

Juan Lima

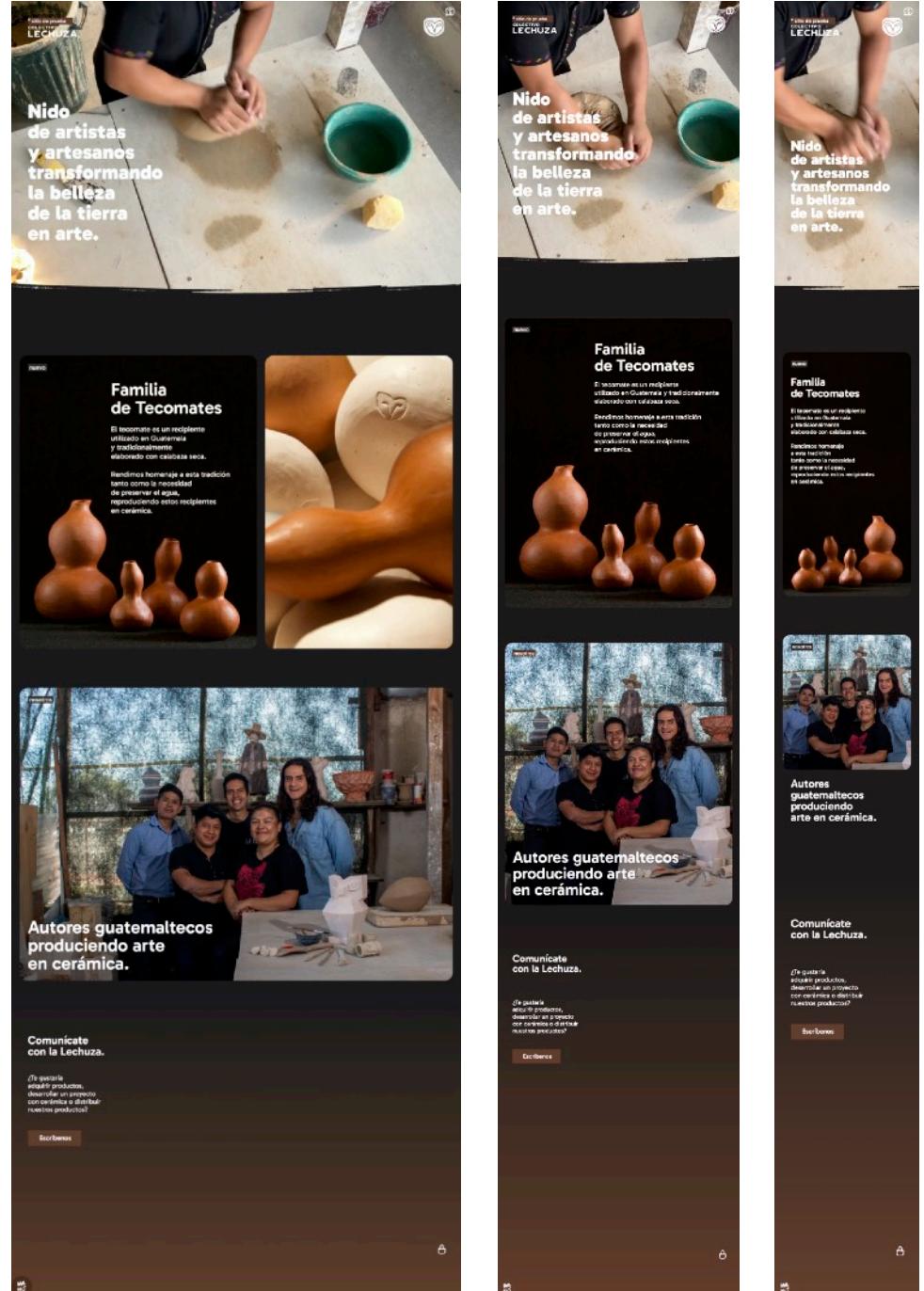
graphic and product
design portfolio

june 2024



Lechuza's online store

CLIENT Colectivo Lechuza.
RESOURCE Visit online [website](#).
YEAR 2024.
DESCRIPTION Website is under development with Wix Studio.



Lechuza's product photography.

CLIENT Colectivo Lechuza.

YEAR 2024.

DESCRIPTION First batch of products to build online catalog.



Cup design for Earth Lodge.

CLIENT Colectivo Lechuza.
BRAND Earth Lodge.
RESOURCE Visit instagram [post](#) and [reel](#).
YEAR 2023.
DESCRIPTION Designed the shape of the cup, graphic design works were made alongside earth lodge's owner by Colectivo Lechuza.



Nueva Narrativa's announcements.

CLIENT Nueva Narrativa.

YEAR 2020.

DESCRIPTION Announcements designed for WhatsApp and other messaging and mobile apps.

kiej 8 NUEVA NARRATIVA
RED DE PUEBLOS INDÍGENAS

GUATEVISIÓN NUEVA NARRATIVA
martes 18 de agosto del 2020 8:30 a.m.

EL COSTO de LA DESNUTRICIÓN CRÓNICA
acompañanos para conversar

BIBI LA LUZ GONZALEZ
EDNA LIMA

esta será nuestra invitada especial hoy por la noche

PROGRAMA de EVENTOS

AGOSTO

NUEVA 2020 NARRATIVA

LUNES	MIERCOLES	JUEVES
10 ABIERTO RED PUEBLOS INDÍGENAS 66 MILLONES → DIARIOS EL COSTO DE LA DESNUTRICIÓN CRÓNICA GUATEMALA	12 LA HERRAMIENTA RED DE MIGRANTES TALLER SOMOS LO QUE COMEMOS	13 ABIERTO RED DE REDES EL RETO MÁS GRANDE DE LOS GUATEMALTECOS
DOMINGO 16 ABIERTO RED DE JÓVENES	MIÉRCOLES 19 LA HERRAMIENTA RED DE MIGRANTES APRENDIENDO A NUTRIR (NOS)	SÁBADO 22 LA HERRAMIENTA RED DE PULSARS TALLER ¿QUÉ ES INTELIGENCIA COLECTIVA?
DOMINGO 23 ABIERTO RED DE JÓVENES	DOMINGO 24 LA HERRAMIENTA RED PUEBLOS INDÍGENAS TALLER SUPER ALIMENTOS	JUEVES 27 ABIERTO RED DE REDES MEDICINA (Alimentos que Sanan)
SÁBADO 29 ABIERTO RED DE PULSARS 1000 SOLUCIONES PARA EL GRAN RETO	DOMINGO 30 ABIERTO RED DE JÓVENES	DOMINGO 30 ABIERTO RED DE JÓVENES

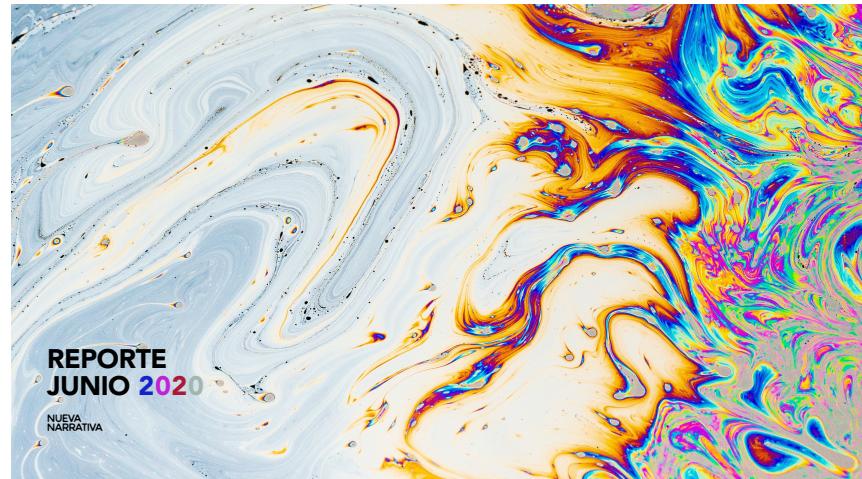
Nueva Narrativa's posters.

CLIENT Nueva Narrativa.
YEAR 2020.
DESCRIPTION Announcements designed for WhatsApp and other messaging and mobile apps.



Nueva Narrativa's progress report.

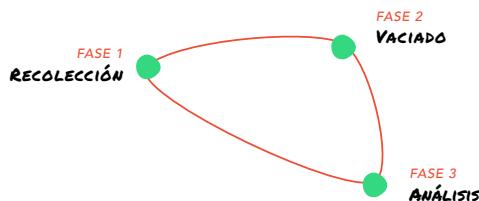
CLIENT Nueva Narrativa.
YEAR 2020.
DESCRIPTION Activity report explaining the method and results obtained during a month's period.



REPORTE JUNIO 2020
NUEVA NARRATIVA GUATE

MÉTODO de ANÁLISIS

Al igual que el mes de mayo, la metodología utilizada para la presentación de la información fue la siguiente:



FASE 1 Recolección

La primera fase de esta metodología consistió en hacer una recopilación de las palabras más utilizadas por los participantes, así como los comentarios, las reacciones, las anécdotas y las experiencias que se generaron durante los abiertos. Para ello, se pasó un cuestionario procurando que fuese llenado por un mínimo de 10 personas. Se incluyeron preguntas de tipo abierto, como contenía preguntas como: ¿Qué temas te gustaría tratar en los próximos abiertos? ¿Qué medios de comunicación son los que más utilizan? ¿Cuáles son las principales temáticas de la NNGT? ¿Con qué palabra o enunciado describirías el abierto?

FASE 2 Vaciado

Con el fin de categorizar y caracterizar tanto a la audiencia como a la evidencia lingüística, la información recopilada de los abiertos y encuestas se unificó de forma lógica en una misma plantilla (ver anexo 1). De este modo, se utilizaron variables que describen la audiencia fueron, entre otras, edad, ubicación y trabajo; mientras que la categorización se realizó según intereses personales y profesionales. La evidencia, por su parte, se categorizó a partir de las variables: recurrencia en su mención, si provocó reacciones en los participantes.

FASE 3 Análisis

El análisis fue de carácter cualitativo, descriptivo, observacional y no normativo. Se realizó a partir de los datos lingüísticos, cuyo objetivo era identificar las principales palabras más recurrentes entre los participantes del mes, los contextos más utilizados, sus intereses particulares y sus proyecciones. Con el fin de consolidar una base de evidencia lingüística que permita construir una ruta idiomática de difusión, adaptación y apropiación de Nueva Narrativa Guate.

HERRAMIENTAS y su CICLO de UTILIZACIÓN

1. Encuestas y formato de recolección

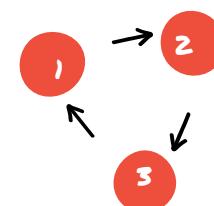
Selección aleatoria de participantes del abierto en cuestión para completar las encuestas de recolección.

2. Plantillas de vaciado de información

Vaciado de información recopilada por la encuesta de recolección. Se integró con las notas tomadas por el recolector durante el abierto. Se ordena de forma lógica para su descripción.

3. Presentación de resultados

Descripción de participación en variables como: edades, ubicación por participación, entre otros. Mas un análisis lingüístico de los datos recopilados durante los abiertos.

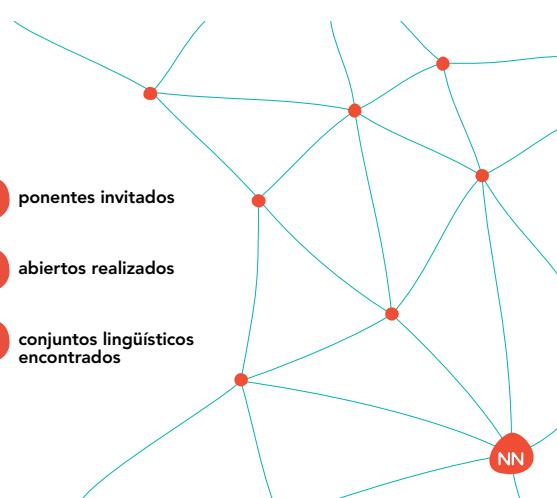


REPORTE JUNIO 2020
NUEVA NARRATIVA GUATE

MAYO 2020 RECAPITULACIÓN

- 928 personas AUDIENCIA TOTAL ACUMULADA
- 26 ponentes invitados
- 10 países CON 148 GUATEMALTECOS
- 12 conjuntos lingüísticos encontrados
- 32 significantes encontrados

GRÁFICA 01 RESUMEN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN EL PRIMER MES DE ABIERTOS REALIZADOS POR NUEVA NARRATIVA



04 NN

05 NN

asistencia

El segundo mes de abiertos Nueva Narrativa de la Red de Redes tuvo una tendencia de participación positiva, con un promedio de 219 personas. El segundo mes representó un crecimiento promedio del 48% participantes, comparado al mes anterior (el cual registró un promedio de 148 personas). Se realizó un total de 107 participantes más por abierto realizado.

Se alcanzó el pico máximo de participación en el abierto "Nuevas Empresarias" que se realizó el 28 de mayo.

La única tendencia negativa registrada no representó más que un 3% de decrecimiento con relación a la tendencia mensual.

La estrategia implementada para convocatoria, la planificación, así como los temarios desarrollados evidencian el éxito del segundo mes de abiertos de la red.



08 NN

participantes

La Red de Redes registró en su segundo mes de abiertos Nueva Narrativa participación de personas de todas las edades. Sin embargo, se tuvo una mayor concentración de asistentes en edades entre los 15 a 35 años (52%).

La gráfica presenta los porcentajes de participación acumulados por rangos de edad de manera unitaria. En comparación al primer mes, los participantes en edad entre los 46 a 55 y 56 a 65 años disminuyeron en 10% y 14% respectivamente. Esto según la información recolectada, responde al interés por los temas y ponentes involucrados en los abiertos.

Es importante mencionar que tuvo un descenso del 50% de participantes entre los 26 a 35 años. Esto se debe a que la cantidad de participantes entre el rango de edad mencionado no solo se refiere a la edad, sino que también se refiere a la red actual y priorizar otras estrategias de acercamiento y convocatoria complementarias para que el crecimiento sea paralelo.



GRÁFICA 03 PORCENTAJE DE PARTICIPANTES TOTALES QUE SE TUVERON DURANTE LOS ABIERTOS, POR GRUPO ETARIO.

redes

La gestión de red se mide a partir del acumulado de respuestas totales del mes para considerarlo efectivo. En ese sentido, los participantes totales de los abiertos mencionaron que prefieren interacciones más cercanas y personales a través de redes sociales. Como muestra la tendencia preferida, la red prefiere de la audiencia de Red de Redes es Instagram.

Los participantes respondieron a las estrategias de convocatoria a una audiencia amplia y a los abiertos luego de entrarse a través de la invitación de un amigo por medio de WhatsApp. Esto sugiere que la parte más importante de la estrategia es la confianza en la fuente de invitación, por lo que se prioriza mantener la estrategia de interacción personal. Así mismo, y dada la tendencia de utilización de redes sociales, se ha buscado dinamizar las redes alternas como Instagram y Facebook, para que estas también den sentido de pertenencia a la comunidad.

evidencia lingüística

De los abiertos realizados durante el segundo mes de la Red de Redes fue posible extraer un total de 31 significantes. Estos se agruparon únicamente en cinco significantes según temáticas asociadas a la cultura, la identidad y las tradiciones que se resaltan. Se simplificó la línea discursiva tomada en los abiertos de la red.

A esto se conoce como "Conjunto Lingüístico" y tiene como objetivo dar visibilidad a las estrategias de comunicación y las estrategias de abordaje para material de difusión, procesos de construcción de red y propuestas de impacto a corto y mediano plazo. La siguiente gráfica muestra la selección de los cinco significantes partidos de tres indicadores:

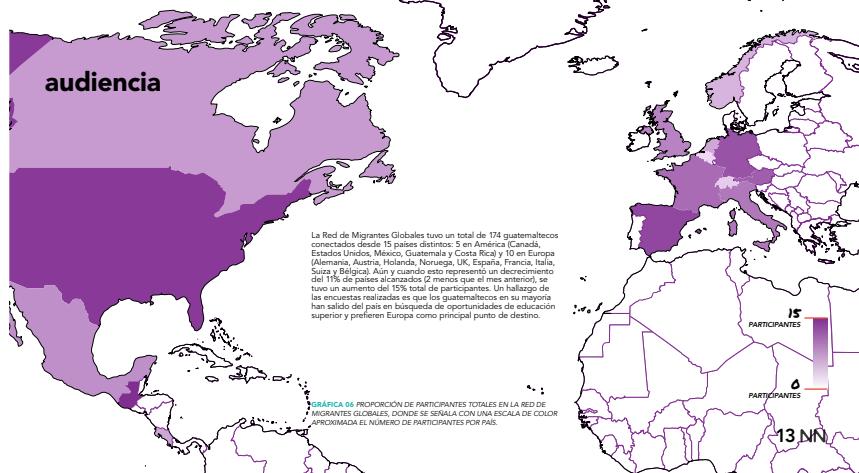
1. Significante o contexto utilizado: anécdotas, historias, provocaciones, entre otros.
2. Frecuencia en la utilización del significante, para complementar el discurso del participante (cantidad de veces utilizada bajo el mismo contexto)
3. Aceptación del significante: los participantes adecuaron su discurso para poder utilizar el significante

significantes seleccionados



GRÁFICA 04 31 SIGNIFICANTES LINGÜÍSTICOS TOTALES, DONDE SE RESALTAN LOS CINCO MÁS REPRESENTATIVOS DE TODOS.

10 NN

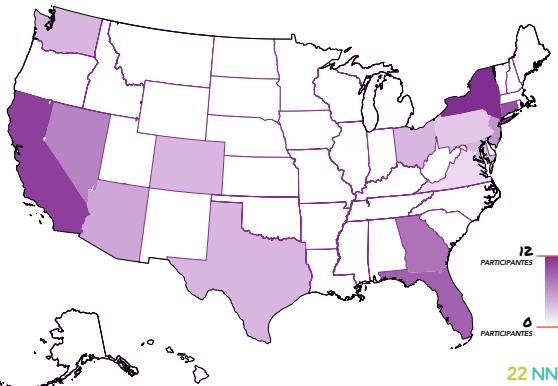


REPORTE JUNIO 2020
RED DE MIGRANTES ESTABLECIDOS EN USA

asistencia



GRÁFICA 13 TENDENCIA DE PARTICIPANTES TOTALES QUE SE TUWERON DURANTE LOS 10 ABIERTOS DE LA RED DE MIGRANTES ESTABLECIDOS EN USA.



GRÁFICA 13 TENDENCIA DE PARTICIPANTES TOTALES QUE SE TUWERON DURANTE LOS 10 ABIERTOS DE LA RED DE MIGRANTES ESTABLECIDOS EN USA.

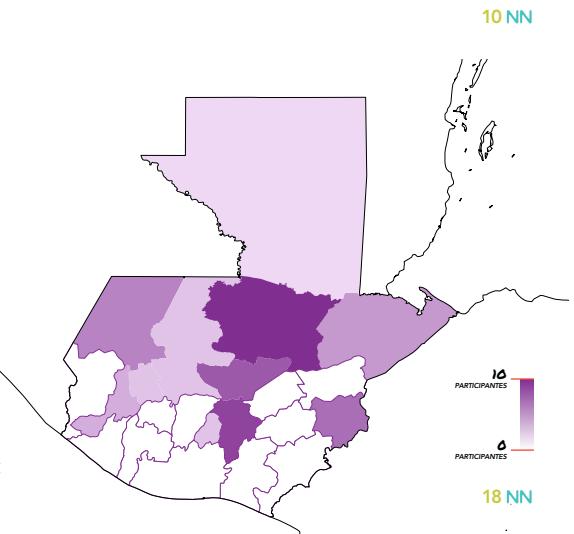
redes

Al ser el primer abierto realizado con la Red, aún no se puede hablar de tendencias de participación. No obstante, los participantes del primer abierto de la Red de Migrantes establecidos en el extranjero mencionaron que la estrategia de convocatorias a eventos a través de Redes Sociales, siendo WhatsApp la red preferida. Esto sugiere, por el momento, mantener la estrategia de convocatoria uno a uno.

audiencia

La Red Intercultural tuvo un total de 104 participantes conectados desde 11 departamentos distintos: Alta Verapaz, Baja Verapaz, Chiquimula, Guatemala, Huehuetenango, Izabal, Quetzaltenango, Suchitepéquez, Totonicapán, Retalhuleu, Petén y Chimaltenango. Una de las encuestas realizadas es que la mayoría de participantes de los abiertos de la red (54%) se identificaron como Q'eqchi, el 27% como Kaqchikel, el 13% como K'iche'y y el 4% como otras (man, garífuna y kaqchikel).

GRÁFICA 10 PROPORCIÓN DE PARTICIPANTES TOTALES DONDE SE SEÑALA CON UNA ESCALA DE COLOR APROXIMADA EL NÚMERO DE PARTICIPANTES POR PAÍS.



REPORTE JUNIO 2020
INTERCULTURAL

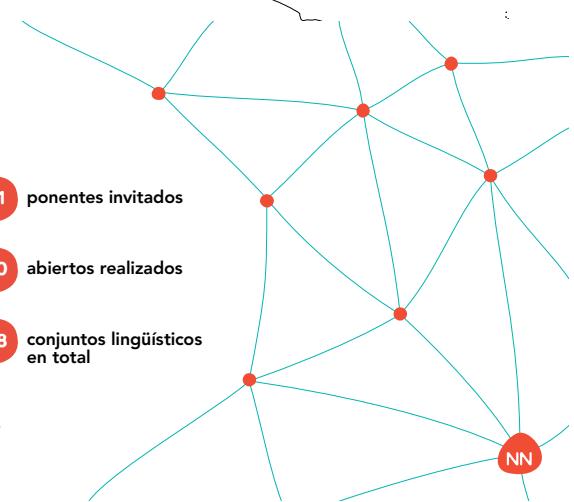
RESULTADOS GENERALES

1469 personas
AUDIENCIA TOTAL ACUMULADA

15 países
CON 174 GUATEMALTECOS

80 significantes encontrados

GRÁFICA 14 RESUMEN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN EL SEGUNDO MES DE ABIERTOS REALIZADOS POR NUEVA NARRATIVA



10 NN

18 NN

NN

diversidad
Simplificado como el entendimiento de las culturas, creencias, espacios naturales, roles cedulados y pensamientos parte de un colectivo, que permitan acercar y forma consciente,

emprendimiento
Simplificado como la relación entre "valor económico" y desarrollo personal, con nuestro propósito como propulsor, con la motivación de que las personas crean en sus pasadas.

ciudadanía
Simplificado como el entendimiento consciente de los roles individuales dentro de un sistema que permite generar relaciones entre personas, propuestas concretas de desarrollo, humanidad, así como empato.

conexión
Simplificado como la interacción de las grandes culturas en un desarrollo personal, reconociendo la riqueza cultural, de trabajo y de vida que tienen las personas y las comunidades individuales de los guatemaltecos dentro de la comunidad.

propósito
Simplificado bajo la concepción "valores que transformen vidas" que provoquen relaciones horizontales de desarrollo entre el ciudadano y su comunidad.

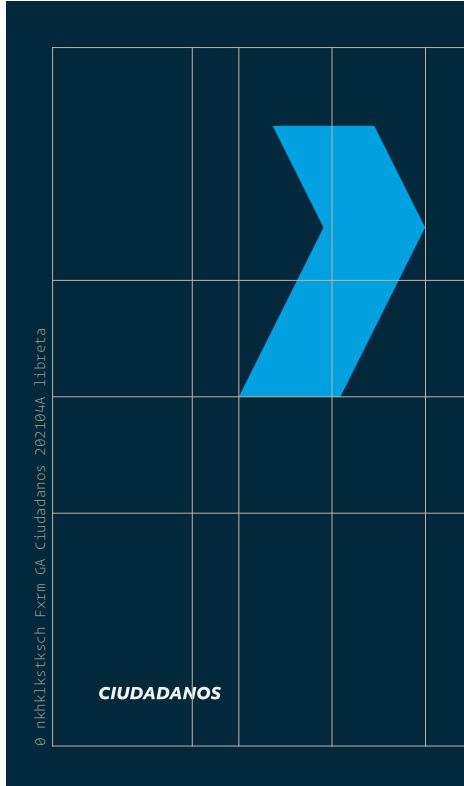
Brand design for Ciudadanos and Comunidad de Cambio.

CLIENT GuateActiva.

YEAR 2021.

DESCRIPTION Branding for a political movement and party.





¡Bienvenidos a la construcción de una Nueva Guatemala!

¡Aquí inicia el camino a las urnas!

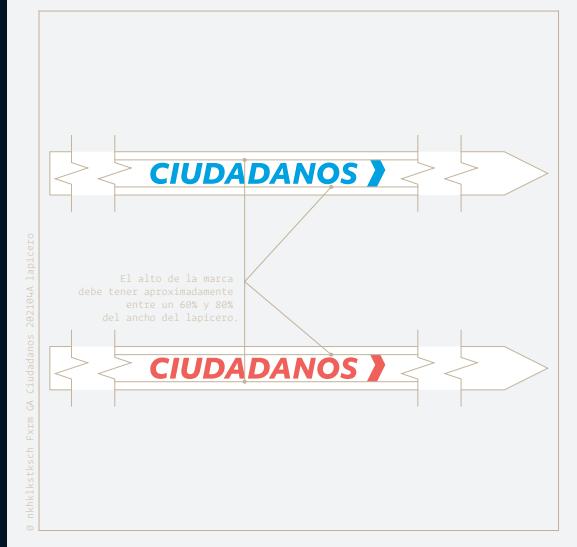
Esperamos el compromiso
de cada uno de ustedes para llevar
este evento al máximo nivel.

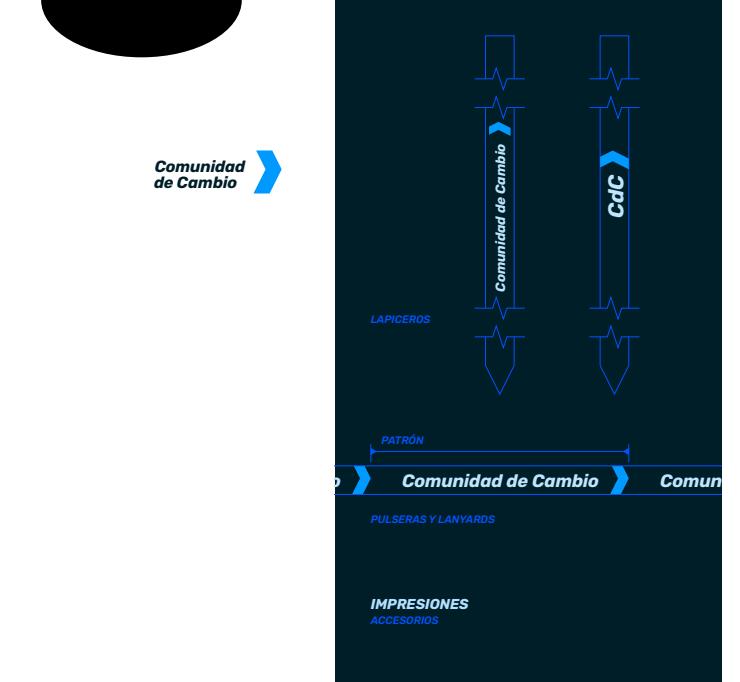
Rogamos la máxima discreción posible.



¡El viaje inicia en Antigua!

CIUDADANOS
DE UNA NUEVA GUATEMALA





Generación de Cambio's brand design.

CLIENT GuateActiva.

YEAR 2021.

DESCRIPTION Branding for a politics formation program.



GUATE ACTIVA

otorga el siguiente
certificado de participación

a

Marvin Medardo Tzalam Quib

por haber completado satisfactoriamente la quinta cohorte
de Generación de Cambio realizada durante los meses de marzo y abril del año 2021



Allan David Ortiz
DIRECTOR
GUATEACTIVA

Elisabeth Maigler
DIRECTORA DE PROYECTOS PARA CENTROAMÉRICA
FUNDACION FRIEDRICH NAUMANN

Con el apoyo de:



**GENERACIÓN
DE CAMBIO**

**CONVOCATORIA
5ta EDICIÓN**

2021



Con el apoyo de:



La 5ta edición de Generación de Cambio es un programa de liderazgo emergente y ciudadanía participativa de Guate Activa, dirigido a jóvenes estudiantes de penúltimo y último año de diversificado, decididos a permitirse retar a su presente para construir juntos una Nueva Guatemala.

Generación de Cambio contará con un equipo multidisciplinario de profesores de alto nivel pertenecientes a diferentes casas de estudio superior del país, para impartir sesiones relacionadas a los ejes:

Realidad Nacional
Liderazgo
Desarrollo de la Región

Proceso de convocatoria.

- Postulación en línea: del 08 al 18 de febrero.
- Confirmación de 50 semifinalistas: 19 y 20 de febrero.
- Entrevistas digitales a preseleccionados: 23 de febrero.
- Confirmación de finalistas: 25 de febrero.

**GENERACIÓN
DE CAMBIO**

5ta EDICIÓN

Un programa de



Con el apoyo de:



FRIEDRICH NAUMANN
STIFTUNG Für die Freiheit.
Centroamérica



ALIANZA PARA
CENTROAMÉRICA
CONTRIBUYENDO A LA ESTABILIDAD Y LA INTEGRACIÓN PARA EL DESARROLLO



UNIVERSIDAD
DEL VALLE
DE GUATEMALA



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



UFM
UNIVERSIDAD FRANCISCO MARROQUÍN
SISTEMA UNIVERSITARIO

CENTRO para
el ANÁLISIS de las
DECISIONES PÚBLICAS

"Generación de Cambio me abrió un mundo de oportunidades en donde aprendí que los jóvenes somos los futuros líderes del país y que el cambio está en nuestras manos para tener el país que merecemos.

Me ayudó a salir de mi zona de confort y a fortalecer mis habilidades de liderazgo y análisis crítico."



Sofía Guzman

