación	5
b. Desarrollo	
c. Evolución	6
d. Pobreza	1
e. Carencia	
f. Otro	

GRUPO OBJETIVO PRIMARIO

1. Considera que la información contenida en el material editorial es: (Marque una opción)

a. Interesante	16
b. Medianamente interesante	4
c. Poco interesante	0

2. ¿Cómo le parecen los párrafos de textos en el material editorial? (Marque una opción)

a. Ordenados	18
b. Desordenados	2

3. ¿Usted puede leer los párrafos de texto del material presentado? (Marque una opción)

a. Si	18
b. No	2

4. ¿Considera que el material informativo motiva e interesa a conocer y acercarse a la organización TECHO Guatemala?

a. Si	18
b. No	2

5. ¿Qué elemento considera que sobresale en el documento? (Marque una opción)

a. Fotografía	18
b. Texto	1
c. Ilustración	1

6. ¿Cómo considera el diseño de las portadillas del material editorial? (Marque una opción)

a. Pertinentes	15
b. Se adaptan	3
c. Pueden mejorar	2

7. ¿Qué le sugiere la frase "ELEVA TU MIRADA HACIA OTRA REALIDAD"? (Marque 3 opciones)

a. Superación	20	
b. Desarrollo	19	
c. Evolución	19	
d. Pobreza	1	
e. Carencia	0	
f. Otro	1	Escape

8. ¿Qué entiende en las fotografías de las portadillas del documento? (Marque 3 opciones)

a. Sueños	
b. Una mejor vida:	6
c. Desarrollo	0
d. Futuro	2
e. No se comprende	3

9. ¿Cómo considera el material editorial para las comunidades rurales del país? (Marque 3 opciones)

a. Atractivo	19
b. Informativo	20
c. Fácil de entender	8
d. Complicado	
e. Aburrido:	

10. ¿Qué aspecto mejoraría usted al diseño del material editorial? (Marque 1 opción)

a. Letra	1
b. Ilustraciones	2
c. El orden de los párrafos	0
d. El tamaño del documento	2
e. Nada_	5

GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO

1. Considera que la información contenida en el material editorial es: (Marque una opción)

a. Interesante	4
b. Medianamente interesante	1
c. Poco interesante	0

2. ¿Cómo le parecen los párrafos de textos en el material editorial? (Marque una opción)

a. Ordenados	4
b. Desordenados	1

3. ¿Usted puede leer los párrafos de texto del material presentado? (Marque una opción)

a. Si	5
b. No	0

4. ¿Considera que el material informativo motiva e interesa a conocer y acercarse a la organización TECHO Guatemala?

a. Si	5
b. No	0

5. ¿Qué elemento considera que sobresale en el documento? (Marque una opción)

a. Fotografía	5
b. Texto	0
c. Ilustración	0

6. ¿Cómo considera el diseño de las portadillas del material editorial? (Marque una opción)

a. Pertinentes	3
b. Se adaptan	1
c. Pueden mejorar	1

7. ¿Qué le sugiere la frase "ELEVA TU MIRADA HACIA OTRA REALIDAD"? (Marque 3 opciones)

a. Superación	5
b. Desarrollo	5
c. Evolución	4
d. Pobreza	0
e. Carencia	0
f. Otro	1

Movimiento

8. ¿Qué entiende en las fotografías de las portadillas del documento? (Marque 3 opciones)

a. Sueños	2
b. Una mejor vida	5
c. Desarrollo	5
d. Futuro	2
e. No se comprende	0

9. Como voluntario con sidera que el material editorial es:

a. Una herramienta de apoyo	2
b. Informativo	2
c. Fácil de dar a conocer	2
d. Complicado	2

10. ¿Qué aspectos mejoraría usted al diseño del material editorial? (Marque 1 opción)

a. Letra	0
b. Ilustraciones	1
c. El orden de los párrafos	0
d. El tamaño del documento	2
e. Nada2	

ENTREGA DEL MATERIAL A LA INSTITUCIÓN



*Diego Arana Director de Comunicación y Reneé Seijas Coordinadora de
Diseño y creatividad TECHO - Guatemala*

Guatemala, febrero 28 de 2017.

Señor Decano
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala
Msc. Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón
Presente.

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que con base en el requerimiento de la estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico - Facultad de Arquitectura: **CINDY GABRIELA MORATAYA YANTUCHE**, Carné universitario: **2012 20240**, realicé la Revisión de Estilo de su proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIAL EDITORIAL PARA DAR A CONOCER LOS PROGRAMAS Y PROYECTOS DE DESARROLLO COMUNITARIO DE TECHO GUATEMALA, DIRIGIDO A LAS COMUNIDADES DEL INTERIOR DEL PAÍS, previamente a conferírsele el título de Licenciada en Diseño Gráfico.**

Y, habiéndosele efectuado al trabajo referido, 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 que exige la Universidad.

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



Lic. Maricella Saravia
Colegiada 10,804

Lic. Maricella Saravia de Ramírez
Colegiada 10,804

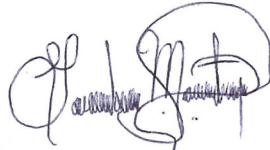
Profesora Maricella Saravia de Ramírez
Licenciada en la Enseñanza del Idioma Español y de la Literatura

LENGUA ESPAÑOLA - CONSULTORÍA LINGÜÍSTICA
Especialidad en corrección de textos científicos universitarios

Teléfonos: 3122 6600 - 5828 7092 - 2252 9859 - - maricellasaravia@hotmail.com

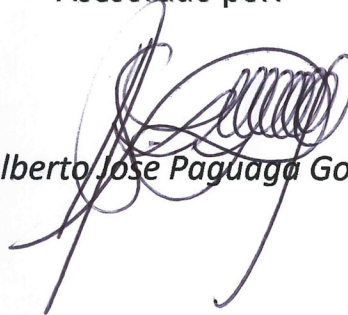
“Diseño de Material Editorial para dar a conocer los programas y proyectos de desarrollo comunitario de TECHO Guatemala, dirigido a las comunidades del interior del país”

Proyecto de Graduación desarrollado por:



Cindy Gabriela Morataya Yantuche

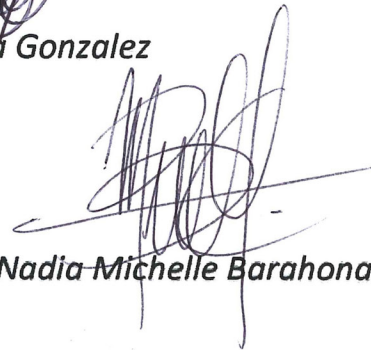
Asesorado por:



Msc. Alberto José Paguaga Gonzalez



*Licda. Miriam Isabel Meléndez
Sandoval De Villalta*



Licda. Nadia Michelle Barahona Garrido

Imprimase:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

TECHO

