

# DISEÑO GRÁFICO

# Editorial

para el manual dirigido a estudiantes universitarios acerca de los lineamientos para ser un equipo Enactus en Guatemala

*Proyecto desarrollado por*

**ANDREA FERNANDA ROJAS PELLECCER**

Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico

Universidad de San Carlos  
de Guatemala

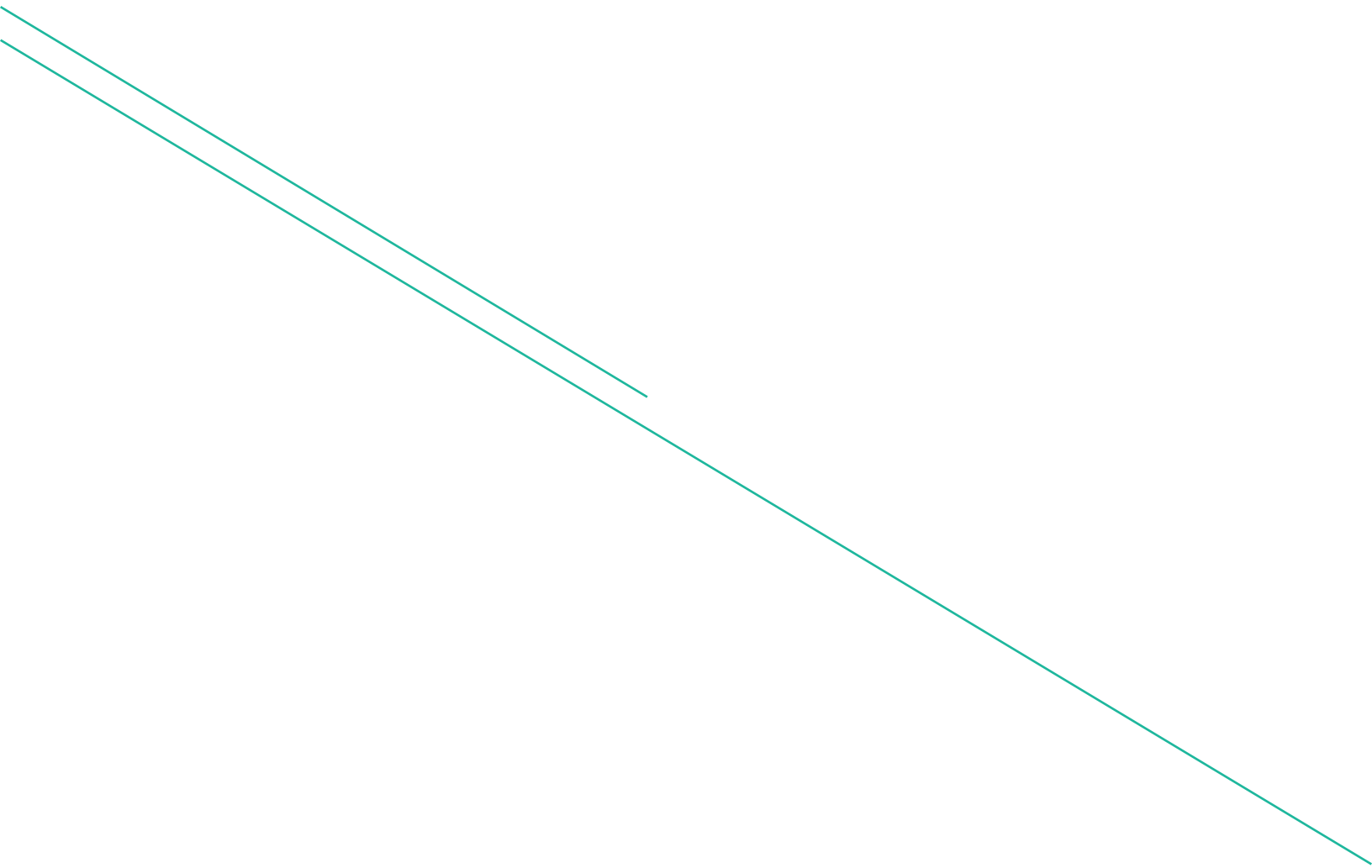
Guatemala, marzo, 2016



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala



# DISEÑO GRÁFICO

# Editorial

para el manual dirigido a estudiantes  
universitarios acerca de los lineamientos  
para ser un equipo Enactus en Guatemala

*Proyecto desarrollado por*

**ANDREA FERNANDA ROJAS PELLECCER**

para optar al Título  
de Licenciada en Diseño Gráfico

Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico

Universidad de San Carlos  
de Guatemala

Guatemala, marzo, 2016



El autor es el único responsable por las doctrinas sustentadas, los contenidos y la originalidad del Proyecto de Graduación, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.



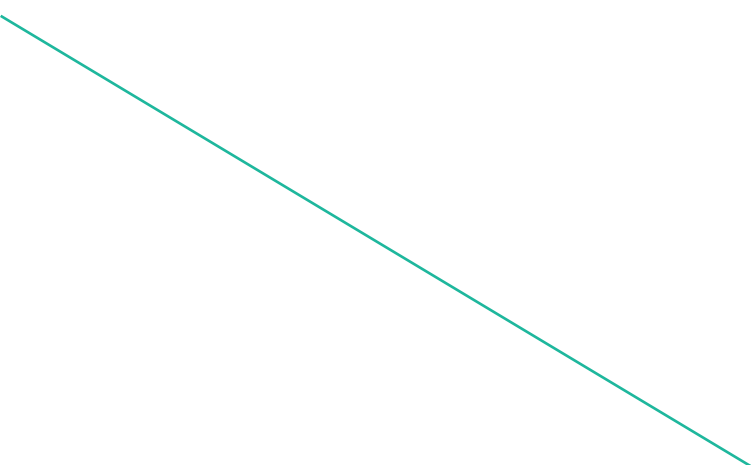


## Junta Directiva

Msc. Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón - Decano  
Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea - Vocal I  
Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini - Vocal II  
Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras - Vocal III  
Br. Héctor Adrián Ponce Ayala - Vocal IV  
Br. Luis Fernando Herrera Lara - Vocal V  
Msc. Arq. Publio Rodríguez Lobos - Secretario

## Tribunal Examinador

Msc. Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón - Decano  
Licda. Erika Grajeda Godínez, Asesora Metodológica  
Licda. Larisa Caridad Mendóza, Asesora Gráfica  
Lic. Julio Martínez Anderson, Asesor de la Institución  
Msc. Arq. Publio Rodríguez Lobos - Secretario





# AGRADECIMIENTOS

## especiales

### A Dios

por darme la vida y por permitirme llegar hasta aquí, por darme a mi familia, amigos y la posibilidad de crear a través de las ideas y la creatividad que me regaló.

### A mi papá

por su esfuerzo y constante que me ha permitido llegar hasta este punto tan importante de mi vida profesional.

### A mi mamá

por su amor incondicional y apoyo a lo largo de mi carrera, por prepararnos siempre un ambiente agradable y cómodo para trabajar con mis amigos.

### A mis hermanos

por su compañía en estos años, por ser mi apoyo y compartir su alegría en mis buenos y no tan buenos momentos.

### A mis amigos y amigas,

a mis Andreas (Ortega y Calderón), a Abdy, Ch8, Mariño, Raque y Aldo, por todos los trabajos en grupo, las bromas, el bullying por ser canche, las ediciones de video, sesiones de fotos, salidas a comer, noches sin dormir, proyectos de integración, el drama y muchos momentos de carcajadas escandalosas y emoción, por crecer junto a mi como persona y profesionales, por ser mi compañía en este camino que parecía

tan largo y que ahora logramos cruzar la meta ¡y vamos por más! Creo en todos ustedes y sé que seremos de los mejores.

También a la Flores y la Majo, que a pesar de estar lejos, su apoyo, cariño y ánimos siempre las hicieron estar presentes.

### A la universidad

por que desde el primer "satisfactorio" que vi, me ha hecho sentir como en casa, por se mi hogar todos los días y luego todas las noches, por brindarme la oportunidad de convertirme en profesional.

### A mis docentes

por ayudarme a conocer la profesión que hace 5 años decidí tomar como estilo de vida, por la retroalimentación, asesorías y críticas constructivas que ayudaron para hacer crecer mi criterio y a defender mis propuestas.

### A Enactus Guatemala y Enactus USAC

por ver en mi una oportunidad, porque gracias a ustedes pude enamorarme más de Guatemala, gracias por confiar en lo que hago y valorar el diseño gráfico.





Diseñar es iluminar. Sé un diseñador  
que ve el mundo con los ojos iluminados.

# Índice

|   |           |
|---|-----------|
| PRESENTACIÓN  | 08        |
| <b>CAPÍTULO 1<br/>INTRODUCCIÓN</b>                                  | <b>09</b> |
| INTRODUCCIÓN  | 11        |
| ANTECEDENTES  | 12        |
| IDENTIFICACIÓN<br>DEL PROBLEMA                                      | 12        |
| JUSTIFICACIÓN   | 13        |
| OBJETIVOS<br>DEL PROYECTO   | 14        |
| <b>CAPÍTULO 2<br/>PERFILES</b>                                      | <b>15</b> |
| PERFIL<br>DE LA ORGANIZACIÓN  | 17        |
| GRUPO OBJETIVO  | 22        |
| <b>CAPÍTULO 3<br/>DEFINICIÓN CREATIVA</b>                           | <b>23</b> |
| ESTRATEGIA<br>DE APLICACIÓN   | 25        |
| CONCEPTO CREATIVO   | 27        |
| PROPUESTA<br>DE CÓDIGOS VISUALES                                    | 33        |
| <b>CAPÍTULO 4<br/>PLANEACIÓN OPERATIVA</b>                          | <b>35</b> |
| FLUJO GRAMA<br>Y CRONOGRAMA<br>DEL PROCESO                          | 37        |
| <b>CAPÍTULO 5<br/>MARCO TEÓRICO</b>                                 | <b>39</b> |
| LOS EMPRENDEDORES<br>SOCIALES SÍ EXISTEN                            | 41        |
| INCIDENCIA DEL DISEÑO<br>GRÁFICO EDITORIAL EN<br>EL CONTEXTO ACTUAL | 48        |

|                              |            |
|------------------------------|------------|
| <b>CAPÍTULO 6</b>            |            |
| <b>PROCESO</b>               |            |
| <b>DE PRODUCCIÓN GRÁFICA</b> | <b>55</b>  |
| NIVEL 1                      |            |
| DE VISUALIZACIÓN             | 57         |
| NIVEL 2                      |            |
| DE VISUALIZACIÓN             | 61         |
| NIVEL 3                      |            |
| DE VISUALIZACIÓN             | 65         |
| FUNDAMENTACIÓN FINAL         |            |
| DE LA PROPUESTA              |            |
| GRÁFICA                      | 71         |
| ESTRATEGIA                   |            |
| DE IMPLEMENTACIÓN            |            |
| DEL PROYECTO                 | 107        |
| <b>CAPÍTULO 7</b>            |            |
| <b>LECCIONES APRENDIDAS</b>  | <b>109</b> |
| <b>CAPÍTULO 8</b>            |            |
| <b>CONCLUSIONES</b>          | <b>113</b> |
| <b>CAPÍTULO 9</b>            |            |
| <b>RECOMENDACIONES</b>       | <b>117</b> |
| <b>BIBLIOGRAFÍA</b>          | <b>121</b> |
| <b>GLOSARIO</b>              | <b>125</b> |
| <b>ANEXOS</b>                | <b>129</b> |

# Presentación

En Guatemala existen varias iniciativas sociales, haciéndolas más importantes para el país por ese valor agregado de trabajar con personas de comunidades necesitadas para mejorar su estilo de vida.

El proyecto de graduación es una forma de emprendimiento social, donde podemos retribuir a nuestro país por brindarnos la oportunidad de recibir la educación superior. Es esta la oportunidad de ser visionarios y dejar material visual, educativo y trascendental que beneficie a las mayorías.

En esta oportunidad se ha trabajado junto a Enactus, una organización internacional, con operaciones en 36 países. Su iniciativa llegó a Guatemala desde el 2,004 con el propósito es desarrollar el país, transformando la vida de jóvenes y sus comunidades a través de la acción emprendedora. Ellos están organizados en 16 equipos de diferentes campus universitarios, creando proyectos empresariales en comunidades vulnerables del país para desarrollar sus habilidades y talentos para mejorar su nivel y calidad de vida.

---

**Es esta la oportunidad  
de ser visionarios y dejar material  
visual, educativo y trascendental  
que beneficie a las mayorías.**

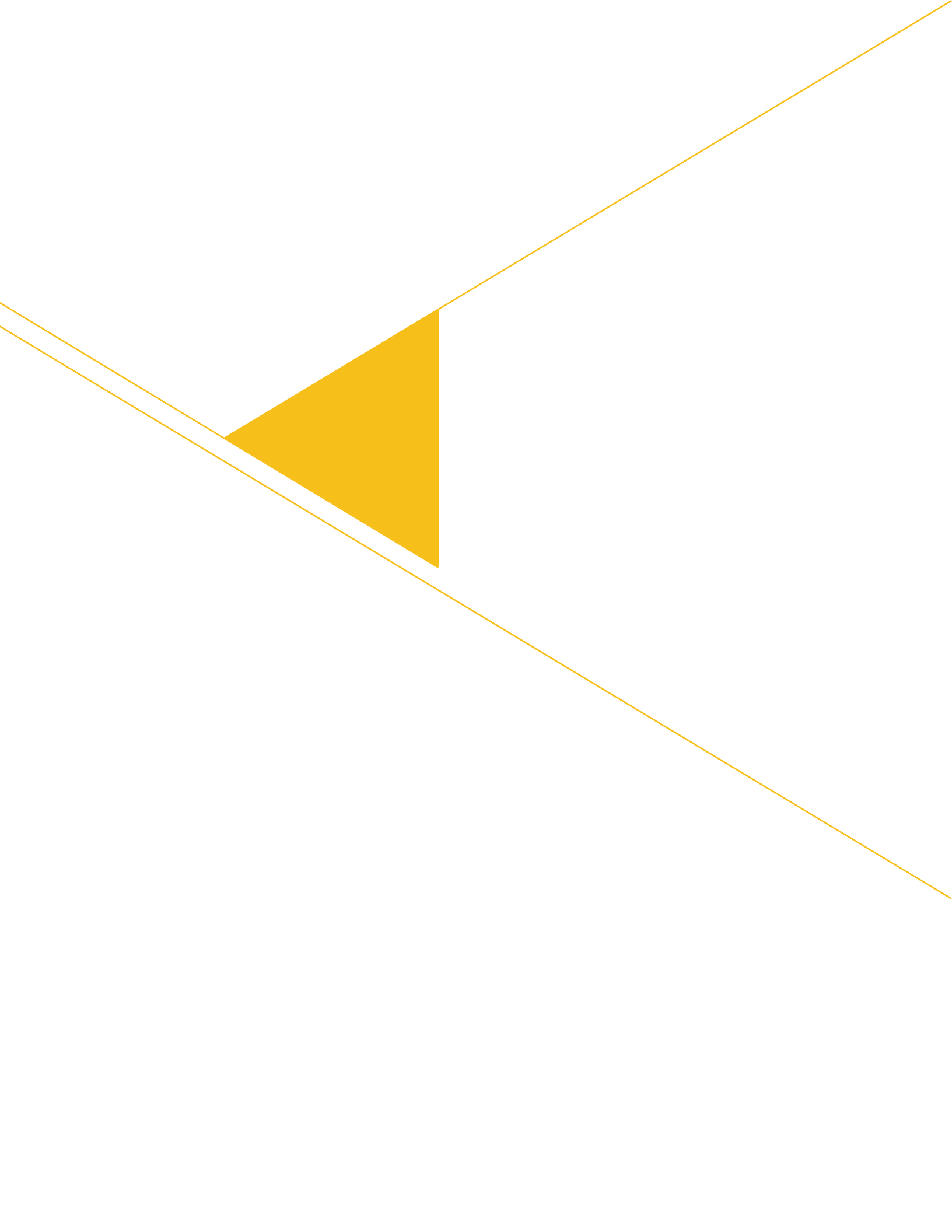
---

La filosofía de Enactus se complementa la de Proyecto de Graduación, brindar herramientas al estudiante universitario para ver un problema en la sociedad guatemalteca, y que con ingenio y creatividad, se encuentre una solución que además de trascender, mejore el nivel y calidad de vida de las personas menos favorecidas.



# CAPÍTULO 1

## *Introducción*



# Introducción

En el presente capítulo, se abordan los antecedentes, identificación del problema, así como el objetivo general, específicos, de comunicación y diseño, los cuales trazan nuestra ruta para encontrar la solución más pertinente que satisfagan las necesidades de comunicación de la organización.

Se ha realizado una investigación diagnóstica sobre las necesidades de comunicación que posee la organización, la cual es una ayuda para encontrar, junto a ellos, planes de acción que solucionen el caso.

Es necesario comenzar con un brief bien estructurado junto a la organización y el grupo objetivo, de esta manera tendremos una amplia visión del problema y se encontrará una solución con mayor facilidad. Un brief es el inicio de un gran proyecto, una gran idea que beneficie a nuestro país.

# Antecedentes

Uno de los temas más importantes para el programa es la organización empresarial dentro de los equipos, los cuales se conforman por junta directiva (presidente, vicepresidente, gerente financiero, gerente de RRHH, gerente RRPP, gerente de marketing), Faculty Advisors (asesores profesionales dentro de la universidad), Business Advisor Board (asesores empresarios).

Al momento en que los estudiantes cierran pénsum y se gradúan como profesionales, deben salir del equipo y elegir a alguien que se quede a cargo de su puesto dentro de la junta directiva. A este proceso se le llama, plan de sucesión, en el cual se elige un candidato que debe aprender en un determinado tiempo las funciones que se desempeñan en el cargo que tomará.

En los últimos meses, varios equipos se han visto obligados a reestructurar la junta directiva y las funciones que desempeña cada integrante del equipo, perdiendo así el tiempo para darle seguimiento a los proyectos en las

comunidades y teniendo consecuencias en el éxito y fortalecimiento de las empresas.

---

**En Enactus Guatemala,  
los jóvenes viven  
la responsabilidad  
empresarial, ambiental  
y social.**

---

Existe un manual de equipo (Team Handbook 2014-2015) donde se encuentra la información básica para ser un equipo Enactus, como por ejemplo: Presentación de la Organización, Directrices de Membresía, Establecimiento de un equipo eficaz, Desarrollo de Proyectos de Calidad, Preparación de Competencia Nacional.

Este manual está en inglés y tiene una estructura muy formal, los estudiantes lo ven aburrido y comienzan a leerlo pero no lo terminan, ni lo ponen en práctica, comenta la Directora de Enactus Guatemala.

## IDENTIFICACIÓN del problema

Los equipos tienen la información general con este Team handbook, manual brindado por Enactus mundial, sin embargo, gracias al diagnóstico de necesidades de comunicación organizacional (anexo 1), se logra identificar como problema que la información que se presenta dicho manual tiene una estructura básica y formal, lo cual dificulta la atracción y el acceso eficiente de los contenidos para los jóvenes.

Cabe mencionar que el manual está en inglés, creando barreras de idioma, ya sea porque no lo entienden o porque les parece muy tedioso a la hora de leerlo; no provoca tomar dicha herramienta como guía a seguir para apoyar sus proyectos y su equipo.



# Justificación

## Trascendencia del Proyecto

El beneficio en primer plano es para los enacters (estudiantes de un equipo Enactus), pero trasciende a las personas en las comunidades de sus proyectos, ya que aplicarán la filosofía Enactus de mejor forma y tendrán mayor tiempo para trabajar con los proyectos que cada equipo realiza.

La correcta comprensión de las reglas, objetivos y metas que un proyecto Enactus debe cumplir es parte de lo que permitirá este proyecto de graduación remarcando la importancia de los grupos beneficiados indirectamente por la correcta aplicación de este manual.

## Incidencia del diseño gráfico

La solución es crear un manual en español, que sea dinámico y explique los lineamientos para la organización de equipos y desarrollo de proyectos, de una forma que los estudiantes comprendan de manera fácil y lo apliquen en su equipo, proyectos y logren aprovechar el tiempo para dedicarlo en darle seguimiento a sus proyectos en cada comunidad.

Las comunidades, como se había mencionado con anterioridad, se ven de cierto modo abandonadas al momento en que los equipos reestructuran el equipo, por lo que la trascendencia del manual es colaborar para que los proyectos y la ganancia de las empresas

en cada comunidad sea continua, ayudando así a mejorar el nivel y calidad de vida.

El diseño será legible y comprensible, para que los equipos mantengan la atención, debe ser fácil de manejar, amigable y completo, donde el lector pueda encontrar de manera rápida los temas que buscan.

La importancia del manual en español, dirigido a estudiantes universitarios de Enactus Guatemala, es que podrán comprender correctamente la información y mensajes que desea transmitir Enactus Mundial. Es una forma de romper con la barrera del idioma para una mejor formación de profesionales emprendedores.

## Factibilidad del proyecto

Los factores que facilitan la realización del proyecto son:

- ▶ La existencia de información que se utiliza a nivel mundial en el manual en inglés.
- ▶ La necesidad de los equipos de un texto que abarque varios temas y les permita conocer los lineamientos para facilitar su desarrollo como equipo Enactus en Guatemala.
- ▶ Existen documentos a parte que explican paso a paso los reglamentos y requisitos sobre la competencia nacional.

# Objetivos

## Objetivo General

Diagramar un material editorial para facilitar la transmisión de información que contribuya al desarrollo empresarial de jóvenes universitarios que atiende Enactus Guatemala en universidades guatemaltecas, a través de sus proyectos.

## Objetivo de Comunicación

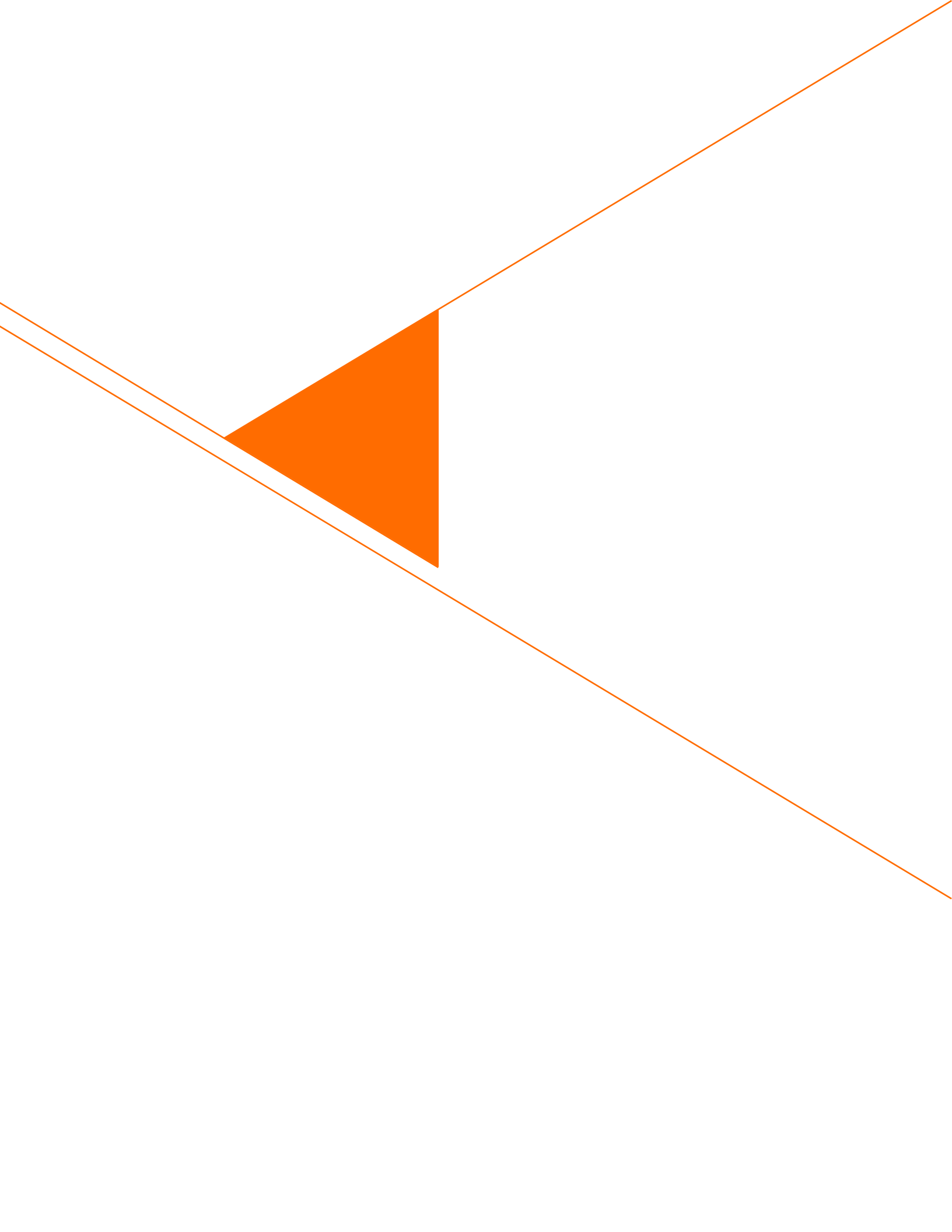
Diagramar un manual traducido al español para facilitar a la Organización la transmisión de información sobre los lineamientos que deben seguir los equipos Enactus, en el desarrollo y gestión de proyectos y la competencia nacional y mundial.

## Objetivo de Diseño Gráfico

Diagramar un manual que favorezca la comunicación de la información de Enactus Mundial a cada uno de los equipos en Guatemala, a través de códigos visuales atractivos y legibles, para que los estudiantes universitarios comprendan el mensaje y lo puedan aplicar de manera correcta.



**CAPÍTULO 2**  
*Perfiles*



# PERFIL de la institución

Enactus Guatemala pertenece a la red mundial de comunidades de estudiantes, catedráticos y líderes empresariales comprometidos a usar el poder de la acción y emprendimiento para transformar vidas y formar un mundo sostenible. (Enactus Guatemala, 2014)

Enactus es una organización internacional no lucrativa, dedicada a inspirar estudiantes para mejorar al mundo a través de la acción emprendedora. Provee una plataforma para que los equipos de estudiantes sobresalientes creen proyectos de desarrollo comunitario a través de su propio ingenio y talento para la mejora de sus medios de subsistencia.

Guiados por asesores profesionales y expertos en negocios, los estudiantes participantes forman equipos en sus campus para crear e implementar proyectos comunitarios que permiten a las personas a mejorar su calidad de vida y nivel de vida.

La experiencia no sólo transforma vidas, ayuda a los estudiantes a desarrollar el tipo de talento y perspectiva que son esenciales para convertirse en efectivo, valores impulsada por los líderes.

Fundada en 1975, Enactus cuenta con programas activos en más de 1.600 colegios y universidades a través de los campus 36 países, con más de 62.000 estudiantes. Como estudiante de Enactus, serás uno de los participantes en una de las mayores organizaciones mundiales de estudiantes.

Enactus Guatemala ha llegado a 16 universidades guatemaltecas las cuales son: Universidad del Istmo, Universidad Francisco Marroquín, Universidad Mariano Gálvez, Universidad del Valle de Guatemala, Universidad del Valle

de Guatemala Altiplano, Universidad del Valle de Guatemala Campus Sur, Universidad de San Carlos de Guatemala, Universidad de San Carlos de Guatemala Campus Quetzaltenango, Universidad de San Carlos de Guatemala Campus Chiquimula, Universidad Rafael Landívar Campus Central, Universidad Rafael Landívar Campus Xela, Universidad Rafael Landívar Campus Zacapa, Universidad Rafael Landívar Campus Escuintla, Universidad Rafael Landívar Campus Cobán, Universidad Mesoamericana, Universidad Panamericana.

---

**El trabajo de Enactus es transformar tanto la vida de la gente más vulnerable, como la vida de los estudiantes y su formación profesional, brindándoles herramientas para desenvolverse en la universidad como emprendedores de proyectos replicables.**

---

Como en los negocios, Enactus cree que la competitividad estimula la creatividad y premia los resultados, esto significa: más vidas impactadas.

Una serie anual de competencias regionales y nacionales proporciona un foro para que los equipos muestren el impacto de sus proyectos y sean evaluados por empresarios. El campeón nacional avanza a la prestigiosa Competencia de Enactus Mundial, donde experimentan la excelencia en competición, cooperación y celebración.

### **Misión**

Desarrollamos Guatemala, transformando la vida de jóvenes y sus comunidades a través de la acción emprendedora.

### **Visión**

Ser la organización líder que uniendo a empresarios, estudiantes universitarios, catedráticos y comunidades, trabajemos por elevar el nivel y calidad de vida nuestro país.

## **Valores**

### **Imaginación**

Toda crisis genera oportunidades, toda lucha ofrece la oportunidad de redescubrir. Todo lo que se hace en Enactus nace de la capacidad de ver el potencial donde otros no pueden.

### **Coraje**

La disposición a intentar, fallar y aprender en el camino hacia la creación de algo nuevo es tan importante como la pasión de tener éxito. No hay sustituto para estar dispuesto a líderes especialmente cuando el territorio es nuevo y el resultado es incierto.

### **Determinación**

Un cambio significativo no es fácil. Se requiere la capacidad de superar obstáculos aparentemente insuperables y enfrentar con frecuencia desalentadores desafíos. En Enactus se tiene la persistencia de hacer lo que sea necesario hasta que logran los resultados que buscan.

### **Asociación**

No hay mayor fuerza para el cambio que un equipo de personas que invierten tiempo entre sí, y en la vida de la personas a las que entregan su trabajo.

### **Responsabilidad**

Toda iniciativa o proyecto que se emprende en Enactus es juzgado por la eficiencia con que crean cada proyecto y el nivel y calidad de vidas de aquellos a quienes han servido.

### **Curiosidad**

En Enactus les apasiona la búsqueda de nuevas perspectivas y desafiantes ideas ya que saben que el liderazgo efectivo requiere de un aprendizaje continuo.

# IDENTIDAD visual de Enactus



## ¿Qué representa el logo?

La característica principal de Enactus es la capacidad de ver, imaginar y crear algo donde otros no pueden.

Algo tan simple como un pedazo de papel en blanco podría ser una metáfora de esta idea y simbolizar la infinitas posibilidades de lo que puede ser creado cuando estamos dispuestos a usar nuestra imaginación e ingenio.

En lugar de una forma acabada específica, el ícono tiene la intención de mostrar el proceso de creación y al igual que nuestro modelo de programa, las posibilidades de lo que podría desarrollarse son infinitas. La sutil forma de flecha que se crea a través de este plegamiento insinúa movimiento hacia adelante y progreso.

## ¿El color?

Se eligió el color de oro porque es distinto y al mismo tiempo tiene una inspiración y connotación positiva de valor y la prosperidad en casi todos los países y la cultura.

# PRODUCCIÓN *visual de Enactus*



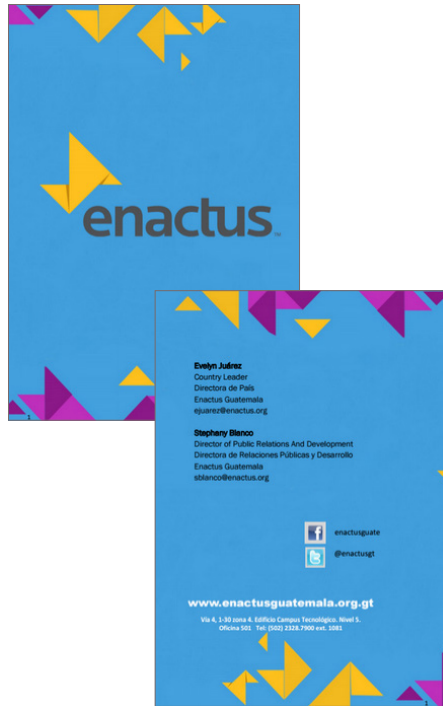
Call to Action Enactus Mundial



## Team Handbook 2014-2015

Enactus Mundial  
El cual está en la página web de la institución mundial.  
Los equipos lo descargan y lo entregan o hacen  
que el nuevo estudiante lo descargue y lo lea.





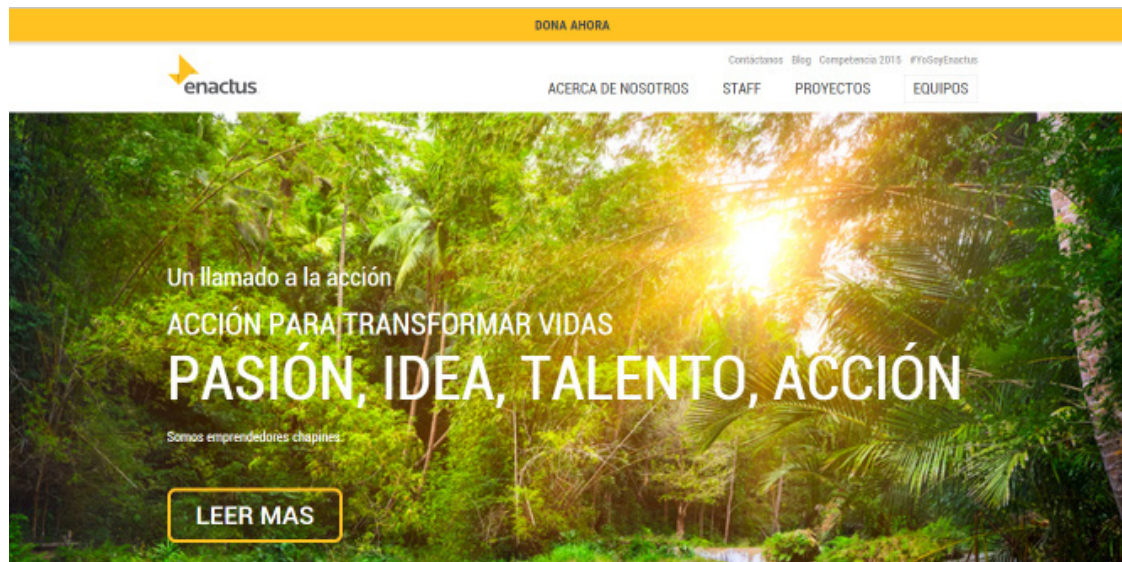
## Folleto Enactus Guatemala

El cual entregan a estudiantes y empresarios en las conferencias, foros, actividades de emprendimiento, en las que participa Enactus Guatemala.



## Fanpage Enactus Guatemala

En esta dan consejos y fechas de actividades, noticias de los equipos en las diferentes universidades.



## Página Web

enactusguatemala.org.gt

# PERFIL de grupo objetivo

## Aspectos Geográficos

País: Guatemala

Ubicación:

- ▶ Universidad del Istmo
- ▶ Universidad Francisco Marroquín
- ▶ Universidad Mariano Gálvez
- ▶ Universidad del Valle de Guatemala (Campus central, Altiplano, Sur)
- ▶ Universidad de San Carlos de Guatemala (Campus central, Quetzaltenango, Chiquimula)
- ▶ Universidad Rafael Landívar (Campus Central, Xela, Zacapa, Escuintla, Cobán)
- ▶ Universidad Mesoamericana
- ▶ Universidad Panamericana

## Aspectos Sociodemográficos

Edad: 18 a 27 años

Género: 41% Hombres y 59% Mujeres

Escolaridad: Nivel Diversificado.

Principalmente del sector educativo privado.

Estado civil: Solteros

## Aspectos Socioeconómicos

Clase Social:

Baja y Media (D2, D1, C3 y C2)

Ingresos económicos: Sueldo mensual familiar promedio de Q.3,500.00 a Q.17,500.00 (UGAP, 2013)

## Aspectos Psicográficos

Jóvenes emprendedores que ven oportunidades donde otros no las ven, son apasionados en la búsqueda de nuevas perspectivas, asumen retos de largo plazo porque saben que el liderazgo efectivo requiere de aprendizaje continuo.

Sus principales formas de comunicación son las redes sociales (Facebook, Twitter, Whatsapp, Pinterest, Instagram, LinkedIn) y páginas web sobre emprendimiento, nuevas empresas e ideas.

## Lo que leen



## Lo que ven



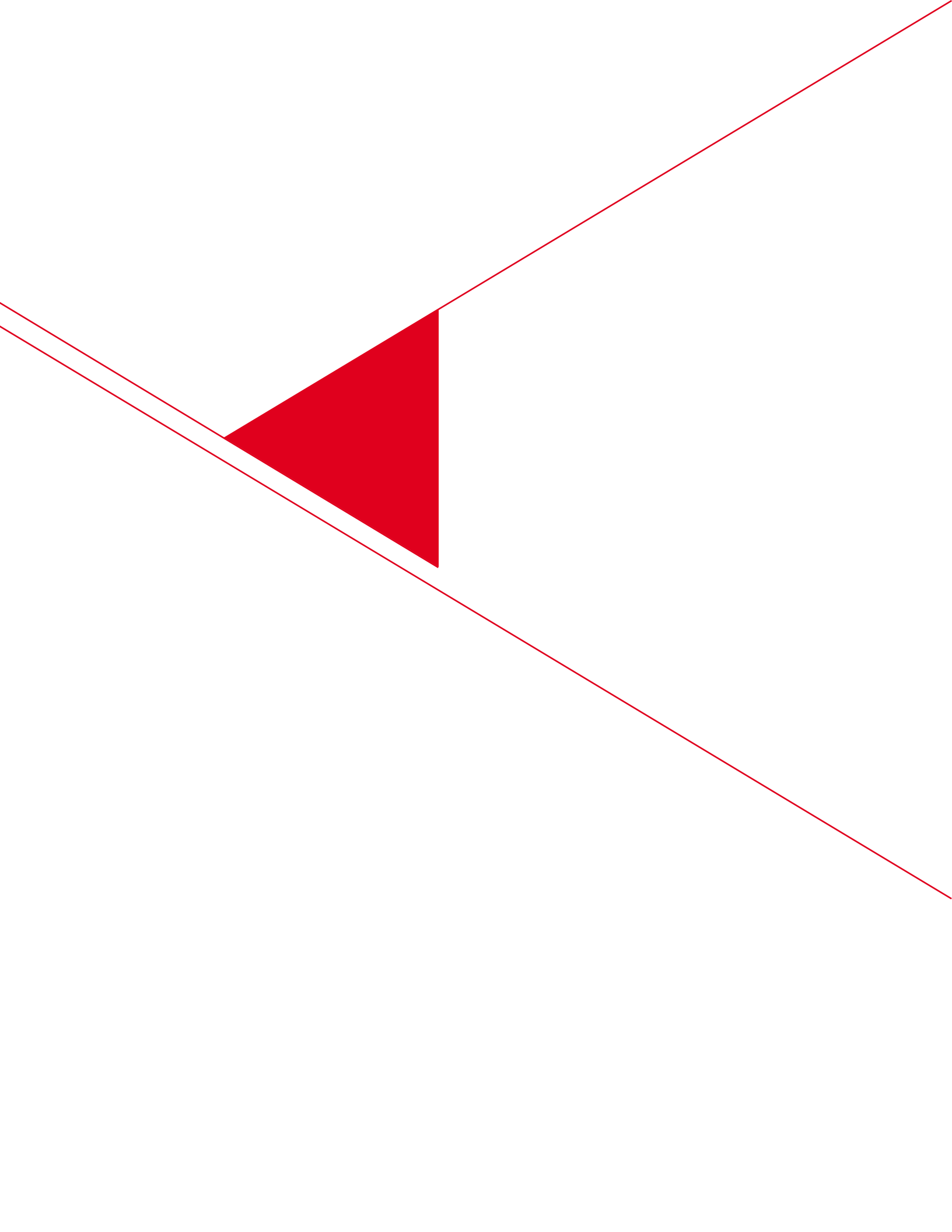
## A dónde van

**TEDx**  
x = independently organized TED event





**CAPÍTULO 3**  
*Definición  
creativa*



# ESTRATEGIA de aplicación

## ¿Qué?

Un manual sobre los temas de: Presentación de la Organización, Lineamientos de la Organización, Establecimiento de un equipo, Miembros de un equipo, Desarrollo de Proyectos, Preparación de Competencia Nacional y Mundial.

## ¿Para qué?

- ▶ El objetivo al comunicar el contenido es que los estudiantes encuentren las herramientas necesarias para tener en orden la estructura del equipo, seguir las instrucciones sobre los requisitos en las competencias y continuar desarrollando proyectos.
- ▶ Los indicadores de logro será que los estudiantes cumplan con todos los requisitos para ser un equipo Enactus, obtener información más ordenada de los equipos y su participación en la competencia presentando de manera puntual todos los requerimientos.
- ▶ Los resultados esperados sobre el manual, es tener toda la información en un solo lugar para tener uniformidad entre equipos.
- ▶ El producto esperado es un manual en español que atraiga la atención de los estudiantes para leerlo y seguir los lineamientos e instrucciones.

## ¿Con qué?

- ▶ Manual elaborado por la estudiante de Proyecto de graduación.
- ▶ Publicidad de lanzamiento que complementa el proceso pero que no se desarrollan en el proyecto de graduación.

## ¿Con quiénes?

Los involucrados/actores en el proceso son:

### Directos

Country Leader

**Evelyn Juárez**

Equipos Enactus

Asesora de proyecto

**Licda. Erika Grajeda**

Asesora de EPS

**Licda. Larisa Mendóza**

### Indirectos

Tercer asesor

**Julio Martínez**

Presidente de Enactus

**Silvia Penados**

Directora de Relaciones Públicas y Desarrollo

**Stephany Blanco**

## ¿Cuándo?

El tiempo del proyecto será de agosto a noviembre del 2015, tal y como se presenta en el flujograma del capítulo 4.

## ¿Dónde?

El lugar donde se realizará el proyecto es en la ciudad de Guatemala desde casa y visitas a la sede de Enactus Guatemala en la zona 4.

Los lugares y regiones donde se publicará el proyecto es en las universidades involucradas con la organización en la ciudad de Guatemala, Quetzaltenango, Escuintla, Chiquimula, Cobán y Zacapa.

# FUNCIONALIDAD de la pieza

| PIEZA  | VENTAJAS  | DESVENTAJAS  |
|--|---|--|
| <b>FOLLETOS</b>                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Puede ser repartido a varios miembros del equipo.</li> <li>▶ Es medianamente costoso.</li> <li>▶ Se puede hacer uno por cada tema, dividiendo la información facilitando la comprensión.</li> <li>▶ Se puede hacer anotaciones dentro del material.</li> <li>▶ Se puede leer en cualquier momento y no se necesita tener una computadora o internet.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Se pueden perder los folletos, teniendo incompleta la colección de información.</li> <li>▶ Puede mojarse o dañarse.</li> <li>▶ No puede agrandarse la letra.</li> <li>▶ No se puede propagar tanto como en la red.</li> </ul>   |
| <b>PRESENTACIÓN O MATERIAL DIGITAL INTERACTIVO</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Es de fácil propagación en la red.</li> <li>▶ Es mucho menos costoso que el manual o folletos.</li> <li>▶ Se presenta con formato PDF, por lo que no hay dificultad alguna para que los miembros del grupo objetivo lo puedan leer. PDF Reader es un programa muy común entre los miembros del grupo objetivo.</li> <li>▶ El material lo pueden compartir entre los miembros del equipo, en CD.</li> <li>▶ Se puede dividir en temas, facilitando encontrar la información.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ No es un material que se le puedan hacer anotaciones encima.</li> <li>▶ Una vez leída la guía y visto el CD, la persona puede guardarlo y no volver a verlo, e incluso, olvidar la existencia del material.</li> <li>▶ Lleva más tiempo insertar el CD, cargarlo y encontrar la información.</li> <li>▶ Un CD es mucho más fácil de perderlo que un manual o libro.</li> <li>▶ Se lee y se interactúa con la pieza rápidamente, disminuyendo considerablemente su permanencia.</li> </ul> |
| <b>MANUAL</b>                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ El manual puede ser compartido entre varios miembros del equipo.</li> <li>▶ Los estudiantes pueden leerla en varios días, ayudando en la retención de información en mayor cantidad de tiempo.</li> <li>▶ Se puede dividir en temas, ayudando la comprensión de la información y facilitando encontrarla.</li> <li>▶ Se puede poner una sección de consejos de estudiantes que pertenecieron a un equipo Enactus y dejar lugar para anotar.</li> <li>▶ Tiene suficientes páginas para mostrar la información, fotografía y resultados.</li> <li>▶ Se puede leer en cualquier momento y no se necesita tener una computadora o internet.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Es más costoso que una presentación o folletos.</li> <li>▶ Puede mojarse o dañarse.</li> <li>▶ No puede agrandarse la letra.</li> <li>▶ No se puede propagar tanto como en la red.</li> </ul>   |

# CONCEPTO *creativo*

Se realizarán tres técnicas para definir el concepto creativo para utilizar en el manual de equipo acerca de los lineamientos para ser un equipo Enactus en Guatemala. Las tres técnicas serán: frases inductoras, relaciones forzadas y SCAMPER.

La primera técnica se debe hacer una lluvia de ideas en base a la fórmula «artículo + sustantivo + adjetivo». Luego al tener varias frases según la fórmula se elige una que podamos adaptar al tema de manera creativa.

En la segunda técnica, relaciones forzadas, se debe colocar palabras al azar en dos columnas, una referente al tema y la otra, cualquier palabra que venga a la mente. Luego se fuerza la pareja de

palabras para obtener una nueva idea. Por último, la técnica de SCAMPER funciona respondiendo a cada una de las siglas S, C, A, M, P, E y R según la situación. El significado de cada una de las siglas son: Sustituir, Combinar, Adaptar, Magnificar, Ponerle otros usos, Eliminar y Reorganizar.

A continuación se encontrarán las tres técnicas aplicadas al tema de proyecto de graduación.

# FRASES inductoras

| Artículos | + | Sustantivos    | + | Adjetivos     | = | Frase inductora             |
|-----------|---|----------------|---|---------------|---|-----------------------------|
| Los       | + | Estudiantes 1  | + | Grande 9      | = | Los estudiantes pacientes   |
| El        | + | Joven 2        | + | Sólido 5      | = | El joven inteligente        |
| Los       | + | Equipos 3      | + | Familiar 17   | = | Los equipos capacitados     |
| El        | + | Proyecto 4     | + | Cálido 7      | = | El proyecto persistente     |
| Las       | + | Manos 5        | + | Amigable 21   | = | Las manos sólidas           |
| Los       | + | Pies 6         | + | Confiable 6   | = | <b>Los pies confiables</b>  |
| El        | + | Tigre 7        | + | Inteligente 2 | = | El tigre cálido             |
| El        | + | Libro 8        | + | Natural 13    | = | <b>El libro emprendedor</b> |
| La        | + | Guatemala 9    | + | Paciente 1    | = | La Guatemala grande         |
| El        | + | Cabello 10     | + | Protegido 16  | = | El cabello directo          |
| Los       | + | Ojos 11        | + | Ágil 19       | = | <b>Los ojos iluminados</b>  |
| Los       | + | Tenis 12       | + | Directo 10    | = | Los tenis activos           |
| El        | + | Tatuaje 13     | + | Capacitado 3  | = | <b>El tatuaje natural</b>   |
| El        | + | Apoyo 14       | + | Fuerte 18     | = | <b>El apoyo accesible</b>   |
| El        | + | Valor 15       | + | Accesible 14  | = | El valor unido              |
| La        | + | Enseñanza 16   | + | Iluminado 11  | = | La enseñanza protegida      |
| La        | + | Amistad 17     | + | Campeón 20    | = | La amistad familiar         |
| El        | + | Movimiento 18  | + | Emprendedor 8 | = | El movimiento fuerte        |
| La        | + | Línea 19       | + | Persistente 4 | = | La línea ágil               |
| La        | + | Experiencia 20 | + | Activo 12     | = | La experiencia campeona     |
| La        | + | Guía 21        | + | Unido 15      | = | <b>La guía amigable</b>     |

## Resultados

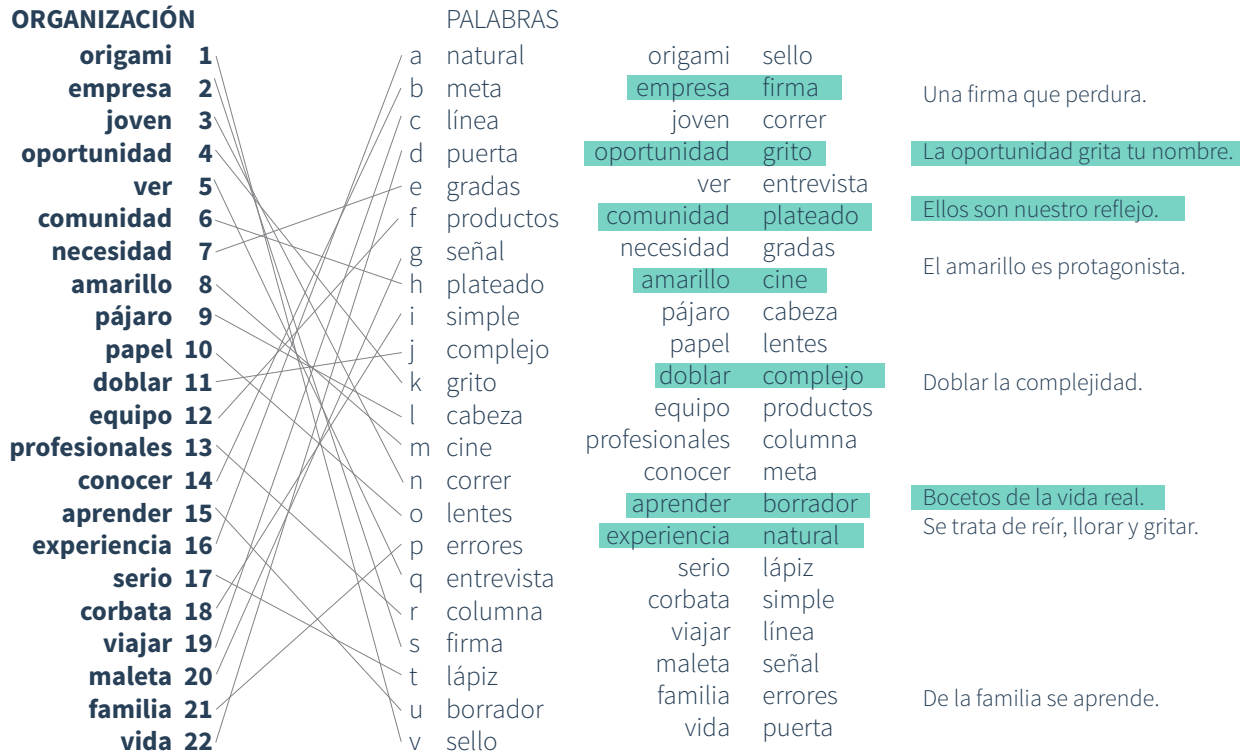
Los conceptos elegidos con esta técnica son los siguientes:

Los pies confiables, El libro emprendedor, Los ojos iluminados, El tatuaje natural, El apoyo accesible, La guía amigable.

De estos 6 conceptos se eligieron los 3 más pertinentes que tienen mayor coherencia y complejidad para poder mostrar gráficamente: El libro emprendedor, Los ojos iluminados y El apoyo accesible.



# RELACIONES forzadas



## Resultados

Los conceptos elegidos con esta técnica son los siguientes:  
Una firma que perdura, La oportunidad grita tu nombre, Ellos son nuestro reflejo, El amarillo es protagonista, Doblar la complejidad, Bocetos de la vida real, Se trata de reír, llorar y gritar, De la familia se aprende.

De estos 8 conceptos se eligieron los 3 más cercanos a la esencia de lo que es un equipo Enactus: La oportunidad grita tu nombre, Ellos son nuestro reflejo y Bocetos de la vida real.

# SCAMPER

## SITUACIÓN:

Diseño Gráfico Editorial para el manual dirigido a estudiantes universitarios acerca de los lineamientos para ser un equipo Enactus en Guatemala

**Sustituir:** ¿Y si estuviera dirigido para empresarios? ¿Y fuera material didáctico? ¿Y si nadie supiera nada sobre los lineamientos?  
Conclusión: Debería indicar temas por colores, tener suficientes gráficos o iconos para identificar fácilmente de qué se habla.

**Combinar:**  
¿Y si el manual tuviera juegos? ¿Y si el manual tuviera algo que coleccionar? ¿Y si los empresarios/alumni dieran los lineamientos?  
Conclusión: El manual podría tener espacios para anotar nuevas ideas, comentarios, asesorías o consejos de los empresarios. Así como un lugar para guardar tarjetas de los asesores y empresarios.

**Adaptar:**  
¿Y si el manual se publica en otros países de latinoamérica? ¿Y si los lineamientos cambiaran?  
Conclusión: Debería de tener palabras en común, ninguna coloquial para poder entender, colocar poco texto para no tener que cambiar o traducir mucho.

**Magnificar:**  
¿Y si tuvieran que imprimir 1,000 manuales? ¿Y si fuera un libro de gran formato? ¿Y si tuviera dentro páginas a

desplegables? ¿Y si salen más manuales? ¿Y si el manual lograra conseguir muchos más estudiantes nuevos?  
Conclusión: Se debería trabajar con pocas tintas y ya definidas en la línea gráfica, usar colores planos, Utilizar temas de los que se sigan lineamientos estrictos y no hayan cambios.

**Ponerle otros usos:**  
¿Y si sirviera para volar? ¿Y si fuera para cruzar un río o el mar? ¿Y si se usara en colegios?  
Conclusión: Debería tener un sello que es producto guatemalteco. Debería de hablarse siempre positivo y mostrando historias reales o testimonios.

**Eliminar:**  
¿Y si el manual no tuviera portada? ¿Y si no tuviera texto? ¿Y si no tuviera que ver con empresarios? ¿Y si no tuviera imágenes?  
Conclusión: En las primeras páginas debería de informar para qué sirve el libro. Las páginas internas deben ser llamativas.

**Reorganizar:**  
¿Y si el manual fuera dirigido para los empresarios? ¿Y si los lineamientos fueran de los estudiantes que salen a

los nuevos? ¿O de los nuevos a los que salen del equipo? ¿Y si fuera un requisito leer el manual para darle la playera oficial? ¿Y si al graduarte tuvieras que dejar el manual a alguien más?  
Conclusión:  
Los temas deben de ser totalmente independientes, que si se lee queden resueltas todas las dudas. Deber ser fácil de leer, poco texto.  
Debe ser de material resistente la portada y con texto vigente.

## Resultados:

**Comparte tu historia, vive Enactus.**

**Un intercambio de ideas que cambia.**

**Diversidad unida por un mismo color.**

La historia de mi vida.  
El libro que cruzó el mar.

Los conceptos elegidos con esta técnica se eligieron por ser referentes a que todos los miembros de Enactus son un solo equipo, los conceptos son los siguientes:  
Comparte tu historia, vive Enactus, Un intercambio de ideas que cambia, Diversidad unida por un mismo color.

# ANÁLISIS

## concepto creativo

### Frases inductoras

#### El libro emprendedor

Este concepto creativo se enfoca en uno de los principales cualidades de un enacter, el emprendimiento. Nuestro manual será un impulso para continuar con los equipos, al igual que el emprender es dar ese primer paso para mejorar nuestra vida y la vida de otros.

#### Los ojos iluminados

En el concepto encontramos dos partes los ojos y la iluminación. Los libros desde siempre han sido símbolo de iluminar, de aclarar la mente de las personas guiándolas por el camino de la verdad y los hechos. Además la luz es brillante y se representa como amarilla, el mismo color que utiliza la organización. Por otra parte los ojos o la visión es el sentido principal, con ellos conocemos nuestro entorno, vemos a los demás y los utilizamos para leer.

#### El apoyo accesible

Nuestro manual será una forma para apoyar a los equipos, brindando los lineamientos paso a paso y reglas para las competencias. Cada equipo tendrá una copia de toda esta información, en un solo lugar.

### Relaciones forzadas

#### La oportunidad grita tu nombre

Esta organización brinda la oportunidad a estudiantes, empresarios, profesionales y comunidades de mejorar y desarrollar proyectos por medio de la acción emprendedora. Enactus está buscando a todas estas personas y sus proyectos, competencias, experiencias vivenciales

gritan y cuando estás dentro hacen sonar tu nombre y tu trabajo.

#### Bocetos de la vida real

Para comenzar un proyecto debemos realizar un prototipo, una propuesta o boceto. Además de apoyar a las comunidades, Enactus se creó para bocetar la vida que viene luego de graduarnos de la universidad.

#### Levántate junto a tu familia

Los equipos con sus comunidades son como una familia, cada uno tiene su cargo o puesto pero se completan con sus habilidades. Como toda familia, se pueden cometer errores y en vez de señalar a alguien se deben levantar en conjunto y equilibrar la situación.

### SCAMPER

#### Diversidad unida por un mismo color

Este concepto representa que apesar de que tenemos 16 equipos con proyectos diferentes y dentro hay estudiantes de diferentes carreras desempeñando sus habilidades, a la hora de competir para mejorar la vida de otros todos ganan. Todos diferentes, pero con un mismo ideal y pasión, Enactus.

#### Comparte tu historia, vive Enactus

La experiencia debe trascender desde los profesionales que una vez participaron en Enactus a los estudiantes nuevos y activos en los equipos. es un libro para compartir experiencias. El paso a paso para vivir un estilo de vida.

# CONCEPTO CREATIVO *e insight*

Gracias a la técnica de Frases Inductoras se tomó el concepto creativo «Los ojos iluminados», donde encuentran dos partes: los ojos y la iluminación.

---

Además la luz es brillante y se representa como amarilla, el mismo color que utiliza la organización.

---

Los ojos o la visión, es el sentido principal, con ellos conocemos nuestro entorno, vemos a los demás y los utilizamos para leer el manual de equipo que se diseñará.

Los libros desde siempre han sido símbolo de iluminar, de aclarar la mente de las personas guiándolas por el camino de la verdad y los hechos. Además la luz es brillante y se representa como amarilla, el mismo color que utiliza la organización.

Se necesita de un insight que apoye al concepto creativo, una frase que termine de enlazar el concepto, los elementos gráficos que se utilizarán dentro del manual y una de las principales características de la organización.

«Todos para uno, uno para todos » refleja a los 16 equipos que actualmente pertenecen a Enactus. Son diferentes campus, con estudiantes de múltiples carreras desempeñando sus habilidades, pero unidos por un mismo ideal y pasión, Enactus. Cuando competimos por mejorar la vida de otros, todos ganan.

De esta manera podremos dividir los temas por colores diferentes y unidos por un mismo color a lo largo del manual, el amarillo, color de la institución y la luz que ilumina.

# CÓDIGOS del diseño

## Código tipográfico

Se utilizará una tipografía palo seco llamada Source Sans Pro en sus diferentes estilos (regular, bold, light e italic) para los titulares, subtulares y textos, ya que es legible y moderna para el grupo objetivo que son estudiantes universitarios. Además apoya al concepto e insight por la diversidad de estilos pero de una misma tipografía.

Se utilizará una tipografía caligráfica o manuscrita para contrastar en algunos titulares para dar una connotación personal a los usuarios del manual.

AaBbCc Source Sans Pro (light)  
AaBbCc Source Sans Pro (regular)  
**AaBbCc Source Sans Pro (bold)**  
AaBbCc Source Sans Pro (light italic)

*AaBbCc Pacífico*

## Código de formato

Para un mejor manejo y reproducción del manual, se eligió trabajar un formato carta (8.5" x 11") en el cual se tienen reservadas áreas para márgenes y líneas de corte, lo cual nos dará como resultado un formato de 8" x 10.5".

## Código cromático

Se utilizarán colores primarios y secundarios, colores que apoyan al concepto creativo ya que son los colores que conforman el espectro de luz, la cual nos permite iluminar. Tendremos la presencia del amarillo sobre todos ya que es el color que une a todas estas diferentes visiones.



## Código lingüístico

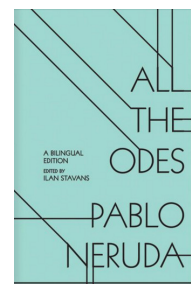
Escrito en idioma español para que los estudiantes universitarios logren entender e interesarse en el manual, será escrito en tercera persona y el trato será de tú cuando sea requerido para darle un toque más joven.

## Código icónico-visual

Las fotografías darán un tono joven, emprendedor, unión entre los enacters y activo.



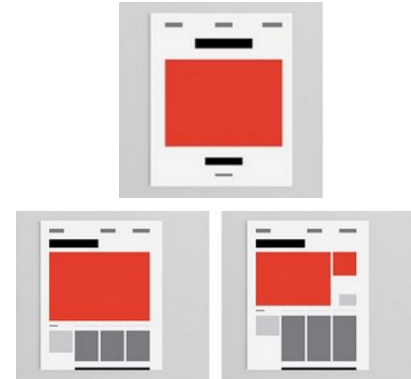
Elementos lineales de 1 punto de grosor.



Portadillas donde se refuerce el concepto «Los ojos iluminados» con un ícono común de un ojo, con una imagen que tome el color del capítulo.



La diagramación en la página siguiente a las portadillas será manuscrita, una sola columna con un equilibrio por contrapeso, con las páginas interiores se trabajará a 4 con un equilibrio por equivalencia, ya que puede darnos mayor diversidad de diseños con las columnas reforzando el insight «Uno para todos y todos para uno», uniendo la visión en el color amarillo.



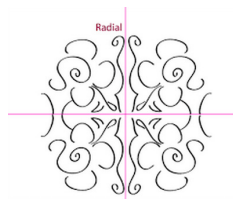
Para frases o titulares se utilizará mezcla de tipografía palo seco light y bold.



Se utilizarán cuadros de colores en los lados o esquinas de las páginas para poder identificar de lado el color del capítulo.

## Código de diagramación

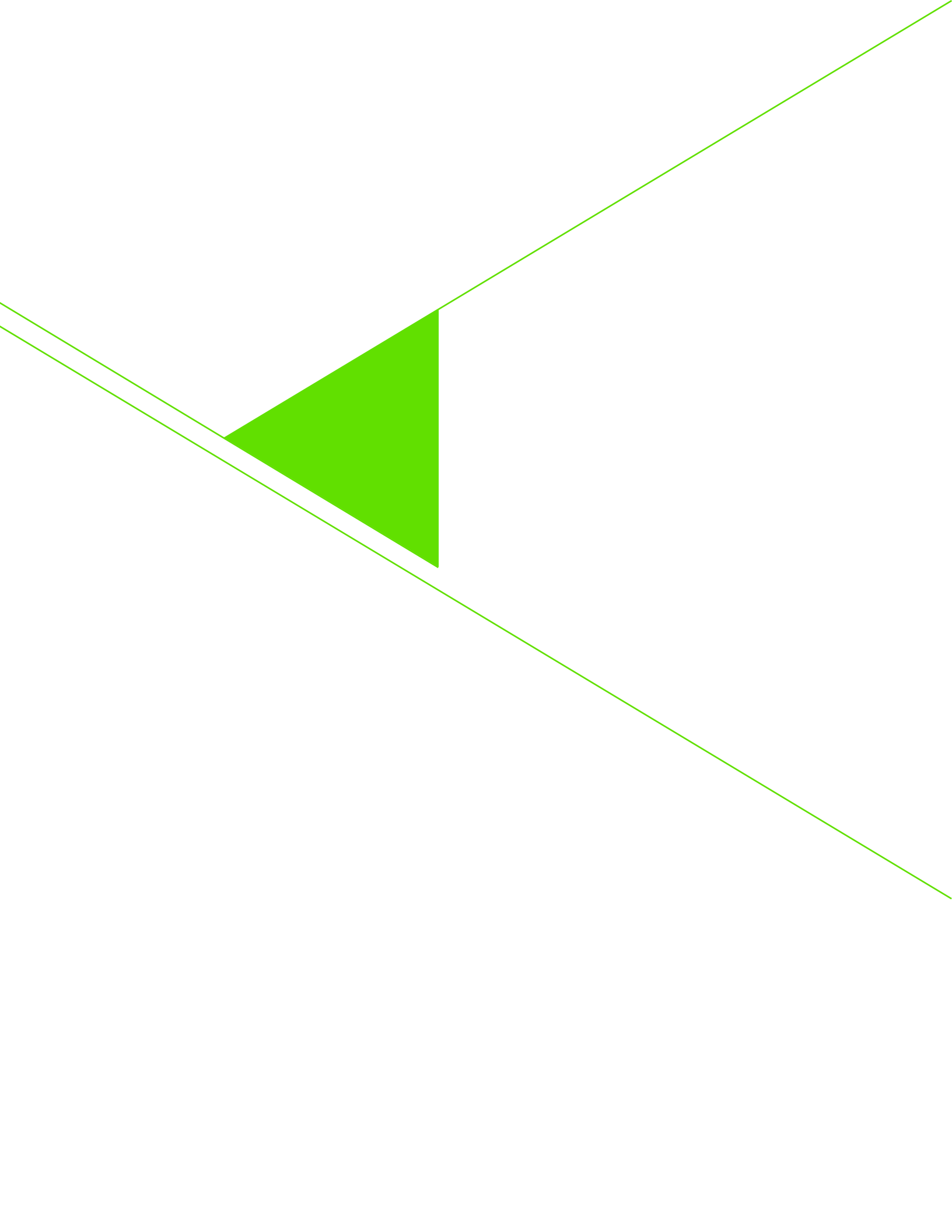
El equilibrio radial reforzará el concepto «Los ojos iluminados» ya que los ojos se representan como círculos rodeado de pestañas, de igual forma, la luz alrededor de un punto dentro del área.





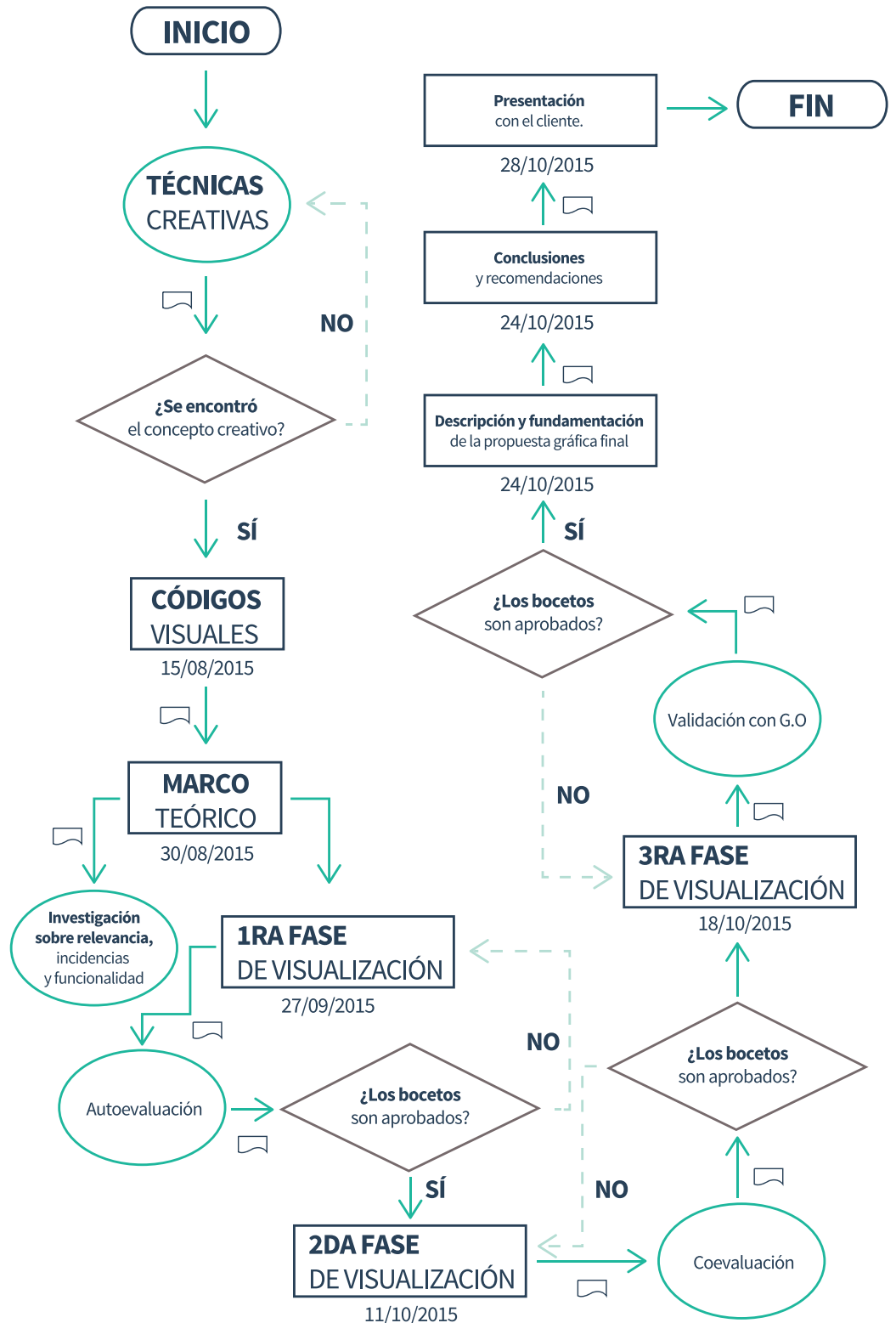
## CAPÍTULO 4

# *Planeación operativa*





# FLUJOGRAMA Y CRONOGRAMA del proceso



Aprovechemos nuestra profesión  
para educar, para salvar vidas,  
para poner en alto a nuestro país.



**CAPÍTULO 5**  
*Marco teórico*



# LOS EMPRENDEDORES SOCIALES

## Si existen

Tiempo después de estar trabajando en la comunidad, llegamos a la casa de una de las familias quienes nos sorprendieron con un almuerzo. Ellos habían cocinado una de sus gallinas para poder darnos de comer. Una experiencia realmente impactante. Las familias que no tenían muchos recursos para preparar un almuerzo, se tomaron el detalle de compartir su comida con nosotros. Es aquí donde «la magia aparece». Los jóvenes hoy en día se hacen llamar emprendedores, pero realmente, ¿qué significa ser un emprendedor?

Si buscas en Google «emprendimiento», el primer resultado sería:

emprendimiento  
nombre masculino

1. Inicio de una actividad que exige esfuerzo o trabajo, o tiene cierta importancia o envergadura.

Definitivamente un significado básico. Para comenzar el emprendimiento, en mi opinión, no sabe de género (entiendo que «nombre masculino» se refiere al género de la palabra), pero cabe mencionar que una mujer así como un hombre, puede ser emprendedor o emprendedora. De la misma forma el emprendimiento no tiene religión, preferencia política o etnia; actualmente los emprendedores en su mayoría, son jóvenes. Jóvenes con ideas nuevas que buscan trascender en la vida de las comunidades guatemaltecas. Verlos o escucharlos hablar sobre sus ideas de negocios, anécdotas en sus comunidades y resultados que han logrado con sus proyectos... eriza la piel.

Los emprendedores son personas no comunes, ellos se entregan a un ideal para ver a su país desarrollarse por proyectos que ellos mismos imaginan. Son personas que se han hecho una sola

pregunta, ¿Qué pasaría si... entregaran su tiempo a una causa donde los resultados no se verán desde el principio, trabajando junto a un grupo de personas nuevas de carreras que jamás habías escuchado o interesado? ¿Qué pasaría si... elijo la comunidad equivocada o el proyecto no resulta viable como lo esperaba? A pesar que la pregunta los acompañe constantemente, ellos no miran atrás, los emprendedores son personas no comunes que ven hacia adelante y se levantan si caen. Carlos de León, director de Dale Carnegie, en su charla del Training Day 2015 «El secreto mejor guardado en las ventas», define la visión de un emprendedor sobre la visión de las personas comunes: «Yo conozco gente del montón, siempre serán del montón. ¿Saben por qué? Yo les diré por qué, porque nunca terminan lo que empiezan.» Un emprendedor en el caso contrario, lleva a cabo sus ideas, las conceptualiza y las materializa.

---

**Porque su necesidad  
y anhelo por desarrollar  
sus talentos y el de otras  
personas a través  
de la acción emprendedora  
es más grande.**

---

Una persona no común, enfrenta su temor al fracaso, combate el rechazo con seguridad y empatía, pierde el temor al qué dirán y a hacer el ridículo con su valentía y encuentran la fortaleza de ir a tocar puertas ante empresarios y profesionales. ¿Por qué? Porque su necesidad y anhelo por desarrollar sus talentos y el de otras personas a través de la acción emprendedora es más grande.

Es en este momento donde las preguntas de un principio se responden solas y el ¿qué pasaría si...? se convierte en su



éxito. Cuando en vez de tener miedo al cambio, se adaptan y logran generar ganancias para sus vidas. Cuando ese grupo de nuevas personas con carreras tan distintas a la tuya, se quedan a tu lado en los peores momentos y se convierten en tu familia, unidos por una misma visión. Cuando te diste cuenta que tal vez no, era la comunidad correcta para trabajar ese proyecto, pero aprendiste de la forma en que vivían y con los nuevos conocimientos que llevaron a la comunidad, les ofrecieron la oportunidad de mejorar su calidad de vida.

El emprendimiento convierte todas sus dudas, temores y ¿qué pasaría si...?, en la oportunidad de vivir la experiencia de la vida empresarial real, que más allá del enfoque humano, se obtiene a través de la pasión.

Algunos emprendedores se alejan y dejan de aportar sus talentos y habilidades a sus ideas o empresas. ¿Por qué? ¿Se alejan porque no son lo suficientemente apasionados? ¿Están haciendo algo mal dentro del equipo de trabajo o la empresa?

Las nuevas personas dentro de un equipo de trabajo se deben cuidar y se debe querer desarrollar a estas personas para que sean mejores, hacerlos creer que con sus habilidades y cualidades, pueden ser los gerentes o dueños de cualquier empresa. Para sembrar esa semilla de pasión y liderazgo debemos escuchar sus ideas. No limitar la creatividad, porque ellos son los que

tienen un contacto directo con la comunidad y los clientes, ellos ven sus necesidades y aportan las ideas más valiosas para mejorar el desarrollo del proyecto. Ahora, la pasión es algo muy importante al momento de reclutar a alguien en tu equipo, más si es un proyecto donde, en sus inicios, no se le estará pagando por el tiempo que le dedique.

---

**Para sembrar esa semilla de pasión y liderazgo debemos escuchar sus ideas.**

---

Mi consejo ante esta situación, si quieres encontrar a alguien realmente apasionado, es generando espacios donde se pueda reconocer a los apasionados. Se pueden buscar espacios donde las personas con liderazgo y emprendimiento frecuenten, por ejemplo diplomados, cursos, o actividades extracurriculares. Cuando ya se tiene localizado el lugar, deben generar el espacio. Consultar al encargado del curso los ayudará a obtener dos cosas, la primera, los nombres de aquellos que se destaquen dentro del grupo por su responsabilidad, compromiso y creatividad para la resolución de problemas. Segundo, se puede solicitar el espacio para realizar un taller o charla enfocada a la filosofía y trabajo de tu empresa, esta es una forma de mostrar a otros lo que hace nuestro proyecto en pro del desarrollo de las comunidades y despertar el interés de aquellos que sientan la conexión con la idea. Otra manera para despertar el interés y hacer



evidente la pasión, es realizar una convocatoria para el público en general, con cupo limitado, para asistir a la visita en alguna de las actividades en nuestro proyecto y vivir la experiencia como si ya fueran parte del equipo de trabajo. Que las nuevas personas ayuden a construir, a capacitar, cargar materiales, tomar fotografías... en fin, enamorarse del proyecto.

En los tres casos, los equipos lograrían darle nombres y caras a unos cuantos puestos de apasionados. Y es que la pasión florecerá ante

cualquier situación por su constante dedicación, amor, entrega y el deseo, deseo de ir más allá. Porque a mi criterio, la pasión se hace notar cuando deja de ser importante el glamour por arreglar hasta aquellos detalles, que otros ni van a notar que se corrieron un milímetro, pero tu sabes que no está a la perfección. O al menos así es como lo hago yo, porque para mí en el diseño, cada pulgada, píxel o punto vale la pena. La frase «debes de pasar este mundo dejando huella» se quedó por mucho tiempo en mi cabeza, sin embargo

ahora me doy cuenta que no es tan simple como llegar a un pavimento fresco y poner un pie, tampoco se trata de hacer una buena acción en la vida y misión cumplida; en la vida hay que pensar bien cómo será la huella que queremos dejar, hay que tener un concepto en la vida y seguir una misma línea. Realizar cambios en ese concepto de vida mientras crezcamos como personas y profesionales, pero estas renovaciones deben de ser para mejorar, siempre para mejorar.

Entonces la frase que yo propongo para que cada

emprendedor aplique en su día a día es: Debes de diseñar cada huella que dejes en este mundo. Porque diseñar es pensar, es conceptualizar, es comunicar. Porque para ser un emprendedor se debería estar dispuesto a estar las 24 horas por una idea o proyecto, sin salario, por los próximos 3 años. Si una persona está dispuesta, esa es una persona apasionada en el emprendimiento social.

En Guatemala existen varias iniciativas sociales, más no de emprendimiento social, haciendo que las



iniciativas que lo son tengan un valor agregado. El emprendimiento social es la acción de empezar una empresa que requiere esfuerzo y trabajo en conjunto con personas de comunidades necesitadas para mejorar su nivel y calidad de vida.

Según Grajeda (2015, párrafo 2), «un emprendedor social se distingue por su trabajo duro, espíritu de servicio, integridad y el deseo de dar algo a cambio a su comunidad. El emprendimiento social fundamenta su trabajo en tres ejes: social, ambiental y económico con el fin principal de resolver una necesidad de la sociedad. Este se caracteriza por la ética de su misión, la visión de transformar la realidad social y el objetivo de buscar soluciones a problemáticas que afectan a la sociedad.»

Los jóvenes utilizan el poder de la acción emprendedora para transformar vidas y formar un país mejor, con mayor oportunidades de trabajo a través de proyectos innovadores, sostenibles y replicables. Pero para poder hacer de esta acción emprendedora aún más poderosa se necesitan más de uno. Trabajar con un proyecto y las comunidades te da una amplia visión de la realidad en nuestro país, estas tres partes necesitan estar en continua comunicación y desarrollo para lograr un alto impacto en la sociedad e iluminar sus vidas.

Si tomamos esta perspectiva podemos decir que tenemos un sol, el planeta tierra y la luna, donde el sol es el grupo de emprendedores, el planeta Tierra es la comunidad en necesidad y la luna es

uno de los proyectos. Si bien sabemos, el Sol tiene luz propia y es capaz de iluminar por sí solo, también concluimos que es el centro del Sistema Solar.

---

**El emprendimiento social fundamenta su trabajo en tres ejes: social, ambiental y económico con el fin principal de resolver una necesidad de la sociedad.**

---

Estas mismas características tiene un equipo de emprendedores sociales, son un grupo multidisciplinario que con sus talentos y cualidades tienen la capacidad de iluminar, en otras palabras estos jóvenes pueden aclarar la visión de otros y guiarlos por un mejor camino, convirtiéndose en el centro de la empresa que logra desarrollar en gran escala esa parte profesional y llegar a brillar como emprendedores que son.

La luna, por su parte, es un satélite sin luz propia. Ella consigue iluminar gracias a los rayos solares que refleja, del mismo modo un proyecto se queda como un fragmento de idea si no es iluminado por la creatividad y el emprendimiento del equipo. Asimismo la luna gira alrededor de la Tierra, iluminando la vida dentro de ella, permitiéndoles avanzar en la oscuridad.

Es así como esta analogía toma forma, el sol (los equipos) ilumina a la luna (cada proyecto que desarrollan) haciéndola capaz de reflejar y brindar claridad al planeta tierra (las comunidades). Esta es una manera de explicar cómo todos los temas se conectan entre sí, la importancia de ellos y la razón por la cual no podemos dejar a un lado una de



las partes, ya sea en el tema de los equipos o el desarrollo y evaluación de impacto en un proyecto.

Completando la idea de Escribá acerca de un emprendedor social, es una persona que detecta un problema y trata de solucionarlo con una idea innovadora que responda a las necesidades actuales, reuniendo recursos y talentos para llevarla a cabo. La motivación se logra obtener cuando decides poner tu idea al servicio de una comunidad, logrando cambios notables en

---

**Una idea poderosa convence y no necesita de mucho dinero para echar a andar.**

---

sus vidas y beneficios económicos gracias al trabajo de un equipo emprendedor. Estos equipos reciben el nombre de «tercer gremio» o «sector ciudadano» por estar formado por personas en busca de mejoras en su sociedad ya que la mayoría de empresarios y el gobierno no solucionan los problemas como la desnutrición, analfabetismo y el desempleo. «Es ésta una

de las causas importantes por lo que el tercer gremio se

forma y comienza a beneficiarse a sí mismo pero teniendo un impacto en una comunidad con necesidades y que esta misma comunidad se beneficie con la solución a su problema.» (Escribá, 2015, párrafo 3)

Una idea poderosa convence y no necesita de mucho dinero para echar a andar. Retomando lo que menciona Bronstein (2005):

«los emprendedores sociales incomodan a los dictadores». Esa incomodidad para muchos, a través de los años se ha convertido en la salvación de otros.

Mientras seamos más los emprendedores sociales, habrán muchas y nuevas soluciones, para modificar las situaciones que han estado igual en tanto tiempo, motivo por lo que se siguen enriqueciendo los de la élite. Estas personas influyentes se alarman al ver que alguien más puede causar impacto y liderar las

comunidades y tratan de bloquear el cambio e impedir que las comunidades abran los ojos a la realidad que se les ha estado escondiendo siempre.

Si una persona logra superar cada obstáculo, podrá ser llamada emprendedor social, quien con sus talentos, creatividad, motivación y energía logra inspirar a otros e iluminar sus mentes para transformar su visión ante la realidad. Un emprendedor social genera y lleva a cabo ideas que modifican el sistema y revoluciona su forma de vida, desarrollando la sociedad guatemalteca a través de un objetivo social, un modelo de negocio sostenible y una idea innovadora que satisfaga una necesidad social.

Recordemos que el liderazgo no se hace de la noche a la mañana, es algo para lo que se nace. No es lo mismo liderar que mandar o decir qué hacer, un líder debe de ser respetado, pero ese respeto

lo debe ganar escuchando a los demás, mostrando su interés en encontrar una solución a los problemas sociales. En acuerdo con Sologaistoa (2015, párrafo 3), estas cualidades fomentan un ambiente de confianza y facilita el trabajo en equipo. Y bien sabido es que un ambiente de trabajo cómodo nos lleva a mejores resultados.

Teniendo en cuenta los conceptos de emprendimiento y liderazgo, viajemos a las comunidades, conozcamos su realidad y con ingenio emprendamos en una idea que transforme vidas. Conozcamos para poder iluminar con una mirada fresca y lograr que otras mentes visualicen un camino a una mejor sociedad. Deja de leer sobre tu idea, deja de hablar sobre tu idea, y comienza a hacerla realidad. Yo tengo mis ojos iluminados de emprendimiento social, imagínate, ¿qué pasaría si todos lo hacemos?



## INCIDENCIA DEL DISEÑO *editorial para iniciativas sociales en Guatemala*

Se supone que el diseño debe generar productos originales e inéditos, tener un diferencial y mejorar en cuanto al material anterior. Ese sería el verdadero valor del diseño pero, ¿crees que este criterio se debería de aplicar igual cuando se realiza un manual de instrucciones de una herramienta básica o de una campaña publicitaria o de un equipo de estudiantes? ¿Se debería de innovar y realizar un material original para cada uno de ellos? ¿La condición depende de cada caso?

En realidad se debe diseñar con respecto a su funcionalidad, no es que se deba seguir un lineamiento para realizar siempre un manual, no se trata de copiar

en base a lo que otros digan. Nuestro diferencial debe estar plasmado en nuestra comunicación visual, tener un lenguaje gráfico pertinente donde se dé a conocer de quién es de quien hablamos, cuál es su razón de existir. Y para que la armonía entre contenedor y contenido sea perfecto se debe realizar un buen brief con los expertos en el tema, los participantes y nosotros los diseñadores.

Hernández (2012, párrafo 5) comenta en su artículo Garabatos que generan cambios, que «el diseño es un proceso, un proceso heurístico; entendiendo a la heurística como una metodología del pensamiento creador (creativo o inventor), de aplicación a problemas

reales en un lugar concreto. Las disciplinas del diseño tienen como objetivo principal la resolución de problemas, cuyas respuestas no pueden ser fórmulas exactas. Cada problema concreto requiere una respuesta particular y específica, por lo que resolver un problema de diseño significa entonces enfrentar un desafío.»

Esta situación tiene que comenzar por tres cuestionamientos: ¿Dónde debo dar una respuesta de diseño? ¿Con qué recursos cuento? ¿Cómo se dará la respuesta?

Para definir dónde, hemos estudiado el contexto o lugar concreto en el cual la pieza a diseñar actuará. Este análisis llevado a cabo se tiene que realizar en diferentes ámbitos, lo físico y cultural, la semiótica y la psicología, observando las variables climáticas y demográficas.

Para definir el con qué, se deben tener en cuenta los recursos económicos y humanos con los cuales se cuenta e investigar el posible impacto social.

---

**Las disciplinas del diseño tienen como objetivo principal la resolución de problemas, cuyas respuestas no pueden ser fórmulas exactas.**

---

Finalmente, para definir el cómo, se debe partir de la relación entre el material producido y el momento histórico en el cual se produce, teniendo como base la estética del diseño. Concordando con Hernández, el cómo es «el conjunto de recursos formales e ideológicos que despliegan en una época determinada y se verifican en el hacer del diseño».

«Estas relaciones generan diálogos que se traducen en un triángulo hermenéutico: Diseñador-Producto diseñado-Usuario. Donde el diseñador debe tener la capacidad de interpretar las pautas de comportamiento y las necesidades del usuario en un contexto determinado, para poder satisfacerlas e incluso modificarlas.» (Hernández, 2012, párrafo 6) Hay que pensar en una intervención pertinente del diseñador, reconociendo las necesidades así como manteniendo una mirada crítica y objetiva al resolver el problema de diseño.

De acuerdo con Ghinaglia, el diseño editorial es «la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al concepto que define a cada publicación y teniendo en cuenta las condiciones de impresión y de recepción.» Por lo tanto, el diseño editorial busca por sobre todas las cosas lograr una unidad armónica entre el texto, la imagen y diagramación del mensaje a comunicar y tomar las decisiones correctas para hacer que la propuesta sea única, funcional, atractiva y dinámica.

Previamente se menciona el «eje estético ligado al concepto que define a cada publicación», que quiere decir que cada publicación debe tener una personalidad única que se diferencie entre las demás publicaciones y sea coherente con el estilo editorial que tienen los textos.

«Mantener un estilo gráfico funcional y atractivo durante mucho tiempo no es tarea fácil, ya que los que trabajan en la edición pueden sentir cansancio de maquetar del mismo modo.

Esto ocurre fácilmente con publicaciones donde se busca romper esquemas siempre, de dar un golpe visual al lector y captar su atención inmediata. Luego de un tiempo, las ideas parecen acabarse y perder la fuerza y el impacto del inicio.

Por lo tanto, es recomendable mantener un equilibrio entre un estilo clásico o sencillo y una propuesta audaz y dinámica. Con el paso del tiempo puede demostrarse su efectividad midiendo el nivel de captación que tienen determinados artículos en la audiencia.

También es importante considerar que el estilo editorial de una publicación no es necesariamente estático, depende de muchos factores: mercado, tendencias, tipo de público, entre otras cosas. Las audiencias a las que va dirigida una publicación determinan en gran medida las características gráficas que ésta debe tener.» (Ghinaglia, s/f, párrafo 4)

El diseñador tiene la posibilidad de ser innovador en la sociedad para llegar a modificarla, pensando en el beneficio



que se le dará a cierta comunidad. El diseño no es sólo una actividad manual, sino que debe entenderse como una práctica de conocimiento mucho más compleja que posee un gran impacto social y más en un país como Guatemala.

Un manual es un folleto o libro en que se dan las instrucciones para el uso y mantenimiento de un aparato, una máquina, un programa informático, etc., donde se reúne lo fundamental de la materia. Su origen del latín manualis «que se puede tomar con la mano», «que se lleva o se tira con la mano».

La impresión en papel sigue siendo necesaria y lo será por mucho tiempo más. Pero en medio

de esta transición que vivimos del papel a lo digital tan rápidamente, algunas ramas del diseño se deben adaptar y transformar. Ante este panorama la rama más tradicional del diseño gráfico, el diseño editorial, debe ajustarse a la realidad.

---

**La impresión en papel sigue siendo necesaria y lo será por mucho tiempo más.**

---

Luciano Cassisi (2014) nos recuerda que cuando hablamos de diseño editorial, en general nos referimos mayormente al diseño de libros, periódicos y revistas en papel. Pero una concepción más amplia incluiría también el diseño de manuales escolares, enciclopedias, reportes

anuales de empresas y todo tipo de folletos impresos en papel. «Algunos de estos tipos de productos gráficos se siguen imprimiendo en papel pero se han adaptado a su uso en la pantalla, como soporte alternativo; en la mayoría de los casos estos

productos prácticamente han dejado de imprimirse, como las enciclopedias y los reportes anuales de empresas. Es evidente que el ritmo al que avanza este cambio es variado según el material.»

En el caso de los libros es notable que a pesar del uso de los ebooks, la venta

de los impresos sigue en crecimiento. Aún hay personas, incluyéndome, que preferimos tomar en físico los libros, anotar sobre el papel, subrayar las frases importantes o especiales. A pesar de que en las versiones digitales se puedan hacer estas acciones, hay personas que jamás reemplazarían por completo los impresos por sus versiones digitales.

El diseño editorial tradicional tenía un carácter artesanal muy fuerte, que implicaba la recolección del material, la diagramación de la página y el ajuste caso por caso, obra por obra, página por página. El ajuste de los elementos gráficos, el alto refinamiento tipográfico y todo trabajo de carácter artesanal siempre

fueron muy valorados. En cambio el producto editorial digital parece requerir del diseñador una concepción más industrial que artesanal, con mayor capacidad de proyección para encontrar soluciones de diseño adaptables a contenidos no conocidos al momento de diseñar. «Sin embargo esto no es motivo para perder la calidad de lo artesanal, ya que es muy probable que la calidad mejore, porque cada vez será menos necesario el diseño desde cero.» (Cassisi, 2014, párrafo 8)

Según la guía técnica para la elaboración de manuales de organización de la Secretaría de Relaciones Exteriores en México (2005, pág. 3) «un manual de organización es un medio valioso para la comunicación y transmisión de la información, respecto a la organización y su funcionamiento. Un manual contiene, en forma ordenada y sistemática, la información y/o las instrucciones sobre historia, organización, política

y/o procedimientos de una institución, que se consideren necesarios para la mejor ejecución del trabajo. El manual de organización es un documento oficial que describe claramente la estructura orgánica y las funciones asignadas a cada elemento de una organización, así como las tareas específicas y la autoridad asignada a cada miembro del organismo.»

Los elementos para la identificación del manual en su portada y páginas deben de ser los siguientes:

1. Logotipo de la organización
2. Nombre de la organización
3. Título del manual de la organización
4. Fecha de elaboración o actualización.

La tipografía  
Es importante seleccionar la tipografía cuidadosamente, el secreto es la constancia de todos los aspectos como los son el tamaño, el interlineado, kerning, tracking, entre otros, a lo largo de tu publicación.

Otro aspecto importante es minimizar el número de fuentes. Se puede realizar el diseño de una revista pensando en una sola fuente, con sus respectivas variantes, y cambiarla en los títulos, subtítulos, tablas y textos alternos, de manera que no se sienta repetitivo o aburrido, solo es cuestión de creatividad.

En cuanto a la composición de los textos, Balcazar menciona que «crear una mancha tipográfica efectiva se ha vuelto más difícil, ya que especialmente en las composiciones justificadas a ambos lados, se tienden a abrir espacios que perforan la mancha tipográfica.

Controlarlos implica un conocimiento y sensibilidad especial sobre la tipografía. Saber ajustar el espacio entre palabras, el interletraje y los guiones para partir palabras implica un trabajo crítico. Cada vez más se adopta la justificación a la izquierda para evitar estos defectos.»



El tamaño de letra Cuando comienzas a usar tipografía en tu diseño editorial, se suele dejar el tamaño que viene predeterminada, 12 puntos. Probablemente se crea que porque se alcanza a leer perfectamente sea el tamaño ideal para la publicación, sin embargo, al momento de imprimir, la tipografía es grande. De acuerdo con Balcazar, «Una letra demasiado grande no solo ocupa mucho espacio, sino reduce el ancho de las columnas provocando surjan balazos en la mancha tipográfica con facilidad y muy difíciles de maniobrar, además de minimizar la libertad de aplicación de otros elementos en la misma página.»

Por lo tanto, es recomendable imprimir una hoja con párrafos de diferentes tamaños de 8 a 12 puntos y de 14, 16, 18, 21, 24 y 36 para los títulos y subtítulos. Este ejercicio se puede utilizar de igual forma con el interlineado, kerning y tracking para elegir la mejor combinación de tipografía, tamaño y espaciado.

«El tamaño de 12 puntos se usa en libros de texto infantiles y de texto corrido; para libros con textos cortos puede usarse en una escala de 10 a 12 puntos y para folletería y revistas los tamaños son mucho más pequeños, a veces desde

los 7 hasta los 10 puntos, siendo 9 el más común.» (Balcazar, 2013, párrafo 6)

La jerarquía visual El diseño editorial pretende alcanzar dos objetivos, llamar la atención e interesar al lector y hacer cómoda y dinámica la lectura.

«Además deben mostrarse los niveles jerárquicos y la relación que guardan entre sí, cada uno de los temas que integran la estructura. El orden jerárquico debe corresponder a la forma de la tabla de contenido y se debe utilizar cierta nomenclatura visual para que el usuario logre

ordenar la información.» (SRE, 2005, página 19)

La idea es atrapar la atención del lector desde la portada, si la imagen, título y composición le resultan atractivas, tenemos un nivel asegurado. Luego el lector continúa con las páginas interiores las cuales deben mantener su interés; podemos jugar entre textos, colores, imágenes y figuras. Por último si el lector le sigue interesando el tema pasará a la lectura del contenido. En este punto el diseño debe ser más formal con sus reglas y normas ya que debe ser cómodo para la lectura y seguir manteniendo interesado al lector.

---

**El diseño editorial pretende alcanzar dos objetivos, llamar la atención e interesar al lector.**

---

La retícula Una retícula no sólo establece un orden, sino un ritmo, una estructura



en el recorrido visual que orienta al lector dentro de la lectura de la publicación. Retomando la idea de Samara: «es importante comprender que la retícula a pesar de ser una guía precisa, nunca debería imponerse a los elementos que se colocarán dentro de ella. Su trabajo –el de la retícula– es proporcionar unidad global sin rebajar la vitalidad de la composición».

Maquetar con una estructura permite lograr una estructura que organiza de forma general y da unidad al contenido de la publicación, permitiendo (si es el caso) que más de una persona trabaje en el diseño sin que se vea diferencias en el estilo gráfico de la pieza.

Para diseñar un material editorial se necesita de ciertos elementos que le den una identidad visual a la pieza, es por eso que realizar diseños únicos en cada una de ellas dependerá si son libros, revistas mensuales o periódicos. Para una revista mensual o un

periódico sería imposible que cada una de sus ediciones sea única y diferente ya que cada una debería superar a la anterior, situación que no puede suceder por cuestión de tiempo. Por lo tanto para dar equilibrio a las ediciones mensuales, quincenales o diarias lo mejor es optar por elegir elementos formales que se utilicen durante cierto tiempo y luego proceder a cambiar el diseño por algo más impactante que dure otros cuantos meses. Sin embargo, en el diseño de un libro, se puede dar el lujo de crear un diseño que salga totalmente de lo convencional. Probablemente no se utilizará un juego tipográfico en cada una de las páginas, ni se probará hacer cada artículo con una tendencia del diseño diferente, pero que sea una única edición da lugar a dedicarnos en nuestro trabajo y no diseñar por diseñar convirtiendo el libro en un material frío y distante del lector.

Según el Manual de educación para un consumo sostenible de Jóvenes por el cambio

(2004, pág. 9), la mitad de la población mundial es menor de 20 años y el 90% de todos los jóvenes vive en países en desarrollo. Los jóvenes son protagonistas decisivos en la economía global y serán el principal actor y motor del cambio en el futuro próximo. La energía, la motivación y la creatividad de la juventud son elementos esenciales para lograr el cambio.

Los manuales para equipos de trabajo y jóvenes hoy en día, son un conjunto de herramientas facilitadoras, para involucrarlos en los proyectos y ayudarlos a llegar de la teoría a la práctica. La forma más llamativa de realizar un manual para jóvenes en estos tiempos es a través de la experiencia, colocando ejemplos concretos, lenguaje cotidiano, enfatizando la relación directa entre los miembros de la red y el uso eficiente de los recursos humanos y materia prima propia de cada región o que contribuya con el medio ambiente.



Si gran número de equipos continuaran con sus proyectos y los llevaran a nivel de establecer una empresa, se promovería a mayor escala la responsabilidad social empresarial, llamando la atención de los grandes y haciendo alianzas con aquellos que crean y estén dispuestos a apostar por ese producto. La siguiente innovación y gran idea viene del equipo, que de un fragmento de idea se construye un proyecto ganador, es por eso que es fundamental el trabajo de muchos fragmentos de idea para empoderar a más y más personas. Los proyectos de emprendimiento social tienen un valor agregado por ser iniciativas con cualidades sociales,

ambientales, unidas para mejorar el desarrollo de una comunidad. La oportunidad con grandes inversionistas está ahí, sólo es cuestión de que las personas apuesten por sus ideas, porque una idea poderosa convence. Sólo es cuestión de desarrollar personas que crean en sus talentos, porque esa es la verdadera trascendencia del emprendimiento, darles las herramientas para que crezcan como estudiantes, como profesionales y como personas. El poder no es la información, es saber aplicarla, como también menciona Virgilio Córdón (2015), creador de Virtus Institute en una de sus conferencias sobre el emprendimiento:

«El mayor activo de una empresa es el talento humano y su creatividad.»

A pesar de que la información es una de las partes más importantes dentro de un libro o un manual para brindar las herramientas necesarias para poder involucrarse en el programa social al que pertenezcan los jóvenes guatemaltecos, al grupo objetivo también se le educa visualmente.

---

**El mayor activo de una empresa es el talento humano y su creatividad.**

---

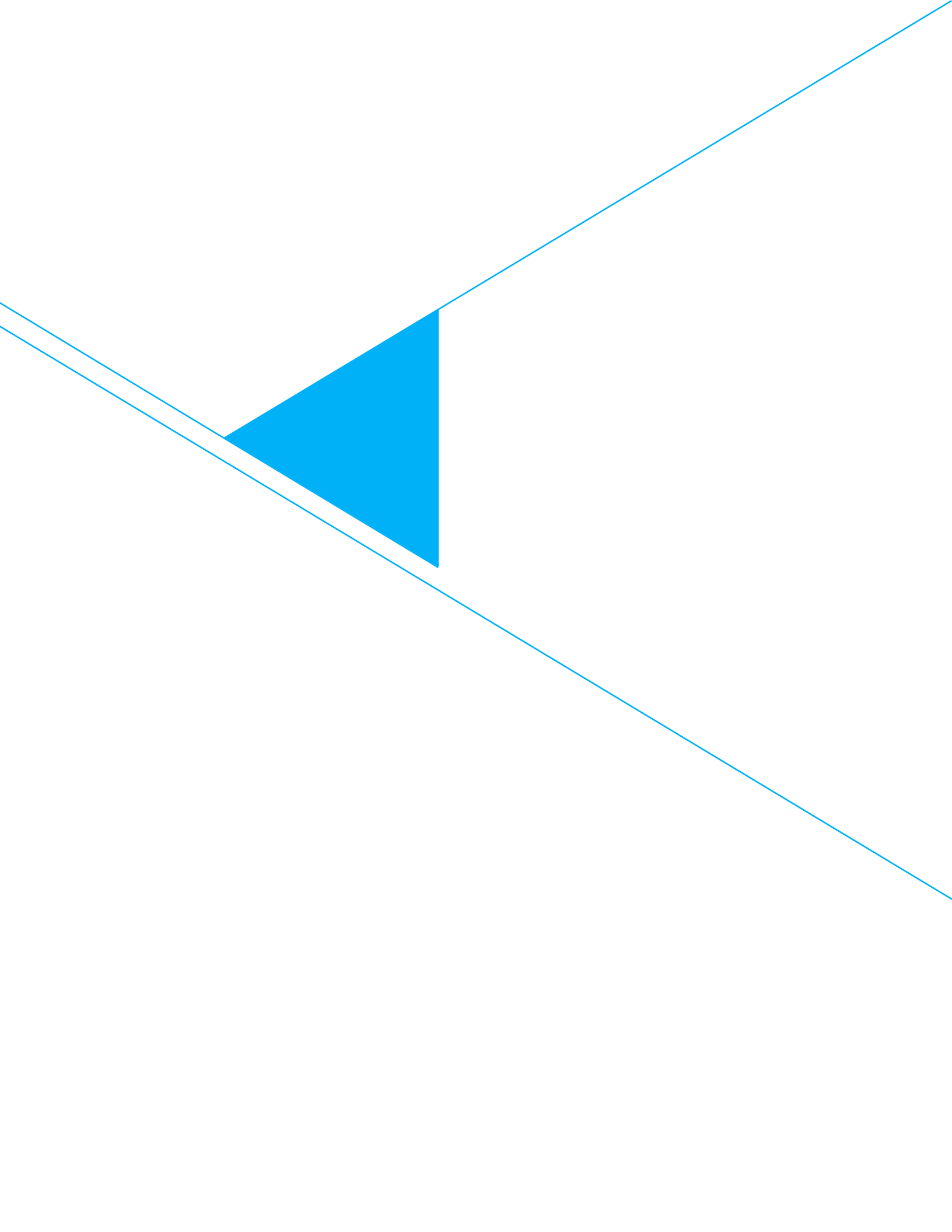
Guatemala necesita cosas bien hechas. Necesitamos tener una galería completa de referencias de calidad y agradables visualmente.

Como diseñadores tenemos la obligación de elevar el nivel visual en Guatemala, no importa para qué cliente diseñemos, si ya se tiene una línea gráfica de mal gusto o si no podemos hacer cambios, nuestra creatividad va más allá de un estereotipo y de una barrera. Apuntemos siempre hacia adelante, diseñemos con pasión y calidad para los niveles socioeconómicos altos así como para los bajos. Aprovechemos nuestra profesión para educar, para salvar vidas, para poner en alto a nuestro país.



## CAPÍTULO 6

# Proceso de producción gráfica

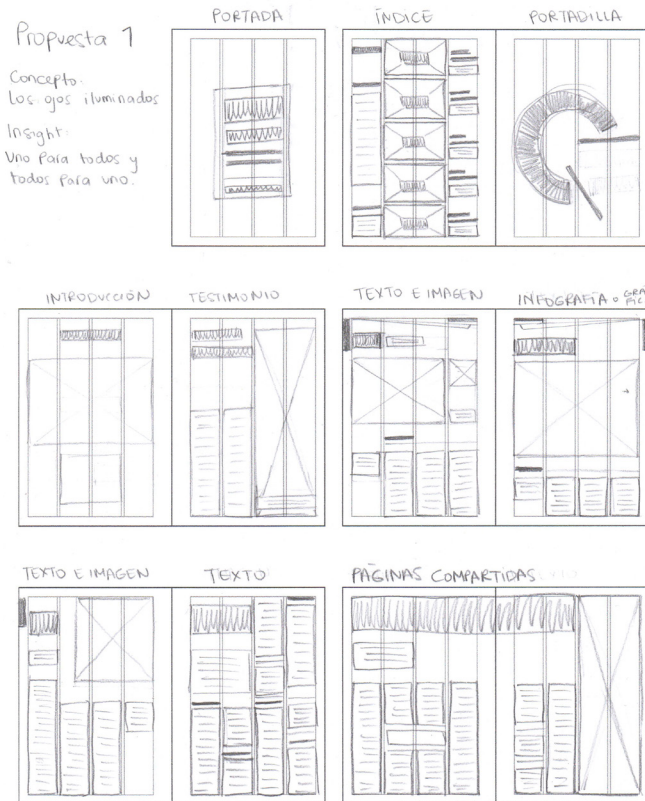


# PRIMER NIVEL de visualización

## Propuesta 1

Concepto:  
Los ojos iluminados

Insight:  
Uno para todos y  
todos para uno.



## Primera propuesta

La portada del manual sería amarilla, color que ilumina la presentación, con un titular remarcado por un cuadro donde se coloque en grande.

El índice al centro con fotografías que servirán como íconos para reconocer los temas y sus páginas. Al lado derecho descripciones de los temas principales y del

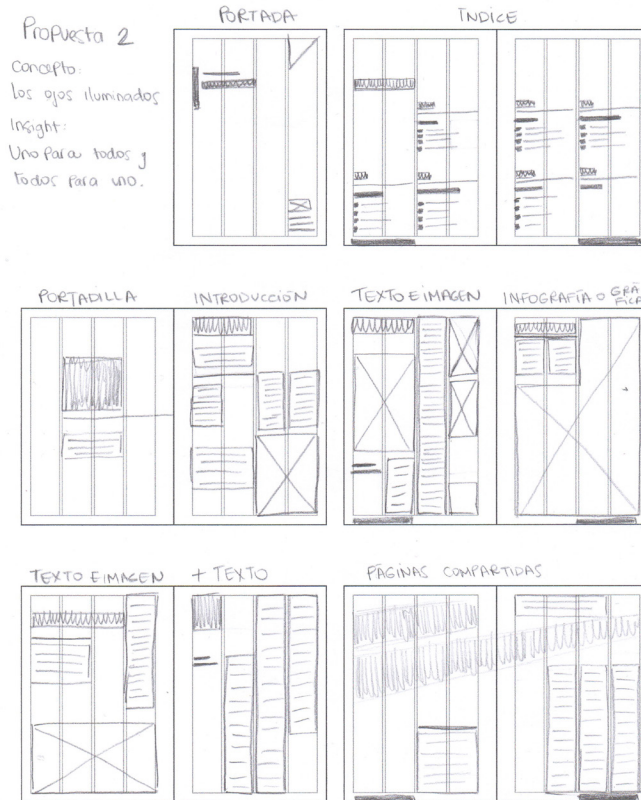
lado izquierdo temas más específicos.

Las portadillas en amarillo igual que la portada, pero con un troquelado que permita ver una fotografía que quedará en la siguiente página.

En las páginas interiores una diagramación de retícula de 4 columnas la cual permite reordenar texto e imágenes de múltiples formas. En la mayoría de páginas predominan las fotografías, elementos

gráficos, infografías etc., siempre acompañado de texto dividido por subtítulos en bold o frases que rompen los bloques de texto en semibold itálica.

Para reforzar el insight y separar los temas, se utiliza a los lados un cuadro de diferente color y posición en los laterales de cada página para identificar cada tema dentro del manual, facilitando el uso del mismo.



## Segunda propuesta

La portada del manual sería amarillo, con un titular blanco del lado superior izquierdo y al lado, una línea gris, elemento que aparecerá dentro del manual. De lado superior derecho se coloca un triángulo blanco como la esquina de una burbuja de texto.

El índice utilizando en grande los números de los temas principales del manual, bajo una línea se describen los demás temas.

Las portadillas tienen en grande y bold el número de capítulo y bajo la misma línea que en el índice se describe brevemente el capítulo.

En las páginas interiores una diagramación de retícula de 4 columnas la cual permite reordenar texto e imágenes de múltiples formas. En la mayoría de páginas predominan las fotografías, elementos gráficos, infografías etc., acompañado de poco texto.

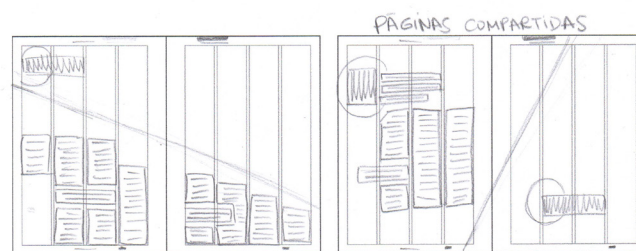
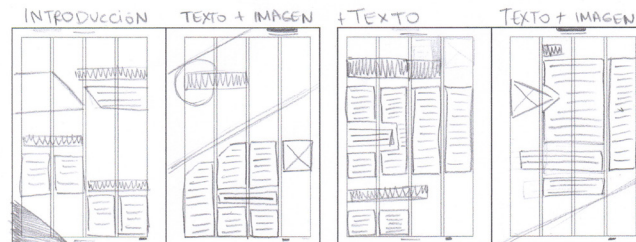
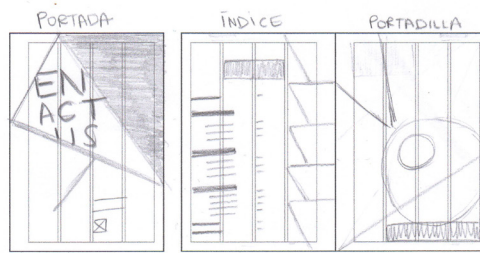
Arriba de las introducciones a los

temas se coloca una línea para enfatizar y hacer diferente el bloque de texto.

Para reforzar el insight y separar los temas, al igual que la propuesta anterior pero en parte inferior, se utiliza un cuadro de diferente color en las páginas de cada tema para identificar el capítulo dentro del manual, facilitando el uso del mismo.

### Propuesta 3

Concepto:  
Los ojos iluminados  
Insight:  
Uno para todos y  
todos para uno.



## Tercera propuesta

La portada del manual sería blanca, con un doblez en forma de triángulo amarillo, donde aparece el titular. Este diseño refuerza el concepto de iluminar ya que el triángulo connota un rayo de luz.

El índice se despliega en un listado con titulares más grandes, los temas principales del manual, debajo los temas específicos. Al lado en figuras triangulares

con fotografías de los proyectos y equipos.

Las portadillas tendrán una fotografía con tinte amarillo como la portada, además de triángulos que connotan rayos de luz.

En las páginas interiores se utiliza una diagramación de retícula de 4 columnas con movimiento entre imágenes con formas triangulares, triángulos sólidos y el texto con frases que rompen los bloques en semibold itálica y otro color. Los titulares sobre fotografías

irán acompañadas de los círculos explicados en las portadillas.

Al igual que las dos propuestas anteriores y reforzar el insight, se utiliza en la parte superior un cuadro de diferente color y posición, en las páginas pares, para identificar cada tema dentro del manual, haciendo más fácil el uso del manual para el usuario. En las páginas impares sólo se coloca el nombre del tema. El número de página se coloca de lado derecho del pie de página.

# EVALUACIÓN de propuestas

Este es un procedimiento que pretende evaluar las propuestas del diseño de manera objetiva, determinando cuáles reúnen las condiciones necesarias para continuar trabajando en ellas. Se pondera de 0 a 5 puntos con los siguientes criterios de evaluación: Excelente=5, muy bueno=4, bueno=3, regular=2, malo=1

| Propuesta | Pertenencia | Memorabilidad | Fijación | Legibilidad | Composición | Abstracción | Estilización | Identidad visual | Diseño tipográfico | Uso de color | Resultados |
|-----------|-------------|---------------|----------|-------------|-------------|-------------|--------------|------------------|--------------------|--------------|------------|
| No.       | 5           | 5             | 5        | 5           | 5           | 5           | 5            | 5                | 5                  | 5            | 50         |
| 1         | 4           | 4             | 3        | 5           | 4           | 2           | 2            | 2                | 3                  | 5            | 34         |
| 2         | 3           | 3             | 3        | 5           | 3           | 3           | 2            | 3                | 3                  | 5            | 33         |
| 3         | 5           | 4             | 5        | 5           | 5           | 4           | 5            | 5                | 4                  | 5            | 47         |

La propuesta más adecuada según la autoevaluación es la tercera, ya que reúne siguientes condiciones necesarias:

llamar con más facilidad la atención de grupo objetivo por su juego rítmico de diagramación.

## Pertenencia

A pesar que en las propuestas 1 y 2 utilizan fotografías que representan el tema, la propuesta 3 tiene mayor relación con el tema de emprendimiento debido a sus líneas y formas que representan acción.

## Abstracción

Los círculos representados como ojos, dentro de la propuesta 3 se comprenden con mayor facilidad que en la propuesta 1.

## Memorabilidad

La propuesta elegida, más que tener un diseño repetitivo, tiene un diseño rítmico y además tiene formas triangulares que se logran asociar con el logotipo de la organización, puesto que es un origami formado por tres triángulos, ambos criterios contribuyen a que el grupo objetivo pueda recordarlo fácilmente.

## Estilización

En las tres propuestas se utilizarían las imágenes con una pantalla de color sobre ellas, además de darles mayor jerarquía dentro de las diagramaciones. Sin embargo, en la tercera propuesta se colocan fotografías dentro de figuras triangulares o con cierto ángulo el cual hace más dinámico el recorrido visual, despertando el interés a mayor escala.

## Fijación

Las tres propuestas utilizan el color amarillo y otros 6 colores para poder dividir los temas, también utilizan varias fotografías las cuales pueden ayudar al grupo objetivo a sentirse identificados. Sin embargo, la tercera propuesta tiene líneas y figuras que hacen más dinámico el diseño, creando imágenes visuales que facilitan la fijación de los mensajes.

## Identidad visual

La propuesta 3 es más dinámica representando con sus figuras y líneas, la acción y calidez, que junto con los colores representan la luz.

## Legibilidad

Las tres propuestas se consideran legibles por igual.

## Diseño tipográfico

La tipografía será el siguiente elemento de diseño luego de las figuras y las imágenes. Debido a que no se utilizarán íconos, ni ilustraciones, la propuesta 3 es más pertinente por sus titulares con mayor jerarquía con respecto a las otras dos propuestas.

## Composición

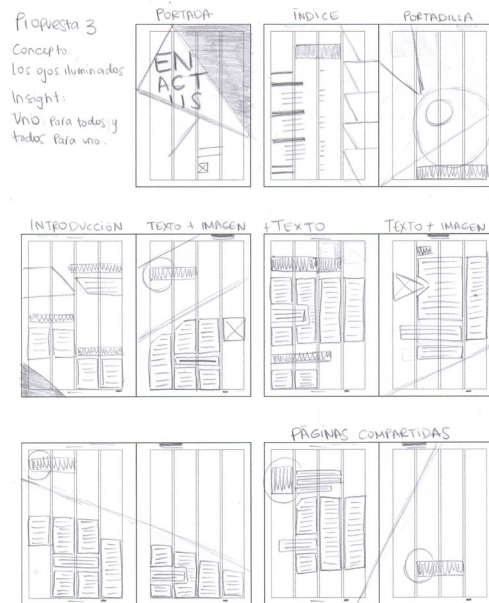
La propuesta 1 y 2 son armónicas y estéticas, mientras que la propuesta 3 es armónica, estética y es capaz de

## Uso de color

En las tres propuestas, los colores se consideran estéticos y adecuados para el grupo objetivo.



# SEGUNDO NIVEL de visualización



## Bocetaje de la propuesta

Gracias al primer nivel de bocetaje y su evaluación, se eligió la propuesta 3, la cual representa de forma más dinámica el concepto creativo. Las formas triangulares y disposición de los elementos en ángulos, connota los rayos de luz, reforzando la idea con el uso del color amarillo.

En los capítulos impares se tiene una jerarquía de subtítulos con palo seco light y bold y en los capítulos pares una mezcla entre palo seco bold y caligráfica. Esto con la intención de agregar dinamismo y juego en el recorrido visual dentro del manual.

El elemento de los círculos se utiliza para la portada, índice, portadillas y algunos titulares, el cual connota los ojos, mencionados en el concepto creativo.

Luego de la presentación de estos bocetos a los asesores de EPS y Proyecto de Graduación, se concluyó que se deben cambiar las formas de la portada y portadillas, ya que connotan agresión por apuntar hacia las personas en las fotografías, cortan la comunicación en las mismas y puede causar rechazo al material.

Por otra parte se necesita hacer una evaluación sobre la legibilidad de los subtítulos y frases en amarillo. Además se debe cuidar los titulares sobre las fotografías, evaluando si es pertinente mantenerlos de esa forma o cambiar la disposición de los elementos.

Posterior a la presentación con los asesores y analizar sus observaciones, se prosiguió con el bocetaje, obteniendo los siguientes resultados.

## Portada y portadilla



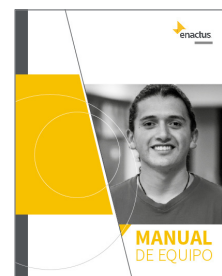
Se establecieron lineamientos para las portadillas, las cuales apoyan el insight. Éstas nos sirven para dividir los capítulos por colores y mostrar dentro de un sólo manual existen variedad de temas dentro del programa de la organización. En las portadillas tendremos presentes los 7 colores en una franja con cierta inclinación, también el elemento del triángulo, utilizado a lo largo del manual, y una fotografía que represente el tema del capítulo. La fotografía utilizada será a duotono dependiendo del color del capítulo, tal como se muestra a continuación.

## Portada y portadilla

## Índice

| CONTENIDO del manual |   |
|----------------------|---|
| INTRODUCCIÓN         | 0 |
| PROPÓSITO Y VISIÓN   | 0 |
| VALORES              | 0 |
| ORGANIZACIÓN         | 0 |
| PROYECTOS            | 0 |
| ESTADÍSTICAS         | 0 |
| CONCLUSIONES         | 0 |
| ANEXOS               | 0 |
| AGRADECIMIENTOS      | 0 |
| ÍNDICE               | 0 |

## Páginas interiores



Se unificaron los cambios y se publicó como herramienta para su validación en un portal digital, así como la entrevista de validación para expertos en el tema y profesionales en diseño gráfico.

## Portada



## Índice



## Páginas interiores Capítulo impar



## Páginas interiores Capítulo par



## Validación con expertos y profesionales

Gracias a la validación que se realizó a 7 expertos en el tema y 10 profesionales en diseño, que puede encontrar en el anexo 2 y 3, se determinan las siguientes observaciones:

### Portada

En la portada del manual, tenemos un 50% de los profesionales que mencionan que ésta debe llamar más la atención, reflejar el concepto con mucho más impacto. Aconsejan colocar a color la fotografía para lograr más impacto. El título no se ve en las páginas interiores, convirtiéndolo en irrelevante en la portada.

### Índice

Las páginas de índice que tienen una inclinación les resulta confusas, poco legibles y desordenadas, ellos aconsejan dejar de rotar el texto y mantenerlo recto, ya que en ninguna otra parte del manual se utilizan textos con inclinación.

### Fotografías

Las fotografías en las portadillas no tienen tanto brillo o contraste, aspecto que debe mejorarse. Así como eliminar la sombra en los triángulos para mantener la unidad de los elementos.

A lo largo del manual se debe mantener una estandarización de las fotografías, puesto que unas se ven sobreexpuestas y otras subexpuestas, más es interesante la combinación de fotografías a duotono y a colores. Mantener un brillo y contraste continuo.

Los expertos sugieren colocar mayor impacto con fotografías ya que con este elemento se puede apelar a los sentimientos del usuario, mostrarle la esencia de la organización.

### Titulares

A pesar que el cuerpo de texto es de buen tamaño y resulta legible, los titulares podrían ser aún más grandes.

### Composición visual

Por otra parte la distribución y recorrido visual es lo suficientemente dinámico, rítmico y acertado.

Luego del análisis de las observaciones de los profesionales y los expertos en el tema se procede a rediseñar en un tercer nivel de visualización.

# TERCER NIVEL de visualización

## Portada



## Diseño de la propuesta

Gracias al segundo nivel de visualización y su evaluación con profesionales en diseño gráfico y expertos en el tema, se logra llegar a esta tercera fase de visualización con una diagramación definida, jerarquías establecidas, un buen uso del color dentro de cada capítulo y se procede a diseñar el manual en una versión más completa.

## Portadilla



En primer lugar, se decidió rediseñar la portada por una más llamativa, iluminada y atractiva. La imagen se cambió a color y por otra cara que fuera más sonriente y amable para connotar entusiasmo y positividad. Permanecen las figuras triangulares, líneas con ciertos ángulos y la figura circular, además que se incluye una franja con los colores que dentro representarán cada capítulo, todas las anteriores para reforzar el concepto creativo y el insight.



A las portadillas se le cambia el tratamiento de las fotografías, utilizándolas en blanco y negro en vez de duotono, y se les coloca encima una película de color en multiply.

# Índice

| CONTENIDO del manual                      |           |
|---|-----------|
| ¿QUÉ ES ENACTUS?                          | 06        |
| ¿DÓNDE SE PUEDE HACER ENACTUS?            | 06        |
| <b>RESUMEN ORGANIZACIONAL</b>             | <b>09</b> |
| NUESTRO PROPÓSITO                         | 11        |
| NUESTRA LEYENDA                           | 13        |
| <b>LINEAMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN</b>    | <b>15</b> |
| ENACTUS COLOMBIA                          | 17        |
| ENACTUS ENACTUS                           | 19        |
| BUSINESS ADVISORY BOARD                   | 25        |
| RED DE ALUMNOS                            | 27        |
| ALIANZAS Y OPORTUNIDADES                  | 29        |
| CODIGO DE CONDUCTA                        | 30        |
| <b>ESTABLECER UN EQUIPO ENACTUS</b>       | <b>31</b> |
| CONVOCAR TU EQUIPO                        | 33        |
| SEREN LA ESCUHA                           | 35        |
| ABRIR INSTITUCIONAL                       | 36        |
| ALIANZAS Y OPORTUNIDADES                  | 39        |
| PLAN DE SELECCIÓN                         | 41        |
| <b>CONSEJOS PARA ENACTUS</b>              | <b>43</b> |
| MAJORES ESTUDIANTES                       | 45        |
| EDUCADORES                                | 46        |
| EVALUACIÓN                                | 47        |
| LÍDERES DEL EQUIPO                        | 48        |
| PROFESORES                                | 49        |
| ¿QUÉ LEVANTAR A TU ORGANIZACIÓN?          | 50        |
| <b>DESARROLLA TU PROYECTO</b>             | <b>51</b> |
| PROPUESTAS PROYECTOS DE IMPACTO SOCIAL    | 53        |
| MODELOS DE NEGOCIOS BUSINESS MODEL CANVAS | 54        |
| ESCALA EL IMPACTO DE TU PROYECTO          | 55        |
| CRITERIOS DE EVALUACIÓN                   | 56        |
| <b>EVENTOS ENACTUS</b>                    | <b>57</b> |
| CONFERENCIA NACIONAL                      | 58        |
| COMPETENCIA NACIONAL                      | 59        |
| COMPETENCIA REGIONAL                      | 60        |
| <b>ANEXOS Y PAPELERIA</b>                 | <b>61</b> |

| CONTENIDO del manual                      |           |
|---|-----------|
| ¿QUÉ ES ENACTUS?                          | 06        |
| ¿DÓNDE SE PUEDE HACER ENACTUS?            | 06        |
| <b>RESUMEN ORGANIZACIONAL</b>             | <b>09</b> |
| NUESTRO PROPÓSITO                         | 11        |
| NUESTRA LEYENDA                           | 13        |
| <b>LINEAMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN</b>    | <b>15</b> |
| ENACTUS COLOMBIA                          | 17        |
| ENACTUS ENACTUS                           | 19        |
| BUSINESS ADVISORY BOARD                   | 25        |
| RED DE ALUMNOS                            | 27        |
| ALIANZAS Y OPORTUNIDADES                  | 29        |
| CODIGO DE CONDUCTA                        | 30        |
| <b>ESTABLECER UN EQUIPO ENACTUS</b>       | <b>31</b> |
| CONVOCAR TU EQUIPO                        | 33        |
| SEREN LA ESCUHA                           | 35        |
| ABRIR INSTITUCIONAL                       | 36        |
| ALIANZAS Y OPORTUNIDADES                  | 39        |
| PLAN DE SELECCIÓN                         | 41        |
| <b>CONSEJOS PARA ENACTUS</b>              | <b>43</b> |
| MAJORES ESTUDIANTES                       | 45        |
| EDUCADORES                                | 46        |
| EVALUACIÓN                                | 47        |
| LÍDERES DEL EQUIPO                        | 48        |
| PROFESORES                                | 49        |
| ¿QUÉ LEVANTAR A TU ORGANIZACIÓN?          | 50        |
| <b>DESARROLLA TU PROYECTO</b>             | <b>51</b> |
| PROPUESTAS PROYECTOS DE IMPACTO SOCIAL    | 53        |
| MODELOS DE NEGOCIOS BUSINESS MODEL CANVAS | 54        |
| ESCALA EL IMPACTO DE TU PROYECTO          | 55        |
| CRITERIOS DE EVALUACIÓN                   | 56        |
| <b>EVENTOS ENACTUS</b>                    | <b>57</b> |
| CONFERENCIA NACIONAL                      | 58        |
| COMPETENCIA NACIONAL                      | 59        |
| COMPETENCIA REGIONAL                      | 60        |
| <b>ANEXOS Y PAPELERIA</b>                 | <b>61</b> |

Las páginas de índice mantuvieron la inclinación del texto y se evaluará con el grupo objetivo, de igual forma para evitar confusiones o que parezca estar desordenado el titular se cambió de lugar para facilitar el recorrido de lectura. Los títulos de los capítulos tienen el color que corresponde al tema para facilitar la lectura del manual.

# Páginas interiores

Capitulo par



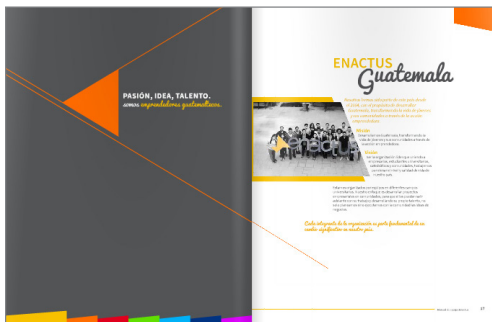
Los subtítulos y subtemas de los mismos en los capítulos pares, parecían confundir al lector según la validación con expertos y profesionales, por lo tanto, en los subtemas se sustituyó la tipografía caligráfica por la palo seco, delimitando aún más la jerarquía en el recorrido visual del manual dentro de dichos capítulos.

Luego se corrigieron detalles como: quitarle la sombra paralela a algunos elementos ya que se perdía la unidad en las figuras dentro de todo el manual, se colocó otra pestaña en las esquinas de las páginas impares con formas utilizadas en la portada y portadilla para mantener la unidad.





Páginas interiores  
Capítulo par





**COMUNIDADES ENACTUS**

El Enactus es un programa de actividades que promueve el desarrollo de las comunidades a través de proyectos de emprendimiento social. Este programa busca fomentar el liderazgo, el trabajo en equipo y el compromiso social de los estudiantes.

**¿Qué es Enactus?**

Enactus es un programa de actividades que promueve el desarrollo de las comunidades a través de proyectos de emprendimiento social. Este programa busca fomentar el liderazgo, el trabajo en equipo y el compromiso social de los estudiantes.

**¿Cómo funciona?**

El programa se organiza en equipos de estudiantes que trabajan en proyectos de emprendimiento social. Estos proyectos buscan resolver problemas reales de las comunidades y promover el desarrollo sostenible.

**Beneficios:**

- Desarrolla habilidades de liderazgo y trabajo en equipo.
- Fomenta el compromiso social y el sentido de responsabilidad.
- Permite aplicar los conocimientos adquiridos en el aula a situaciones reales.

**¿Cómo se inscribe?**

Los estudiantes interesados en participar en Enactus deben inscribirse en el programa a través de su universidad o institución educativa.

**¿Dónde se puede participar?**

Enactus es un programa que se puede participar en cualquier universidad o institución educativa que lo ofrezca.

**¿Qué se necesita para participar?**

Para participar en Enactus se necesita tener un interés genuino en el desarrollo social y el emprendimiento, así como contar con el apoyo de la universidad o institución educativa.

**¿Qué se gana al participar?**

Al participar en Enactus se gana experiencia en el mundo real, se desarrollan habilidades de liderazgo y trabajo en equipo, y se contribuye al desarrollo de las comunidades.

**¿Qué se necesita para participar?**

Para participar en Enactus se necesita tener un interés genuino en el desarrollo social y el emprendimiento, así como contar con el apoyo de la universidad o institución educativa.

**BUSINESS advisory board**

El Business Advisory Board (BAB) es un grupo de expertos que asesora a la organización en temas relacionados con el negocio. Este grupo puede estar formado por líderes de la industria, académicos o expertos en el campo de interés.

**¿Qué es un Business Advisory Board?**

El Business Advisory Board (BAB) es un grupo de expertos que asesora a la organización en temas relacionados con el negocio. Este grupo puede estar formado por líderes de la industria, académicos o expertos en el campo de interés.

**¿Cómo se forma?**

El BAB se forma seleccionando a expertos en el campo de interés que tengan experiencia y conocimientos relevantes. Estos expertos pueden ser líderes de la industria, académicos o expertos en el campo de interés.

**¿Qué beneficios ofrece?**

- Proporciona asesoramiento experto y perspectivas externas.
- Facilita el acceso a recursos y contactos valiosos.
- Mejora la toma de decisiones y el desempeño de la organización.

**¿Cómo se organiza?**

El BAB se organiza de manera que los miembros puedan ofrecer su asesoramiento de manera efectiva. Esto puede implicar reuniones regulares, informes escritos o sesiones de trabajo conjunto.

**¿Qué se necesita para formar un BAB?**

Para formar un BAB se necesita tener un claro propósito y objetivos, así como contar con el apoyo de la alta dirección de la organización.

**¿Qué se gana al formar un BAB?**

Al formar un BAB se gana acceso a expertos y perspectivas valiosas, se mejora la toma de decisiones y se fortalece el desempeño de la organización.

**RED de alumni**

La Red de Alumni es un grupo de exalumnos que se reúne para mantenerse al tanto de las actividades de la institución y apoyar su desarrollo. Este grupo puede ofrecer valiosos recursos y contactos para la institución.

**¿Qué es una Red de Alumni?**

La Red de Alumni es un grupo de exalumnos que se reúne para mantenerse al tanto de las actividades de la institución y apoyar su desarrollo. Este grupo puede ofrecer valiosos recursos y contactos para la institución.

**¿Cómo se forma?**

La Red de Alumni se forma invitando a los exalumnos a unirse al grupo. Esto puede hacerse a través de correo electrónico, redes sociales o eventos de networking.

**¿Qué beneficios ofrece?**

- Mantiene a los exalumnos conectados con la institución.
- Facilita el acceso a recursos y contactos valiosos.
- Mejora el apoyo y el compromiso de los exalumnos.

**¿Cómo se organiza?**

La Red de Alumni se organiza de manera que los miembros puedan mantenerse al tanto de las actividades de la institución y ofrecer su apoyo de manera efectiva.

**¿Qué se necesita para formar una Red de Alumni?**

Para formar una Red de Alumni se necesita tener un claro propósito y objetivos, así como contar con el apoyo de la institución.

**¿Qué se gana al formar una Red de Alumni?**

Al formar una Red de Alumni se gana acceso a recursos y contactos valiosos, se mejora el apoyo y el compromiso de los exalumnos, y se fortalece el desarrollo de la institución.

**ALIANZAS y oportunidades**

Las alianzas y oportunidades son acuerdos entre organizaciones que buscan lograr objetivos comunes. Estas alianzas pueden ser estratégicas y ofrecer beneficios mutuos para todas las partes involucradas.

**¿Qué son alianzas y oportunidades?**

Las alianzas y oportunidades son acuerdos entre organizaciones que buscan lograr objetivos comunes. Estas alianzas pueden ser estratégicas y ofrecer beneficios mutuos para todas las partes involucradas.

**¿Cómo se forman?**

Las alianzas y oportunidades se forman cuando dos o más organizaciones deciden colaborar para lograr objetivos comunes. Esto puede implicar compartir recursos, conocimientos y experiencia.

**¿Qué beneficios ofrecen?**

- Permiten acceder a recursos y conocimientos adicionales.
- Facilitan la innovación y el desarrollo de nuevos productos o servicios.
- Mejoran la eficiencia y reducen costos.

**¿Cómo se organiza?**

Las alianzas y oportunidades se organizan de manera que todas las partes involucradas puedan contribuir de manera efectiva y lograr los objetivos comunes.

**¿Qué se necesita para formar alianzas y oportunidades?**

Para formar alianzas y oportunidades se necesita tener un claro propósito y objetivos, así como contar con el apoyo de todas las partes involucradas.

**¿Qué se gana al formar alianzas y oportunidades?**

Al formar alianzas y oportunidades se gana acceso a recursos y conocimientos adicionales, se facilita la innovación y el desarrollo de nuevos productos o servicios, y se mejoran la eficiencia y se reducen costos.

**ENACTUS HONORS BOOTCAMP**

El Enactus Honors Bootcamp es un programa de capacitación que prepara a los estudiantes para competir en el concurso de Enactus. Este programa ofrece un entrenamiento intensivo en temas como liderazgo, trabajo en equipo y presentación de proyectos.

**¿Qué es el Enactus Honors Bootcamp?**

El Enactus Honors Bootcamp es un programa de capacitación que prepara a los estudiantes para competir en el concurso de Enactus. Este programa ofrece un entrenamiento intensivo en temas como liderazgo, trabajo en equipo y presentación de proyectos.

**¿Cómo funciona?**

El programa se organiza en sesiones de capacitación que cubren temas como liderazgo, trabajo en equipo y presentación de proyectos. Los estudiantes participan en actividades prácticas que les permiten aplicar lo que aprenden.

**Beneficios:**

- Desarrolla habilidades de liderazgo y trabajo en equipo.
- Prepara a los estudiantes para competir en el concurso de Enactus.
- Permite aplicar los conocimientos adquiridos en el aula a situaciones reales.

**¿Cómo se inscribe?**

Los estudiantes interesados en participar en el Enactus Honors Bootcamp deben inscribirse en el programa a través de su universidad o institución educativa.

**¿Dónde se puede participar?**

El Enactus Honors Bootcamp es un programa que se puede participar en cualquier universidad o institución educativa que lo ofrezca.

**¿Qué se necesita para participar?**

Para participar en el Enactus Honors Bootcamp se necesita tener un interés genuino en el desarrollo social y el emprendimiento, así como contar con el apoyo de la universidad o institución educativa.

**¿Qué se gana al participar?**

Al participar en el Enactus Honors Bootcamp se gana experiencia en el mundo real, se desarrollan habilidades de liderazgo y trabajo en equipo, y se contribuye al desarrollo de las comunidades.

**CÓDIGO de conducta**

El Código de Conducta es un conjunto de normas que definen el comportamiento esperado de los miembros de una organización. Este código busca promover un ambiente de respeto, integridad y responsabilidad.

**¿Qué es un Código de Conducta?**

El Código de Conducta es un conjunto de normas que definen el comportamiento esperado de los miembros de una organización. Este código busca promover un ambiente de respeto, integridad y responsabilidad.

**¿Cómo se desarrolla?**

El Código de Conducta se desarrolla considerando los valores y principios de la organización, así como las mejores prácticas de la industria. Este código debe ser claro, conciso y fácil de entender.

**Beneficios:**

- Establece un estándar de comportamiento claro y consistente.
- Facilita la toma de decisiones éticas y responsables.
- Mejora la reputación y la confianza de la organización.

**¿Cómo se implementa?**

El Código de Conducta se implementa a través de la capacitación y el seguimiento de los miembros de la organización. Esto puede implicar sesiones de formación, talleres y evaluaciones periódicas.

**¿Qué se necesita para desarrollar un Código de Conducta?**

Para desarrollar un Código de Conducta se necesita tener un claro propósito y objetivos, así como contar con el apoyo de la alta dirección de la organización.

**¿Qué se gana al desarrollar un Código de Conducta?**

Al desarrollar un Código de Conducta se gana un estándar de comportamiento claro y consistente, se facilita la toma de decisiones éticas y responsables, y se mejora la reputación y la confianza de la organización.

**NUEVOS estudiantes**

Los nuevos estudiantes son aquellos que se inscriben en la institución educativa por primera vez. Estos estudiantes representan una oportunidad para la institución de brindarles una excelente experiencia educativa.

**¿Qué son los nuevos estudiantes?**

Los nuevos estudiantes son aquellos que se inscriben en la institución educativa por primera vez. Estos estudiantes representan una oportunidad para la institución de brindarles una excelente experiencia educativa.

**¿Cómo se atraen?**

Los nuevos estudiantes se atraen a través de estrategias de marketing y comunicación que destacan los beneficios de la institución. Esto puede implicar visitas de información, eventos de networking y campañas de publicidad.

**Beneficios:**

- Incrementa el número de estudiantes matriculados.
- Mejora la reputación y la imagen de la institución.
- Facilita el desarrollo de nuevos programas y servicios.

**¿Cómo se organiza?**

Los nuevos estudiantes se organizan de manera que puedan acceder fácilmente a la información y servicios de la institución. Esto puede implicar la creación de canales de comunicación efectivos y la implementación de procesos de inscripción sencillos.

**¿Qué se necesita para atraer nuevos estudiantes?**

Para atraer nuevos estudiantes se necesita tener un claro propósito y objetivos, así como contar con el apoyo de la institución.

**¿Qué se gana al atraer nuevos estudiantes?**

Al atraer nuevos estudiantes se gana un incremento en el número de estudiantes matriculados, se mejora la reputación y la imagen de la institución, y se facilita el desarrollo de nuevos programas y servicios.

**ESTUDIANTES con experiencia**

Los estudiantes con experiencia son aquellos que han participado en actividades extracurriculares o proyectos de Enactus. Estos estudiantes tienen habilidades y conocimientos que los hacen valiosos para la institución.

**¿Qué son los estudiantes con experiencia?**

Los estudiantes con experiencia son aquellos que han participado en actividades extracurriculares o proyectos de Enactus. Estos estudiantes tienen habilidades y conocimientos que los hacen valiosos para la institución.

**¿Cómo se atraen?**

Los estudiantes con experiencia se atraen a través de estrategias de marketing y comunicación que destacan los beneficios de participar en estas actividades. Esto puede implicar la promoción de eventos, talleres y proyectos de Enactus.

**Beneficios:**

- Incrementa el número de estudiantes con experiencia.
- Mejora la calidad de los proyectos de Enactus.
- Facilita el desarrollo de nuevos programas y servicios.

**¿Cómo se organiza?**

Los estudiantes con experiencia se organizan de manera que puedan acceder fácilmente a la información y servicios de la institución. Esto puede implicar la creación de canales de comunicación efectivos y la implementación de procesos de inscripción sencillos.

**¿Qué se necesita para atraer estudiantes con experiencia?**

Para atraer estudiantes con experiencia se necesita tener un claro propósito y objetivos, así como contar con el apoyo de la institución.

**¿Qué se gana al atraer estudiantes con experiencia?**

Al atraer estudiantes con experiencia se gana un incremento en el número de estudiantes con experiencia, se mejora la calidad de los proyectos de Enactus, y se facilita el desarrollo de nuevos programas y servicios.

**LÍDERES de equipo**

Los líderes de equipo son aquellos estudiantes que han demostrado habilidades de liderazgo y trabajo en equipo. Estos estudiantes pueden ser valiosos para la institución en roles de liderazgo y mentoría.

**¿Qué son los líderes de equipo?**

Los líderes de equipo son aquellos estudiantes que han demostrado habilidades de liderazgo y trabajo en equipo. Estos estudiantes pueden ser valiosos para la institución en roles de liderazgo y mentoría.

**¿Cómo se atraen?**

Los líderes de equipo se atraen a través de estrategias de marketing y comunicación que destacan los beneficios de participar en actividades de liderazgo. Esto puede implicar la promoción de talleres de liderazgo, conferencias y eventos de networking.

**Beneficios:**

- Incrementa el número de líderes de equipo.
- Mejora la calidad de los proyectos de Enactus.
- Facilita el desarrollo de nuevos programas y servicios.

**¿Cómo se organiza?**

Los líderes de equipo se organizan de manera que puedan acceder fácilmente a la información y servicios de la institución. Esto puede implicar la creación de canales de comunicación efectivos y la implementación de procesos de inscripción sencillos.

**¿Qué se necesita para atraer líderes de equipo?**

Para atraer líderes de equipo se necesita tener un claro propósito y objetivos, así como contar con el apoyo de la institución.

**¿Qué se gana al atraer líderes de equipo?**

Al atraer líderes de equipo se gana un incremento en el número de líderes de equipo, se mejora la calidad de los proyectos de Enactus, y se facilita el desarrollo de nuevos programas y servicios.

**FOTOGRAFÍAS de proyectos**

Las fotografías de proyectos son imágenes que documentan el progreso de los proyectos de Enactus. Estas fotografías pueden ser utilizadas para comunicar los logros de la institución y atraer apoyo adicional.

**¿Qué son las fotografías de proyectos?**

Las fotografías de proyectos son imágenes que documentan el progreso de los proyectos de Enactus. Estas fotografías pueden ser utilizadas para comunicar los logros de la institución y atraer apoyo adicional.

**¿Cómo se toman?**

Las fotografías de proyectos se toman durante el desarrollo de los proyectos de Enactus. Estas fotografías deben ser claras, profesionales y mostrar el progreso de los proyectos.

**Beneficios:**

- Comunica los logros de la institución y atrae apoyo adicional.
- Facilita la documentación de los proyectos de Enactus.
- Mejora la reputación y la imagen de la institución.

**¿Cómo se organiza?**

Las fotografías de proyectos se organizan de manera que puedan ser utilizadas fácilmente para comunicar los logros de la institución. Esto puede implicar la creación de un archivo de fotografías y la implementación de procesos de publicación sencillos.

**¿Qué se necesita para tomar fotografías de proyectos?**

Para tomar fotografías de proyectos se necesita tener un claro propósito y objetivos, así como contar con el apoyo de la institución.

**¿Qué se gana al tomar fotografías de proyectos?**

Al tomar fotografías de proyectos se gana un incremento en la comunicación de los logros de la institución, se facilita la documentación de los proyectos de Enactus, y se mejora la reputación y la imagen de la institución.

**¿QUÉ LLEVAR a tus reuniones?**

Las reuniones son momentos clave para la toma de decisiones y la comunicación en una organización. Llevar la información adecuada a las reuniones puede mejorar la eficiencia y el resultado de estas reuniones.

**¿Qué se necesita para llevar la información adecuada a las reuniones?**

Para llevar la información adecuada a las reuniones se necesita tener un claro propósito y objetivos, así como contar con el apoyo de la institución.

**Beneficios:**

- Mejora la eficiencia y el resultado de las reuniones.
- Facilita la toma de decisiones y la comunicación.
- Mejora la reputación y la imagen de la institución.

**¿Cómo se organiza?**

Las reuniones se organizan de manera que todas las partes involucradas puedan contribuir de manera efectiva y lograr los objetivos comunes.

**¿Qué se gana al llevar la información adecuada a las reuniones?**

Al llevar la información adecuada a las reuniones se gana un incremento en la eficiencia y el resultado de las reuniones, se facilita la toma de decisiones y la comunicación, y se mejora la reputación y la imagen de la institución.

## Validación con el grupo objetivo

Los resultados de la validación que se realizó a 35 estudiantes de 6 campus universitarios diferentes, que puede encontrar en el anexo 4, se determinan las siguientes observaciones:

### Portada

En la portada del manual, un 47.1% de los entrevistados mencionan que los colores transmiten calidez, un 55.9% concuerdan que la fotografía connota entusiasmo, tomando la atención del lector en un 73.5% la primera vez que ven la portada. Estas tres características hacen que la misma sea considerada atractiva en un 47.1%, dinámica en un 26.5% y brillante en un 26.5%.

### Fotografías

Las fotografías muestran acción/ emprendimiento a un 88.3% de los entrevistados. Las figuras y líneas de igual manera transmiten acción a un 64.7% de los estudiantes, determinando que las fotografías y figuras cumplen de igual forma su función, generando

confianza, apoyando los temas y permitiendo que el grupo objetivo se identifique con ellas por igual.

### Colores

Un 91.2% de los entrevistados afirman que los colores se complementan con los demás elementos de diseño.

### Titulares

Los titulares son el segundo elemento que ve el grupo objetivo ya que son llamativos y legibles, las imágenes son el primer elemento que ven en un 58.8% y por último los demás elementos.

### Composición visual

El recorrido visual en todo el manual les parece dinámica (41.2%) y ordenada (47.1%).

Los estudiantes entrevistados que pertenecen a Enactus respondieron que luego del manual: 55.2% les gustaría obtener el manual y el 44.8% lo consultarían.

Gracias a estos resultados se mantiene el diseño y se prosigue a crear el arte final del manual.

# FUNDAMENTACIÓN de diseño final

## Titular



## Código tipográfico

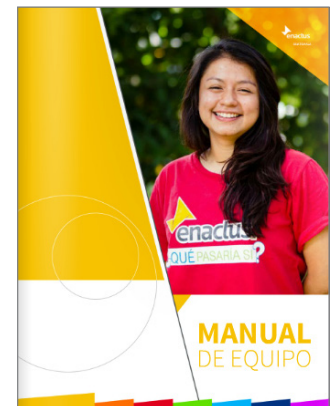
La tipografía utilizada en los titulares, subtítulos y cuerpo de texto es una palo seco llamada Source Sans Pro en sus diferentes estilos (regular, bold, light e italic), ya que es legible y moderna para el grupo objetivo que son estudiantes universitarios. Además apoya al insight por la diversidad de estilos en una misma familia tipográfica.

AaBbCc Source Sans Pro (light)  
AaBbCc Source Sans Pro (regular)  
**AaBbCc Source Sans Pro (bold)**  
AaBbCc Source Sans Pro (light italic)

## Subtitulares



## Portada



## Subtemas y cuerpo de texto







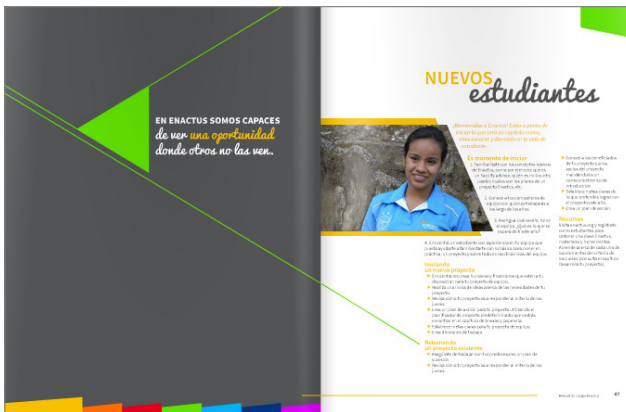
## Fotografías



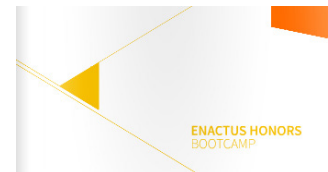
## Código icónico-visual

Las fotografías se colocarán, ya sean grandes o pequeñas dentro de figuras triangulares o cortadas con cierto ángulo. Las fotografías proyectan un tono joven, de acción emprendedora y unión entre los estudiantes de Enactus.

## Líneas y figuras



Uso de líneas inclinadas de 1 punto en los ángulos de las figuras triangulares, amarillas en las páginas interiores y del color respectivo en cada portadilla.



## Círculos



Uso de círculos en la portada y en los titulares de los capítulos impares que representan los ojos del concepto creativo.

## Réticula



## Código de diagramación

La diagramación del manual tiene una retícula de 4 columnas, ya que puede darnos mayor diversidad de diseños con las columnas columnas reforzando el insight.

## Portada



La jerarquía establecida en el recorrido visual a lo largo del manual se define de la siguiente manera:

1. Titular de portada
2. Titulares de portadillas
3. Subtitulares dentro del capítulo (pares e impares)
4. Subtemas de subtitulares
5. Frases
6. Texto

## Portadilla



## Subtitulares Capítulo impar



En los capítulos impares se definen los subtitulares con un diseño tipográfico de palo seco bold y light.

## Subtitulares

Capítulo par



En los capítulos pares se definen los subtitulares con un diseño tipográfico de palo seco y caligráfica, subtitulares de palo seco bold y light.

## Subtemas

Capítulo par



## Código de formato

La reproducción del manual, debe ser en un formato carta (8.5" x 11") en el cual se tienen reservadas áreas para márgenes y líneas de corte.

## Código lingüístico




Escrito en idioma español para que los estudiantes universitarios logren entender e interesarse en el manual. Escrito en tercera persona y el trato de tú cuando sea requerido para darle un toque más joven, personal y que genere confianza.



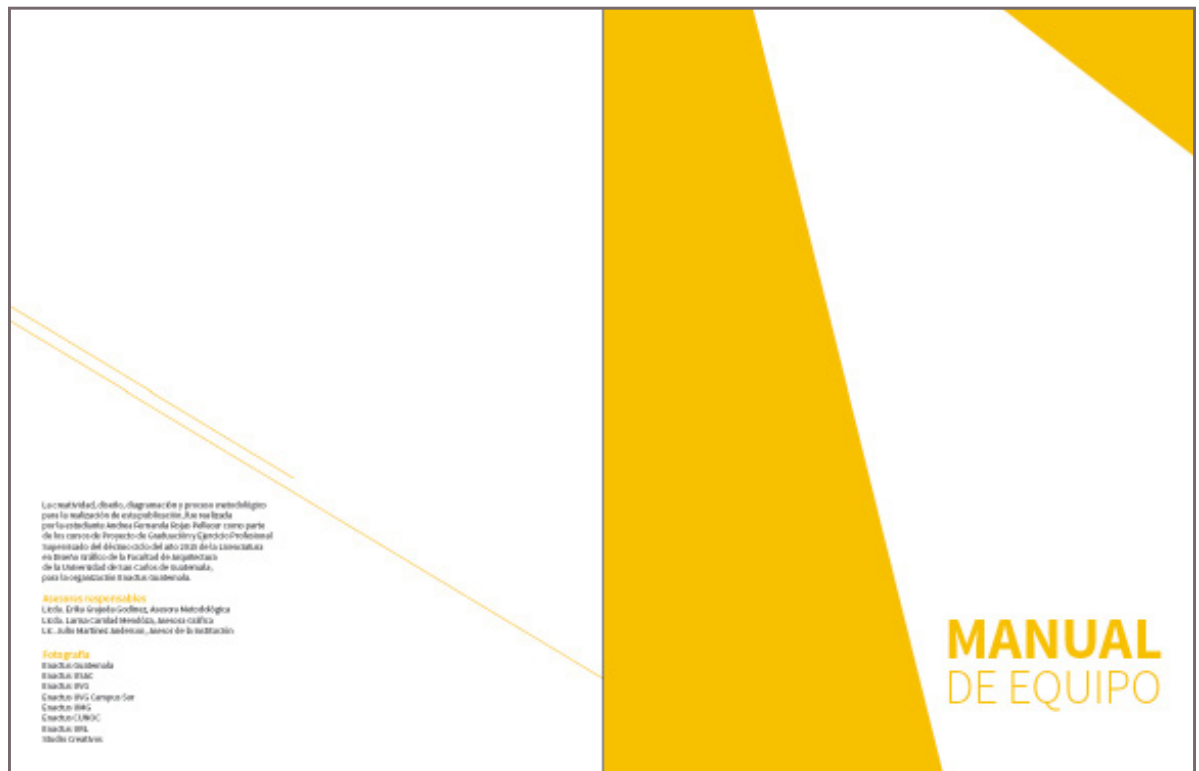


# MANUAL DE EQUIPO



 /enactusguate  
 @enactusgt  
 enactusgt

# Diseño final



## CONTENIDO del manual

|   |           |  |  |
|---|-----------|--|--|
| ¿QUÉ ES ENACTUS?                            | 06        |  |  |
| TODO LO QUE DEBES HACER EN ENACTUS          | 08        |  |  |
| <b>DESARROLLAR UN EQUIPO ORGANIZACIONAL</b> | <b>09</b> |  |  |
| NUESTRO PROPÓSITO                           | 11        |  |  |
| NUESTRA MISIÓN                              | 12        |  |  |
| NUESTRA HISTORIA                            | 12        |  |  |
| <b>LINEAMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN</b>      | <b>15</b> |  |  |
| ENACTUS GUATEMALA                           | 17        |  |  |
| SOMOS ENACTUS                               | 19        |  |  |
| NUESTRO ADVISORY BOARD                      | 26        |  |  |
| REDES ALUMNOS                               | 27        |  |  |
| ALUMNOS Y OPORTUNIDADES                     | 28        |  |  |
| CÓDIGO DE CONDUCTA                          | 29        |  |  |
| <b>ESTABLECER UN EQUIPO ENACTUS</b>         | <b>31</b> |  |  |
| CONSTRUYE TU EQUIPO                         | 31        |  |  |
| DEFINE LA ESENCIA                           | 34        |  |  |
| ARGUMENTA TU DECISIÓN                       | 35        |  |  |
| ALIANZAS ESTRATÉGICAS                       | 36        |  |  |
| RECLUTA ENACTUS                             | 39        |  |  |
| PLAN DE SELECCIÓN                           | 41        |  |  |
| <b>CONSEJOS PARA ENACTUS</b>                | <b>43</b> |  |  |
| NUESTROS ESTUDIANTES                        | 43        |  |  |
| ESTUDIANTE CON EXPERIENCIA                  | 44        |  |  |
| LÍDERES DEL EQUIPO                          | 44        |  |  |
| FOTOGRAFÍAS DE PROYECTOS                    | 44        |  |  |
| ¿QUÉ LE PASA A TU EQUIPO EN ESTE...         | 44        |  |  |
| <b>DESARROLLA TU PROYECTO</b>               | <b>46</b> |  |  |
| IMPLEMENTAR PROYECTOS DE MANEJO EFECTIVO    | 46        |  |  |
| MÉTODO DE ENFOQUES: DIFFERENTIAL CAMPAIGN   | 47        |  |  |
| ¿CÓMO SE PUEDE IMPACTAR EN TU PROYECTO?     | 47        |  |  |
| CRITERIOS DE EVALUACIÓN                     | 47        |  |  |
| <b>EVENTOS ENACTUS</b>                      | <b>48</b> |  |  |
| POR COMPETENCIA                             | 48        |  |  |
| COMPETENCIA INDIVIDUAL                      | 48        |  |  |
| COMPETENCIA GRUPAL                          | 48        |  |  |
| <b>ANEXOS Y REFERENCIAS</b>                 | <b>49</b> |  |  |

# ¿Qué es en·act·us?

## ••• Impresionalidad

Tener la perspectiva de ver una oportunidad y el talento para aprovecharla a partir de ella.

## ••• Acción

Lamentarse de hacer algo y el compromiso para llevarlo a cabo o hacer cuando el resultado no está garantizado.

## •••

Un grupo de personas que están conectadas de una manera impactante y radical que fuerzan parte de un todo.

Somos una comunidad de estudiantes, colaboradores universitarios e líderes empresariales comprometidos a facilitar una vida y hacer valer un mundo sustentable a través de la acción emprendedora.

Además del aspecto social del programa, también tenemos de desarrollo y competencias como oportunidades para el aprendizaje intrapersonal e interpersonal, así como el posicionamiento de estudiantes y egresados en empresas que buscan nuevos talentos.



# Todo lo que debes hacer en en·act·us antes de partir del equipo

- Visitar cada uno de los comedores con los que trabajó tu equipo al menos una vez.
- Capacitar a un nuevo integrante y darle seguimiento por lo menos un mes y evaluar su desempeño en el equipo.
- Crear un portfolio con las actividades que han realizado. Si quieres hacer un evento o taller en el futuro, cuáles que aspectos tomar en cuenta para planificarlo.
- Invitar a algún familiar a la comunidad, compromiso o actividad Enactus, también debe ser parte importante de la vida.
- Hacer todo el networking que puedas en reuniones, eventos y contertulios en tu hábitat.
- Realizar actividades de networking con equipos de otros universitarios o entre la comunidad y tu equipo.
- Tomar una lista de contactos de representantes y autoridades.
- Aprender de los miembros de otras carreras, algo que no sabes hacer.
- Aprenderse a hacer a gestos o dinámicas activas como: Dinámica sémica o logística.
- Dejar terminadas las tareas asignadas o delegarlas para que se terminen.
- Aprender a ser líder o a ser competencia.
- Si presentador en una de las competencias.
- Apoyar al equipo en posibles áreas de proyecto o tareas.
- Invitar a un amigo o amigo y compartirle todo del equipo cada experiencia.
- Crear un perfil en LinkedIn y compartirlo con otras empresas de tu profesión.
- Llevar siempre un nuevo patrocinador al equipo o idea para generar fondos.
- Entender el negocio, una capacitación a la comunidad y otra para el equipo.
- Hacer de tu equipo de trabajo una familia.
- Aprender algo de la comunidad que no sabes hacer.

¿QUÉ OTRAS COSAS DEBES DE HACER ANTES DE PARTIR DE TU EQUIPO?

Contribuir o colaborar como equipo para ser líderes más motivados a cumplirlo y más toda la experiencia del programa Enactus.

|       |       |       |
|-------|-------|-------|
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |



## RESUMEN ORGANIZACIONAL

UN LLAMADO A LA ACCIÓN,  
acción para transformar vidas.

## NUESTRO PROPÓSITO

*Rescate el desarrollo a través de la acción emprendedora.*



En todas nuestras organizaciones tenemos al que son estudiantes, profesionales y líderes empresariales comprometidos a utilizar el poder de la acción emprendedora para permitir el desarrollo sostenible del mundo.

Buscamos y atraemos a personas (jóvenes, líderes y emprendedores), los estudiantes forman equipos en su campo de estudio para crear e implementar proyectos innovadores que ayuden a las personas a mejorar su vida y calidad de vida. La experiencia social transformamos vidas, ayuda a los estudiantes a desarrollar sus habilidades y perspectivas, además de ser un llamado para ser líderes emprendedores.



## NUESTRA ESENCIA

*En esencia es una comunidad de jóvenes con valores.*

### Imaginación

Cada vida que genera oportunidades, cada lucha ofrece la oportunidad de reinventarse. Todo lo que hacemos hace de la capacidad de ser emprendedor donde otros no lo son.

### Asociación

No hay fuerza más grande que el espíritu, que un equipo de personas que se esfuerzan tiempo atrás en la vida de la persona a la que entregamos el trabajo.

### Coraje

La disposición a intentar, fallar y aprender es el espíritu que la creación de algo nuevo es un

importante como la pasión de los demás. Tener coraje es salir y luchar especialmente cuando el territorio donde se trabaja es nuevo y el resultado es incierto.

### Responsabilidad

Cada iniciativa proyecto que emprendemos es juzgado por la comunidad que impacta la vida de las personas que creemos, programamos, diseñamos y ejecutamos en la vida de aquí en adelante.

### Determinación

Un cambio significativo en la vida requiere la capacidad de superar obstáculos, aprendiendo de las responsabilidades.

y enfrentar con confianza los desafíos de la vida. En esencia es tener la persistencia de hacer lo que uno necesita hacer que logre los resultados que busca.

### Caridad

Siempre apostamos en la búsqueda de nuevas perspectivas y maneras nuevas a largo plazo porque sabemos que el éxito llega cuando seguimos de un emprendimiento.

## NUESTRA HISTORIA

*Rescate el trabajo a través de la acción del mundo y en Guatemala.*

En esencia es una organización internacional que reúne estudiantes, jóvenes, académicos y empresarios que se han comprometido a utilizar el poder de la acción emprendedora para permitir el desarrollo sostenible del mundo.

Buscamos por personas profesionales y líderes en negocios, los estudiantes participan formando equipos en su campo para crear e implementar proyectos innovadores que ayuden a las personas a mejorar su vida y calidad de vida.

La experiencia es vital transformamos vidas, ayuda a los estudiantes a desarrollar su vida y calidad de vida. La experiencia social transformamos vidas, ayuda a los estudiantes a desarrollar sus habilidades y perspectivas, además de ser un llamado para ser líderes emprendedores.

En todas nuestras organizaciones tenemos al que son estudiantes, profesionales y líderes empresariales comprometidos a utilizar el poder de la acción emprendedora para permitir el desarrollo sostenible del mundo.

Buscamos y atraemos a personas (jóvenes, líderes y emprendedores), los estudiantes forman equipos en su campo de estudio para crear e implementar proyectos innovadores que ayuden a las personas a mejorar su vida y calidad de vida. La experiencia social transformamos vidas, ayuda a los estudiantes a desarrollar sus habilidades y perspectivas, además de ser un llamado para ser líderes emprendedores.

Al participar en nuestros proyectos, se fortalece por muchos líderes emprendedores y comprometidos como el "mejor de lo mejor" en cuanto a emprendedores.

Además del potencial de prácticas y oportunidades, durante los proyectos, hay algunas situaciones en las que los jóvenes, líderes y emprendedores de reconocen también están en condiciones para los estudiantes de las empresas que se unen con Guatemal.

Además del potencial de prácticas y oportunidades, durante los proyectos, hay algunas situaciones en las que los jóvenes, líderes y emprendedores de reconocen también están en condiciones para los estudiantes de las empresas que se unen con Guatemal.



## NUESTRO STAFF

**LOS MIEMBROS del personal de Enactus Colombia, su directiva o socios y los representantes a los miembros de la red.**

**Junta de directiva.** Los miembros de la junta de directiva de Enactus son defensores-entusiastas de nuestro modelo y misión, contribuyen con gran medida de su tiempo personal y energía al funcionamiento del programa en sus ciudades.

**Country leader.** En todos los países, hay un líder de la junta de directiva que representa al programa en su país. El country leader es el director de país.

Se encaminará tener una comunicación continua con el país para la guía y apoyo en el desarrollo del programa en cada universidad.

**Director de relaciones públicas y desarrollo.** Es el encargado de la representación a nivel nacional y extranjero, diseñando y liderando los beneficios de la estrategia de marketing de la organización, así como la política y objetivos de la junta de directiva en el ámbito de las relaciones públicas y desarrollo. Es la persona encargada de diseñar una estrategia de marketing para el desarrollo de los miembros y el programa en su país.

**Staff de los proyectos.** Es la persona encargada de buscar proyectos, especificar y dar seguimiento al trabajo de los equipos. Esta persona se encarga de el tiempo que se define, la idea de dar la oportunidad a estudiantes que pertenecen a Enactus de tener la experiencia de desarrollar proyectos en su escuela.

**Interventor.** Esta persona, de igual manera que el director de programas y el director de país, está encargada de liderar proyectos específicos y dar seguimiento al trabajo de los equipos. Esta persona se encarga de buscar la oportunidad de tener la experiencia de desarrollar proyectos en su escuela, así como tener la experiencia de un trabajo.

## SOMOS enactus

Los siguientes documentos guían la actividad y comunicación de los estudiantes Enactus, Faculty Advisors, y cualquier otro representante del equipo, miembros son representados como miembros o socios y socios de la organización y tienen uso de la marca Enactus.

Entre algunas reglas y procedimientos establecidos a nivel global sobre cómo estar representando y estructurar el equipo. Sin embargo, hay flexibilidad que permite a cada institución estructurar su equipo de una manera que mejor se adapte a la realidad de cada institución, los estudiantes y las comunidades.

Cada equipo tiene completa libertad de adoptar las reglas y procedimientos para su propio equipo, pero debe estar alineado con los lineamientos de Enactus.

Esta misma flexibilidad se aplica al trabajo de cada equipo. El tiempo que cada equipo dedica a los proyectos de su equipo, se debe dedicar al trabajo que se tiene planeado, en forma de un proyecto.

**El Staff está disponible para proporcionar asesoramiento personal a los equipos, al tiempo que organiza y desarrolla sus proyectos.**

Otros aspectos de los proyectos, tales como el número de los miembros del equipo que participarán en la ejecución del proyecto, el apoyo de expertos, el tipo de beneficio, alcance y difusión en los medios, si los recursos o fondos para capacitación son proporcionados o es contenido original, se dejan a la discreción del equipo.

El Staff está disponible para proporcionar asesoramiento personal a los equipos, al tiempo que organiza y desarrolla sus proyectos.

## ESTUDIANTES ENACTERS

**Planear y ejecutar proyectos de desarrollo para las comunidades de estudiantes, empleados o funcionarios en su escuela.**

- Cualquier persona inscrita oficialmente como estudiante en cualquier universidad, es elegible para participar en Enactus.
- Los estudiantes sólo pueden formar parte del equipo de la universidad a la que están inscritos.
- Los estudiantes que asistan a clases en más de una universidad a la vez, sólo pueden participar en un equipo Enactus.

**Sea parte de Enactus en su institución y sea el profesional de los estudiantes.**

- Los estudiantes elegibles para participar en Enactus pueden ser de cualquier carrera y cualquier año.

Cada equipo tiene completa libertad para establecer sus propios procedimientos y reglas para ser miembros más allá de los lineamientos de Enactus.

Más información como un participante oficial y estudiante activo de Enactus, los estudiantes deben haber inscrito en un equipo de Enactus en un momento de su tiempo y registrarse en línea en [www.enactus.org](http://www.enactus.org) o a través de la junta de equipo activa.

Cada institución individual puede tener un único equipo Enactus. Adicionalmente, las instituciones de una universidad pueden tener sus propios equipos como parte de cualquier institución localizada en diferentes campus.



## FACULTY ADVISORS

**Apoyan siendo asesores o los estudiantes (PDA) que a su vez apoyan a los mejores líderes de negocios.**

La Rectoría dentro de un equipo trabaja con faculty advisors. Estos asesores y profesionales reconocen la calidad del liderazgo a sus estudiantes. Deben apoyar desde fuera del aula y promover en público los conocimientos e interacciones de la vida real. Poco a poco se irán fortaleciendo, sus roles, habilidades de un equipo. También se construirá un sentimiento de pertenencia a una comunidad, desde lejos una nueva pasión por aprender.

Como asesor debe estar dispuesto a que se guíe a los estudiantes del programa técnico y a la implementación de proyectos con gran alcance. Se puede como Faculty Advisor en cualquier nivel académico del equipo interactuando con estudiantes y líderes, además de facilitar la interacción entre el equipo y la organización. También pueden apoyar:

- Con la gestión de sus actividades con los Business Advisory Board.
- Resúmenes de prácticas académicas, externas y globales al equipo. Deben dentro de la institución académica, garantizar que el equipo cumpla con los requisitos de calidad del programa de Deusto.
- Para que una persona pueda salir al cargo de faculty advisor debe cumplir los siguientes requisitos:
  - El candidato debe tener un contrato con la universidad que represente.
  - Ser una institución con la cualidad del punto de la presencia la universidad.
  - La institución puede tener un solo equipo, sin embargo hay límites de asesores.
  - Uno de los asesores, debe cumplir el título de Faculty Advisor principal.
- Cada uno de los asesores debe ser consciente del aprendizaje y tener la habilidad de trabajar con estudiantes, comunicándose en temas de negocios.
- Las responsabilidades de un Faculty Advisor son:
  - Promover tentativas persistentes a través del entendimiento de los miembros del equipo en situaciones, como ir desde a los tres planes de los proyectos: la local, regional y la mundial.
  - Actuar regularmente a los asesores, actividades de socialización de Deusto y visitas a las comunidades.
  - Promover orientación y evaluar las presentaciones del equipo para la competencia nacional y/o mundial.
  - Preparar a los estudiantes para las competencias.
  - Actuar como un defensor de la organización dentro y fuera del campus.

• Ser el representante principal de un equipo Deusto.

**Interacción con el Staff de Deusto. Cualquiera que trabaje con el equipo, debe tener un contacto con el staff de Deusto. Esto puede ser vital para el éxito del equipo. Los asesores de Deusto deben estar abiertos para apoyar este trabajo, y para mantener actualizados del progreso de los equipos.**

La principal interacción es la representación en el equipo, quien tiene a cargo la administración de los representantes dentro del programa, mientras el Director de Programación es el responsable de la coordinación y supervisión de los equipos Deusto.

Apoyo de la presentación de los informes del equipo, pueden abarcar a la oficina de pub que coordina desde el equipo momento a momento sobre los roles de evaluación de proyectos, actividades de socialización y apoyo de socialización de Deusto. Los equipos que tienen una buena relación de trabajo con la oficina de pub

deben tener aprendizaje compartido a los equipos que se hacen una constante comunicación con el staff de la organización. La oficina de Deusto dentro de un equipo, debe tener un contacto con el staff de Deusto. Esto puede ser vital para el éxito del equipo. Los asesores de Deusto deben estar abiertos para apoyar este trabajo, y para mantener actualizados del progreso de los equipos.

La principal interacción es la representación en el equipo, quien tiene a cargo la administración de los representantes dentro del programa, mientras el Director de Programación es el responsable de la coordinación y supervisión de los equipos Deusto.

Apoyo de la presentación de los informes del equipo, pueden abarcar a la oficina de pub que coordina desde el equipo momento a momento sobre los roles de evaluación de proyectos, actividades de socialización y apoyo de socialización de Deusto. Los equipos que tienen una buena relación de trabajo con la oficina de pub

como mediador de paz, siendo una persona honesta y objetiva para el equipo, deben escuchar todas las versiones de la historia antes de tomar una decisión. Una forma de mejorar es objetividad a los roles del equipo, así como una orientación escrita y guías de comunicación por todos los miembros. Una contribución a ayudar a tratar

Toda faculty advisor debe estar registrado en la Active Team Sheet. Contacta tu Country leader o director de programa para obtener mayor información de la Active Team Sheet.

## COMUNIDADES ENACTUS

Se relaciona con temas propósitos de acciones, que se entregan al equipo y que junto a los estudiantes Deusto ejecutan proyectos para el desarrollo integral.

¿Cómo las personas se "empoderan"? Los equipos empoderan directamente, cuando los beneficiarios de los proyectos tienen las habilidades y conocimientos, que han aprendido desde las etapas iniciales del proyecto y las siguen usando en su vida cotidiana.

El empoderamiento Directo, requiere de la capacitación sobre las necesidades y logros abordado con un proyecto Deusto.

El acercamiento a la comunidad, es la clave para trabajar los proyectos, siempre. Los beneficiarios del proyecto deben ser una parte activa de todos los etapas de diseño y ejecución del proyecto.

Los beneficiarios elegidos para los proyectos pueden de

**Desarrollamos Comunidades, transformando la vida de las comunidades a través de la acción emprendedora.**

Y la comunidad está entendiendo sus necesidades y sus comunidades la estructura del equipo y el perfil a tipo de proyecto.





## BUSINESS advisory board



**Dirigir, junto a directos** para mejorar la calidad y nivel de vida de los comunidades y el bienestar de diversa organizaciones y compañías de la sociedad de nuestro país.

Un Business Advisory Board (BAB) puede ser de cinco a un activo para el negocio. Las empresas del BAB pueden proporcionar los recursos que contribuyen a la rentabilidad dentro de la representación dentro de los márgenes.

- Proporcionar orientación y tutoría.
- Introducción de otros líderes empresariales en la comunidad.
- Facilitar el acceso a los recursos necesarios.
- Disponibilidad de financiación.
- Dar credibilidad a las propuestas y las presentaciones.

Mediante estas personas clave en tu negocio, podrás tener un valor añadido en los proyectos, convirtiéndolos en una parte vital del mismo. Considera la posibilidad de ir a los siguientes grupos para contactar a BAB.

**Las organizaciones o instituciones educativas y cívicas**  
Organizaciones como la Cámara de Comercio, Club Rotario y grupos de Asesoría de socios y excoordinadores que tienen un mismo propósito para dirigir temas locales. Estas son gran oportunidad para darles a conocer a tu negocio y proporcionar un plan de acción.

**Las empresas**  
Empresas con niveles de capacidad para proporcionar asistencia a tu proyecto. También pueden proporcionar información y

recursos para proyectos. Tanto como la apertura y el mantenimiento de una cuenta bancaria, así como la inversión para sus proyectos futuros.

**Los medios de comunicación**  
Pueden recibir donaciones de los medios gubernamentales a los miembros de los medios de comunicación locales (periódicos, estaciones de radio y televisión) y revistas de trabajo a través de la BAB.

Cuando tengas alguna empresa o organización en la zona intera esta estrategia:

- Tener a alguien de estas empresas una carta de presentación como equipo Directos.
- Llegar más rápidamente con una llamada telefónica personal.
- Crear un paquete de información para darle al miembro potencial del proyecto puede contener una carta de presentación, una copia del informe anual de su empresa y una propuesta de proyecto.

## RED de alumni



Planear y crear nuevas ideas y experiencias, dejando un legado a los nuevos estudiantes Directos y los comunidades.

Una parte de tu trabajo es un legado tangible y una lección de vida. El legado tangible incluye, además de todas las responsabilidades académicas de los nuevos líderes, ser el alabado la tarea de construir para el futuro de la libre empresa. Esto no es para un niño, el estudiante Directos genera un sentido de responsabilidad y compromiso que es muy apreciado por el mundo empresarial. Un estudiante Directos que se dedica a su labor, involucrado en sus actividades extracurriculares, además, un estudiante Directos en algunas circunstancias la para hacer negocios, por su lealtad y capacidad.

El objetivo de la red de Alumni, es mantener en contacto a los que alguna vez fueron estudiantes Directos, a través de una red fuerte que ofrece mentores de inspiración y ideas nuevas para mantenerlos en contacto y proporcionar un red fuerte que beneficia a los estudiantes y que los empresas con potenciales socios comerciales y empleados.

Un alumno, cuando se graduó en el colegio se encuentra involucrado en trabajar en estas áreas dentro de la comunidad.

### Involucrar con la red de Alumni

Directos pueden encontrar una fuente de pasión y un sentido de pertenencia. Aunque esto de hacer dentro de tu negocio, un signo de los estudiantes Directos y pasiones, ya que son muy útiles en tu negocio. Muchos de los excoordinadores, excoordinadores y excoordinadores en sus proyectos y actividades a través de reuniones y intercambios de ideas. Incluye en el plan que algunos alumnos están dispuestos a ayudar siempre en la realización de todos para proyectos y otros entre relacionados.

Por favor contactar a tu Director de programa o Country leader para obtener más información de cómo contactar a alguien a la red de alumni.

## ALIANZAS y oportunidades



Directos ofrecen de ser oportunidades en las comunidades, ofrecen Directos oportunidades en las comunidades para que puedan tener experiencias de negocios y trabajo en el mundo actual.

Las empresas que participan en actividades especiales y oportunidades especiales, ya que pueden proporcionar a través de los miembros de la organización, desde el contacto con los funcionarios establecidos en el estado Directos Team Special Partnership Opportunity.

Se encuentra que las asociaciones especiales y oportunidades especiales, pero no está limitado a presentar a los negocios y sus proyectos en compañías públicas (incluyendo eventos, reg. eventos, programas de intercambio, foros, conferencias, presentaciones en LinkedIn o sus afiliados), eventos, proyectos con un perfil de alto de sus miembros (por ejemplo, investigadores, discusiones académicas o técnicas),

Por favor contactar a tu Director de programa o Country leader para obtener más información para crear alianzas y oportunidades.

## ENACTUS HONORS BOOTCAMP

Conoce cómo crear empresas que tengan un mayor impacto en la sociedad que otros Directos, Directos Directos está involucrando la creación un programa de capacitación Directos. En un formato de competencias que atraen a los mejores y mejores empresas que tengan un impacto social significativo.

Una empresa en Benar o sobre completamente con muchos impactos y tendrá lugar en el año de a la vez las instalaciones del Impacto de Benar en Benar.

Durante 4 fines de semana, 12 empresas tendrán la oportunidad de presentar sus ideas y recibir asistencia de parte de coaches con experiencia en directos. Al final de la semana presentarán sus ideas y las ganadoras recibirán un capital semilla que les permitirá trabajar en sus empresas durante un año, al final del cual, si cumplen con los metas establecidas en el contrato, recibirán un premio monetario y un reconocimiento a través de los medios de comunicación.

Cada una de las empresas presentará que está presente en forma anual y que el impacto que genera cada día de la vida de las empresas.

Se ofrece de generar una experiencia mejor. Para mayor información, contacta a tu Country leader o Director de programa.





## DEFINE TU ESENCIA

Por qué & cómo, la razón de la organización, es su propósito.

En la flexibilidad, cada organización tiene que mantenerse esencial, debe volverse una misión, un propósito importante que los equipos deben conocer, además que tener el apoyo suficiente de mentores a los miembros.

Una misión sobre un objetivo fuerte es clave, la misión puede promover una perspectiva positiva de decisiones importantes, tales como: qué proyectos realizar.

### El propósito de Encuentro es hacer posible el progreso a través de la acción emprendedora.

Una misión para desarrollar la comunidad, qué político o económico, el objetivo, qué resultados, objetivos a través de los proyectos que se implementen y los miembros que deben estar involucrados como socios en los proyectos. Desarrollar una misión es el primer paso para establecer la

identidad del equipo y debe ser el significado prioritario por el cual concuerdan el propósito de la organización y a través de las competencias, habilidades y recursos de los miembros.

En la naturaleza de los recursos, cada organización debe tener una misión clara y una visión de futuro que los miembros puedan seguir y apoyar.

### Misión clave

- Ofrecer los recursos de misión de organizaciones externas al exterior del mundo.
- Trabajar en la amplia base de conocimientos y habilidades.
- Apoyar a los miembros de la comunidad y ayudar a través de la acción emprendedora.
- Implementar proyectos que apoyen las competencias, habilidades y recursos.

empresarios, desde conocimientos básicos hasta habilidades específicas en forma de:

- Ingresos y materiales
- Acceso a los recursos
- Habilidades y recursos
- Habilidades y recursos
- Habilidades y recursos

### Misión clave

- Ofrecer los recursos de misión de organizaciones externas al exterior del mundo.
- Trabajar en la amplia base de conocimientos y habilidades.
- Apoyar a los miembros de la comunidad y ayudar a través de la acción emprendedora.
- Implementar proyectos que apoyen las competencias, habilidades y recursos.

## APOYO INSTITUCIONAL

Tener el apoyo de los institutos es crucial para el éxito de la organización.

Recuerda que los fondos no son el único apoyo que te brindarán, pero pueden ser un apoyo crucial. Existen muchas oportunidades para que tu organización se apoye con recursos extra.

- Tiempo personal
- Ingresos y materiales
- Acceso a los recursos
- Habilidades y recursos
- Habilidades y recursos

En el mundo que los recursos son limitados para las organizaciones, es crucial que los miembros de la organización se apoyen mutuamente y ayuden a través de la acción emprendedora.

### Misión clave

- Ofrecer los recursos de misión de organizaciones externas al exterior del mundo.
- Trabajar en la amplia base de conocimientos y habilidades.
- Apoyar a los miembros de la comunidad y ayudar a través de la acción emprendedora.
- Implementar proyectos que apoyen las competencias, habilidades y recursos.

Desarrollar un plan para presentar a los administradores de la organización, puede ser un apoyo crucial. Existen muchas oportunidades para que tu organización se apoye con recursos extra.

- Tiempo personal
- Ingresos y materiales
- Acceso a los recursos
- Habilidades y recursos
- Habilidades y recursos

En el mundo que los recursos son limitados para las organizaciones, es crucial que los miembros de la organización se apoyen mutuamente y ayuden a través de la acción emprendedora.

### Misión clave

- Ofrecer los recursos de misión de organizaciones externas al exterior del mundo.
- Trabajar en la amplia base de conocimientos y habilidades.
- Apoyar a los miembros de la comunidad y ayudar a través de la acción emprendedora.
- Implementar proyectos que apoyen las competencias, habilidades y recursos.

Desarrollar un plan para presentar a los administradores de la organización, puede ser un apoyo crucial. Existen muchas oportunidades para que tu organización se apoye con recursos extra.

- Tiempo personal
- Ingresos y materiales
- Acceso a los recursos
- Habilidades y recursos
- Habilidades y recursos

En el mundo que los recursos son limitados para las organizaciones, es crucial que los miembros de la organización se apoyen mutuamente y ayuden a través de la acción emprendedora.

### Misión clave

- Ofrecer los recursos de misión de organizaciones externas al exterior del mundo.
- Trabajar en la amplia base de conocimientos y habilidades.
- Apoyar a los miembros de la comunidad y ayudar a través de la acción emprendedora.
- Implementar proyectos que apoyen las competencias, habilidades y recursos.



## ALIANZAS NECESARIAS

Trabaja con aliados que no solo te ayuden, sino que también te ayuden a crecer.

Una de las cosas que distinguimos a Encuentro, es que somos una organización que trabaja con socios estratégicos y aliados que nos ayudan a crecer y a ser más efectivos en la organización. Un ejemplo de esto es el apoyo de los socios estratégicos que nos ayudan a crecer y a ser más efectivos en la organización.

**Financiamiento**  
Como la mayoría de las organizaciones, el financiamiento es una necesidad clave para el éxito de la organización. Encuentro ha desarrollado una estrategia para atraer financiamiento de socios estratégicos que nos ayudan a crecer y a ser más efectivos en la organización.

**Organizaciones, instituciones y corporaciones**  
Una de las cosas que nos ayudan a crecer y a ser más efectivos en la organización es el apoyo de las organizaciones, instituciones y corporaciones que nos ayudan a crecer y a ser más efectivos en la organización.

**Trabaja con aliados que no solo te ayuden, sino que también te ayuden a crecer.**  
Una de las cosas que nos ayudan a crecer y a ser más efectivos en la organización es el apoyo de los socios estratégicos que nos ayudan a crecer y a ser más efectivos en la organización.

**Trabaja con aliados que no solo te ayuden, sino que también te ayuden a crecer.**  
Una de las cosas que nos ayudan a crecer y a ser más efectivos en la organización es el apoyo de los socios estratégicos que nos ayudan a crecer y a ser más efectivos en la organización.

**Trabaja con aliados que no solo te ayuden, sino que también te ayuden a crecer.**  
Una de las cosas que nos ayudan a crecer y a ser más efectivos en la organización es el apoyo de los socios estratégicos que nos ayudan a crecer y a ser más efectivos en la organización.

**Trabaja con aliados que no solo te ayuden, sino que también te ayuden a crecer.**  
Una de las cosas que nos ayudan a crecer y a ser más efectivos en la organización es el apoyo de los socios estratégicos que nos ayudan a crecer y a ser más efectivos en la organización.

**Trabaja con aliados que no solo te ayuden, sino que también te ayuden a crecer.**  
Una de las cosas que nos ayudan a crecer y a ser más efectivos en la organización es el apoyo de los socios estratégicos que nos ayudan a crecer y a ser más efectivos en la organización.

**Trabaja con aliados que no solo te ayuden, sino que también te ayuden a crecer.**  
Una de las cosas que nos ayudan a crecer y a ser más efectivos en la organización es el apoyo de los socios estratégicos que nos ayudan a crecer y a ser más efectivos en la organización.



equipos simplemente toman el concepto del proyecto existente de la organización, lo localizan y lo desarrollan en su propia.

### 5. Ejecución

Nunca deja de estar atenta a la hora de hacer un seguimiento de las empresas, en especial con las que saben que son potenciales socios. En Cracks, para poder seguirlo se establecieron para los proyectos, aquí te damos una idea de cómo que debe funcionar cuando llega este tipo de acontecimientos.

- Hazlos compartir sus fondos al inicio del año fiscal, siempre cuando haya un ciclo para poder cubrir cuando hay fondos disponibles para solicitar.
- Calendariza una cita. Puedes llamarles simplemente preguntar si tienen un tiempo para que puedas llegar a su oficina o reunirse en algún otro lugar.
- No asumas que cada persona de la empresa que

En cada Cracks, sabe de qué trata la organización, así que prepara una propuesta introduciendo qué es lo que hacen y propiamente van a ser importantes dentro de tu equipo.

- Llévate contigo un business plan actualizado. Las propuestas, colócalas en un lugar que sea cómodo.
- Incluye la conveniencia de la empresa por el equipo que presentas a la organización, es más fácil para la organización que después de la decisión entre la empresa Cracks.
- Cuando te encuentras en un momento, Cracks asistirá. En su momento que se entienda lo que se trata para saber si debe ser lo que buscas para tu equipo.

contacta a tu socio y llámalo a Director de Relaciones Públicas y desarrollo para que te ayude a preparar cada uno de ellos.

### Medios de comunicación

Todos los años los equipos de Cracks crean historias de impacto con historias de emprendedores, historias y acciones. Trabaja con los medios locales en una conferencia de prensa o un evento de lanzamiento de tu equipo.

- Aquí es cuando algunos tipos para poder publicar sus esfuerzos como es mostrar.
- Dirige el momento de medios locales, identifica las estaciones, periódicos, etc. que sirven en la localidad.
- Presta atención especial a los reporteros que les gustaría historias relativas a los emprendedores de tu equipo.

### La importancia de utilizar una lista de contactos

Tomate el tiempo de contactar a los medios locales, presentando el equipo y recopilar información de contacto. Para cada uno de

estos medios, asegúrate de recopilar la información de contacto de un representante específico, identificando el país, teléfono, correo electrónico, dirección, trabajo con los medios o el tipo de medio con los que trabajas.

- Realízate personalmente con los periodistas locales y contacta a los medios locales a lo largo del año con historias que ellos pueden publicar, esto también es una buena estrategia.
- Cuando sea a través, puedes utilizar los periodistas para prensa positiva por dentro.
- Solicita consejos o asistencia al momento de relaciones públicas de la universidad cuando necesitas realizar publicaciones en medios.

datos de estar en contacto de la publicación, contacta al administrador del medio para determinar la forma en la que ellos reciben el material.

Tu primera lista de prensa para un proyecto debe ser

entonces aproximadamente 2 semanas antes a la fecha del evento. Llévate un momento la noticia con los puntos clave de la historia, dos días antes de la fecha del proyecto o evento. Haz una última llamada al administrador o persona clave de la mano con los medios locales.

- La mayoría de periodistas y estaciones de radio, tienen secciones de relaciones públicas y un punto de contacto acerca de los eventos que están por venir, pero que no se incluye en esta sección.
- Cuando sea a través, puedes utilizar los periodistas para prensa positiva por dentro.
- Solicita consejos o asistencia al momento de relaciones públicas de la universidad cuando necesitas realizar publicaciones en medios.

datos de estar en contacto de la publicación, contacta al administrador del medio para determinar la forma en la que ellos reciben el material.

Tu primera lista de prensa para un proyecto debe ser

después de haberlo identificado y contactado a los productores de este programa.

- Publica videos de las propuestas en línea para poder establecer una medida del interés en un proyecto.
- Prepara los medios con los enlaces de la página web y otros canales de comunicación que puedan obtener mayor información.
- Prepara los medios con los enlaces de la página web y otros canales de comunicación que puedan obtener mayor información.

datos de estar en contacto de la publicación, contacta al administrador del medio para determinar la forma en la que ellos reciben el material.

Tu primera lista de prensa para un proyecto debe ser



## RECLUTA ENACTERS

Desarrollo de estudiantes a tu equipo Enactus.

Enactus es una comunidad de personas que se han comprometido a hacer del mundo un lugar mejor. Cuando eres un estudiante participas en un equipo Enactus, una experiencia transformadora que te ayudará a alcanzar tus metas académicas.

La participación en Enactus te da un sentido de pertenencia y de ser parte de algo más grande que tú mismo. Te ayuda a desarrollar tus habilidades de liderazgo y a trabajar en equipo.

Cada año, estudiantes de todo el mundo se reúnen en un evento llamado Enactus World Summit. Es una oportunidad única de conocer a otros estudiantes de todo el mundo y de compartir tus experiencias.

Como es así que el reclutamiento de alumnos, Enactus a nivel mundial. Ha lanzado una campaña global que puedes implementar en tu propia. Por favor contacta a tu director de relaciones públicas y desarrollo de negocios para aprender más acerca de la campaña y descargar material y recursos para reclutar.

¿Cómo o dónde reclutar? Existen oportunidades para reclutar en tu propia universidad que está listo a. Algunas ideas de reclutamiento son:

- Cuando realizas una visita a tu comunidad puedes solicitar una plaza con todo pagado para invitar a estudiantes interesados. Además de mostrar sus habilidades, puedes asociarte con la comunidad y el proyecto.
- Invita a tu equipo a hacer un cambio a tu propia universidad.
- Realiza tu reclutamiento como una empresa.

Identifica una plaza que necesitas. Busca, luego de haber identificado el tipo de equipo, necesitas un director. Cuando tienes un programa de contacto contigo, agenda una entrevista donde te presentas a tu equipo y CRU tipo el mejor candidato entre todos los estudiantes.

ideas clave

- Contacta a tu director de carrera, desarrollo o relaciones públicas para la campaña.
- Conoce el equipo de liderazgo del programa para tener en cuenta los requerimientos de los socios.
- Descarga los materiales de reclutamiento y visita antes del año.
- Visita todos los lugares que necesitas obtener más información de diferentes maneras que en tu propia, equipo.

## ENACTUS EN 10 PASOS

Los diez principios del programa Enactus.

Enactus es un programa mundial no lucrativo que promueve la educación superior.

Enactus está financiado al 100% por el mundo por corporaciones, emprendedores, fundaciones y gobiernos que incluyen a nivel nacional.

Formamos equipos de estudiantes en universidades, escuelas por un Párrafo sobre un asunto de la comunidad y tenemos completo poder de decisión o facultades en la estructuración de nuestro equipo.

Como estudiante Enactus puedes ser un líder o un seguidor en tu respectiva carrera y utilizar ese conocimiento para impulsar cambios necesarios en nuestra sociedad y calidad de vida.

Enactus es un programa que te ayuda a desarrollar tus habilidades de liderazgo y a trabajar en equipo.


El fin último de Enactus es promover la educación superior y el desarrollo de la comunidad.



**EN ENACTUS SOMOS CAPACES**  
de ver *una oportunidad*  
donde otros no las ven.

## NUEVOS estudiantes

*(Introducción a Enactus) Este es punto de inicio lo que será un capítulo nuevo, emocionante y divertido en la vida de cada estudiante.*



**Es momento de iniciar**

1. Evalúate con los conceptos básicos de Enactus, como por ejemplo: qué es un Enactus actívate, qué es un Enactus Leader, cuáles son los pilares de un proyecto Enactus, etc.
2. Conoce a tus compañeros de equipo que quieres trabajar a lo largo de los años.
3. Averigua cuál será tu rol en el equipo, ¿qué es lo que te interesa de este año?
4. Conoce a tu estudiante con experiencia en tu equipo que pueda ayudarte a familiarizarte con la labor como líder en práctica, en proyectos y sobre todos los detalles del equipo.

**Iniciando un nuevo proyecto**

- Encuentra recursos humanos y financieros que estén a tu disposición para tu proyecto de equipo.
- Realiza una lista de ideas acerca de las necesidades de tu proyecto.
- Busca cómo tu proyecto va a impactar al resto de los equipos.
- Crea un plan de acción para tu proyecto utilizando el planificador de proyectos de Enactus que podrás encontrar en el capítulo de bases y papelería.
- Establece estas cosas para tu proyecto de equipo.
- Crea divisiones de trabajo.

**Recomienda**  
Un proyecto exitoso

- Analiza el trabajo con las producciones en un plan de acción.
- Busca cómo tu proyecto va a impactar al resto de los equipos.
- Conoce a los beneficiados de tu proyecto y a los socios del proyecto involucrados así como el sistema de producción de tu proyecto.
- Establece metas de lo que quieres lograr con el proyecto en un año.
- Crea un plan de acción.

**Recomienda**  
Mantén un registro

Mantén un registro como estudiante para obtener una clase Enactus, materiales y herramientas. Aprende acerca de cada uno de los elementos del resto de los planes con el capítulo. Después de tu proyecto.

47

## ESTUDIANTES con experiencia

*La palabra "experiencia" es sinónimo de conocimiento, destreza, confianza, competencia. Como estudiantes Enactus con experiencia, eres parte vital para tu equipo y tienes un rol crucial tanto como mentor, como modelo de los nuevos estudiantes, como líderes en potencia.*



**Tu rol**

Aprender en el aula te da una orientación de los nuevos estudiantes, de cómo trabajar de Enactus en la universidad por un año a más, las funciones de los estudiantes personales que serán como ejemplos reales para nuevos estudiantes.

Tu rol es servir y guiar a los nuevos estudiantes, así como también el conocimiento del resto de los equipos, sus proyectos y la competencia, así como también a fortalecer el programa en la universidad.

**¿Tienes?**

Si la fuente de energía motivó a tu equipo, especialmente a los nuevos estudiantes y ayuda a los líderes del equipo a comprometerse a todos los miembros.

**Como estudiante con experiencia, comprométete activamente con el equipo y al resto de los nuevos estudiantes.**

**Recomienda, Enactus es un rol muy importante**

Con la amplia experiencia, los nuevos estudiantes pueden tener un rol muy importante para desarrollar sus habilidades especiales. Encuentra, busca un rol que sea el rol de un líder de equipo. Conoce a los miembros del equipo, ayúdalo a fortalecer el programa y fortaleciendo el conocimiento Enactus.

Busca eventos de capacitación, talleres que estén en contacto con tu director de programa e informa acerca de los eventos y capacitaciones. Si puedes, ayúdale a la mayoría de estas capacitaciones, como mejorar su capacidad de comunicación, liderazgo y otras pagadas.

## LÍDERES de equipo

*Como líder te sientas responsable del éxito o fracaso de tu equipo, en el mundo de los Enactus, el rol de un líder es crucial. Asegúrate que tu equipo esté motivado y con un buen funcionamiento.*



**Como líder de tu equipo**

Como líder de tu equipo eres responsable de todo lo que sucede en tu proyecto, ya que eres el responsable de la organización y el éxito de tu equipo.

Un líder del equipo sirve como un representante del equipo y la administración de la universidad. Tu rol es el punto del equipo, un líder del equipo tiene como contacto con el staff de Enactus Colombia.

**Primeros pasos**

1. Investigar acerca de la estructura organizativa del equipo. ¿Cuál es el rol de cada uno de los miembros del equipo?
2. Buscar el rol de cada uno de los miembros del equipo y su responsabilidad.
3. Organizar el rol de cada uno de los miembros del equipo y la asignación de que todos se conozcan y se relacionen en equipo después de eso es esencial.

**¿Qué necesitas para ser un líder de equipo?**

- Tener una visión clara. Analiza de cómo se va a hacer que pueda ayudarte en el rol de líder. Tu rol es ser alguien que sirve como mentor, comparte experiencias y ayuda a desarrollar destrezas de líder.
- Comparte tus mejores prácticas. Mantente involucrado en tu país y más allá.
- Aprende a delegar. No eres responsable de todo, hay que confiar en los integrantes, dándoles

48

49

## FOTOGRAFÍAS de proyectos

Comparte las historias y fotos con el público. No olvides incluir los nombres de quienes que han sido los protagonistas del proyecto.



Comparte tus fotos de proyectos con tus contactos más cercanos y probablemente publicarás tu fotografía en portales de sus publicaciones, páginas web o redes sociales. Esto es un tipo de imágenes que vas a usar:

**IMAGEN DE ACCIÓN**  
Una que una foto tomada, capta la esencia de tu proyecto a través de la acción que estás haciendo.

Incluye nombres del equipo así como a los beneficiarios. El profesional como los estudiantes Gruchos lo harán con los contenidos.

### Toda cuenta mejor las historias de tu equipo que la cuenta de tus fotografías y videos.

Para obtener más mejores fotografías, considera una cooperación del departamento de divulgación de tu universidad o trata a estudiantes de fotografía en tu primera etapa de comunidad.

Facilitar las fotografías y videos, contacta al director de Relaciones Públicas y media, trata de hacer una buena descripción del proyecto, nombre y número de contacto en caso que tengas preguntas.

**Practicas de acción**  
Al mismo tiempo fotos videos, más obsequios permito a través de material y agentes, amigos de organizaciones afiladas, para usar las fotografías en publicaciones de revistas tales como folletos de voluntariado, periódicos y revistas, y para una electrónica se publica web o otros formatos electrónicos y medios, y obsequia para sus o distribuir en publicaciones fuera de la organización de Gruchos o publicaciones impresas, electrónicas y demás, se realizar una rotación por día.

Intente recordar a cualquier momento de momento oprimen las fotografías, las imágenes, imágenes y electrónicos, que pueden ser utilizados, ahora o en el futuro, como evidencia o documentación de su trabajo y actividades relacionadas con su misión o propósito.

#### Mejores Claves:

- Toma fotografías y videos durante todo el día, así como durante el momento de la actividad así el material para la presentación y reportes.
- Envía las fotos a Gruchos cuando sea para dar a conocer tus proyectos, comunidades y equipo.
- Muestra acción, es más importante a los eventos con respecto a la comunidad que poseen para la foto.

## ¿QUÉ LLEVAR a tus reuniones?

Preparar reuniones que los miembros son parte importante de la vida del estudiante. Esto es un consejo sobre qué llevar a tus reuniones.



Al organizar reuniones con cualquier actividad de la equipo, es importante tener en mente:

1. Programa la reunión previamente para mejores resultados.
2. Contacta a todos las personas que van a asistir a la reunión y asegure que sepan la fecha, hora y lugar.
3. Prepara un resumen de lo que trata la reunión, de esta forma tendrás más entendido.
4. Puedes encontrar varias una carta formal solicitando la reunión, desde la fecha para la reunión así como el lugar.

Más que ser organizada la reunión, es importante tener todos los temas a discutir en la reunión. Decida de los temas que programas para cada uno y resaltar los más importantes por cada uno.

**Prepara todo la reunión**  
• Haz una lista de la fecha, hora, algunos cosas que debes preparar para la reunión.

- Asegura los materiales y equipo que necesitas (laptop, TV, DVD, etc.).
- Conoce los hechos de Gruchos. Deben estar preparados para contestar preguntas.
- Crea un listado de lo que debes preparar durante la junta.

#### Mejores Claves:

- Invita a los miembros de la reunión, infórmalos sobre la reunión.
- Prepara a cada participante de cómo el equipo funciona a cada reunión, incluye algunas cosas, media en y tiempo para.
- Deja tiempo para las preguntas y respuestas.
- Solicita consejo o ayuda a la Coorpy desde la reunión. Esto puede ser útil, cuando necesitas interactuar con un miembro.
- Invita a la Coorpy desde la reunión.

### LOS RECURSOS que necesitas

Cuando sea tu reunión, una herramienta útil es tener un programa de interacción de trabajo para que los que vienen a la reunión puedan interactuar.

- Asegura el tipo de presentación visual.
- Asegura de los materiales como equipo en el día de la reunión.
- Tu reporte anual es la lista de proyectos que te gustaría implementar en el próximo año.
- Reportar los avances del equipo.
- Listado del EAB de tu equipo.
- Active Team Sheet.

### Notas

Investigaciones de planificar cualquier cosa que pueda enfrentar, se ayuda a estar

preparado para más reuniones exitosas.

Los días antes de la reunión, que puedes elaborar con el staff de Gruchos y los voluntarios de la reunión.

- El hecho que menos haya en el día de la reunión y por lo tanto es considerable la nivel de la reunión.
- Se los puede utilizar entender qué se espera de ellos, siendo Gruchos, un programa modelo línea y función.

### Cópielas

En algunas cosas estas pueden enfrentar en la reunión:

- Describe lo más importante de tu trabajo y los beneficios para ellos y la organización nacional e internacional.
- La audiencia debe comprender de qué se trata Gruchos y su historia de



DESARROLLA TU PROYECTO

NO SÓLO LUCHO POR MIS SUEÑOS,  
también lucho por los de los demás.

## CRITERIO PARA JUZGAR

Introducción al criterio de los jóvenes Enactos



### Propósito de los textos

Mostrar cómo el proceso a través de los textos empoderados.

### Criterio Enactos para juzgar

¿Qué equipo Enactos está más efectivamente al poder de la acción empoderada con su comunidad para mejorar su estilo de vida socioeconómico, social y ambiental en sus áreas de intervención?

¿Cómo se esfuerza que el trabajo que hemos realizado ha colocado a Enactos en un rol activo y que se ha involucrado por el networking basado positivo. ¿Cómo es que hay una oportunidad

de mejorar el criterio en una forma que le dé a los equipos un mayor poder generativo, es más, para causar un impacto significativo y que se genere un rol más sólido y asociativo en sus comunidades, además de facilitar una experiencia más valiosa para los estudiantes Enactos.

La agilidad y flexibilidad del proceso es integral por completo en todos los niveles de participación de actividades, que mutuamente refuerza con el criterio de los jóvenes. Además, el lenguaje de criterio lo debe ser usado para registrar los momentos de la marcha Enactos.

El criterio actual es el resultado de un método. Enactos continúa creciendo que la mejor manera es aportar a las comunidades, equidad de desarrollo y bienestar para mejorar su salud y calidad de vida.



## ELEMENTOS A JUZGAR

Definiendo los criterios a juzgar en los proyectos.

Las siguientes ideas sirven como guía para ayudar a los equipos a pensar y entender mejor el criterio y contextualizarlo.

### 1. ¿Qué es acción empoderada?

Grupos de acción empoderada como tener la oportunidad de usar recursos comunitarios y prácticas modernas para desarrollar modelos de negocios sostenibles basados en fe, compromiso y disposición de colaborar.

Acción empoderada habla de la manera en que el proyecto que desarrolla y ejecuta, no necesariamente se basará a crear un trabajo de negocio empoderado.

Acción empoderada debe ser el resultado de la comunidad, innovación y otras emprendedoras a través de el esfuerzo de equipo.

Los equipos Enactos deben demostrar el poder positivo del trabajo a través de sus proyectos, aplicando una mentalidad empresarial al proceso del proyecto, creando y entregando.

### 2. ¿Cómo las personas son empoderadas?

Los equipos empoderan directamente a las personas cuando los beneficiarios tienen las destrezas y/o conexiones que se necesitan durante las etapas iniciales del proyecto e implementan los conocimientos adquiridos en sus vidas.

Evaluar directamente requiere comunicación, compromiso y asumir los roles a largo plazo para lograr resultados en la sostenibilidad de la comunidad.

Un acercamiento colaborativo es clave cuando trabajan con un grupo objetivo. Los beneficiarios del proyecto

deben ser parte activa para todas las etapas del diseño del proyecto y su ejecución.

Los equipos deben siempre considerar incorporar soluciones para empoderar a la gente que es el diseño de los proyectos.

### 3. ¿Qué es estilo de vida?

El estilo de vida es el conjunto de actividades que involucran el desarrollo de la vida de una persona para mantenerlo. El estilo de vida tiene que tener una base o capital.

Cinco categorías de capital son: estilo de vida:

- Capital financiero: recursos financieros disponibles de sus miembros.
- Capital social: networking, grupos y relaciones.

- Capital natural: recursos naturales disponibles de sus miembros (aire, agua, tierra, etc.)

- Capital físico: habilidades físicas y recursos (energía, herramientas, tiempo, energía, etc.)

- Capital humano: educación, conocimientos y habilidades a través de aprendizaje estratégico de estilo de vida.

Las estadísticas de estilo de vida son métodos y procesos usados para transformar el capital de estilo de vida en resultados.

Los proyectos webicos de Enactos investigan las estrategias del estilo de vida en el empleo. Los equipos deben trabajar con la audiencia objetivo para tener un acercamiento empoderado a estrategias actuales a

desarrollar nuevas estrategias sustentables.

Los resultados del estilo de vida son beneficios o cambios para los individuos durante o después de participar en proyectos Enactos.

Los resultados del estilo de vida no son siempre tangibles en algunas.

Otros resultados positivos del estilo de vida puede ser mejor salud, mayor sostenibilidad, un ambiente más saludable de las acciones naturales o seguridad alimentaria.

4. ¿Qué hace a un proyecto de Enactos ser sostenible, social y ambientalmente sostenible?

Estos tres áreas de enfoque son clave para el éxito: persona, planeta y prosperidad. Ser un proyecto sostenible no solamente

efectiva y sostenible, debe tener viable económicamente, socialmente y ambientalmente.

Se debe tener en consideración estas tres áreas, aunque uno o más puede tener relevancia en la mayoría de circunstancias se participan.

Algunas personas de las tres áreas de sostenibilidad son relevantes a la situación, debe ser el resultado de una manera integrada como parte del proyecto en lugar de ser actividades separadas.



## IMPLEMENTA TU PROYECTO

Con estos pasos podrás implementar eficientemente tu proyecto.

Es esencial para el equipo tener suficiente tiempo en la planificación del proyecto antes de llevarlo a cabo. Un buen equipo investigará todos los aspectos del proyecto y con ello creará un plan de acción dirigido a obtener los mejores resultados posibles.

Es indispensable para los equipos comprender el ciclo para medir el desempeño. El diagnóstico a continuación surge de una encuesta publicada de Intel Case e Intel de una forma sencilla y rápida.

El ciclo de medición del desempeño dentro de la fase de actividades y operaciones como la motivación y el control de sus programas.

Estas fases pueden aplicarse a cualquier proyecto para mejorar la calidad de vida.

**1. Actividades y operaciones**  
El ciclo de vida debe ser diseñado de tal forma que la planificación tenga lugar. El primer paso para cualquier equipo es identificar proyectos o iniciativas en los cuales

podan estar involucrados y luego en el estado de conciencia en el momento de proyecto y los beneficiarios que se están en mente.

**2. Medición**  
La fase de medición permite a los equipos dar seguimiento al desempeño mediante indicaciones específicas. Hay que recordar que la medición requiere a las personas a aceptar las condiciones. Para que suceda, los equipos deben pensar sobre la forma en que se medirán aspectos como el incremento en los ingresos, incremento del poder adquisitivo, mejoría en la infraestructura de la red, etc. Determinar estas indicaciones desde el comienzo le permitirá al equipo medir el progreso durante todas las etapas del proyecto.

**3. Reporte**  
La fase de reporte, en sí misma, permitirá a los equipos comenzar su desempeño a algunas horas y momentos. Al final del año los equipos reportarán progreso al comité asesor y al Business Advisory Board, quienes a su vez proporcionan una retroalimentación crítica a los estudiantes. Durante la competencia, los equipos concuerdan sus desempeños a algunas semanas de avance.

de un equipo actual y una perspectiva actualizada.

**4. Aprendizaje**  
La fase de aprendizaje hace posible la obtención de experiencias y conocimiento de los datos. Identificar oportunidades de mejora permite a los equipos tomar decisiones sustentadas por datos. Esta fase es esencial para mejorar la calidad general de los proyectos del equipo.

**5. Mejora**  
Finalmente, la fase de mejora permitirá la implementación de decisiones que crean las actividades y operaciones en el futuro.

Cada fase permite al equipo a mejorar el proyecto y ser parte de un ciclo que permita la calidad general del proyecto.



## IDENTIFICA TU PROYECTO

Plan para seleccionar un proyecto adecuado para tu equipo.

Estos temas pueden aplicarse a cualquier proyecto y son parte de un número limitado de opciones para mejorar el bienestar general de la comunidad del proyecto.

a continuación, algunos pasos adicionales a tomar en cuenta para identificar el proyecto adecuado para tu equipo.

**Aprende las historias e historias de los miembros de tu equipo.**

Entender la composición única de tu equipo puede ayudar en la selección del proyecto. Algunos equipos tienen miembros interesados en temas relacionados con el bienestar de la comunidad. El conocimiento adicional sobre el estado socioeconómico de los miembros, sus experiencias, sus intereses y sus habilidades puede ayudar a determinar qué proyecto puede ser el más adecuado para tu equipo.

Algunas veces, las historias de los miembros de tu equipo pueden ser una fuente de ideas para tu proyecto. Escuchar a los miembros de tu equipo puede ayudarte a identificar temas que son importantes para ellos. Esto puede ayudarte a seleccionar un proyecto que sea relevante para ellos.

**Analiza las necesidades de tu comunidad.**

Los equipos están situados en la zona de un área geográfica específica, donde pueden tener un impacto significativo. Analizar las necesidades de tu comunidad puede ayudarte a identificar temas que son importantes para ellos. Esto puede ayudarte a seleccionar un proyecto que sea relevante para ellos.

**Identifica cuáles son los factores más relevantes y cómo puedes abordarlos con tu equipo.**

Algunas veces, las historias de los miembros de tu equipo pueden ser una fuente de ideas para tu proyecto. Escuchar a los miembros de tu equipo puede ayudarte a identificar temas que son importantes para ellos. Esto puede ayudarte a seleccionar un proyecto que sea relevante para ellos.

**Identifica cuáles son los factores más relevantes y cómo puedes abordarlos con tu equipo.**

Algunas veces, las historias de los miembros de tu equipo pueden ser una fuente de ideas para tu proyecto. Escuchar a los miembros de tu equipo puede ayudarte a identificar temas que son importantes para ellos. Esto puede ayudarte a seleccionar un proyecto que sea relevante para ellos.

**Identifica cuáles son los factores más relevantes y cómo puedes abordarlos con tu equipo.**



publicación que antes han sido relevantes. Este tipo de acciones pueden ser una fuente de ideas para tu proyecto. Escuchar a los miembros de tu equipo puede ayudarte a identificar temas que son importantes para ellos. Esto puede ayudarte a seleccionar un proyecto que sea relevante para ellos.

**Identifica cuáles son los factores más relevantes y cómo puedes abordarlos con tu equipo.**

Algunas veces, las historias de los miembros de tu equipo pueden ser una fuente de ideas para tu proyecto. Escuchar a los miembros de tu equipo puede ayudarte a identificar temas que son importantes para ellos. Esto puede ayudarte a seleccionar un proyecto que sea relevante para ellos.

**Identifica cuáles son los factores más relevantes y cómo puedes abordarlos con tu equipo.**

**¿Qué es el público objetivo?**  
Cualquier grupo de personas, empresa o comunidad de individuos en el mundo de hoy puede ser el público objetivo de tu proyecto. Esto puede ser una empresa, una organización sin fines de lucro, una comunidad, un grupo de personas, un individuo o un grupo de personas. El público objetivo es el grupo de personas que tu proyecto busca beneficiar.

**¿Qué es el público objetivo?**

Identificar el público objetivo de tu proyecto es un paso importante. El público objetivo es el grupo de personas que tu proyecto busca beneficiar. Esto puede ser una empresa, una organización sin fines de lucro, una comunidad, un grupo de personas, un individuo o un grupo de personas. El público objetivo es el grupo de personas que tu proyecto busca beneficiar.

**Identifica cuáles son los factores más relevantes y cómo puedes abordarlos con tu equipo.**

ser aplicable a todos los proyectos.

**¿Qué temas identificas, cuáles y a qué nivel de detalle?**  
Una vez que has identificado el público objetivo de tu proyecto, es importante que consideres los temas que son relevantes para ellos. Esto puede ser una empresa, una organización sin fines de lucro, una comunidad, un grupo de personas, un individuo o un grupo de personas. El público objetivo es el grupo de personas que tu proyecto busca beneficiar.

**¿Qué temas identificas, cuáles y a qué nivel de detalle?**

Identificar los temas que son relevantes para el público objetivo de tu proyecto es un paso importante. Esto puede ser una empresa, una organización sin fines de lucro, una comunidad, un grupo de personas, un individuo o un grupo de personas. El público objetivo es el grupo de personas que tu proyecto busca beneficiar.

**Identifica cuáles son los factores más relevantes y cómo puedes abordarlos con tu equipo.**

Identificar cuáles son los factores más relevantes y cómo puedes abordarlos con tu equipo es un paso importante. Esto puede ser una empresa, una organización sin fines de lucro, una comunidad, un grupo de personas, un individuo o un grupo de personas. El público objetivo es el grupo de personas que tu proyecto busca beneficiar.

**¿Cuáles son los resultados deseables del público objetivo del proyecto?**

Identificar los resultados deseables del público objetivo de tu proyecto es un paso importante. Esto puede ser una empresa, una organización sin fines de lucro, una comunidad, un grupo de personas, un individuo o un grupo de personas. El público objetivo es el grupo de personas que tu proyecto busca beneficiar.

**Identifica cuáles son los factores más relevantes y cómo puedes abordarlos con tu equipo.**



momentos, también pueden ser regulados al momento, como el agua o el calor. El equipo deberá estar a su disposición o propuesto como una política y medida que la gente quiere y necesita. Cuantificar la estrategia actual del público objetivo para obtener sus resultados deseados, en busca de oportunidades para separarse, seguir o reemplazar las estrategias actuales por enfoques nuevos y diferentes.

**¿Cómo puede el equipo empoderar al público objetivo para conseguir el resultado deseado del proyecto?**

La idea principal es, en otros los equipos pueden empoderar a los beneficiarios de sus proyectos. El público objetivo es el compromiso, habilidades y confianza para pasar de la dependencia a la autodeterminación independiente.

Mucha de esta debe ser compartido mediante colaboración con el barrio

entonces la construcción de capacidades locales.

**¿Cómo usará el equipo la acción emprendedora en la realización del proyecto?**

El criterio para juzgar impulso que los equipos aplican acciones emprendedoras en todos los proyectos. El éxito se mide por el número de actividades que pueden ser coordinadas como soluciones del proyecto, y debe dirigirse a la demostración de creatividad, innovación y colaboración con el público objetivo. Algunos ejemplos de acciones emprendedoras pueden ser: nuevas soluciones y canales de venta, nuevas alianzas, desarrollo de nuevas oportunidades, el enfoque centrado en mejorar sosteniblemente cualquier proyecto existente, la creación de nuevos canales de distribución.

**¿De qué forma usará el resultado deseado**

**del proyecto puede mejorar las condiciones de vida?**

Los equipos deben considerar los límites de capacidad del proyecto y las necesidades en los etapas de evaluación al momento de reportar los resultados. ¿Qué categorías de esos límites mejoran un impacto como consecuencia del proyecto? En todos los proyectos de Grupos de Innovación comunitaria, el equipo debe tener un diagnóstico y una lista de las categorías dentro de las condiciones de vida. Cuando los proyectos muestran evidencia de las necesidades que las personas identifican involucradas con el equipo. De la misma forma, los equipos no necesitan hacer proyectos por separado para dirigir a cada categoría individual.

**¿Cómo medirá el impacto directo de su proyecto?**

El equipo deberá identificar la variable de resultado que sea utilizada para medir el impacto.

**¿Cuáles son los resultados y los impactos potenciales indirectos de su proyecto?**

Considera el efecto directo de su proyecto. ¿Qué podrá significar para otros vecinos, líderes, y comunidades distantes que se conectó al resultado deseado que alcanzar tiene el impacto del proyecto?

**¿Qué tipo o tipo de cobertura de medios va para su proyecto?**

¿Cómo medirá el impacto de su proyecto?

El equipo deberá tener un plan de comunicación que incluya información impresa, electrónica y en redes sociales. ¿Qué como tiene utilizado? ¿Con qué medios de comunicación se puede en contacto? ¿Cómo medirá el alcance de las historias sobre su proyecto?

**¿Qué recursos son necesarios para completar el proyecto?**

No subestime la importancia de este paso. Con una lista más detallada de:

**¿Cuál es el presupuesto del proyecto?**

Antes de trabajar se cuenta cualquier cosa que

involucra, recursos y materiales que pueden utilizarse para completar el proyecto.

**¿Qué tanto sabe usted, o su correspondiente tiempo de vida, la información para completar el proyecto?**

Basado en la base de planificación más completa y las líneas de tiempo establecidas, los equipos pueden avanzar hacia la fase de implementación.

En este punto, consulte la sección de "Comienza a preparar" de este manual.

**¿Cómo se va a evaluar el progreso del proyecto?**

Una documentación adecuada permitirá a los equipos evaluar sus logros y las ayudas a cada etapa. Revisión y presentación de cada categoría, para cada proyecto evaluar los logros.

- Fotografías periódicas
- Muestras de los integrantes del equipo involucrados y los horas de contribución
- Muestras de los estándares de los resultados
- Muestras de cualquier otro momento importante del proyecto

- Muestras de datos demográficos de los beneficiarios del proyecto
- Copias de cualquier material atractivo en el proyecto
- Recursos de gestión de medios de alcance en los medios
- Características de proyectos similares exitosos
- Identificación de un público objetivo apropiado.
- Trabajo en el empoderamiento del grupo objetivo.
- Ejecución de acciones emprendedoras.
- Identificación de una alianza en las condiciones de vida del público objetivo a través del empoderamiento.
- Generación de historias nuevas sobre cómo una solución viable.
- Colaboración y reflexión con el GAC.
- Definición potencial de un posible contrato y

separación del proyecto de el futuro.

- Contenido, social y ambientalmente viables.



## EVALÚA EL IMPACTO

Es hora de evaluar tu proyecto y sus resultados.

**La evaluación propia del proyecto se basa en los aspectos más significativos de la entrega de un programa o actividad.**

El éxito de las herramientas creativas, cooperativas e innovadoras de los grupos no depende de un solo elemento, ya que se trata de un proceso integral del área de trabajo. En cada etapa a los equipos se les anima a que realicen actividades que permitan evaluar en los diferentes momentos.

**Concentrarse en los resultados**

Algunas veces los equipos se enfocan en la actividad y no en los resultados. Es importante que los equipos se centren en los resultados y no en la actividad. Así como las definiciones de estos resultados.

1. **Intención:** Incluye acciones dedicadas a conseguir por el programa. Como: tiempo, actividades, recursos, voluntarios, materiales, equipo y herramientas.
2. **Producción:** Es el resultado de las actividades del programa y sus resultados medibles en términos de volumen o trabajo generado. Ejemplo: número de clases impartidas, sesiones de asesoramiento, reuniones distribuidas a participantes asistidos.
3. **Resultados:** Son beneficios o cambios para individuos o poblaciones de corto o largo plazo. Los resultados están relacionados al comportamiento, actitudes, conocimientos, valores, creencias, actitudes y otros

atributos, así como los participantes involucrados, planes, o pueden hacer a otros como: comportamientos que cambian, se encuentran, el cual es diferente al programa.

Estos son niveles de impacto, desde el más cercano y a largo plazo.

- **Intención:** Son los primeros beneficios o cambios en el comportamiento de los participantes. Usualmente están relacionados a las actividades y recursos de los participantes.
- **Intervención:** Usualmente se refieren al cambio en el comportamiento que es el resultado de los cursos, talleres, actividades y sesiones de los participantes.
- **A largo plazo:** Son cambios significativos para las comunidades, usualmente relacionados a valores.

A continuación se muestran un modelo ligero de proyecto para ser empleado intencionalmente en los proyectos.

**Resultados, herramientas y materiales**

¿Qué son los resultados de su proyecto? ¿Qué factores contribuyen para el éxito del proyecto? ¿Cómo se relacionan los factores relevantes económicos, sociales y ambientales.

**Intención**

¿Qué, tiempo, materiales, fondos dedicados para el desarrollo de su proyecto.

**Actividades**

Las acciones que el proyecto tiene para alcanzar los resultados deseados.

**Producción**

El resultado tangible directo de las actividades del proyecto.

**Resultados**

Los cambios que se esperan como resultado del proyecto.

Resultados  
Intención — Resultados — a largo plazo

Un modelo de línea lógica del proyecto es una muestra de hoja de trabajo que ayuda a organizar la estrategia de evaluación y resultados están disponibles en el capítulo de 20095.



CUANDO COMPETIMOS PARA MEJORAR,  
la vida de otros, **todos ganamos.**

## ¡Bienvenidos a la COMPETENCIA enactus!



"Porque los jóvenes debemos demostrar que la salud, conciencia, profección, etc., no tienen al lenguaje que pareciera estar en el aire, para nosotros el lenguaje que tiene la integridad como idioma, al decir una palabra en nosotros mismos y en nosotros mismos generamos ideas".

Hoy más que nunca, este evento debe pasar en el país y debe pasar porque debemos demostrar que la conciencia y la transformación política no limitan la labor de jóvenes comprometidos e íntegros como estudiantes, docentes, funcionarios, trabajo y ciudadanía que cada uno tiene dentro de sí mismo, un rol que debemos demostrar que esta actividad la respaldamos no desde de personas que queremos apoyarlo y validarlos en esta actividad importante.

El programa trabaja dentro de un marco competitivo anual. Este proceso permite a los equipos la oportunidad de presentar sus soluciones alternativas a un panel de jueces que evaluarán estas ideas y darán a los equipos la mejor retroalimentación en términos de calidad de vida de su comunidad. Este proceso competitivo crea una mejor práctica compartida.

Los estudiantes y adoptado un espíritu de colaboración de competencia que ayuda y promueve la excelencia.

Cada país que opere el programa trabaja como un equipo que se compromete a la excelencia académica, de calidad y de innovación. Cada país que opere el programa trabaja como un equipo que se compromete a la excelencia académica, de calidad y de innovación.

Los equipos que operen el programa pueden tener una serie de competencias regionales y globales de los equipos que compiten en la actividad.

En cada país, el liderazgo del mundo en cada evento de la competencia, el liderazgo, reglas y criterios de juego, permanecen iguales.

## PRE competencia

Una de las etapas para poder competir es haber recibido su pre-presentación a la Junta de la Alianza y Staff de Dirección Ejecutiva.

Para la pre presentación deben esperar la fecha y lugar de reunión asignado al equipo por la Country Lead.

### Material para la actividad

1. Presentación, video de lanzamiento que elija como apoyo visual. El video debe ser la versión final que utilizarán en el día de la competencia.

2. Reporte Anual de la materia final en cuenta a diseño y contenido, pero no en cuanto a material de impresión, el material de impresión puede ser papel bond para ahorrar costos.

3. Presentación de fotos, es decir, las personas que fueron elegidas y que presentarán el día de la competencia.

### Temas

El tiempo definido para cada equipo es de 45 minutos, distribuidos de la siguiente manera:

- 2 minutos de preparación
- 17 minutos de presentación
- 5 minutos de preguntas y respuestas
- 4 minutos de retro-acción de los jueces en un momento exponer la información que da.
- 5 minutos de retro-acción de los miembros de la Junta de la Alianza y Staff al equipo.

El objetivo es tener la presentación que realice en la competencia, por lo tanto el resultado debe ser profesional.

Después de realizar la pre presentación, una copia de los documentos se compartirá en el correo de correo de los equipos para que los equipos los presenten a la Junta de la Alianza y Staff al equipo.

El cumplimiento de algunas de las instrucciones administrativas indicadas, dará como resultado la participación de su equipo y no podrá participar en la competencia.

Contacta a tu Country Lead o a tu director de programa para información adicional, lugar y hora de la pre presentación.

## LINEAMIENTOS de la competencia



Es importante que los equipos comprendan los reglas y procedimientos para participar en la competencia.

### Reportes obligatorios

Cada equipo que compete en la competencia debe presentar los siguientes reportes para poder participar:

- Reporte anual
- Project Evaluation Form
- Project Report
- Active Team Sheet

Solamente la Active Team Sheet y el Project Report deben ser enviados en línea.

Además, los equipos que operen el programa pueden tener una serie de competencias regionales y globales de los equipos que compiten en la actividad.

En cada país, el liderazgo del mundo en cada evento de la competencia, el liderazgo, reglas y criterios de juego, permanecen iguales.

El reporte debe ser enviado a la Country Lead para asegurarse que los mismos sean recibidos dentro de los lineamientos de la competencia.

Los equipos deben enviar los documentos de la competencia a la Country Lead para asegurarse que los mismos sean recibidos dentro de los lineamientos de la competencia.

Los equipos deben enviar los documentos de la competencia a la Country Lead para asegurarse que los mismos sean recibidos dentro de los lineamientos de la competencia.

Los equipos deben enviar los documentos de la competencia a la Country Lead para asegurarse que los mismos sean recibidos dentro de los lineamientos de la competencia.

Los equipos deben enviar los documentos de la competencia a la Country Lead para asegurarse que los mismos sean recibidos dentro de los lineamientos de la competencia.

Los equipos deben enviar los documentos de la competencia a la Country Lead para asegurarse que los mismos sean recibidos dentro de los lineamientos de la competencia.

Los equipos deben enviar los documentos de la competencia a la Country Lead para asegurarse que los mismos sean recibidos dentro de los lineamientos de la competencia.

Los equipos deben enviar los documentos de la competencia a la Country Lead para asegurarse que los mismos sean recibidos dentro de los lineamientos de la competencia.





A cualquier nivel de la competencia, los países pueden elegir sus representantes al coordinador de liga, miembros del staff organizador a su liga y pueden elegir voluntarios por liga a la que juegan.

Cuando un problema no es capaz de resolverse en el evento, los jueces deben ser enviados por escrito, pueden ser completos, cargo, invitación a la afición, reuniones completas del problema, incluyendo video específico. Lugar del accidente reportado e información para ser contactada a la organización nacional o mundial. Todas las quejas formales con evidencia por el aspecto canal de reglas. Estructas y campo de eventos específicos por la junta directiva. Las resoluciones serán enviadas a los árbitros en el día de actividad de aplicación. Decisiones del comité de reglas Estructas las reglas, para todos los niveles de la competencia.

- Quejas deben ser enviadas dentro de los 30 días de actividad al incidente.

Contra las reglas de conducta de los árbitros, los árbitros nacionales y garantizan a Ecuador el derecho de firma y video de los árbitros durante el evento. Los árbitros garantizan permisos a Estructas, staff, empleados, agentes y organizaciones afiliadas a ser los medios para problemas Ecuador tales como árbitros, voluntarios, invitados, etc. y otras resoluciones para incidentes. Página web, etc., en los eventos de los árbitros. Los árbitros ocultan cualquier derecho a inspeccionar o copiar.

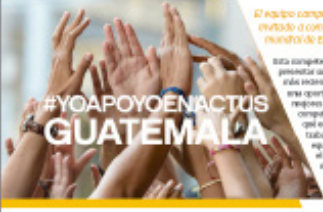
Las fotografías tomadas a las reglas de conducta de los árbitros, así como cualquier otro incidente, serán una cuestión de conocimiento. Los árbitros ocultan cualquier derecho a reglas y otros compromisos viendo de acuerdo con el uso de los medios.

Los miembros de Estructas que juegan están dando permiso para que la información registrada en esta página a través de la Active Team (web) sea usada y compartida.

# COMPETENCIA mundial

El equipo campeón de cada país será invitado a competir en la competencia mundial de Estructas.

Esta competencia permite a los equipos presentar sus ligas en el programa más reciente del año y tiene posible una oportunidad para competir a las regiones prácticas. Siempre que el equipo ganador sea invitado al campo de la competencia mundial Estructas.



El evento es una exhibición espectacular que muestra la diversidad de lenguajes, culturas y estilos representados dentro de Ecuador y ofrece a todos una única oportunidad de interactuar cultural y competitivamente.

Tanto los equipos nacionales, guardados en los tratados o competidos, pero todos los equipos pueden obtener un representante gratis. Se requiere inscripción.

**Costos:** Todos los gastos organizados alguna medida que se propone a los equipos que participan, son responsabilidad de cada equipo. Contacta a tu país de origen o al director de programa para más información.

**Inscripción:** Cualquier estudiante que quiera ser competido Ecuador en cualquier nivel, debe ser un estudiante registrado a través del proceso de registro en línea disponible en [enactus.org](http://enactus.org) o contacta de la Active Team (web).

**Fecha y lugares:** Por favor contacta a tu Country leader para información acerca de la competencia mundial e visita la página [enactus.org](http://enactus.org).

El director de operaciones a nivel mundial y otros representantes mundiales si es apropiado.

A cualquier nivel de la competencia, los países pueden elegir sus representantes al coordinador de liga, miembros del staff organizador a su liga y pueden elegir voluntarios por liga a la que juegan.

Cuando un problema no es capaz de resolverse en el evento, los jueces deben ser enviados por escrito, pueden ser completos, cargo, invitación a la afición, reuniones completas del problema, incluyendo video específico. Lugar del accidente reportado e información para ser contactada a la organización nacional o mundial. Todas las quejas formales con evidencia por el aspecto canal de reglas. Estructas y campo de eventos específicos por la junta directiva. Las resoluciones serán enviadas a los árbitros en el día de actividad de aplicación. Decisiones del comité de reglas Estructas las reglas, para todos los niveles de la competencia.

- Quejas deben ser enviadas dentro de los 30 días de actividad al incidente.
- Quejas contra las reglas de conducta.
- Los jueces no pueden pedir una copia de la queja contra ellos.

Contra las reglas de conducta de los árbitros, los árbitros nacionales y garantizan a Ecuador el derecho de firma y video de los árbitros durante el evento. Los árbitros garantizan permisos a Estructas, staff, empleados, agentes y organizaciones afiliadas a ser los medios para problemas Ecuador tales como árbitros, voluntarios, invitados, etc. y otras resoluciones para incidentes. Página web, etc., en los eventos de los árbitros. Los árbitros ocultan cualquier derecho a inspeccionar o copiar.

Los miembros de Estructas que juegan están dando permiso para que la información registrada en esta página a través de la Active Team (web) sea usada y compartida.





## PROCESO de los jueces

**Dirección que en eventos más reconocidos danen los equipos del proceso de evaluación, mejor preparados y analistas pueden ser.**

Como resultado para alcanzar este evento, la organización en el esquema del proceso de jugar en todas las competencias.

1. Los jueces son beneficiarios de un profundo proceso de orientación durante el cual van involucrados al programa completo y entrenados en cómo evaluar mejor a los equipos que compiten en línea con el criterio de los jueces. Los puntos adicionales son basados en asistir a la orientación de los jueces como observadores.

2. Cada juez concuerda con el juramento de los jueces, comprometiéndose a evaluar con justicia y calidad a los equipos sobre todos los programas.

3. Durante cada presentación los jueces evaluarán la calidad y cantidad de las actividades del equipo y sus impactos en relación al criterio de puntos asignados. Como resultado del entrenamiento con el juez para tener mayor y seleccionar los beneficios de la evaluación, la FIEP funciona como herramienta clave de evaluación durante las presentaciones y también sirve como herramienta presente de retroalimentación a los equipos en sus presentaciones.

4. Los jueces usan la herramienta CEP (Consultation-Evaluation) para evaluar las presentaciones de los equipos. Esta herramienta sirve como guía y clave en el factor decisivo a final en la clasificación.

5. Una vez los jueces seleccionados sirven como coordinadores de la liga. Su responsabilidad es el proceso de competencia en la liga, asegurando que las presentaciones del equipo concuerden a tiempo y que todos los jueces estén presentes para todas las presentaciones. Los jueces deben estar presentes para todas las presentaciones para poder contar sus votos durante el proceso de postulación.

6. Al finalizar la última presentación, los jueces emiten sus votos basados en sus clasificaciones, en la CEE, votos individuales por equipo y por lugar, son recibidos y tabulados para ser llevados a los equipos ganadores.



Este proceso de tabulación es usualmente automatizado y controlado por FIEP. En su primer momento, queda en un sistema de proceso global de desarrollo y control en un equipo.

Primero, jueces votan en los equipos, equipos votan entre sí, pueden comenzar a discutir entre los jueces. Si el equipo no termina, no se muestran acciones antes. La puntuación será completa.

Siguen: La liga de coordinadores y el staff de tras las rivales el total de los votos, el staff de coordinación que son de los 2 equipos empata los votos al mismo número de votos de postulación.

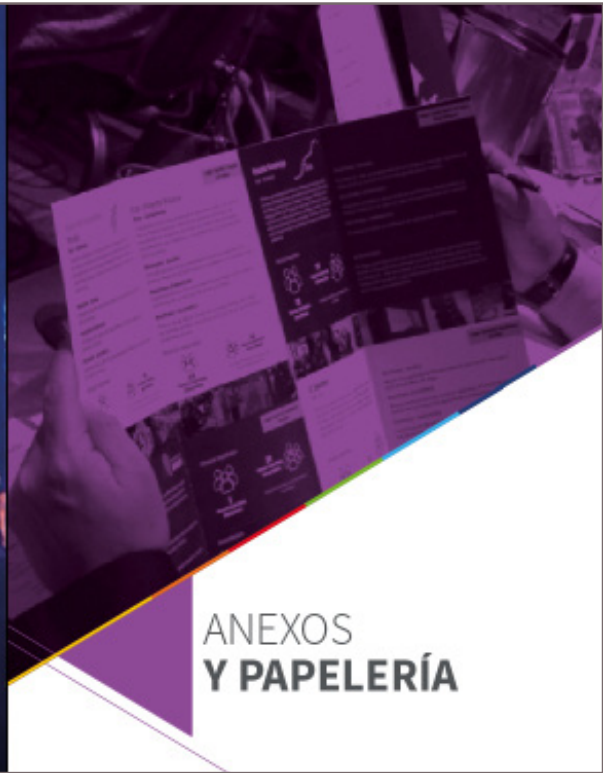
Si el equipo se niega, no se muestran acciones antes. La puntuación será completa.

Termino Los coordinadores de liga y los miembros del staff de bases, explican a los jueces que los votos presentados durante el evento por 30 minutos a partir de la finalización de los jueces. Los miembros del staff de Grupos y el coordinador de liga, liberan la información entre los equipos empata los. La puntuación es más completa, si no hay empate.

**Notas importantes**  
 • La notificación del proceso de postulación es una sesión a partir de ahora, abierta a los jueces y dirigida por







## ANEXOS Y PAPELERÍA



### ENACTUS TEAM SPECIAL PARTNERSHIP/ OPPORTUNITY TERMS & CONDITIONS AGREEMENT

The participating Enactus team hereby confess that it has read, understood and agreed to the following guidelines:

1. Enactus has the right to select any team or its student/faculty members for a special partnership/opportunity without having to disclose the reasons for its selection. Special partnership/opportunity includes, but are not limited to: hosting teams and/or their projects in existing campaigns (including arena activities and knowledge exchange programs, scholarships, spending opportunities/presentations at Enactus or Enactus-affiliated functions/events, projects with or without funding support from Enactus, research, national/international donor-related, etc., activities.
2. Enactus and/or its partners may use information, pictures or products from various sources on our projects into reports and marketing materials/campaigns.
3. A special partnership/opportunity does not, in any way, imply that Enactus is endorsing, backing and/or providing preferential treatment of our team or its projects over those of others.
4. Our team is not allowed to seek information on this special partnership/opportunity from our team presentation material without or any competitor (even requested by Enactus), without prior written permission from an Enactus Director-level or above staff representative. Should we decide to proceed with a non-competitive event, without prior written permission, our team may be subject to disciplinary actions and not the result of our advertising goals.
5. This partnership/opportunity is not guaranteed and does not in any way affect Enactus's responsibility for the problem and results of competition.
6. We affirm that we are in full compliance and will fully disclose all information requested by Enactus in meeting the requirements and obligations of this special partnership/opportunity under its or its related terms.
7. This special partnership/opportunity is non-transferable. Enactus who has initiated full and complete fulfillment of Enactus already reserves the right to change the terms of this partnership/opportunity and/or terminate it for any reason and at any time.
8. Enactus may take appropriate disciplinary actions should any of the above terms and conditions be violated.

#### Special Partnership/Opportunity Description:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Signature of the participating opportunity/contractor and Enactus representative must be provided. All terms and conditions of this agreement are subject to the Enactus Team Special Partnership/Opportunity Terms and Conditions.

Enactus Team Special Partnership/Opportunity







**LOGIC MODEL - SAMPLE**

| Input   | Activity  | Output  | Outcome - Impact  |
|---|---|---|---|
| <b>What is the need for this project?</b><br><br>eg<br>• Demand<br>• Staff/Time<br>• Voluntary<br>• Facilities<br>• Equipment | <b>What actions can be undertaken to successfully implement the project?</b><br><br>eg<br>• Number of classes taught<br>• Number of sessions conducted<br>• Number of materials distributed<br>• Number of hours of practice delivered<br>• Number of participants served | <b>What are the direct products of the program activities?</b><br><br>eg<br>• Knowledge<br>• Attitudes<br>• Skills<br>• Change of practice<br>• Self-reliance | <b>What are the intermediate and long-term outcomes?</b><br><br>eg<br>• Self-reliance<br>• Improved confidence<br>• Improved status |
|   |   | ✓   | ✓   |
|   |   | Data Source   | Data Source   |

Additional economic, social and environmental factors

---



---



---

Additional economic, social and environmental factors

eg • Greater Time Available • Available Staff/Equipment

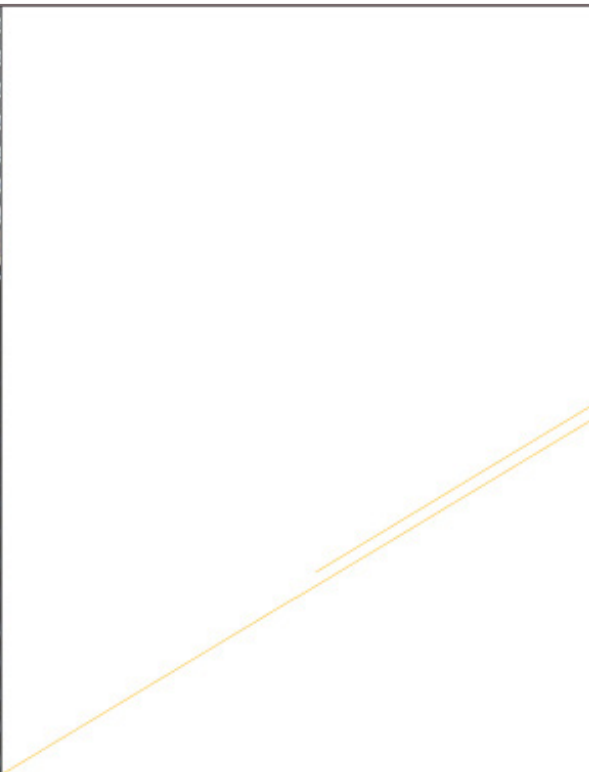
**PROJECT LOGIC MODEL WORKSHEET**

| Project Name: |            |         | Outcomes |              |           |                                  | Outcomes    |                        |
|---------------|------------|---------|----------|--------------|-----------|----------------------------------|-------------|------------------------|
| Inputs        | Activities | Outputs | Output   | Intermediate | Long Term | Indicator/Measurement Instrument | Data Source | Data Collection Method |
|               |            |         |          |              |           |                                  |             |                        |

Indicators help you to know what has or has not happened but have not shown how or why (observable, measurable characteristics or changes that will represent achievement of an outcome or the specific activities that have self-evident connections to benefit achievement)

Source: United Way of America, *Measuring Impact on Outcomes*, 4th Edition, Appendix 2 (2007/2008)

Source: From Handbook: *Assessing Your Outcomes*



# ESTRATEGIA de implementación

## Presupuesto de diseño

Guatemala, octubre de 2015

Andrea Rojas Pellecer  
Diseñadora gráfica  
Guatemala, Guatemala  
Tel. (móvil): 4011-5864  
andreitar.2126@gmail.com

Estimada Stephany Blanco

Por este medio le hago constar de una cotización para la creación del Manual de equipo Enactus, traducido al español, para utilizar en todos sus equipos de las diferentes universidades dentro de Guatemala.

### COTIZACIÓN DE MANUAL DE EQUIPO ENACTUS

#### 1) DETALLE DE MANUAL DE EQUIPO ENACTUS

Desarrollo de 1 manual el cual se basará en investigación para poder obtener el proceso creativo más pertinente en base al grupo objetivo. El cual se entregará en alta resolución para ser reproducido para tener al menos un manual por equipo Enactus.

a) Diagramación: es la base del manual, con ella se logrará el dinamismo y la acción que se necesitan para llamar la atención.

b) Fotografías: serán dependiendo del tema a tratar dentro del manual, se recolectarán de todos los equipos activos para tener variedad e inclusión.

c) Traducción: se traducirá toda la información del Team handbook, además de documentos de apoyo brindados por Enactus. Los anexos y formularios no se traducirán a petición de la organización ya que se utilizan en inglés para enviarlos a Enactus mundial.

d) Dimensiones: el manual será tamaño carta (8.5 x 11") y tendrá aproximadamente de 100 a 116 páginas.

#### 2) PLAZOS

a) Tiempo estimado de investigación: 2 semanas

b) Tiempo estimado desarrollo proceso creativo: 2 semanas

c) Tiempo estimado desarrollo de manual de equipo: 2 meses

d) Tiempo total estimado desarrollo: 3 meses (desde firma de contrato)

e) Fecha entrega final propuesta: noviembre 2015

#### 3) COBROS ADICIONALES

- CORRECCIONES: La tarifa propuesta supone 4 instancias de corrección gratuita sobre la obra terminada. Cualquier instancia de corrección adicional tendrá un valor.

- GASTOS ASOCIADOS A PRODUCCIÓN OBRA: La tarifa propuesta se refiere exclusivamente a diseño o ejecución de las obras mencionadas y no comprende gastos por traslación (peaje, pasajes, hospedaje), arriendo de estudios fotográficos, contratación de personal, ni compra de insumos o materiales. Todo gasto ajeno a diseño o ejecución correrá por cuenta del cliente.

#### 4) FORMA DE PAGO

- INICIO DEL PROYECTO: 50% de tarifa total en adelanto

- FIN DEL PROYECTO: pago del 50% restante, a contra-entrega

#### 5) CONTRATO

Las condiciones señaladas en esta cotización quedarán escrituradas formalmente mediante Contrato de Prestación de Servicios Gráficos a Honorarios, documento que deberá ser firmado por ambas partes ante notario, previo al inicio de labores.

#### 6) VIGENCIA

La presente cotización tendrá vigencia de 3 meses contadas a partir de la fecha indicada al comienzo del documento.

#### 7) COSTO DEL PROYECTO

El proyecto tendrá un costo de Q35,584.94, con IVA ya incluido como impuestos.

Atentamente,

Andrea Rojas Pellecer  
Diseñadora gráfica

### Implementación de la pieza

Se debe hacer llegar como mínimo, un manual por equipo Enactus. Es necesario realizar una campaña de expectativa para lograr llamar la atención de los estudiantes antes de brindarles el material.

Luego se debe realizar una reunión con los equipos de los diferentes campus universitarios para hacer entrega del manual de equipo. Donde se pueda llenar uno de los espacios en la página sobre ¿Qué debes hacer antes de partir de tu equipo Enactus? y compartir con todos los presentes.

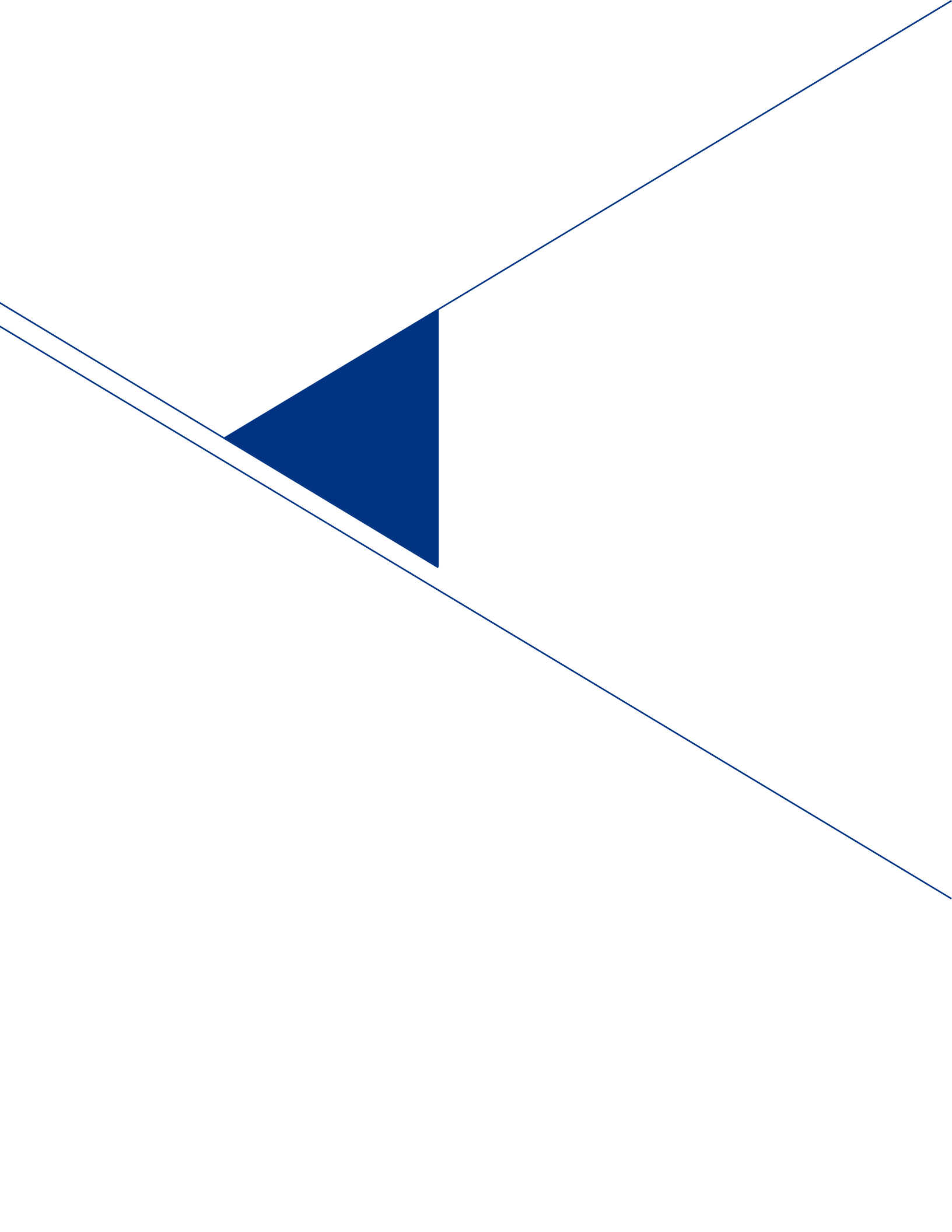
### Presupuesto de reproducción

| PIEZA    | COLOR            | DIMENSIÓN                | SUSTRATO | Mayaprin                       | Last minute                        | Docucentro                      |
|----------|------------------|--------------------------|----------|--------------------------------|------------------------------------|---------------------------------|
| Manual   | CMYK - fullcolor | Carta (8.5" x 11)        | Couché   | 246.36 c/u (si se imprimen 25) | Q810.00 c/u                        | Q324.00 c/u (si se imprimen 25) |
| Portadas | CMYK - fullcolor | Doble oficio (8.5 x 11") | Husky    | --                             | Q36.00 c/u (+ Q65.00 de empastado) | Q75.00 c/u                      |
| TOTAL    | --               | --                       | --       | Q6,159.00 (25 manuales)        | Q911.00 cada manual                | Q9,975.00 (25 manuales)         |





**CAPÍTULO 7**  
*Lecciones aprendidas*



La primera lección, que me ayudó en saber a donde me dirigía con este es proyecto es que desde un principio debes hablar con la institución, entrevistarlos y conocer sus necesidades para poder elegir adecuadamente el material a realizar.

---

**Tener una buena y continua comunicación es indispensable para tener el suficiente apoyo por parte de la organización y asesores.**

---

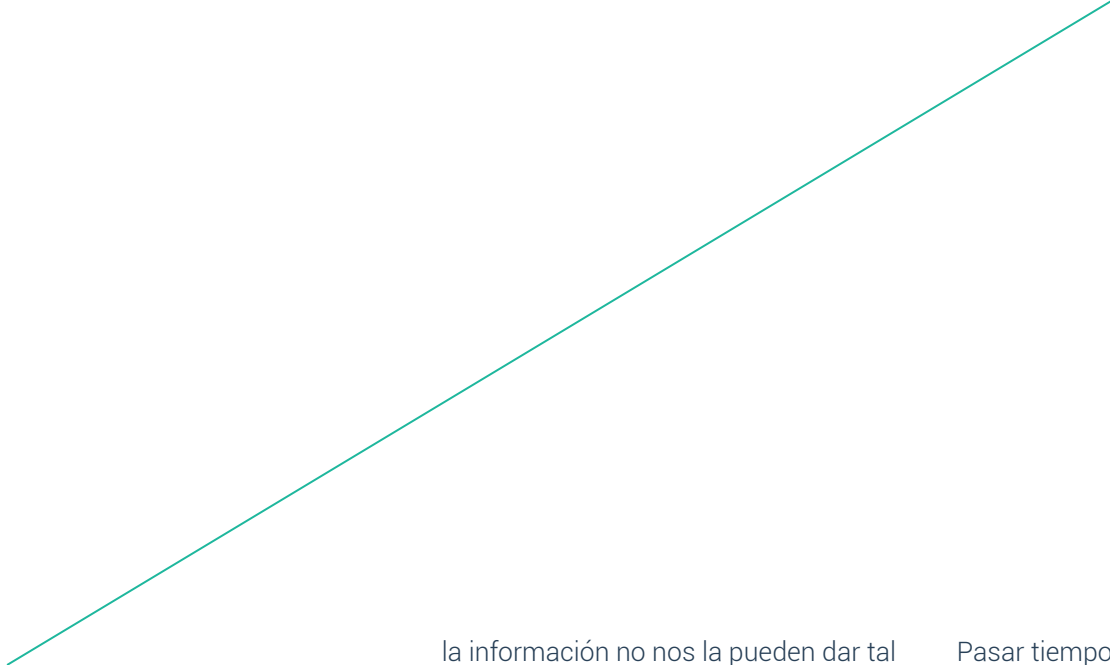
Si estás trabajando previo a comenzar tu Ejercicio Profesional Supervisado y Proyecto de Graduación, piensa si continuarás trabajando. Es un alivio para tu mente, tu cuerpo y tus estudios tomarte un tiempo y dedicarte únicamente a la universidad. Ya luego habrá tiempo para conseguir un mejor trabajo como profesional en diseño gráfico.

Llevar un proceso ordenado, puntual y corregido a tiempo siempre te llevará con pasos seguros en el camino. De esta forma cuando debas fundamentar tu propuesta o realizar el informe final es mucho más fácil.

Tener una buena y continua comunicación es indispensable para tener el suficiente apoyo por parte de la organización y asesores. Si se realiza el Ejercicio Profesional Supervisado y Proyecto de Graduación a distancia es necesaria la comunicación entre tú y la organización. Llamar por teléfono, enviar un mensaje, un correo o visitar la sede, son acciones fundamentales, mejor si se hacen semanales o si es necesario con más frecuencia.

En el segundo nivel de visualización, previo a la validación con profesionales y expertos, es de gran ayuda la retroalimentación con los asesores metodológicos y gráficos. Mientras más retroalimentación tengas, será como un filtro, donde las mejores ideas o elementos del diseño se quedan y los que no funcionan puedes desecharlos o rediseñarlos. La idea es llevar una propuesta bien establecida para validar con diseñadores y las personas dentro de la organización.

El valor agregado de traducir el texto de inglés a español, se volvió un trabajo extra que en algún momento afectó el rendimiento del diseño. Se debe solicitar apoyo a la organización para obtener el texto real que se aplicará al diseño. Si



la información no nos la pueden dar tal y como debe ir en el material, se debe pedir ayuda a expertos en el tema o personas que tengan un nivel de inglés elevado, ya que uno debe aprovechar el tiempo trabajando en el bocetaje, diseño, validación, correcciones, etc.

Si se realiza el Ejercicio Profesional Supervisado y Proyecto de Graduación a distancia, se debe aprovechar el tiempo de trabajo de forma estricta y puntual por las mañanas, así al empezar la tarde estarás libre. Tomar pequeños descansos ayuda para poder terminar las horas diarias. Si se deben hacer informes, otras tareas de los cursos o simplemente quieres descansar, es preferible hacerlo en la tarde y noche.

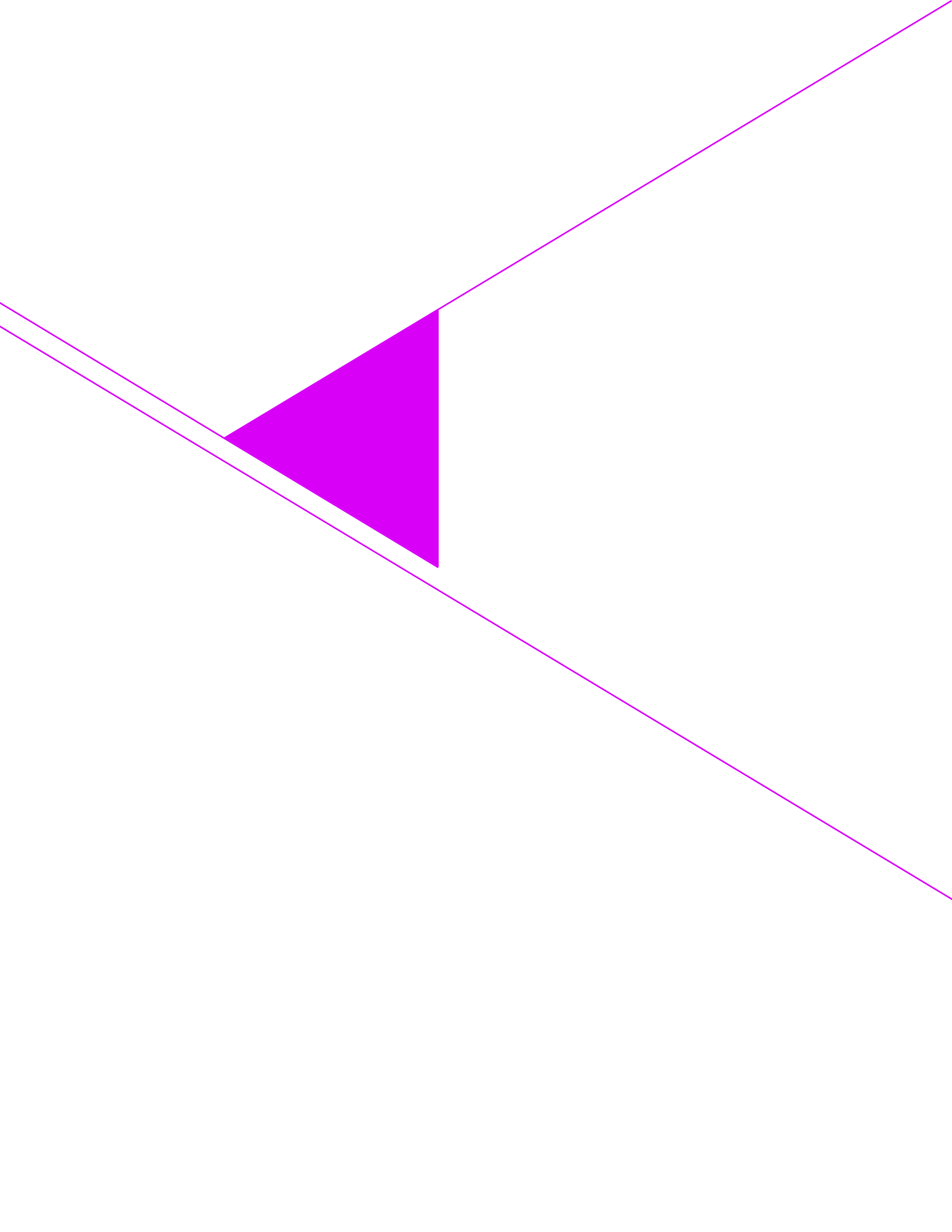
Es necesario llevar de forma ordenada la agenda, actas y documentos solicitados, y guardarlos en un lugar seguro, fuera de peligro, líquidos y del alcance de otras personas que probablemente no sepan lo importantes y únicos que son estos documentos.

Pasar tiempo con tus seres queridos es importante, sin embargo tus horas de trabajo en el Ejercicio Profesional Supervisado y Proyecto de Graduación son indispensables para poder terminar tu trabajo a tiempo. Aprovecha fines de semana, tardes luego de trabajar y noches para pasar tiempo con ellos, de esta manera logras equilibrar tu vida social, familiar y de estudios.

Elegir un Proyecto de graduación con el que te sientas identificada es más que gratificante a la hora de plantear ideas y diseñar. La idea es poner el corazón (más de lo que ya pones) en este último proyecto.



**CAPÍTULO 8**  
*Conclusiones*



Para facilitar la transmisión de información a los jóvenes universitarios que atiende Enactus Guatemala en universidades guatemaltecas, se creó un manual basado en el concepto creativo: los ojos iluminados, con una diagramación con líneas inclinadas, elementos triangulares y varios colores, que además de ser atractivo al grupo objetivo, le da un ritmo y fácil recorrido visual a la información, contribuyendo así al desarrollo empresarial de los estudiantes.

Para facilitar a la organización la transmisión de información sobre los lineamientos que deben seguir los equipos Enactus, en el desarrollo y gestión de proyectos y la competencia nacional y mundial, se tradujo el manual de inglés a español para eliminar las barreras del idioma, además de trabajar de manera que se le entregue impreso el material a cada equipo, con el fin de que los estudiantes tengan la información presente e inmediata, y no dependan de los medios electrónicos para solicitarla.

Para favorecer la comunicación de la información de Enactus Mundial a cada uno de los equipos en Guatemala, se diagramó un manual a través de códigos visuales atractivos y legibles como por ejemplo, imágenes que connoten positivismo, emprendimiento, energía y con las que se sientan identificados. El uso de líneas y formas que connotan acción y movimiento, títulos que resalten la información importante para que los estudiantes universitarios se motiven y se comprenda el mensaje, logrando aplicarla de manera correcta a su equipo y proyectos en sus comunidades.

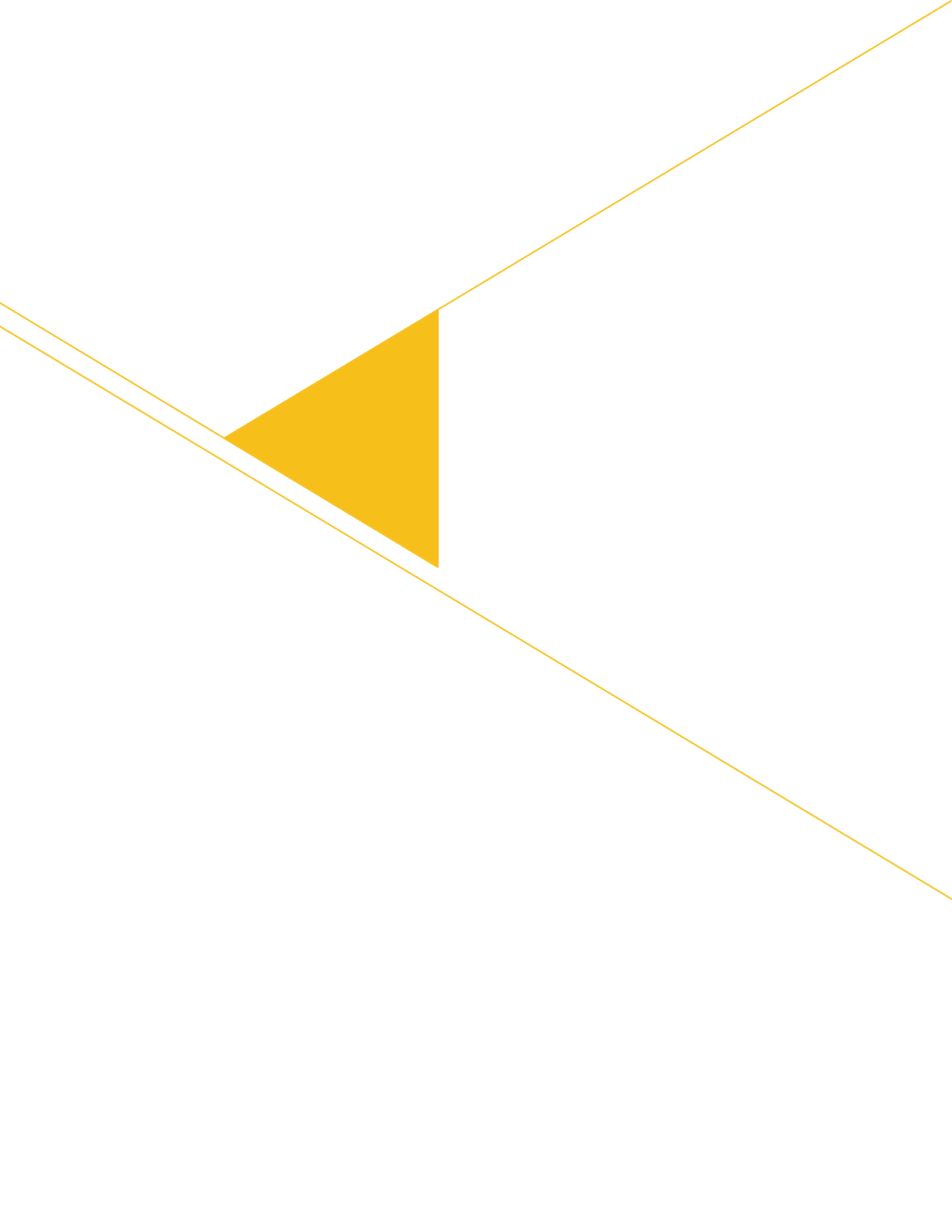
En el proceso de diseño se crece  
como profesional y como persona.

Se debe aprovechar la experiencia  
al máximo.





**CAPÍTULO 9**  
*Recomendaciones*



## A la organización

Se recomienda el desarrollo uniforme de materiales de diseño, cuidando siempre ortografía y calidad visual, pues se trabaja con profesionales empresarios y es necesario dar esa impresión de seriedad a la organización.

Tomarse tiempos para solicitar fotografías a cada equipo y tener un banco de imágenes para utilizar en sus materiales gráficos. Son necesarias para no utilizar las mismas en todas las piezas y tener actualizadas al año en curso.

Son una organización que trabaja con estudiantes universitarios, siempre es necesario tener epesistas o proyectistas que apoyen el área de diseño y comunicación, ya que quedan cosas por hacer para impulsar a la organización más allá.

## A la Escuela de Diseño Gráfico

Para los siguientes años en los cursos de Proyecto de Graduación y EPS notificar que tienen permitido comenzar su trabajo, así los estudiantes podrán dedicarse más a su proyecto A.

Tener material didáctico del proceso para presentar el protocolo, subirlo al sistema, los documentos que necesitarán en cada paso, etc.

Se recomienda tener un mejor contacto con el tercer asesor, tenerlo informado del proceso, platicar del proyecto y tener retroalimentación entre asesores.

El Ejercicio Profesional Supervisado se debería realizar única y exclusivamente presencial, es una forma de ayudar a los estudiantes a organizar y trabajar sus horas completas.

## A los futuros estudiantes de Proyecto de Graduación

Quienes comiencen su curso de Proyecto de Graduación les recomiendo buscar meses antes su institución, hablar con ellos sobre sus necesidades para que sea más fácil encontrar un problema a solucionar con el diseño gráfico.

Busca una organización o institución con la que te sientas identificado o un tema que te guste, ya que de esta manera no sentirás pesado el trabajo y será más grato para ti.

---

Además de tus asesores, profesionales y grupo objetivo, comparte tu proyecto con tus amigos o compañeros de diseño.

---

Utiliza las 8 horas diarias, aprovecha para realizar todas tus tareas del día y cuando

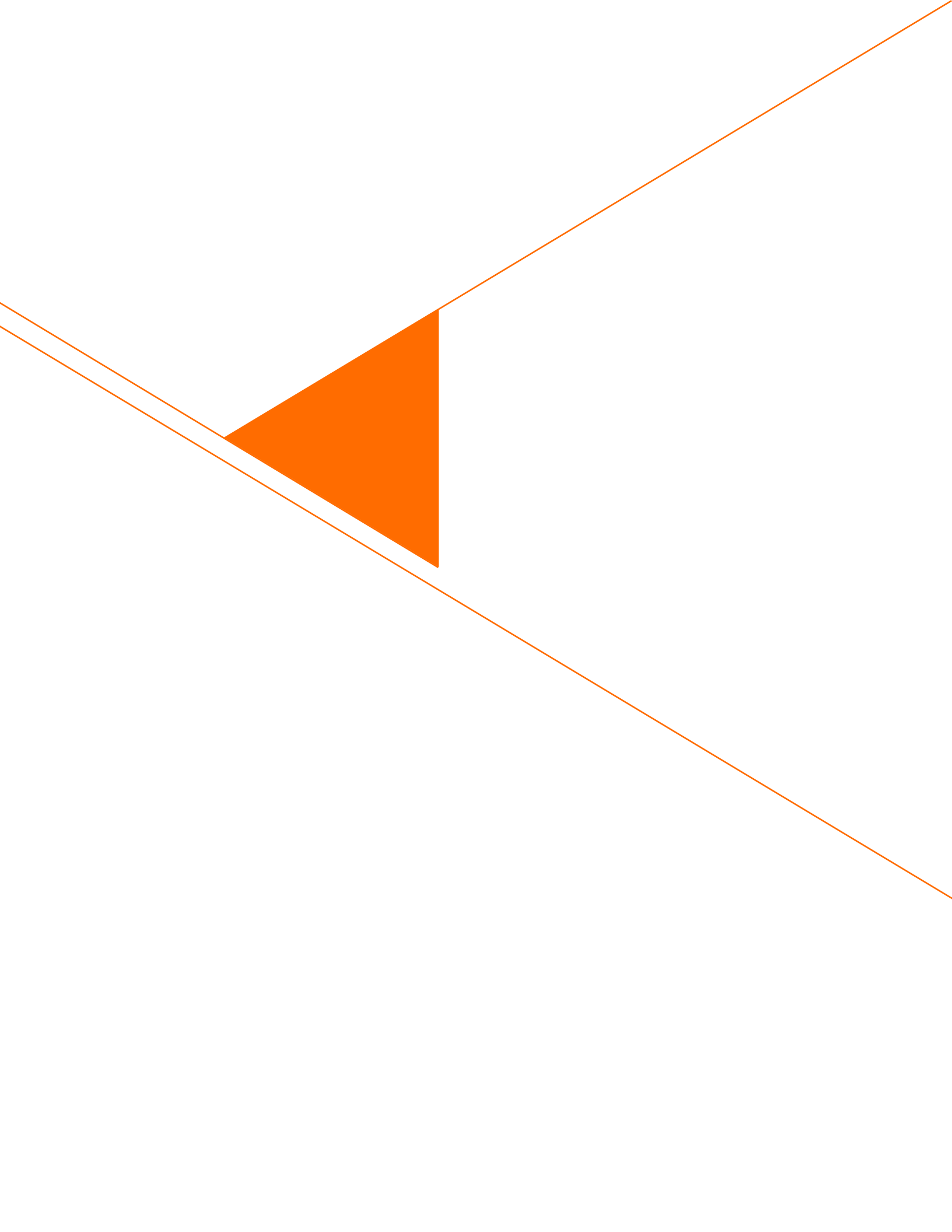
las cumplas podrás compartir con tus seres queridos o tomarte el tiempo para descansar.

Lleva un proceso limpio y ordenado, en el curso de Proyecto de Graduación, EPS y en tus diseños. De esta forma al momento de preparar artes finales e informe final, será mucho más fácil.

Además de tus asesores, profesionales y grupo objetivo, comparte tu proyecto con tus amigos o compañeros de diseño, ellos también tienen observaciones e ideas valiosas que probablemente otros no han visto o mencionado.



# BIBLIOGRAFÍA



Bronstein, David. Cómo cambiar el mundo: los emprendedores sociales y el poder de las nuevas ideas. Debate, 2005. 464 págs.

Cassisi, Luciano. Argentina. Redefiniendo el diseño editorial. <http://foroalfa.org/articulos/redefiniendo-el-diseno-editorial> 2014

Chang, Francisco y Pérez, Lourdes. Adaptación de cuadro de autoevaluación. 2010-2012

Cordón, Virgilio. El verdadero poder del emprendedor. Training Day 2015

de León, Carlos. El secreto mejor guardado en las ventas. Training Day 2015

Enactus Guatemala. Somos Enactus. <http://www.enactusguatemala.org.gt/>

Escribá, Marielos. Emprendimiento social <http://www.enactusguatemala.org.gt/emprendedores-sociales> 2015

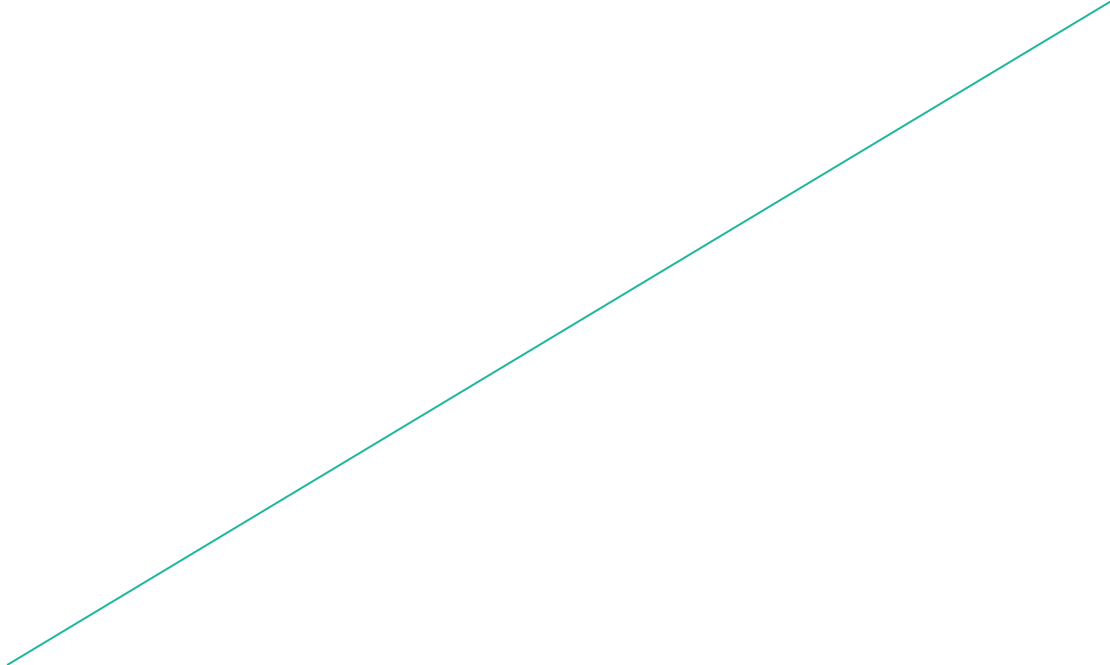
Foroalfa. Argentina. ¿Todo diseño debe ser novedoso y original? <http://foroalfa.org/articulos/todo-diseno-debe-ser-novedoso-y-original> 2009

Grajeda, Jaqueline. ¿Qué es el emprendimiento social? <http://www.enactusguatemala.org.gt/que-es-emprendimiento-social> 2105

Hernández, Zim. Argentina. Garabatos que generan cambios. <http://foroalfa.org/articulos/garabatos-que-generan-cambios> 2012

Sarmiento, Mariano. España. Manual básico de comunicación gráfica para emprendedores. <http://foroalfa.org/articulos/manual-basico-de-comunicacion-grafica-para-emprendedores> 2013

Pereira, Nancy. ¿Te infectas de emprendimiento social? <http://www.enactusguatemala.org.gt/te-infectas-de-emprendimiento-social> 2015



Sologaistoa, Rafael. ¿Qué realmente es liderazgo? <http://www.enactusguatemala.org.gt/que-realmente-es-liderazgo> 2015

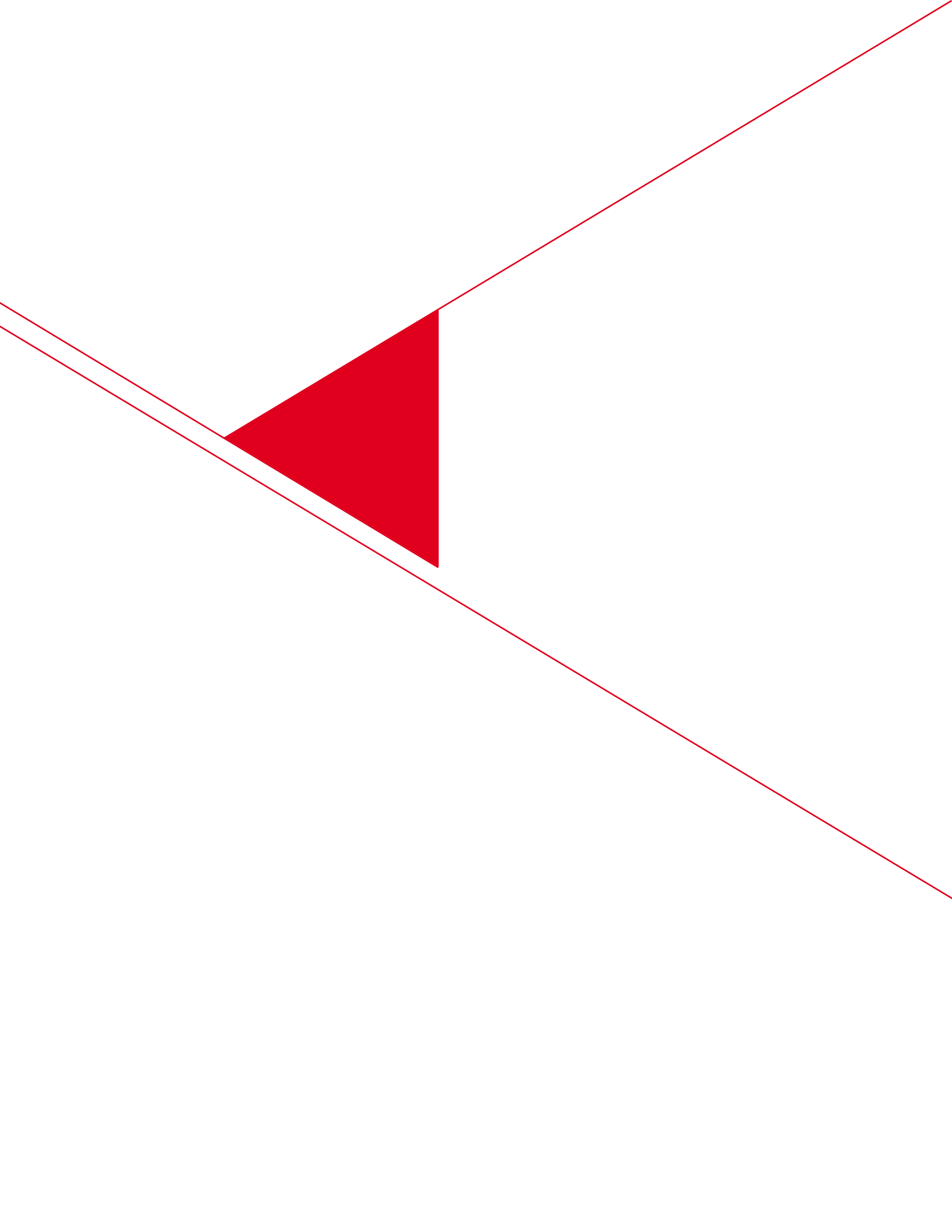
Secretaría de relaciones exteriores. México. Guía técnica para la elaboración de manuales de organización. [https://sre.gob.mx/images/stories/docnormateca/historico/dgpop/guia\\_elab\\_manu\\_org.pdf](https://sre.gob.mx/images/stories/docnormateca/historico/dgpop/guia_elab_manu_org.pdf) 2005

Unión Guatemalteca de Agencias de Publicidad (UGAP). Niveles socioeconómicos en Guatemala urbano. 2013





# Glosario



**Bief:**

Es un documento simplificado que sirve como punto de partida y referencia para iniciar el proceso creativo de diseño. Tiene información del grupo objetivo, del tono de la marca, lo que necesitan, los objetivos, etc.

**Connotación:**

Significado secundario y subjetivo que tiene una palabra o imagen por su asociación con otras.

**Diagramación:**

Realización del diagrama y diseño de las páginas de un libro, revista o periódico.

**Enacter:**

Estudiante universitario que pertenece al programa Enactus.

**Fijación:**

Es la capacidad que tiene un mensaje visual, gracias a su construcción, de posicionarse en la mente del grupo objetivo.

**Hermenéutico:**

Técnica o método de interpretación de textos.

**Heurística:**

Método para aumentar el conocimiento.

**Ícono:**

Signo que representa un objeto o una idea con cierta relación de identidad o semejanza formal.

**Identidad visual:**

Es la representación visual de una organización, incluyendo su logotipo (marca), diseño, tipografía y colores. Refleja lo que ellos son, su filosofía y valores.

**Insight:**

Un pensamiento que implica el descubrimiento de una nueva organización perceptiva con respecto a un problema, reflejando una nueva comprensión del mismo.

**Interlineado:**

Espacio que existe entre líneas de texto.

**Kerning:**

Espacio que existe entre letras en una palabra.

**Legibilidad:**

Que puede ser leído por su claridad o interés.

**Línea gráfica:**

Una serie de elementos de diseño que identifican varios productos o piezas gráficas como parte de la misma empresa o marca.

**Mancha tipográfica:**

Es un párrafo que debe tener un máximo de claridad y estabilidad. Al verlo como una mancha gris permite tener una idea más firme de los espacios.

**Maquetar:**

Componer gráficamente las páginas de una publicación, distribuyendo los distintos elementos que van a formar parte de ellas, dando formato a las imágenes y a los diferentes tipos de letra, etc., a partir del boceto o diseño inicial.

**Memorabilidad:**

Lograr que un diseño se asocie con un recuerdo o evento importante. Recordar repetidamente el mensaje o servir como referente.

**Multiply:**

Modo de fusión del color base. Multiplica el color de base por el color de fusión. El color resultante siempre es un color más oscuro. Multiplicar cualquier color por negro produce negro. Multiplicar cualquier color por blanco no cambia el color.

**Palo seco:**

La tipografía también llamada san serif, presenta un estilo aparentemente limpio, funcional y aséptico.

**Pertinencia:**

Hace referencia a la forma en que la propuesta guarda relación con el tema que está tratando. Se establece si el mensaje contenido en el diseño es adecuado para el grupo objetivo.

### **Recorrido visual:**

Es el movimiento que se hace con los ojos para poder apreciar una obra o diseño, se fijan los ojos en un punto inicial y luego el camino que traza los ojos naturalmente para ver la totalidad.

### **Retícula:**

Es una estructura en dos dimensiones hecha de líneas verticales y horizontales utilizada para estructurar el contenido, sirve para organizar textos, imágenes o videos de una forma racional y fácil de visualizar.

### **Semiótica:**

Ciencia que estudia los diferentes sistemas de signos que permiten la comunicación entre individuos, sus modos de producción, de funcionamiento y de recepción.

### **Sobreexpuesta:**

Exponer una toma fotográfica durante un tiempo excesivo a la acción de la luz para que la imagen impresionada quede más clara.

### **Subexpuesta:**

Exponer una toma fotográfica durante un tiempo insuficiente a la acción de la luz para que la imagen impresionada quede más oscura.

### **Tracking:**

Espacio que existe entre palabras dentro de una oración o texto.



Todas ellas con una historia  
que espera ser contada.

REPORTE  
ANUAL

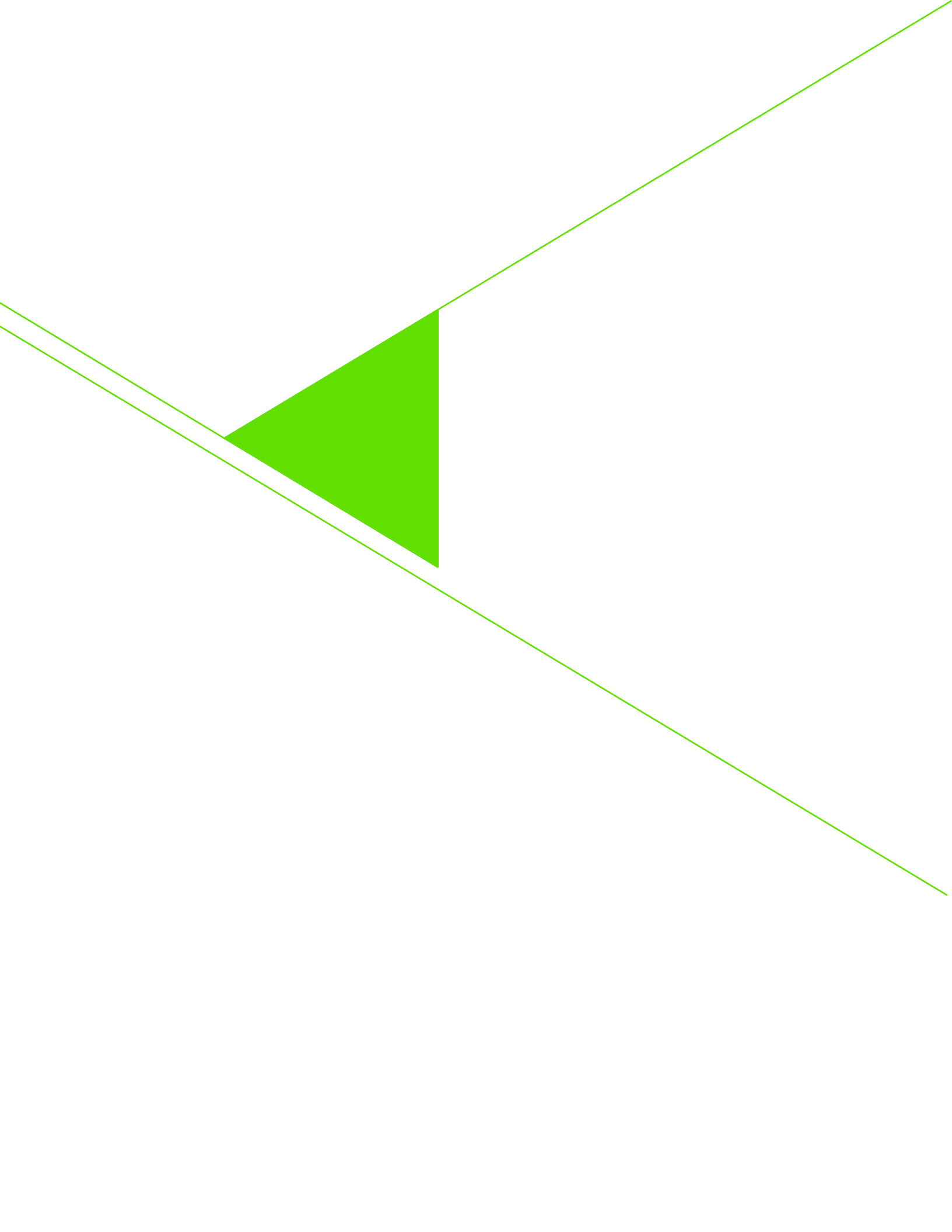
20  
15

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS  
DE GUATEMALA

WWW.ENACTUSUSAC.ORG

enactus  
usac

Anexas



# ANEXO 1

## Encuesta con Enactus Guatemala **Diganóstico de Necesidades** de Comunicación Organizacional



Buenas tardes Evelyn y Stephanie, el objetivo de esta entrevista es encontrar las necesidades de comunicación organizacional de Enactus Guatemala para poder posicionarse en el ámbito universitario y profesional de Guatemala. La información que se brinde en este documento, será empleada con el fin de obtener un diagnóstico que permita lograr una solución acertada de diseño, que resuelva la necesidad de comunicación visual de la Institución, al trabajar el Proyecto de Graduación. Les agradezco su tiempo y disposición empleado en responder.

1. Para comenzar, ¿Qué es Enactus Guatemala?

---

2. ¿Cuáles son sus objetivos de comunicación frente a la comunidad universitaria? ¿Y frente a los empresarios?

---

3. ¿Cuentan con identidad corporativa con la que se pueda reconocer a la institución en Guatemala y fuera del país?

---

4. ¿Cuentan con una persona y/o departamento específico de comunicación o diseño gráfico?

---

5. ¿Cuáles son tus roles como departamento de comunicación y/o diseño? ¿Qué materiales utilizas para comunicarte visualmente?

---

6. ¿A qué Grupo Objetivo quieren lograr llevar sus mensajes? ¿Dónde se encuentran?

---

7. Cultura visual: ¿Cómo es la forma de comunicación externa con sus grupos objetivos? ¿E interna?

---

8. ¿Qué actividades de información, formación o capacitación realizan con las personas individuales o grupos que atienden?

---

# ANEXO 2



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

## Encuesta de validación para material editorial con profesionales

La presente encuesta tiene como objetivo el confirmar la funcionalidad del proyecto de graduación de la Alumna Andrea Fernanda Rojas Pellecer con carnet 201115053. El cual consiste en manual dirigido a estudiantes universitarios acerca de los lineamientos para ser un equipo Enactus en Guatemala.

Grupo Objetivo: Estudiantes universitarios que pertenecen a la organización Enactus Guatemala.

Concepto Creativo:

Los ojos iluminados - Los ojos o la visión, es el sentido principal, con ellos conocemos nuestro entorno, vemos a los demás y los utilizamos para leer el manual de equipo que se diseñará. Los libros desde siempre han sido símbolo de iluminar, de aclarar la mente de las personas guiándolas por el camino de la verdad y los hechos. Además la luz es brillante y se representa como amarilla, el mismo color que utiliza la organización.

1) Los colores utilizados los asocia con:

Dinamismo      Iluminación      Positivismo      Otro:\_\_\_\_\_

2) Las figuras utilizadas le representan:

Brillo      Calidez      Armonía      Otro:\_\_\_\_\_

3) Cree que el tamaño de tipografía utilizada es

Estética      De lectura fácil      Poco legible      Otro:\_\_\_\_\_

4) La distribución de elementos le parece:

Ordenada      Básica      Confusa      Otro:\_\_\_\_\_

5) La portada le transmite

Brillo      Calidez      Armonía      Otro:\_\_\_\_\_

6) Las imágenes las considera

Con propósito      Atractivas      Sensibilizan      Otro:\_\_\_\_\_

7) El uso del kerning le parece

Adecuado      Mal utilizado      Podría mejorarse      Otro:\_\_\_\_\_

8) El color le parece un elemento

Relevante en el manual      Poco relevante      Repetitivo y aburrido

Otro:\_\_\_\_\_

9) El recorrido visual del manual le parece

Ordenado      Dinámico      Aburrido      Otro:\_\_\_\_\_

10) Califique de uno a 5 el diseño del manual.  
(siendo 5 la puntuación más alta)

11) Agregue algún comentario para mejorar el manual.



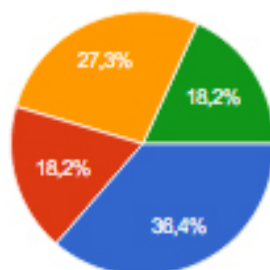
# 11 respuestas

[Ver todas las respuestas](#)

[Publicar datos de análisis](#)

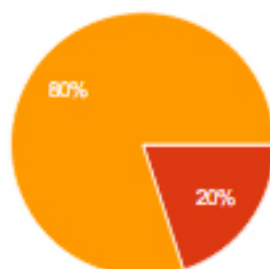
## Resumen

Los colores utilizados en el manual los asocia con:



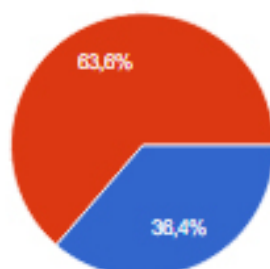
|             |   |       |
|-------------|---|-------|
| Dinamismo   | 4 | 36.4% |
| Iluminación | 2 | 18.2% |
| Positivismo | 3 | 27.3% |
| Otro        | 2 | 18.2% |

Las figuras utilizadas le representan:



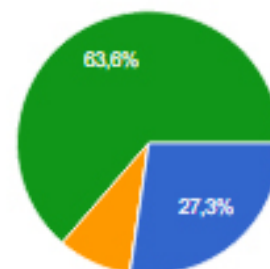
|            |   |     |
|------------|---|-----|
| Brillo     | 0 | 0%  |
| Armonía    | 2 | 20% |
| Movimiento | 8 | 80% |
| Otro       | 0 | 0%  |

Cree que el tamaño de la tipografía es:



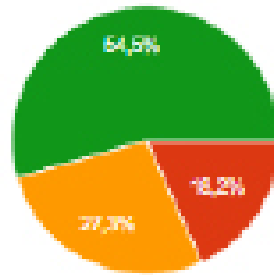
|                  |   |       |
|------------------|---|-------|
| estética         | 4 | 36.4% |
| de lectura fácil | 7 | 63.6% |
| confusa          | 0 | 0%    |
| Otro             | 0 | 0%    |

La distribución de elementos a lo largo del manual le parece:



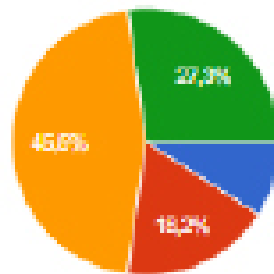
|          |   |       |
|----------|---|-------|
| Ordenada | 3 | 27.3% |
| Básica   | 0 | 0%    |
| Confusa  | 1 | 9.1%  |
| Rítmica  | 7 | 63.6% |
| Otro     | 0 | 0%    |

### La portada le parece:



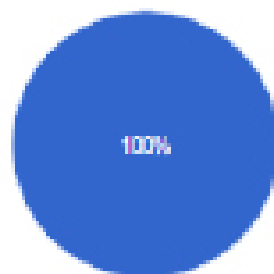
|           |   |       |
|-----------|---|-------|
| Brillante | 0 | 0%    |
| Dinámica  | 2 | 18.2% |
| Atractiva | 3 | 27.3% |
| Otro      | 6 | 54.5% |

### Las imágenes las considera:



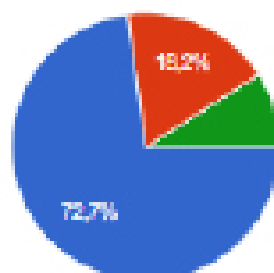
|                  |   |       |
|------------------|---|-------|
| poco relevantes  | 1 | 9.1%  |
| atractivos       | 2 | 18.2% |
| que sensibilizan | 6 | 48.5% |
| Otro             | 3 | 27.3% |

### El uso de kerning e interlineados le parecen:



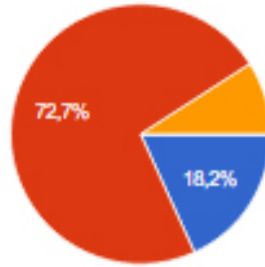
|                |    |      |
|----------------|----|------|
| Adecuados      | 10 | 100% |
| Mal utilizados | 0  | 0%   |
| Otro           | 0  | 0%   |

### El color le parece un elemento



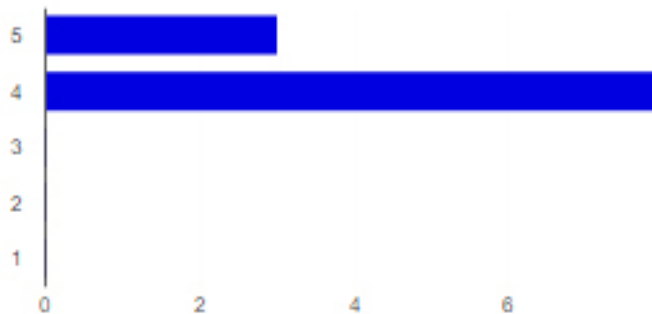
|                        |   |       |
|------------------------|---|-------|
| Relevante en el manual | 8 | 72.7% |
| Poco relevante         | 2 | 18.2% |
| Repetitivo y aburrido  | 0 | 0%    |
| Otro                   | 1 | 9.1%  |

## El recorrido visual del manual le parece:



|          |   |       |
|----------|---|-------|
| Ordenado | 2 | 18.2% |
| Dinámico | 8 | 72.7% |
| Confuso  | 1 | 9.1%  |
| Otro     | 0 | 0%    |

## Califique de 1 a 5 el manual (siendo 5 la puntuación más alta)



|   |   |       |
|---|---|-------|
| 5 | 3 | 27.3% |
| 4 | 8 | 72.7% |
| 3 | 0 | 0%    |
| 2 | 0 | 0%    |
| 1 | 0 | 0%    |

### Agregue algún comentario para mejorar el manual de equipo.

La diagramación es interesante pero un poco confusa. Pareciera que no hay lineamientos. La portada no brinda una idea de lo que puede ser enactus. Las siguientes páginas en blanco me parece que están de más. Si la idea es ser dinámicos, el contenido también debería ser dinámico: más sencillo, más al grano. En las páginas dobles, los mensajes no parecen tener jerarquía. Hay dos títulos con dos ideas cada uno. Las fotografías no tienen un estándar de filtro. Todas se ven diferentes. La letra carta en bold no es muy legible.

Si las fotografías no son tuyas, sería ideal que pusieras el crédito en ellas.

En el índice de contenido, el texto inclinado parece que fuera error de impresión y no intencional. En las páginas 12 y 13 hay una fotografía que va inserta en un módulo inclinado que le da bastante dinamismo al diseño, pero la fotografía se corta al cambiar de una página a la otra. Quedaría más interesante, y daría más continuidad y fluidez al diseño, si siguiera dentro del mismo módulo en la página 13, y no se limite solo a la 12. En la portada mi recomendación es la anotación que puse en la pregunta no. 5 de esta encuesta. Necesita invitar más a ser leída. Tal vez disminuir el uso de grises, comenzando por la fotografía. Aparte el chavo se ve buena onda, pero estoy seguro que tienen más fotografías que reflejan más calidez y amistad.

Colocaría el contenido del manual (índice) en forma vertical y no inclinada ya que dificulta un poco la lectura. Además, todo el contenido está de forma vertical así que no combina que éste sea el único que está de esa forma.

1. Me encanta la fotografía a color tanto como B/N y disfruto mucho encontrarlas combinadas en una misma publicación. Sin embargo, en este caso recomendaría que la fotografía de la portada fuera a color para potenciar el primer impacto del material. 2. La mayoría de fotografías del documento son muy estéticas, agradables y apropiadas para su sección. Sólo recomendaría homogenizar un poco algunos detalles, como por ejemplo: la fotografía de la página 24 está más sobre expuesta de lo deseable y la de la página 25 está un poco sub expuesta. Por lo demás, verdaderamente se trata de un trabajo sumamente serio y de gran calidad. Mis felicitaciones sinceras.

Algunos titulares deberías de hacerlos más grandes para que tengan mayor relevancia, o al menos constantes, en la página 18 el titular es más pequeño que en la 19. Yo los haría un poco más grandes todos, tenés bastante espacio y más que suficiente descanso visual. En el caso de las fotos, la mayoría están bien, solo algunas no son tan buenas como otras. Se constante en este tema. Considero que la portada es la parte más débil de todo el material. Cuando lo vi por primera vez... pensé que era un material normal, nada impresionante... pero cuando vi su contenido, diagramación e interior pensé que la portada no refleja el buen trabajo que está adentro. Si te dijera algo que de verdad me importe, cambia la portada por alguna mejor propuesta, más llamativa, que refleje mejor tu concepto y lo que estás colocando adentro. Éxitos!

1. Hay páginas donde las imágenes me parece que son muy pequeñas y se le podría dar más énfasis. 2. El recorrido visual me parece muy acertado. 3. Es un diseño minimalista lo cual es limpio y atractivo a la vista. Éxitos! :)

Mejorar la portada, el círculo no se utiliza como elemento en los interiores. Algunas imágenes en B/N les falta contraste y otras están sepia (estandarizar). El color se podría utilizar para diferenciar temas. Algunos textos de subtítulos son muy pequeños. El diseño es interesante y el uso de blanco hace la lectura muy descansada.

Creo que algunas de las imágenes podrían tener un poco más de contraste y brillantes y quitarle la sombra que a los triángulos o arrows amarillos, para mantener la armonía de todo el diseño. Fuera de eso creo que es un excelente trabajo.

# ANEXO 3



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

## Encuesta de validación para material editorial con expertos en el tema

La presente encuesta tiene como objetivo el confirmar la funcionalidad del proyecto de graduación de la Alumna Andrea Fernanda Rojas Pellecer con carnet 201115053. El cual consiste en manual dirigido a estudiantes universitarios acerca de los lineamientos para ser un equipo Enactus en Guatemala.

Grupo Objetivo: Estudiantes universitarios que pertenecen a la organización Enactus Guatemala.

### Concepto Creativo:

Los ojos iluminados - Los ojos o la visión, es el sentido principal, con ellos conocemos nuestro entorno, vemos a los demás y los utilizamos para leer el manual de equipo que se diseñará. Los libros desde siempre han sido símbolo de iluminar, de aclarar la mente de las personas guiándolas por el camino de la verdad y los hechos. Además la luz es brillante y se representa como amarilla, el mismo color que utiliza la organización.

1) Los colores utilizados los asocia con:

Dinamismo      Iluminación      Positivismo      Otro: \_\_\_\_\_

2) Las figuras utilizadas le representan:

Brillo      Calidez      Armonía      Otro: \_\_\_\_\_

3) Cree que el tamaño de letra utilizada es

Estética      De lectura fácil      Poco legible  
Otro: \_\_\_\_\_

4) Considera que la información es:

Ordenada      Básica      Confusa      Otro: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5) La portada le transmite

Brillo      Calidez      Armonía      Otro: \_\_\_\_\_

6) Las fotografías las considera

Con propósito      Atractivas      Sensibilizan  
Otro: \_\_\_\_\_

7) El color le parece un elemento

Relevante en el manual      Poco relevante      Repetitivo y aburrido

Otro: \_\_\_\_\_

9) Califique de uno a 5 el diseño del manual.  
(siendo 5 la puntuación más alta)

10) Agregue algún comentario para mejorar el manual

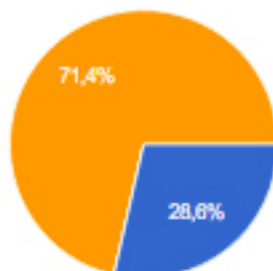
# 7 respuestas

[Ver todas las respuestas](#)

[Publicar datos de análisis](#)

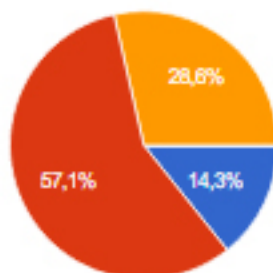
## Resumen

Los colores utilizados en el manual los asocia con:



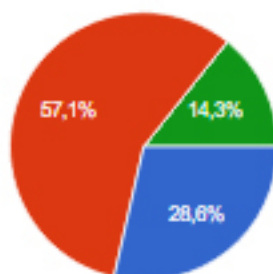
|             |   |       |
|-------------|---|-------|
| Dinamismo   | 2 | 28.6% |
| Iluminación | 0 | 0%    |
| Positivismo | 5 | 71.4% |
| Otro        | 0 | 0%    |

Las figuras utilizadas le representan:



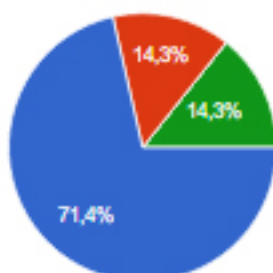
|            |   |       |
|------------|---|-------|
| Brillo     | 1 | 14.3% |
| Armonía    | 4 | 57.1% |
| Movimiento | 2 | 28.6% |
| Otro       | 0 | 0%    |

Cree que el tamaño de la letra es:



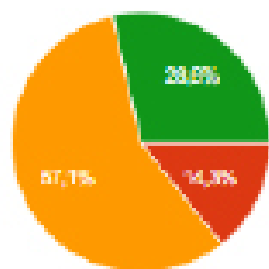
|                  |   |       |
|------------------|---|-------|
| estética         | 2 | 28.6% |
| de lectura fácil | 4 | 57.1% |
| confusa          | 0 | 0%    |
| Otro             | 1 | 14.3% |

Considera que la información es:



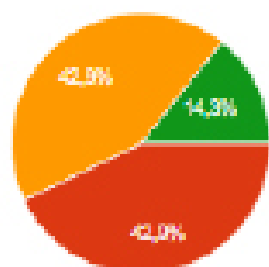
|          |   |       |
|----------|---|-------|
| Ordenada | 5 | 71.4% |
| Básica   | 1 | 14.3% |
| Confusa  | 0 | 0%    |
| Rítmica  | 1 | 14.3% |
| Otro     | 0 | 0%    |

**La portada le parece:**



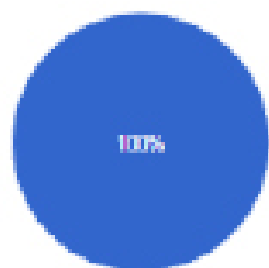
|           |   |       |
|-----------|---|-------|
| Brillante | 0 | 0%    |
| Dinámica  | 1 | 14.3% |
| Atractiva | 4 | 57.1% |
| Otro      | 2 | 28.6% |

**Las fotografías las considera:**



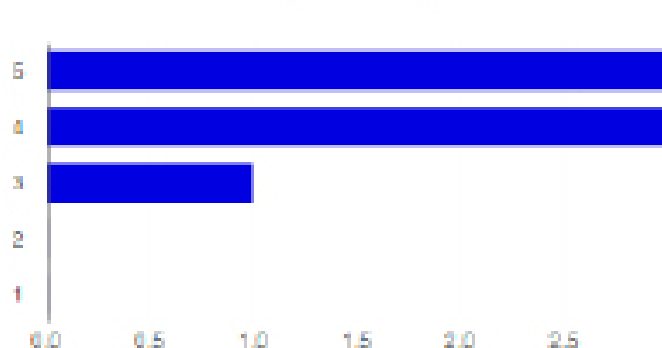
|                  |   |       |
|------------------|---|-------|
| poco relevantes  | 0 | 0%    |
| atractivas       | 3 | 42.9% |
| que sensibilizan | 3 | 42.9% |
| Otro             | 1 | 14.3% |

**El color le parece un elemento**



|                        |   |      |
|------------------------|---|------|
| Relevante en el manual | 7 | 100% |
| Poco relevante         | 0 | 0%   |
| Repetitivo y aburrido  | 0 | 0%   |
| Otro                   | 0 | 0%   |

**Califique de 1 a 5 el manual (siendo 5 la puntuación más alta)**



|   |   |       |
|---|---|-------|
| 5 | 3 | 42.9% |
| 4 | 3 | 42.9% |
| 3 | 1 | 14.3% |
| 2 | 0 | 0%    |
| 1 | 0 | 0%    |

**Agregue algún comentario para mejorar el manual de equipo.**

Colocaría más proyectos, pondría la competencia en otros países para llamar más la atención. Colocaría más trabajo en grupo o lo que no se puede ver, por ejemplo trabajando en casas, implementando los proyectos, todo podría ser un poco más grande y ocupar más espacio dentro de la revista, hay muchos espacios que podrían ser ocupados.

¡Excelente manual!

La primera parte de las flechas: Todo lo que debes hacer en Enactus, me parece confusa.

Puedes mejorar la diagramación, hay elementos que deberías evaluar ya que no tienen relevancia en la diagramación y parecieran que sólo están en el aire. Revisar ejes. Se vería mejor con textos justificados. Diagramación del índice se ve un poco desordenada. Me gustan el diseño de los triángulos. Evaluar hacer rompimientos para hacer más dinámico el manual.

# ANEXO 4



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

## Encuesta de validación para material editorial con el grupo objetivo

La presente encuesta tiene como objetivo el confirmar la funcionalidad del proyecto de graduación de la Alumna Andrea Fernanda Rojas Pellecer con carnet 201115053. El cual consiste en manual dirigido a estudiantes universitarios acerca de los lineamientos para ser un equipo Enactus en Guatemala.

Grupo Objetivo: Estudiantes universitarios que pertenecen a la organización Enactus Guatemala.

Concepto Creativo:

Los ojos iluminados - Los ojos o la visión, es el sentido principal, con ellos conocemos nuestro entorno, vemos a los demás y los utilizamos para leer el manual de equipo que se diseñará. Los libros desde siempre han sido símbolo de iluminar, de aclarar la mente de las personas guiándolas por el camino de la verdad y los hechos. Además la luz es brillante y se representa como amarilla, el mismo color que utiliza la organización.

## Sobre la portada

1. Los colores transmiten:  
a. calidez      b. armonía      c. confianza
2. La imagen o fotografía transmite:  
a. juventud      b. emprendimiento      c. entusiasmo
3. La portada le parece:  
a. brillante      b. dinámica      c. atractiva
4. ¿Qué es lo primero que ve?  
a. la imagen      b. el titular      c. color

## Imágenes y fotografías

5. Le transmiten:  
a. unidad      b. emprendimiento      c. acción
6. Las imágenes o fotografías:  
a. ayudan al texto      b. generan confianza      c. se identifica con ellas
7. Los elementos como líneas y figuras transmiten:  
a. luz      b. acción

## Colores

8. Le transmiten:  
a. luz      b. calidez      c. acción
9. Los colores con los otros elementos:  
a. se complementan      b. no tienen relación      c. es agresivo

## Otros aspectos

10. ¿Qué es lo primero que lee?  
a. titular      b. imagen      c. otros elementos
11. El titular es:  
a. llamativo      b. fácil de leer      c. pesado
12. A lo largo del manual la lectura es:  
a. dinámica      b. ordenada      c. aburrida
13. Luego de observar el manual: (si son enacters)  
a. le gustaría obtenerlo  
b. lo consultaría  
c. no es de su agrado

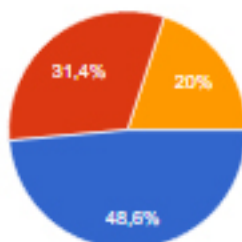
# 35 respuestas

[Ver todas las respuestas](#) [Publicar datos de análisis](#)

## Resumen

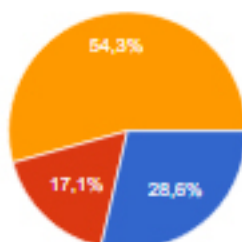
### Sobre la portada

Los colores le transmiten:



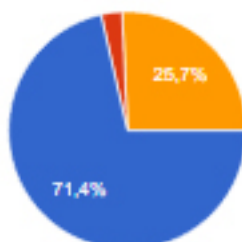
|           |    |       |
|-----------|----|-------|
| calidez   | 17 | 48.6% |
| armonía   | 11 | 31.4% |
| confianza | 7  | 20%   |

La fotografía transmite:



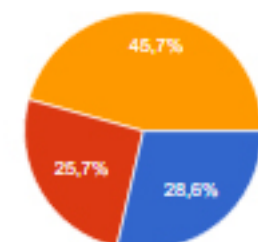
|                |    |       |
|----------------|----|-------|
| juventud       | 10 | 28.6% |
| emprendimiento | 6  | 17.1% |
| entusiasmo     | 19 | 54.3% |

¿Qué es lo primero que ve de la portada?



|            |    |       |
|------------|----|-------|
| la imagen  | 25 | 71.4% |
| el titular | 1  | 2.9%  |
| el color   | 9  | 25.7% |

La portada le parece:

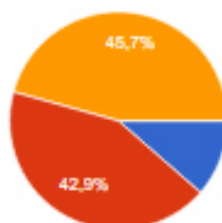


|           |    |       |
|-----------|----|-------|
| Brillante | 10 | 28.6% |
| Dinámica  | 9  | 25.7% |
| Atractiva | 16 | 45.7% |



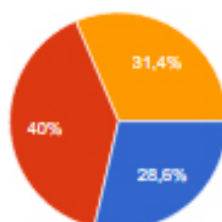
## Fotografías y otros elementos

### Le transmiten



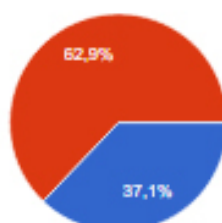
|                |    |       |
|----------------|----|-------|
| unidad         | 4  | 11.4% |
| emprendimiento | 15 | 42.9% |
| acción         | 16 | 45.7% |

### Las fotografías....



|                         |    |       |
|-------------------------|----|-------|
| ayudan al texto         | 10 | 28.6% |
| generan confianza       | 14 | 40%   |
| se identifica con ellas | 11 | 31.4% |

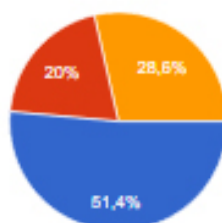
### Los elementos como líneas y figuras transmiten:



|        |    |       |
|--------|----|-------|
| luz    | 13 | 37.1% |
| acción | 22 | 62.9% |

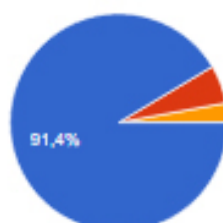
## Colores

### Le transmiten



|           |    |       |
|-----------|----|-------|
| dinamismo | 18 | 51.4% |
| luz       | 7  | 20%   |
| armonía   | 10 | 28.6% |

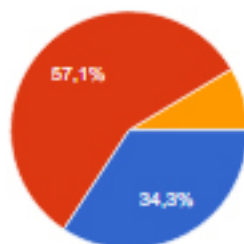
### Los colores con los otros elementos:



|                    |    |       |
|--------------------|----|-------|
| se complementan    | 32 | 91.4% |
| no tienen relación | 2  | 5.7%  |
| son agresivos      | 1  | 2.9%  |

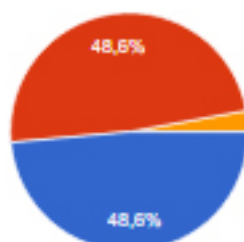
## Otros aspectos

¿Qué es lo primero que ve en los artículos?



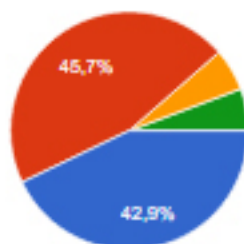
|                 |    |       |
|-----------------|----|-------|
| titular         | 12 | 34.3% |
| imagen          | 20 | 57.1% |
| otros elementos | 3  | 8.6%  |

Los titulares son:



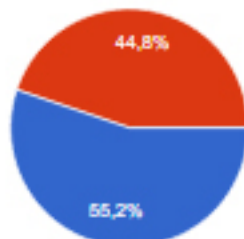
|               |    |       |
|---------------|----|-------|
| llamativos    | 17 | 48.6% |
| fácil de leer | 17 | 48.6% |
| pesados       | 1  | 2.9%  |

A lo largo del manual la lectura es:



|          |    |       |
|----------|----|-------|
| dinámica | 15 | 42.9% |
| ordenada | 16 | 45.7% |
| aburrida | 2  | 5.7%  |
| Otro     | 2  | 5.7%  |

Si eres de Enactus, luego de observar el manual:



|                       |    |       |
|-----------------------|----|-------|
| te gustaría obtenerlo | 16 | 55.2% |
| lo consultarías       | 13 | 44.8% |
| no es de tu agrado    | 0  | 0%    |

# ANEXO 5

## PRESUPUESTO DEL PROYECTO DE GRADUACIÓN - MANUAL DE EQUIPO ENACTUS

| ACTIVIDAD         | DESCRIPCIÓN  | COSTO      |
|-------------------|--|------------|
| Costo por hora    | Investigación (Q75 x 19 hrs.)                          | Q1,425.00  |
|                   | Creativa (Q150 x 152 hrs.)                             | Q22,800.00 |
|                   | Arte final (Q100 x 20 hrs.)                            | Q2,000.00  |
| Gastos indirectos | luz, agua, teléfono, internet, depreciación del equipo | Q914.30    |
| Gastos directos   | gasolina   | Q120.00    |
| Traducción        | traducción de inglés a español del Team handbook       | Q3,000.00  |
| Subtotal          |  | Q30,259.30 |
| Imprevistos       | 5% del subtotal  | Q1,512.97  |
| Subtotal          |  | Q31,772.27 |
| IVA               | 12% de impuestos                                       | Q3,812.67  |
| TOTAL             |  | Q35,584.94 |

Last minute

## Cotizador LastMinute

Productos : "Impresiones"  
Tamaño : "Carta (8.5" x 11)"  
Papel : "Couche"  
Color : "Color - Full Color"  
Unidades : 108  
Total : Q810.00

Productos : "Impresiones"  
Tamaño : "Doble Oficio (12" x 18)"  
Papel : "Husky"  
Color : "Color"  
Unidades : 2  
Total : Q36.00

## Mayaprin

Mildred Campos - Asistente de Gerencia  
49 Calle 24-03 zona 12, Guatemala, CA PBX: 2380-3200 Fax: 2380-3232  
mcampos@mayaprin.com

**MANUAL, TAMAÑO ABIERTO 11" X 17"/ TAMAÑO CERRADO 8.5" X 11", FULL COLOR TIRO Y RETIRO. PORTADA, EN HUSKY C-12 CON BARNIZ UV MATE TIRO. INTERIORES, EN COUCHE B-80, DOBLADOS, COMPAGINADO Y PEGADO AL CALOR. CONSTA DE 100 PAGINAS INCLUYENDO PORTADA Y CONTRAPORTADA.**

|     |       |   |           |
|-----|-------|---|-----------|
| 1   | ..... | Q | 2,545.00  |
| 25  | ..... | Q | 6,159.00  |
| 50  | ..... | Q | 9,803.00  |
| 100 | ..... | Q | 17,351.00 |

### ESTOS PRECIOS INCLUYEN IVA

Elementos que proporciona el Cliente: ARTE  
Observaciones de Pago: 50% ANTICIPO 50% CONTRAENTREGA  
Tiempo de Producción: 5 DIAS

Al aceptar esta cotización acepta el margen de 10% + ó -  
Quedando a la espera de sus apreciables ordenes, nos suscribimos,

## Docucentro

Silvia Alvarez  
2232-7791 / 2220-4108  
gvillatoro@docucentro.net

### 1 Manual

108 paginas full color tamaño carta Q5.00 cada una siendo un total de Q540.00  
Empastado con pastas tiro y retiro Q75.00

**TOTAL: Q615.00**

### 5 Manuales

540 paginas full color tamaño carta Q3.50 sidno un total de Q1,890.00  
Empastado con pastas tiro y retiro Q75 un total de Q375.00

**TOTAL: Q2,265.00**

### 25 Manuales

2,700 paginas full color tamaño carta Q3.00 un total de Q8,100.00  
Empastado con pastas tiro y retiro Q75 un total de Q1,875.00

**TOTAL: Q9,975**



El día miércoles 28 de octubre del 2015 se hizo la entrega oficial del manual de equipo a Stephany Blanco, Directora de Relaciones públicas y Desarrollo de Enactus Guatemala.





**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

MSc. Arquitecto  
Byron Alfredo Rabe Rendón  
Decano Facultad de Arquitectura  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Señor Decano:

Por este medio hago constar que he leído y revisado el Proyecto de Graduación **“DISEÑO GRÁFICO EDITORIAL PARA EL MANUAL DIRIGIDO A ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS ACERCA DE LOS LINEAMIENTOS PARA SER UN EQUIPO ENACTUS EN GUATEMALA.”**, de la estudiante ANDREA ROJAS PELLECCER de la Facultad de Arquitectura, carne universitario **201115053**, al conferírsele el Título de Diseñadora Gráfica en el Grado Académico de Licenciatura.

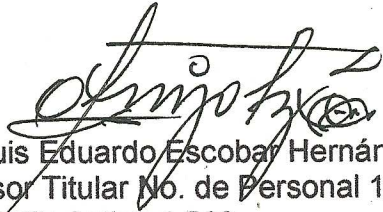
Dicho trabajo ha sido corregido en el aspecto ortográfico, sintáctico y estilo académico; por lo anterior, la Facultad tiene la potestad de disponer del documento como considere pertinente.

Extiendo la presente constancia en una hoja con los membretes de la Universidad de San Carlos de Guatemala y de la Facultad de Arquitectura, a los veintiocho días de enero de dos mil dieciséis.

Agradeciendo su atención, me suscribo con las muestras de mi alta estima,

Atentamente,

*Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández*  
COL. No. 4509  
COLEGIO DE HUMANIDADES

  
Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández  
Profesor Titular No. de Personal 16861  
Colegiado Activo 4,509

**“Diseño gráfico editorial para el manual dirigido a estudiantes universitarios  
acerca de los lineamientos para ser un equipo Enactus en Guatemala”**

Proyecto de Graduación desarrollado por:

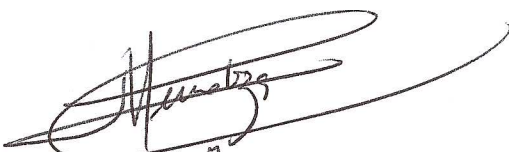


*Andrea Fernanda Rojas Pellecer*

Asesorado por:



*Licda. Erika Grajeda Godínez*



*Licda. Larisa Caridad Mendóza*



*Lic. Julio Martínez Anderson*

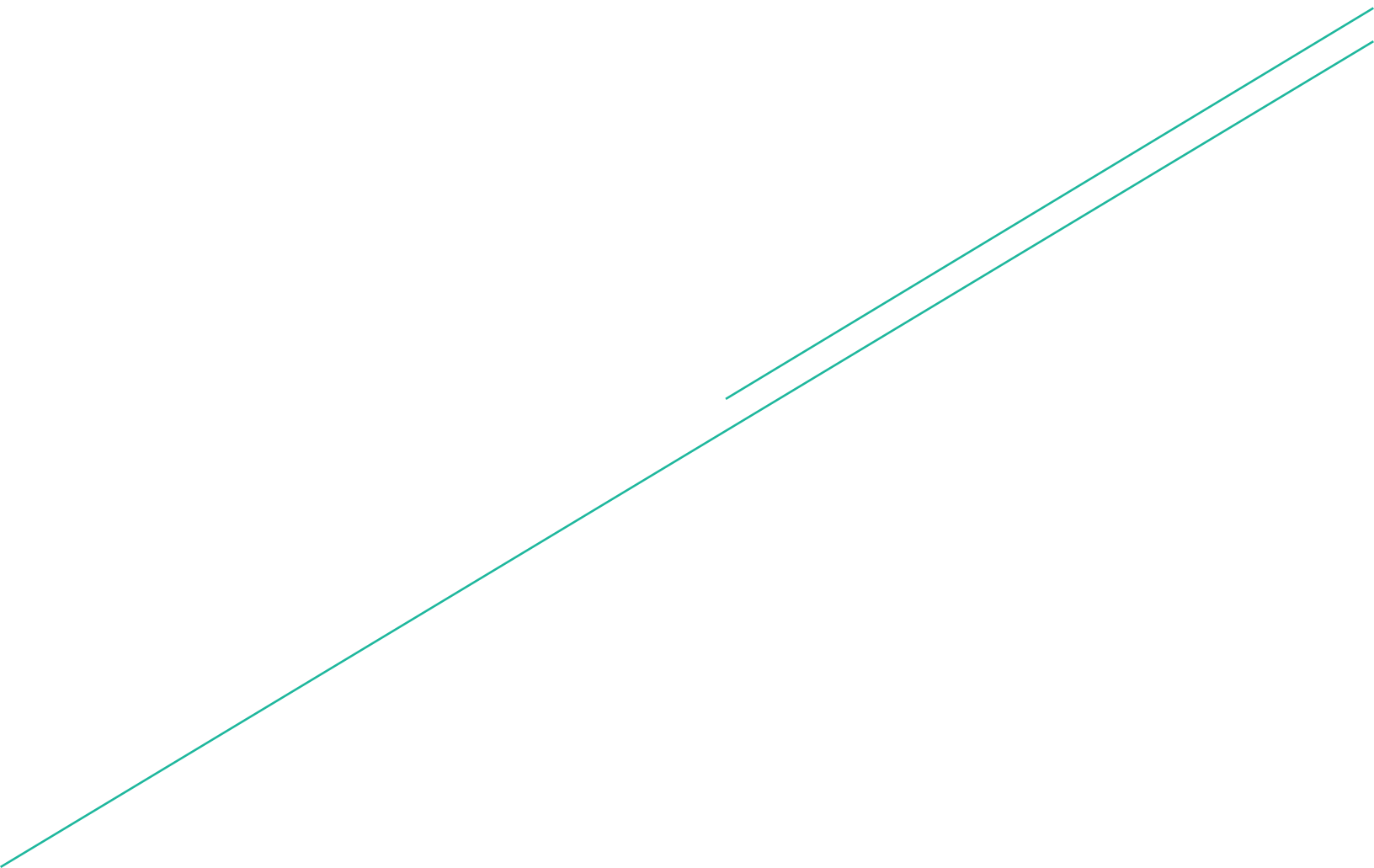
Imprímase:

**“ID Y ENSEÑAD A TODOS”**



*Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón*  
Decano





# DISEÑO GRÁFICO

# *Editorial*

para el manual dirigido a estudiantes  
universitarios acerca de los lineamientos  
para ser un equipo Enactus en Guatemala

