

Proyecto



Universidad de **Nariño**



VOLCÁN

Emprendimiento

DE • LA

Social

★ **ALEGRÍA** ★

2014

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL

VUELTA AL VOLCÁN DE LA ALEGRÍA

CRISTIAN ALEJANDRO SOLARTE ORTEGA

JAIME ALEXANDER ESTRADA MERA

RICARDO ANDRÉS CABRERA NOGUERA

Presentado a:

CARLOS CÓRDOBA CELY

Asesor

UNIVERSIDAD DE NARIÑO

FACULTAD DE ARTES

PROGRAMA DE DISEÑO

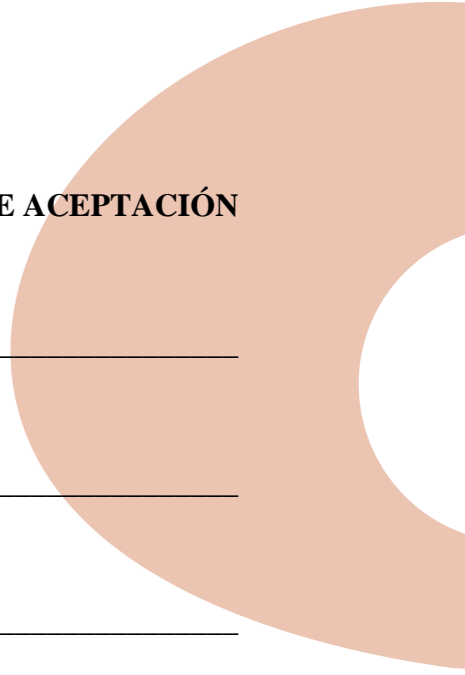
DIPLOMADO DESIGN THINKING

SAN JUAN DE PASTO

2014



NOTA DE ACEPTACIÓN



“Las ideas y conclusiones aportadas en el siguiente trabajo son responsabilidad exclusiva del autor” Artículo 1ro del Acuerdo No. 324 de octubre 11 de 1966 emanado del Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

DEDICATORIA

A los profesores por su guía, su enseñanza y los grandes aportes que nos ofrecieron, por cambiar nuestra concepción sobre el diseño; A mis compañeros de trabajo por el apoyo brindado; A Dios por la oportunidad de hacer parte de estos proyectos y A mi Madre por su esfuerzo y apoyo constante.

JAIME ALEXANDER ESTRADA MERA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mis padres y mi hermana, pilares fundamentales en mi vida, gracias por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi empeño, mi perseverancia para conseguir mis objetivos, Sin ustedes, jamás hubiese podido conseguir lo que hasta ahora.

Y a todas aquellas personas que, de alguna forma ayudaron de manera desinteresada y son parte de su culminación, Muchas gracias!

RICARDO ANDRÉS CABRERA NOGUERA

Como estudiante universitario de diseño, les dedico este trabajo a todos mis familiares que consagraron mucho de su tiempo y esfuerzo para que pueda concluir estos primeros pasos. igualmente, cada una de estas líneas a las personas que dieron lugar al nacimiento de la idea e implementación de este proyecto, a la comunidad de Genoy y principalmente a las mujeres GAMA, fuerza espiritual encabada en las montañas de ese hermoso corregimiento.

A mis maestros que en este trasegar de vida universitaria, influyeron con sus lecciones, experiencias y consejos en integrar mi conocimiento, como una persona de bien y preparada para enfrentar los retos que impone la sociedad moderna; a todos y cada uno de ellos y a los anónimos que aquí no aparecen les ofrezco estas ideas que de plasmarse en realidades, permitirán el desarrollo de sueños posibles en nuestra sociedad.

CRISTIAN ALEJANDRO SOLARTE ORTEGA

RESUMEN

El trabajo que a continuación se presenta expone la problemática de la falta de acceso a oportunidades educativas, económicas y laborales que impiden a las madres cabeza de familia del Corregimiento de Genoy implementar proyectos productivos de emprendimiento, además se propone superar la desintegración que existe alrededor de las dificultades que tienen estas mujeres, facilitando con ello la promoción de los productos gastronómicos y artesanales que aquellas saben elaborar. Lo anterior, partiendo de la idea de que las limitaciones económicas y educativas a las que se enfrentan corresponden a un fenómeno próximo respecto del cual el diseño también puede ofrecer soluciones para el emprendimiento.

El proyecto orientó sus objetivos también a la realización de una feria denominada “Vuelta al Volcán de la Alegría”, a través de la cual se expusieron los productos gastronómicos y artesanales elaborados por las madres cabeza de familia, en cuya ejecución además se tuvo en cuenta la disposición de elementos autóctonos de la región para resaltar su diseño.

ABSTRACT: this dissertation expose the difficulties to access to education, good economic level and appropriate employments which impede to mother's head of household to develop entrepreneurship's productive projects, beside this work propounds to overcome the disintegration that exists in the community around mother's head of household, making easier to promote the gastronomic and artisanal products they elaborate.

The project had as an objective to make a fair called “Vuelta al Volcán de la Alegría”, in this event mother's head of household in Genoy exposed their artisanal and gastronomic products, beside for mounting this fair there were taken into account some autochthonous elements from our region to highlight their design.

CONTENIDO

	Pág.
1. <u>INTRODUCCIÓN</u>	15
2. <u>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</u>	17
3. <u>OBJETIVOS GENERALES</u>	21
3.1. <u>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</u>	21
4. <u>JUSTIFICACIÓN</u>	22
5. <u>MARCO TEÓRICO Y METODOLOGÍA DE TRABAJO</u>	24
5.1. <u>Módulo de Descubrimiento</u>	24
5.1.1. <u>Matriz de Identificación de Información</u>	24
5.1.2. <u>Mapas Mentales</u>	24
5.1.3. <u>Recolección de Información</u>	24
5.1.4. <u>Ajustes Analógicos</u>	25
5.2. <u>Módulo de Interpretación</u>	25
5.2.1. <u>Netmap</u>	26
5.2.2. <u>Skateholders</u>	26
5.2.3. <u>Cardsorting</u>	26
5.2.4. <u>Matriz Multidimensional de Relación y Mapas de Empatía</u>	27
5.2.5. <u>Storytelling</u>	27
5.3. <u>Módulo de Ideación</u>	29
5.3.1. <u>Brainsketching</u>	29
5.3.2. <u>Linkography</u>	29
5.3.3. <u>Musicstorming</u>	29
5.3.4. <u>Feeling</u>	29
5.3.5. <u>Bodystorming</u>	30
5.3.6. <u>Superhéroes</u>	30
5.3.7. <u>Blueprint</u>	31
5.3.8. <u>Workflow y Modelos Hápticos</u>	31
5.4. <u>Módulo de Prototipado</u>	32
5.4.1. <u>Prototipos Conceptuales</u>	32
5.4.2. <u>Comunicación</u>	32
5.5. <u>Módulo de Evaluación</u>	33
5.6. <u>Proyecto Final</u>	34
6. <u>Productos Esperados</u>	36
6.1. <u>Ciclos de Capacitación</u>	36
6.1.1. <u>Descripción</u>	36
6.1.2. <u>Objetivos</u>	37
6.1.3. <u>Recurso Humano</u>	37
6.1.4. <u>Insumos</u>	37
6.1.5. <u>Usuarios</u>	37
6.1.6. <u>Validación</u>	37

6.1.7. <u>Conclusiones</u>	38
6.1.8. <u>Recomendaciones</u>	38
6.1.9. <u>Desarrollo Razón Social y Parte Gráfica</u>	38
6.2. <u>Chiva de la Alegría</u>	40
6.2.1. <u>Descripción</u>	40
6.2.2. <u>Objetivos</u>	40
6.2.3. <u>Recurso Humano</u>	41
6.2.4. <u>Insumos</u>	41
6.2.5. <u>Usuarios</u>	41
6.2.6. <u>Validación</u>	41
6.2.7. <u>Conclusiones</u>	42
6.2.8. <u>Recomendaciones</u>	43
6.3. <u>Ciclovía “Rumbo a Genoy”</u>	43
6.3.1. <u>Descripción</u>	43
6.3.2. <u>Objetivos</u>	43
6.3.3. <u>Recurso Humano</u>	43
6.3.4. <u>Insumos</u>	44
6.3.5. <u>Usuarios</u>	44
6.3.6. <u>Validación</u>	44
6.3.7. <u>Conclusiones</u>	45
6.3.8. <u>Recomendaciones</u>	45
6.4. <u>Feria Artesanal “Casetica de Genoy”</u>	46
6.4.1. <u>Descripción</u>	46
6.4.2. <u>Objetivos</u>	46
6.4.3. <u>Recurso Humano</u>	47
6.4.4. <u>Insumos</u>	47
6.4.5. <u>Usuarios</u>	47
6.4.6. <u>Validación</u>	48
6.4.7. <u>Conclusiones</u>	50
6.4.8. <u>Recomendaciones</u>	51
7. <u>Instituciones Vinculadas</u>	55
8. <u>Cronograma</u>	56
9. <u>Presupuesto</u>	57
10. <u>CONCLUSIONES</u>	59
11. <u>LISTA DE REFERENCIAS</u>	60
12. <u>ANEXOS</u>	61

LISTA DE FIGURAS

	<u>Pág.</u>		
<u>Figura No. 1: Mapa Mental</u>	24	<u>Figura No. 37: Infografía</u>	31
<u>Figura No. 2: Reunión Recolección de Información</u>	25	<u>Figura No. 38: Modelo Háptico</u>	32
<u>Figura No. 3: Diario de Observación</u>	25	<u>Figura No. 39: Prototipos Conceptuales</u>	32
<u>Figura No. 4: Ajuste Analógico</u>	25	<u>Figura No. 40: Comunicación – Redes Sociales</u>	33
<u>Figura No. 5: Workflow de Ajuste Analógico</u>	25	<u>Figura No. 41: Comunicación – Medios online</u>	33
<u>Figura No. 6: Exposición Netmap</u>	26	<u>Figura No. 42: Comunicación – Grupos Sociales</u>	33
<u>Figura No. 7: Netmap</u>	26	<u>Figuras No. 43 y 44: Módulo de Evaluación</u>	33
<u>Figura No. 8: Skateholders</u>	26	<u>Figuras No. 45 y 46: Workflow</u>	35
<u>Figura No. 9: Selección Skateholders</u>	26	<u>Figuras No. 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54: Validación ciclos de capacitación</u>	38
<u>Figura No. 10: Organización Cardsorting</u>	26	<u>Figura No. 55, 56, 57: Logotipo Madres Gama</u>	39
<u>Figura No. 11: Cardsorting</u>	26	<u>Figura No. 58: “Chiva de la Alegría”</u>	40
<u>Figura No. 12: Mapas de Empatía</u>	27	<u>Figuras No. 59, 60, 61, 62: Validación Usuario: “Chiva de la Alegría”</u>	41
<u>Figura No. 13: Mapas de Empatía</u>	27	<u>Figura No. 63: Inicio Cicloruta</u>	43
<u>Figuras No. 14, 15, 16: Matrices Multidimensionales</u>	27	<u>Figuras No. 64, 65, 66, 67: Validación Cicloruta “Rumbo a Genoy”</u>	44
<u>Figura No. 17: Mindmap</u>	27	<u>Figura No. 68: Feria Artesanal “Casetica de Genoy”</u>	46
<u>Figuras No. 18, 19 y 20: Historieta Storytelling</u>	28	<u>Figuras No. 69, 70: Desarrollo Stands</u>	47
<u>Figura No. 21: Storytelling del Proyecto</u>	28	<u>Figuras No. 71, 72, 73: Artesanía Regional “Bejuco”</u>	47
<u>Figuras No. 22 y 23: Historieta Storytelling</u>	28	<u>Figura No. 74: Estructura Carpa</u>	47
<u>Figuras No. 24 y 25: Brainsketching</u>	29	<u>Figura No. 75: Validación Cuentero</u>	48
<u>Figuras No. 26 y 27: Musicstorming</u>	29	<u>Figura No. 76: Exposición de producto</u>	48
<u>Figura No. 28: Feeling</u>	30	<u>Figura No. 77: Evento Musical</u>	48
<u>Figuras No. 29, 30, 31 y 32: Bodystorming: validación proyecto</u>	30	<u>Figuras No. 78, 79: Exposición Productos</u>	48
<u>Figuras No. 33 y 34: Superhéroes</u>	31	<u>Figura No. 80: Recreación</u>	48
<u>Figura No. 35: Blueprint</u>	31	<u>Figura No. 81: Recordatorio</u>	48
<u>Figura No. 36: Modelo Háptico</u>	31	<u>Figura No. 82: Chacharrero</u>	48
		<u>Figura No. 83: Infografía evento final</u>	53

LISTA DE ANEXOS

Anexo No. 1 Formato de Entrevista

Anexo No. 2 Análisis de los resultados de la entrevista

1. INTRODUCCIÓN

Este trabajo pretende exponer en forma concreta las razones por las cuales se hace necesario implementar un proyecto de emprendimiento social para obtener el título de Diseñador, como parte de la metodología del diplomado de Design Thinking, con un sobresaliente sector de la población como lo son las madres cabeza de familia del Corregimiento de Genoy, quienes debido a dificultades de tipo económico, educativo y social no han podido desarrollar ideas de emprendimiento que faciliten su acceso a un mejor nivel de vida.

Sumado a ello, el proyecto busca lograr la integración de la comunidad de madres cabeza de hogar con el Corregimiento propiamente dicho, pues de ese modo se facilita la promoción de los productos artesanales y gastronómicos en cuya elaboración se han especializado estas mujeres, permitiendo con esa estrategia que el proyecto de emprendimiento que se implementa se mantenga en el tiempo, y constituya una verdadera fuente de ingresos y de realización profesional para las madres.

Ante la falta de interés detectada por parte de los miembros de la comunidad del Corregimiento de Genoy frente al problema de la falta de oportunidades de las madres cabeza de familia, aquellas únicamente cuentan con opciones educativas sobre el emprendimiento desarrolladas en forma breve, y que no son de la mayor calidad, por lo cual resulta adecuado realizar programas de capacitación educativa con ellas, en aras de que el proyecto de emprendimiento se establezca y desarrolle en forma fija, así en este trabajo se muestran cuáles han sido dichos esquemas de capacitación.

Los anunciados ciclos de capacitación tienen que ver con temáticas como cultura de emprendimiento, creación de empresa y liderazgo, y desembocan en la realización de una feria artesanal que se denomina “*Vuelta al Volcán de la Alegría*”, que sirve como vitrina para la exposición de los productos elaborados por las madres cabeza de familia, tanto gastronómicos como de artesanía, el evento cuenta con cuatro servicios, a saber: (I) “La Chiva de la Alegría”, que aglomera un copioso número de personas para trasladarlas hasta el epicentro de la feria artesanal, no solo con fines publicitarios, sino además con el ánimo de resaltar los rasgos autóctonos de la región, (II) La cicloruta

“Rumbo a Genoy”, que pretende exponer el proyecto aprovechando las caravanas ciclísticas dominicales en ese sector, (III) “Cantores de Genoy” que también responde a la intención de destacar la originalidad artística de la región, y finalmente (IV) “Casetica de Genoy” que es el lugar donde exactamente se llevará a cabo la exposición de los productos elaborados por las Madres Gama.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Al inicio del Diplomado se ofrecen tres temáticas para el proyecto académico que se pretende desarrollar, emprendimiento social, espacios públicos y movilidad urbana, el grupo de trabajo escoge el área de emprendimiento social que resulta un espacio propicio para poner al servicio de una comunidad los conocimientos del diseño.

Como parte de la profundización en este enfoque de emprendimiento social, uno de los primeros descubrimientos que se hace es que los cambios sociales y sobre la dinámica de las relaciones de poder han generado modificaciones en la estructura común y tradicional de las familias, así el rol de la mujer en el hogar responde a esos desafíos, al punto que hoy en día se habla de la jefatura femenina en los núcleos familiares, que no se limita únicamente a factores económicos, sino de hecho al “sostenimiento social” (Velásquez, 2005) del hogar.

Las causas que han desencadenado este fenómeno hunden sus raíces en la historia y no son objeto de este proyecto, sin embargo, por ser de interés para la contextualización del grupo poblacional que ha servido de referente para este trabajo, es pertinente mencionar que han de tenerse en cuenta como fuente del surgimiento de la jefatura de hogar femenina variables como el bajo nivel educativo, el desplazamiento en algunos casos, ausencia de una vinculación laboral formal, falta de apoyo gubernamental, entre otros.

Esa falta de oportunidades es notable cuando las mismas estadísticas reflejan que en el campo laboral las madres cabeza de familia en su mayoría se vinculan con el sector de ventas de servicios sociales y personales, esfera al interior de la cual 1/3 son empleadas, la mitad trabajadoras independientes y tan solo un 8% son empleadoras (Rico, 2008).

La profunda desigualdad entre hombres y mujeres se traduce también en un disminuido acceso a servicios educativos para aquellas, más aun cuando son madres cabeza de familia, hecho que a su vez representa una desventaja en el mercado laboral puesto que éstas únicamente logran ubicarse en trabajos con escasa remuneración, disminuyendo así el promedio de sus ingresos.

La problemática es de tal magnitud que conforme a las estadísticas, en América Latina el número de hogares con madres jefas de hogar representa alrededor de 1/3 del total de hogares¹, además de que en este continente la pobreza afecta más a las mujeres porque éstas participan menos en el mercado laboral formal y perciben remuneraciones más bajas (Rico, 2008).

Si se observa la historia, inclusive desde la época colonial cuando existían patrones patriarcales machistas muy marcados, se puede notar la presencia de madres cabeza de hogar que bajo las denominaciones de concubinas o de la llamada “ilegitimidad” constituían una forma alternativa de conformación de la familia de la época (Martínez, 2012).

Igualmente, la condición de madre cabeza de familia genera una serie de consecuencias en su entorno que no pueden pasar desapercibidas, así su acceso limitado a empleos bien remunerados obedece entre otras causas a la responsabilidad de tener a su cargo hijos menores de 5 años cuyo cuidado no pueden delegarlo en cualquier persona, lo que a su vez podría dar lugar a una reproducción intergeneracional de carencias.

Observando con detenimiento las ocupaciones principales de quienes ejercen la jefatura de hogar en relación con su grado de escolaridad, podría concluirse que aquellas generalmente cuentan con la enseñanza básica de primaria y secundaria, y en algunos eventos solo de la primera, por lo que resulta casi un común denominador que deban dedicarse a actividades laborales por cuenta propia, es decir dentro del sector informal de la economía, y el reducido grupo que alcanza a vincularse con empresas del ámbito privado se enfrentan a dobles jornadas de trabajo para poder reunir los recursos que estrechamente les permitan cubrir sus necesidades y las de su familia, con lo cual además sacrifican tiempo y calidad en lo relativo a la atención de su hogar.

Lo descrito además encierra una forma de subempleo que coincide también con prácticas de explotación laboral a las que se ven sometidas las madres cabeza de familia, frente a las que en muchas oportunidades no pueden reaccionar y exigir sus

¹ <http://www.revistahumanum.org/blog/sobre-pobreza-y-familia-madres-jefas-de-hogar-y-hogares-biparentales/>

derechos por miedo a perder su única fuente de ingreso, lo cual disminuye sus posibilidades de crecimiento personal y laboral.

Relacionando lo dicho en las anteriores líneas, cabe señalar que ante la necesidad de velar por sus hijos y de mantener una fuente de ingreso constante para su autosostenimiento económico, estas madres cabeza de familia se ven obligadas a optar por trabajos de tiempo flexible, informales como ya se dijo, accesibles y en últimas compatibles con ese rol de madre que vela por su descendencia. Adicional a ello, dado que la mayoría de estas mujeres no tienen con quien dejar a sus hijos, recurren a vecinos, hermanos mayores, jardines escolares o incluso los dejan solos, hecho que genera que los menores se vuelvan responsables a una temprana edad.

Se puede precisar entonces, que a diferencia del género masculino las mujeres que ejercen el liderazgo en sus hogares gestionan y organizan la vida cotidiana ganando reconocimiento y autoridad como jefas de hogar en el espacio de la vida privada, más aun cuando como se ha visto su administración no se limita al factor económico y al sostenimiento financiero de la familia, aspecto que sin restarle importancia se suma al mantenimiento moral y social de la misma.

Lo anterior, pone de presente una problemática que no es ajena a nuestra región, tanto así que en el medio es común encontrar grupos de madres cabeza de familia que agrupadas al interior de pequeñas comunidades intentan impulsar proyectos productivos, se trata entonces de un fenómeno social frente al cual pueden plantearse eventuales soluciones, no únicamente desde el ámbito estatal, sino también desde el plano académico, de modo que áreas como el diseño están en capacidad de ofrecer medios y recursos educativos y de emprendimiento social a este grupo de madres jefas de hogar.

Así, el problema sugerido es cercano, motivo por el cual se centró la atención en el Corregimiento de Genoy que cuenta con un numeroso grupo de madres cabeza de familia, quienes enfrentan difíciles condiciones laborales que les impiden realizar sus proyectos de desarrollo, aquí debe tenerse en cuenta que entran en juego factores como el contexto social, la cultura local, el tradicional dominio masculino y el atraso económico.

Durante el trabajo con las madres cabeza de familia del Corregimiento, se observó que su entorno social es una comunidad desunida y un tanto individualista, en la que no existen redes de colaboración que involucren a todos los habitantes, de hecho, en ocasiones la extrema timidez, que es un rasgo característico de la idiosincrasia genoyense, genera que muchas de estas mujeres acallen sus ideas de emprendimiento social, a causa muchas veces de patrones culturales machistas que no las reconocen como personas capaces de liderar grandes iniciativas de empresa, y que bajo la falsa idea de que el género masculino es superior, reprime la expresión de sus ideas.

Las situaciones de discriminación y maltrato de las que son víctimas las madres que ejercen la jefatura femenina, ha tocado de cerca el Corregimiento de Genoy, al punto de que allí se han dado recientes y graves casos de feminicidios que han conmovido a la sociedad nariñense, y que evidencian que aquellas sufren con mayor intensidad los efectos de la violencia doméstica y el recorte de libertades, con lo cual se demuestra que la problemática de falta de acceso de este grupo poblacional a oportunidades de emprendimiento empresarial es muy cercana, y por ende, requiere atención.

En ese contexto, y como parte del objeto de investigación, surge pertinente entonces formularse la siguiente pregunta ¿Las limitaciones educativas y económicas impiden a las madres cabeza de familia del Corregimiento de Genoy desarrollar proyectos productivos para su comunidad?

3. OBJETIVO GENERAL

Fortalecer la participación de las madres comunitarias en la generación de proyectos productivos para su comunidad, con un enfoque de integración de la población, fomentando el desarrollo cultural y social de la región, y promoviendo su organización, por medio de actividades concretas e incentivos que se concretan en ciclos de capacitación, y que activan la unión del Corregimiento alrededor de un propósito común, para abordar una posible solución a las problemáticas relacionadas con las limitaciones económicas y educativas de las madres comunitarias.

3.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Generar espacios de capacitación y actividades conjuntas para el desarrollo de proyectos.
- Impulsar la creación de productos artesanales y gastronómicos, elaborados por las madres cabeza de familia, mediante una feria artesanal a fin de mejorar aspectos de manufactura y de producción.
- Publicitar los productos elaborados por las madres cabeza de familia del Corregimiento de Genoy, como parte de una estrategia de superación de sus limitantes económicas y educativas.
- Fomentar el espíritu de emprendimiento de las madres cabeza de hogar del Corregimiento de Genoy, con la finalidad de que los productos y servicios de los que van a hacer uso puedan mantenerse en el tiempo, lo anterior con el apoyo de actividades lúdicas como cuenteros, música y guías turísticos.

4. JUSTIFICACIÓN

Primeramente debe tenerse en cuenta que las mujeres que ejercen la jefatura en el hogar constituyen uno de los principales grupos sociales excluidos de las ventajas del desarrollo económico, situación que las expone con mayor énfasis a circunstancias de pobreza.

Resulta curioso que a pesar del creciente reconocimiento que se brinda a las mujeres que ejercen la jefatura de sus hogares, la sociedad en general siga definiendo ese liderazgo al interior del hogar a partir de la ausencia de pareja, conclusión que no puede ser así de absoluta si en cuenta se tiene que en muchas ocasiones esa jefatura femenina obedece a la conformación de núcleos familiares extensos en los que lideran la familia las abuelas, hijas, etc.

Este análisis no puede dejar de lado que este grupo de mujeres mantiene sumado a las varias responsabilidades ya descritas, una enorme carga laboral en lo referente al trabajo doméstico, que se invisibiliza en la cotidianidad del trajín del diario vivir, pues pareciera que la rutina de levantarse, preparar el desayuno, arreglar los niños para el colegio, trabajar, etcétera, pasa desapercibida y no es valorada.

Justamente ese contexto, es el que ha motivado el estudio de la situación de las madres cabeza de familia en un sector característico de esta región, como lo es el Corregimiento de Genoy, puesto que la realidad a la que ellas se enfrentan no es ajena al contexto local, y entonces en ese escenario es pertinente que el diseño responda a esta problemática ofreciendo una solución práctica y eficaz.

Así, debe resaltarse que la economía local del Corregimiento de Genoy se encuentra estancada, hecho que junto a las dificultades de tipo educativo, explica las limitaciones de las madres cabeza de familia frente al acceso a oportunidades productivas, la escasez de espacios de capacitación y la falta de interés por parte de la comunidad, han repercutido negativamente frente a este grupo de mujeres, lo cual hace necesario que se planteen estrategias de solución a través de la generación de productos y servicios.

La implementación de espacios de capacitación generan beneficios para la comunidad de madres cabeza de familia del Corregimiento de Genoy en la medida en que se logra la aplicación de métodos de enseñanza más acordes a sus necesidades, que les brinden alternativas de desarrollo mucho más efectivas; asimismo, puede contarse como otro beneficio la superación de la desintegración y falta de solidaridad de la comunidad del Corregimiento, pues se pone en marcha un proyecto productivo alrededor del cual se congrega este grupo de personas.

Igualmente, se fomentan escenarios de apropiación de lugares característicos de la región, resaltando aspectos culturales y turísticos del Corregimiento, así como el desarrollo del trabajo en equipo.

5. MARCO TEÓRICO Y METODOLOGÍA DE TRABAJO

La metodología se basa en el proceso de “Design Thinking”, constituida a partir de seis módulos que a continuación se describen:

5.1. Módulo de Descubrimiento

El primer módulo de “Descubrimiento” se subdivide a su vez en seis temáticas: (I) Epistemología, (II) Identificación de fuentes de inspiración, en el que se hace uso de herramientas como mapas mentales, (III) Sumergimiento en el contexto, utilizando entrevistas y cambios de roll, (IV) Inspiración en ajustes análogos, (V) Aprendizaje de expertos, y (VI) Aprendizaje de usuarios a través de diarios de observación.

5.1.1 Matriz de identificación de información: en esta fase de descubrimiento, una vez se enfocó el área de emprendimiento social como campo de estudio, y se seleccionó como espacio territorial el Corregimiento de Genoy, se indagó qué tipo de problemas existían, valiéndose de herramientas como entrevistas, inmersión en el contexto y la documentación propia, así en últimas lo que se identificó era el llamado “problema perverso”, para luego delimitarlo a partir de preguntas sencillas como ¿Qué sucede? ¿Por qué sucede? ¿Cómo puede solucionarse? y ¿A quién le sucede?

5.1.2 Mapas Mentales: la información antes encontrada, debía ser esquematizada de tal manera que se pudiera visualizar la problemática encontrada en el Corregimiento de Genoy.



Figura No. 1

5.1.3 Recolección de Información: En esta etapa se hicieron visitas al Corregimiento, se buscó información en las autoridades locales que sirvieron de puente para entrar en contacto con las madres cabeza de familia, a quienes

finalmente se les entrevistó, y que gracias a una de sus líderes, suministraron valiosa información para identificar la problemática que les rodeaba. Aquí se hizo uso de herramientas como diarios de observación y skateholders para visualizar y analizar al usuario en sus diferentes roles y actitudes.



Figura No. 2



Figura No. 3

5.1.4 Ajustes Analógicos: fueron de gran utilidad como parte de una estrategia para ajustar la formulación del problema detectado, y así proponer inicialmente soluciones alternativas, sirviendo entonces como referente proyectos de emprendimiento social llevados a cabo en la sede de La Cocha, a partir de los cuales se plantearon ideas de mejoramiento de los mismos que puedan implementarse con mayor facilidad.

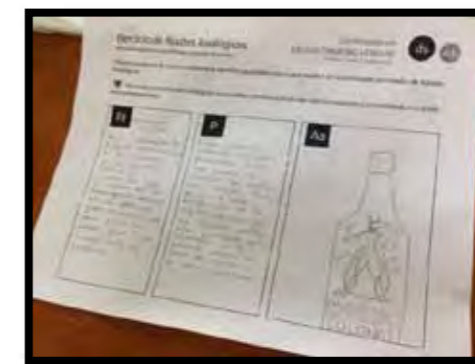


Figura No. 4



Figura No. 5

5.2. Módulo de Interpretación: comprende los siguientes tópicos: (I) visualización de ideas destacadas, empleando para ello mapas de empatía, (II) visualización de ideas por esquemas, (III) captura de lo aprendido, utilizando *storytelling*, y (IV) matrices multidimensionales.

5.2.1. Netmap: con esta herramienta se articuló una red de vínculos entre actividades, el escenario del Corregimiento de Genoy y los actores, que para nuestro caso, son las madres cabeza de familia; todo ello, con el fin de categorizar la información obtenida.



Figura No. 6

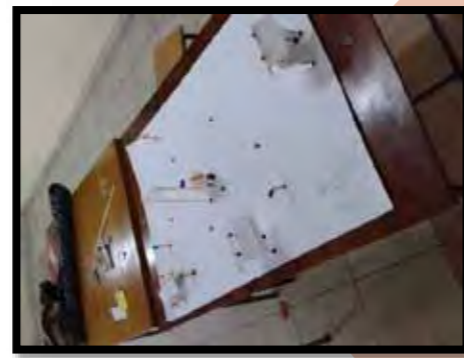


Figura No. 7

5.2.2. Skateholders: el uso de esta herramienta permitió descubrir y analizar en detalle, a cada una de las partes interesadas.

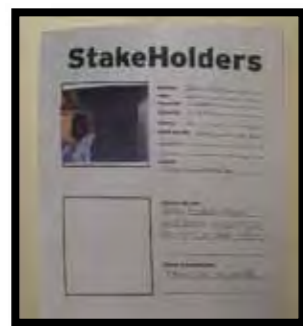


Figura No. 8



Figura No. 9

5.2.3. Cardsorting: a partir de los resultados obtenidos en las entrevistas, se logró observar cómo los usuarios se agrupan y asocian entre sí, se pretende confrontar las conclusiones que el ejercicio de netmap arrojó, para que los resultados obtenidos sean iguales para todos los usuarios, y así resulten todos incluidos en la investigación.



Figura No. 10



Figura No. 11

5.2.4 Matriz Multidimensional de relación y Mapas de Empatía: básicamente a través de esta herramienta se decantó, clasificó y categorizó la información recogida para darle paso a acciones concretas, para empezar a darle sentido a los resultados hasta allí obtenidos y definir una visión más clara frente al problema planteado en principio, así por ejemplo a través de la aplicación de matrices multidimensionales de relación y mapas de empatía, se realizó un análisis más cercano de la temática, buscando incluso contradicciones entre los criterios diversos del grupo.



Figura No. 12



Figura No. 13

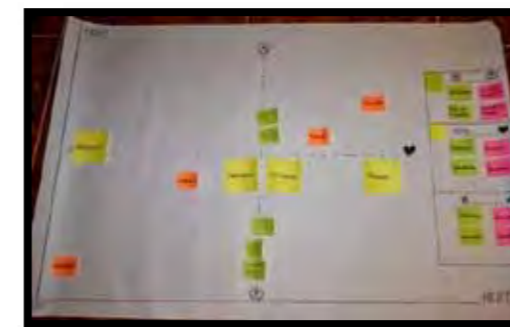


Figura No. 14

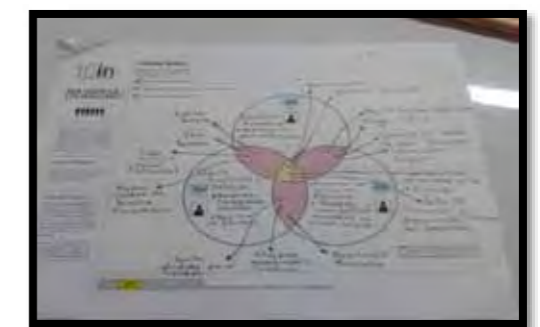


Figura No. 15

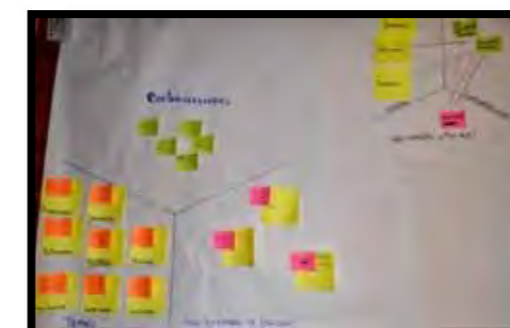


Figura No. 16



Figura No. 17

5.2.5 Storytelling: a través de esta herramienta se logró organizar la información encontrada en el anterior módulo de descubrimiento, lo cual permitió más allá de tener acceso a un elemento útil para el prototipado que se haría con posterioridad, obtener nuevas ideas para el proyecto, así se facilitó sintetizar la información encontrada a través de las entrevistas, las observaciones, entre otras.



Figura No. 18



Figura No. 19



Figura No. 20

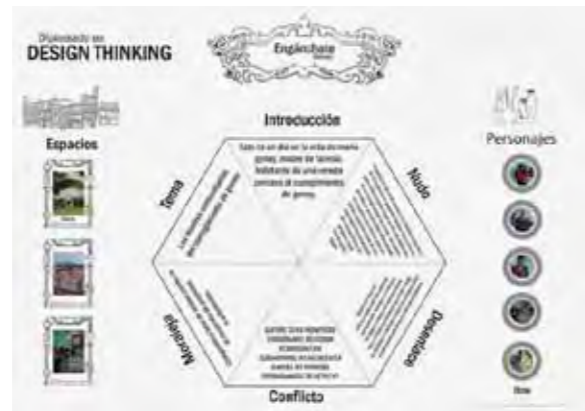


Figura No. 21



Figura No. 22



Figura No. 23

5.3. Módulo de Ideación: abarca: (I) selección de ideas prometedoras, (II) imposición de restricciones, teniendo en cuenta *checklist* y parámetros de diseño, (III) actividades hápticas, en las que se recurre a danza creativa, *bodystorming* y *musicstorming*, (IV) bocetación emotiva y morfológica, (V) bocetación colectiva, (VI) bocetación rediseño.

5.3.1 Brainsketching: este instrumento académico sirvió para plasmar la idea del problema, y por ende una idea temprana de solución al mismo.



Figura No. 24



Figura No. 25

5.3.2 Linkography: los investigadores, a partir de las ideas de terceros, elaboran conclusiones y así elaboran nuevas propuestas, o mejoran las que ya habían obtenido.

5.3.3 Musicstorming: constituye una herramienta para la generación de ideas a través de la música, de tal manera que se pueda captar o extraer una idea en forma rápida.



Figura No. 26



Figura No. 27

5.3.4 Feeling: igualmente, para la generación de ideas se hizo uso de esta herramienta, que facilitó la interacción y participación de personas externas a los grupos de trabajo, ampliando la formación de los equipos para que con apoyo en elementos lúdicos se generen nuevas ideas que resulten en posibles soluciones para el problema planteado.



Figura No. 28

5.3.5 Bodystorming: haciendo uso de expresiones corporales también se crearon ideas, dramatizando procesos, conceptos, productos y servicios con el fin de innovar planteamientos en torno al problema propuesto.



Figura No. 29



Figura No. 30



Figura No. 31



Figura No. 32

(Véase el siguiente link: <http://www.youtube.com/watch?v=v1H2CJDS7OQ>)

5.3.6 Superhéroes: este elemento académico como el de la creación de superhéroes, permitió sugerir un problema de diseño, que luego éstos solucionaron, así en la práctica haciendo el ejercicio en nuestro caso con la “Superma” cada uno de los poderes de esta superhéroe se tradujo en una solución real, esto es, productos y servicios, como salida a la problemática planteada. Véase el siguiente link: <https://plus.google.com/u/0/communities/106533952265883224757>



Figura No. 33



Figura No. 34

Véase también el siguiente link:

<https://plus.google.com/u/0/communities/106533952265883224757>

5.3.7 Blueprint: haciendo uso de esta herramienta, se logró también categorizar y esquematizar la información obtenida hasta ese momento.



Figura No. 35

5.3.8 Workflow y Modelos Hápticos: a través de ellos se plasmaron las ideas de forma gráfica, imprimiéndole organización al proyecto de “Vuelta al Volcán de la Alegría”, esquematizando las tareas propuestas en aras de conseguir la realización de las actividades planteadas.



Figura No. 36



Figura No. 37



Figura No. 38

5.4. Módulo de Prototipado: contiene como temáticas: (I) prototipos conceptuales “storytelling”, (II) prototipos conceptuales “evaluación afectiva” (III) prototipos formales de evaluación holística, y (IV) prototipos funcionales, de modo que a través del conocimiento y exploración de los diversos prototipos, se obtuvo la visión de las experiencias de los usuarios, para evaluar qué iba bien hasta ese momento, qué fallas se presentaron y las posibles causas de las mismas, para reorientar y reorganizar el proyecto.

5.4.1 Prototipos Conceptuales: se busca con este instrumento generar ideas en torno a los métodos que se pueden aplicar con los usuarios, para que experimenten la solución que se ha perfilado a la problemática planteada a lo largo de la investigación.



Figura No. 39

Véase también el siguiente link:

<https://plus.google.com/u/0/communities/106533952265883224757>

5.4.2. Comunicación: se crearon medios de difusión del evento, para conocer así la reacción del público a la solución planteada, fijándose anuncios en redes sociales y otros medios de difusión electrónicas, afiches, entre otros.



Figura No. 40



Figura No. 41



Figura No. 42

5.5 Módulo de Evaluación: incluye: (I) construcción de alianzas colectivas creativas, (II) construcción de alianzas colectivas empresariales, (III) construcción de comunidades de redes profesionales, (IV) construir comunidades de redes sociales; en este punto, se efectuó una especie de desglose del proyecto, distribuyendo las actividades que se iban a realizar, enlistando los recursos materiales y humanos que debían tenerse en cuenta, para finalmente clasificar lo obtenido. Seguidamente, a partir de las instrucciones sobre el manejo y uso de la publicidad en las redes sociales, se intentó ofrecer a los usuarios indirectos el conocimiento y la información necesaria sobre el proyecto que se pondría en marcha.



Figura No. 43



Figura No. 44

5.6 Proyecto Final: finalmente el sexto módulo que se concreta en las asesorías ofrecidas frente al documento y al producto.



Figura No. 45





Mujeres ga.m.a. (galeras madres artesanas) un proyecto de emprendimiento social conformado por madres cabeza de familia, madres comunitarias y madres adolescentes del municipio de genoy en ayuda con estudiantes de Diseño de la Universidad de Nariño



VOLCAN DE LA ALEGRÍA
19 de Enero de 2014

El proyecto pretende promocionar y dar a conocer los productos gastronómicos y artesanales de la región, mediante un proceso de gestión creativa, con capacitación, promoción, divulgación y realización de un evento que incentive la organización social y la calidad de vida de esta comunidad.

CULTURA
CREATIVIDAD
MUJERES
EMPRESARIADO

Gestion	Promoción y Divulgación	Evaluación e Implementación	Adecuación de Espacio	EVENTO					
				Cidronota	La Chiva	Feria	Musica	Cultura	Comunicación
Permisos	Creación de Marca	Evaluación	Carpa	Permisos	Información	Difusión	Técnico de sonido	Cuentero (buzón)	Chacharrero (buzón)
Patrocinios	Campaña Publicitaria	Mejoramiento	Stands	Acompañamiento y Seguridad	Punto de Salida	Distintivo Madres	Equipos	Exposición de productos	Zona de Fotografías
Presupuesto	Expectativa	Adecuación	Ruta	Grupo de logística	Grupo de logística	Puestos de trabajo	Grupo de danzas		Recuerdos
Grupo Base	Lanzamiento	Presentación	Chiva	Ruta	Recorrido	Apertura	Grupo musical		Proyección
Recursos	Difusión		Puestos	Zona de Hidratación	Acustica	Organización y Logística	Ambientación		Material Audiovisual
Materia Prima	Elementos publicitarios		Silletería	Publicidad	Guía Turística	Dar a conocer el arte			Interacción con los Usuarios
	Flyers			Juegos	Llegada	Degustaciones			
	Pasacalles					Equipos			
	Afiches								
	Btl								
	Cuñas								

Figura No. 46

6 PRODUCTOS ESPERADOS

Mediante el proceso de “*Design Thinking*” y gestión creativa se elaboró un sistema o servicio de ayuda cooperativa, de la que se desencadenó la elaboración de diferentes productos tanto gastronómicos como artesanales, propios del Corregimiento de Genoy, con la ayuda de recursos humanos que brindaron capacitación al grupo de madres cabeza de familia. El sistema unió varios entes del sector urbano hacia el sector rural, fortaleciendo el desarrollo social y económico del corregimiento, para ello se llevaron a cabo las actividades que a continuación se describen.

Para empezar el proyecto se denominó “*Vuelta al Volcán de la Alegría*”, que se escogió en forma concertada con el grupo de trabajo de madres cabeza de familia, sobre todo porque dada la ubicación geográfica del Corregimiento que se encuentra en cercanía con el volcán, esa denominación imprimió un sello de identidad.

6.1. Ciclos de capacitación

6.1.1. Descripción: se trata de espacios educativos que se llevaron a cabo durante dos horas semanales los días miércoles, en un horario de 3 a 5 p.m., en las instalaciones del colegio del Corregimiento, con un grupo aproximado de 15 madres cabeza de familia. Inicialmente lo que se hizo fue explicar en qué consistía el proyecto, los objetivos del mismo, y respecto del grupo investigador, puede decirse que se obtuvo un mayor conocimiento de la región, y de la problemática que envolvía a las madres cabeza de familia.

Los ciclos de capacitación versaron sobre tópicos como cooperativismo, el trámite legal para la creación de cooperativas, así como sobre la creación de empresa, liderazgo, identidad como grupo líder y otros aspectos culturales, y en forma práctica se les capacitó sobre la elaboración de figuras navideñas y manipulación de alimentos, sobre esta última temática vale la pena indicar que inicialmente el grupo de estudiantes recibió la capacitación pertinente para trasmitirla a las madres G.A.M.A, especificando qué normas de higiene y públicas debían tenerse en cuenta, ello permitió la gestión de la entrega de carnés que acreditaran la formación en esa área para las madres jefas de hogar, quienes tuvieron que presentar exámenes de salud y conocimientos sobre el tema.

El grupo de madres recibió también información sobre el material con el cual se elaboraron las carpas, esto es, su origen, la forma en qué debe ser trabajado, su implementación, y además como parte del enfoque de identidad como grupo líder, se entregaron camisetas bordadas a las madres miembros del grupo de trabajo como distintivo en relación con los organizadores, las cuales llevaban impreso el logo de las madres GAMA.

6.1.2. Objetivos: afianzar el potencial de emprendimiento de las madres, y optimizar los productos artesanales y gastronómicos que paulatinamente fueron elaborando en desarrollo de las capacitaciones. A la par, se pretendía también agrupar a las madres en torno al proyecto planteado, generando así un sentimiento de pertinencia y mayor cohesión entre ellas.

6.1.3. Recurso Humano: grupo investigador, capacitadores de la Alcaldía Municipal sobre manipulación de alimentos, capacitadores profesionales sobre cooperativismo, lencería, liderazgo y creación de empresas.

6.1.4. Insumos: videobind, computador, materia prima para la elaboración de figuras navideñas (algodón, tela, botones, hilo, agujas, marcadores, plantillas, colbón, tijeras, bisturís, papel, nylon, bolas de icopor, lápices), tablero, bombas.

6.1.5. Usuarios: básicamente fueron las madres cabeza de familia del corregimiento de Genoy, aquí cabe señalar que en principio asistía a las sesiones un grupo numeroso de madres cercano a las quince, que con el pasar de las semanas fue disminuyendo a ocho, a partir de la realización del *bodystorming* se incrementó el número de madres asistentes y se mantuvo en el rango de 10 a 12, puesto que dicha actividad sugirió mayor credibilidad para el proyecto y para el grupo realizador.

6.1.6 Validación del Usuario



Figura No. 47



Figura No. 48



Figura No. 49



Figura No. 50



Figura No. 51



Figura No. 52



Figura No. 53



Figura No. 54

6.1.7. Conclusiones: como resultado de estos ciclos de capacitación se logró que las madres cabeza de familia realizaran una adecuada aprehensión de los conocimientos transmitidos, que más adelante pondrían en práctica durante la actividad de la feria artesanal; y aunado a ello, se logró que las madres dimensionaran la importancia de trabajar en equipo, y trabajaran en forma mancomunada, mucho más integradas que al principio.

6.1.8 Recomendaciones

- Intensificar y diversificar los ciclos de capacitación en el campo teórico y práctico.
- Interrelacionarse con otros grupos de madres cabeza de familia.

6.1.9 Desarrollo Razón Social y parte gráfica

Sobre el diseño del logotipo se puede precisar que es conformado por la unión de cuatro módulos que significan Mujeres, Emprendimiento, Cultura y Creatividad; cada módulo simplifica una fumarola que observándolo detenidamente forma la simplificación del volcán y encima un corazón que nos conecta con nuestro regionalismo y a querer el lugar donde vivimos.



Figura No. 55

Este pictograma denota agilidad y calidez, ya que no se desprenderá de los bastantes usos que se le dará en el evento como en la identidad del grupo de madres. Este imago tipo que se usará para el grupo de Mujeres Gama, compuesta por un anagrama que significa Galeras Madres artesanas y además de un círculo que muestra la unión en el grupo a través de la simplificación de un abrazo y el número de valores que queremos dar a conocer.



6.2. “Chiva de la Alegría”



Figura No. 58

6.2.1. Descripción

Las chivas o buses escalera son vehículos de transporte artesanal, típicos y emblemáticos de la región, que en nuestro país hicieron su primera aparición desde el año de 1930, y que hoy en día constituyen una gran atracción turística, el grupo de trabajo optó por el alquiler de tal medio para la ejecución del proyecto.

La Chiva fue contratada por el grupo organizador para resaltar un elemento característico de la cultura regional, que inclusive fue contactada con personas del mismo Corregimiento quienes prestaron su colaboración para la contratar este servicio, así como apoyo a este medio de transporte y para poder aglomerar mayor número de personas se hizo uso de un bus privado que transportara a los asistentes al evento de manera gratuita y como una manera de promover los productos que se ofrecieron.

6.2.2. Objetivos: reunir y aglomerar personas en la Plaza de Nariño de la ciudad de Pasto, con el fin de motivar su desplazamiento hasta el corregimiento de Genoy, a fin de

que conozcan en detalle el proyecto desarrollado, y a la vez, los productos que las madres cabeza de familia pusieron a disposición de la comunidad.

6.2.3 Recursos Humanos: el grupo investigador debió gestionar los correspondientes permisos ante las autoridades competentes para la puesta en marcha del evento, guía turístico, Policía Nacional, mano de obra externa.

6.2.4. Insumos: para su puesta en escena, esta “Chiva de la Alegría” requirió de la instalación de elementos acordes con la publicidad del evento, es decir, que identificaran el carácter social del proyecto en el Corregimiento, tales como, bombas, papel, cinta decorativa, listones, gasolina. Aquí vale especificar, que además de la Chiva, fueron contratados dos buses privados más.

6.2.5. Usuarios: la expectativa que se tenía era que asistieran cerca de 70 personas, y el día del evento concurrieron entre 90 a 100 personas.

6.2.6 Validación del Usuario



Figura No. 59



Figura No. 60



Figura No. 61



Figura No. 62

Entrevistas

PREGUNTA: Según su opinión, ¿dónde deberíamos mejorar?

- ✓ RESPUESTA NO. 1: *“mejorar un poco en la organización del transporte”*
- ✓ RESPUESTA NO. 2: *“Deberían mejorar en el tiempo del transporte porque los buses se fueron temprano como a las 2 de la tarde y el evento creo que continuó hasta las 4”.*
- ✓ *“El evento fue espectacular estuvo bien, nos transportamos en chiva llegamos súper cómodos y todo muy bien organizado, los productos estuvieron muy ricos, consumimos frito, consumimos helados y la mazamorra, estuvieron los productos en buen estado. Estuvo muy organizado, al bajarnos de la chiva nos entregaron tiquetes para que volviéramos a subir y regresar a la ciudad cómodamente, yo creo que no le faltó nada, estuvo perfecto”.*
- ✓ *“Una idea muy buena transportar a la gente en chiva ya que es un medio de transporte que se está dejando de utilizar”*
- ✓ *“Poder hacer deporte y conocer un lugar que de pronto visito y antes tal vez no se tuvo la oportunidad como ahora de compartir con la gente de la región”.*

6.2.7 Conclusiones

- La Chiva se convirtió en un medio de transporte atractivo, llamativo y que cumplió su finalidad de reunir el mayor número posible de asistentes al evento, y sumado a ello, fue una gran herramienta de apoyo para la promoción de la Feria Artesanal.
- La circunstancia de que haya sido un medio de desplazamiento gratuito y dispuesto por personas oriundas del Corregimiento, llamó mucho la atención de los asistentes, y se convirtió en un elemento de enganche que debe ser aprovechado.
- El apoyo de la guía turística fue de gran ayuda, en la medida en que gracias a su intervención se hicieron paradas durante el recorrido, en las que se trató de rescatar aspectos autóctonos de la región, lo cual fue bien recibido por los asistentes toda vez que más allá de lo que pudieron aprender, valoraron el hecho de poder transportarse en un medio diferente al tradicional, al punto que respecto de los buses tradicionales, las personas le dieron prelación y sintieron más gusto por la chiva.

6.2.8 Recomendaciones

- Aprovechar las ventajas que ofrece este tipo de transporte, y contratar otra Chiva para el transporte de personas.

6.3. Ciclovía “Rumbo a Genoy”



Figura No. 63

6.3.1 Descripción: se implementó una cicloruta para aprovechar las caminatas ciclísticas que domingo a domingo transitan por el Corregimiento. El recorrido inició simultáneamente con la “Chiva de la Alegría” en el Parque Nariño, cerca de las nueve de la mañana del domingo 26 de enero, atravesando toda la zona céntrica de la ciudad hasta llegar a la glorieta de las banderas, para proseguir por el sector de Torobajo, a partir de aquí hasta arribar al Corregimiento se hicieron tres paradas, con el fin de hidratar a los participantes. Por redes sociales, a través de afiches y convocando a grupos ya conformados de ciclistas, se hizo una convocatoria general a la sociedad pastusa para que forme parte de este evento lúdico.

6.3.2 Objetivos: promover la exposición del proyecto, como estrategia para aprovechar las tradiciones culturales del Corregimiento, toda vez que la concurrencia de personas en caravana de ciclovía es una costumbre dominical, que no puede pasar desapercibida para el proyecto. Así mismo, se pretendía subrayar las características que destacan a este sector de la región, como un sitio muy tradicional y autóctono.

6.3.3. Recurso Humano: grupo de ciclistas conformado y dirigido por el docente Camilo Montenegro, personal de la Alcaldía Municipal, Policía de Carreteras, asistentes.

6.3.4. Insumos: bicicletas, afiches, bombas, nylon, papel, cámaras, agua.

6.3.5 Usuarios: grupo de personas que practican el ciclomontañismo en Genoy, practicantes y aficionados de este deporte, y sociedad en general. La expectativa era que asistieran cerca de 50 personas, sin embargo, únicamente concurrieron 25.

6.3.6 Validación



Figura No. 64



Figura No. 65



Figura No. 66



Figura No. 67

Entrevistas

PREGUNTA: Según su opinión, ¿dónde cree que deberíamos mejorar?

- ✓ RESPUESTA NO. 1: *“Informar sobre el evento con más anticipación”*
- ✓ RESPUESTA NO. 2: *“en la difusión del evento”*
- ✓ *“Asistí a través de la empresa en la que yo trabajo, frecuento mucho visitar este lugar a través del ciclismo, este evento me parece buena oportunidad para esparcir la distracción ante la gente y ante los aficionados del ciclismo y la gente en común. Estas campañas ayudan a promover que la gente se concientice y podamos salir adelante”*

6.3.7 Conclusiones

- Este evento fue fructífero porque además de captar la atención de los ciclistas que transitaban por la zona, se reforzó la promoción turística del Corregimiento de Genoy al subrayar aspectos propios de su cultura y sus costumbres.
- Para obtener mejores resultados, hubiese sido pertinente imprimir mayor publicidad a este evento.
- Durante el recorrido se notó la ausencia de un líder que dirigiera la caravana ciclística para evitar la dispersión del grupo.
- Se trató de un evento al aire libre que buscaba aglomerar un amplio grupo de deportistas, de tal forma que para su éxito es necesario contar con un buen clima matutino, de lo contrario, es importante contar con un plan secundario para evitar los inconvenientes del mal tiempo.
- Este tipo de eventos debe iniciarse puntualmente, y programarse temprano en la mañana, pues de lo contrario, como sucedió con la “Ciclovía a Genoy” si la caravana ciclística inicia demasiado tarde, los deportistas y aficionados se dispersan, y durante el recorrido, quienes realizan el ascenso de regreso al no conocer del evento prefieren pasar de largo.
- Es necesario convocar otros grupos de ciclomontañismo, porque ellos incentivan a los deportistas aficionados y amateurs, a participar de este tipo de convocatorias.

6.3.8 Recomendaciones

- Dar mayor publicidad al evento, a través de medios de comunicación, y en las zonas rurales aledañas al Corregimiento, para que ciclomontañistas que recorren otras áreas conozcan del desarrollo del mismo.
- Escoger a uno de los participantes en la cicloruta, como la persona encargada de liderar y dirigir el grupo de ciclistas, para que esté pendiente de que los participantes no se pierdan, no se retrasen ni se adelanten en exceso.
- Disponer de un plan alternativo, para que en el evento de que el clima no acompañe el evento, éste no se vea afectado.
- No dejar que pase un lapso demasiado amplio después de la hora oficial de inicio del evento, para así aprovechar la confluencia de deportistas que hacen el recorrido hasta el municipio de Nariño.

6.4. Feria Artesanal “Casetica de Genoy”



Figura No. 68

6.4.1. Descripción

Inició cerca de las once de la mañana, y constituyó el evento principal, a través del cual las madres cabeza de familia pusieron en práctica lo aprendido en las diferentes capacitaciones a las que habían asistido, y adicionalmente, se pusieron en venta los productos gastronómicos y artesanales desarrollados por aquellas, la feria artesanal se instaló en el parque central del corregimiento; además, se contó con la presencia de un grupo autóctono del corregimiento, que a través de su presentación artística resaltó la parte cultural del corregimiento, y sirvió como vitrina para llamar la atención de propios y extraños, a fin de que concurrieran al evento y conocieran los productos ofrecidos por las madres cabeza de familia

6.4.2 Objetivos: promoción directa de los productos elaborados por las madres cabeza de familia, integrar al Corregimiento alrededor de la actividad propuesta, y fomentar el espíritu de emprendimiento.

La feria artesanal buscaba que a través de la puesta en venta de sus productos, las madres no solo pusieran en práctica todo el conocimiento recogido durante las capacitaciones, sino que además se percaten de la importancia del trabajo en equipo, y de la necesidad de que estas iniciativas de emprendimiento sigan cultivándose para que se mantengan en el tiempo.

6.4.3 Recurso Humano: grupo investigador, amigos y compañeros de trabajo, guía turístico, cuentero, grupo musical, madres cabeza de hogar, familiares, instaladores de carpas de la empresa Coca Cola.



Figura No. 69



Figura No. 70

6.4.4 Insumos: madera, lona, bejuco, cabuya, cuerda, caucho, tijeras, amarras, paja, grapas, sonido, electricidad, cables, mesas, manteles, ollas, sillas, papel, marcadores, bombas.



Figura No. 71



Figura No. 72



Figura No. 73



Figura No. 74

6.4.5 Usuario: madres cabeza de familia, asistentes de la cicloruta y de la Chiva, lugareños del Corregimiento y sociedad en general; se tenía presupuestado que asistieran al evento cerca de 200 personas, y asistieron aproximadamente 150.

6.4.6 Validación



Figura No. 75



Figura No. 76



Figura No. 77



Figura No. 78



Figura No. 79



Figura No. 80

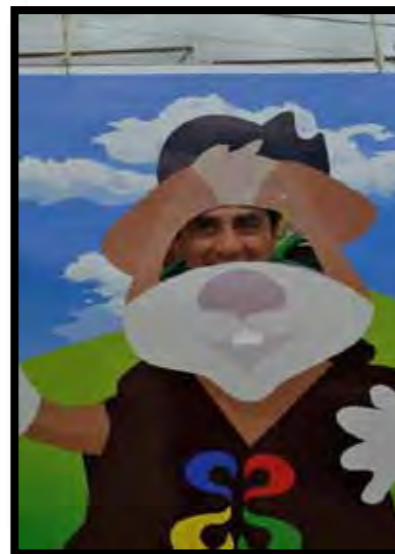


Figura No. 81



Figura No. 82

Entrevistas

“PREGUNTA: Según su opinión, ¿dónde cree que deberíamos mejorar?”

- ✓ RESPUESTA NO. 1: “Dar más opciones de productos en venta”
- ✓ RESPUESTA NO. 2: “La organización del evento debe prevenir cualquier contratiempo y tener un "plan b" que ayude a la realización exitosa del mismo. Digo esto teniendo en cuenta la animación y "animador" improvisado que hubo durante la actividad. A demás de hacer acompañamiento con las personas que hacen parte del evento, en este caso el grupo de madres a quienes debieron proveerles refrigerios e hidratación”.
- ✓ RESPUESTA NO. 3: “en cuanto a los ponentes buscar formas de interactuar con los usuarios pero de manera más dinámica, tratar de integrar mucho más a la comunidad como con papayera, danzas, etc”.
- ✓ RESPUESTA NO.4: “¡Estuvo perfecto!”
- ✓ RESPUESTA NO. 5: “El evento debió haber sido más largo y con más actividades como danzas juegos y así las madres puedan vender más sus productos”
- ✓ RESPUESTA NO. 6: “Diversificar la oferta de productos puesto en venta durante la feria”.

PREGUNTA: “Por favor díganos, ¿tiene algún comentario que hacernos acerca del evento?”

- ✓ RESPUESTA NO. 1: “Me gustó mucho el evento, me pareció que tuvieron en cuenta muchas cosas importantes como las necesidades de la población, la manera como se les podría brindar una buena oportunidad de mostrar su cultura y su trabajo, tuvo una buena publicidad que se vio reflejada en una buena asistencia al evento y las actividades fueron realmente entretenidas”.

- ✓ RESPUESTA NO. 2: *“fue muy satisfactorio, ya que se cumplió con el objetivo del evento”*
- ✓ RESPUESTA NO. 3: *“Muy buena actividad e interesante la propuesta de hacer conocer los productos de estas mujeres”*
- ✓ RESPUESTA NO. 4: *“Difundirlo no sólo en redes sociales se puede generar publicidad free press con diferentes medios de comunicación quienes pueden apoyar, promocionar, difundir y acompañar la actividad. de igual manera, puede haber un gana-gana entre el evento unos medios de comunicación a partir de diferentes estrategias comunicativas que los organizadores pueden considerar”*
- ✓ PREGUNTA NO. 5: *“El evento me parece excelente porque va en pro del emprendimiento social de comunidades las cuales han sido abandonadas y en el evento nos dieron a conocer que tienen mucho para dar, felicito a estas personas que se dieron el trabajo de organizar este gran evento el cual ayudó a que los visitantes pudieran pasar un momento en familia. Gracias”.*
- ✓ *“Estos eventos ayudan mucho a traer la gente, como en nuestro pueblo hay cosas maravillosas como cosas negativas y que estos eventos deberían hacer más continuamente para que la gente vuelva a apoyar a esta región. Hay muchas cosas maravillosas pero lo único que falta es impulso, es ante todo a convocar para que las personas se sensibilicen apoyen los proyectos y a las personas, esta es la expresión de nuestro pueblo y gracias por apoyar todos nuestros proyectos”.*
- ✓ *“Seguir adelante y también salir con nuestros productos a otras veredas y también a la ciudad”*
- ✓ *“Los productos que estuvieron manifestando las madres me parecían muy buenos, me impresiono mucho la gelatina en 3D”*

Véase también el siguiente link: <http://vimeo.com/85728281>

6.4.7 Conclusiones

- El evento fue exitoso puesto que las madres cabeza de familia lograron vender todos los productos que ofertaron. La exposición artesanal y gastronómica fue una plataforma para la puesta en marcha de una iniciativa de emprendimiento social que benefició a las madres cabeza de familia del Corregimiento.
- La presencia de un cuentero y de un grupo musical hicieron muy llamativo el evento para las personas.
- La disposición de los stand fue la adecuada para la promoción de los productos, lo cual permitió ver además la buena organización del evento, puesto que éste se ofreció como un escenario de reunión ideal para las familias del lugar, amigos y transeúntes.
- La feria artesanal fue el epicentro del evento, porque fue el lugar donde se pudo exhibir el proceso de investigación del proyecto, observándose cada uno de los servicios que se puso a prueba, aquí concurre entonces el área de diseño gráfico que desde su proyección en distintos espacios publicitarios logró su objetivo de que un variado número de personas concurren a la feria, además de lo anterior, el aporte del diseño industrial se verifica en la construcción de los stand en los que cada una de las madres expuso cada uno de los productos que tenía para ofrecer al público.
- Se logró la participación activa de las madres cabeza de familia y de la comunidad, con lo cual se cumplió el objetivo planteado de integrar al corregimiento de Genoy alrededor del proyecto expuesto, además, las madres pusieron en evidencia su espíritu emprendedor.

6.4.8 Recomendaciones

- Diversificar los productos ofrecidos, para así abarcar otro tipo de consumidores o cliente, siendo necesario además para ello, el montaje de más carpas.

- Ampliar la duración de la Feria Artesanal.
- Incrementar el número de madres cabeza de familia participantes en el evento.

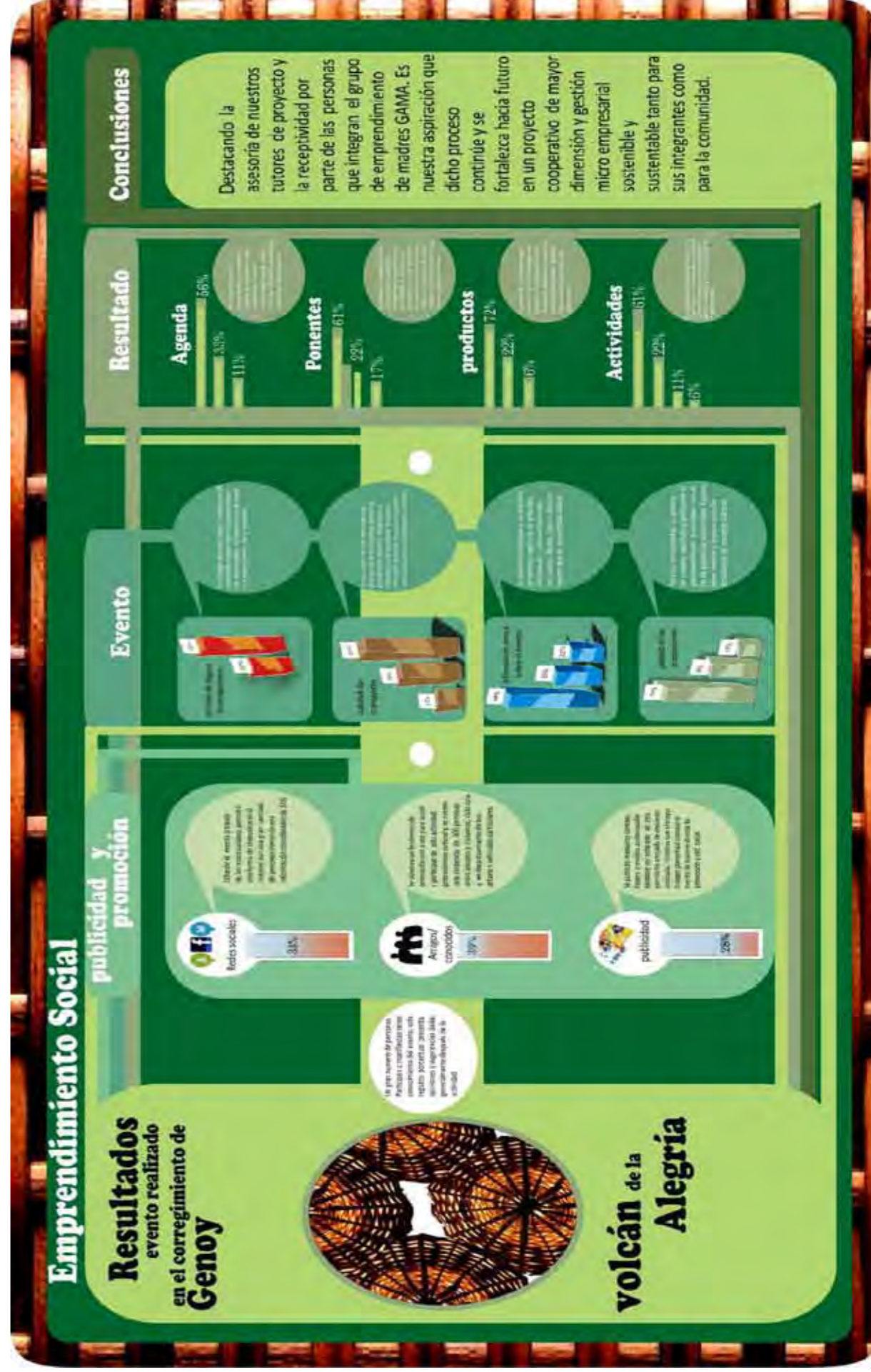


Figura No. 83

CHACHARRERO

Se trataba de un módulo donde las personas que participan del evento, tienen la oportunidad de expresar sus opiniones y sugerencias en cuanto a la presentación de productos gastronómicos, actividades culturales y demás componentes. Durante el evento se recopiló los siguientes escritos expresados por los participantes y usuarios:

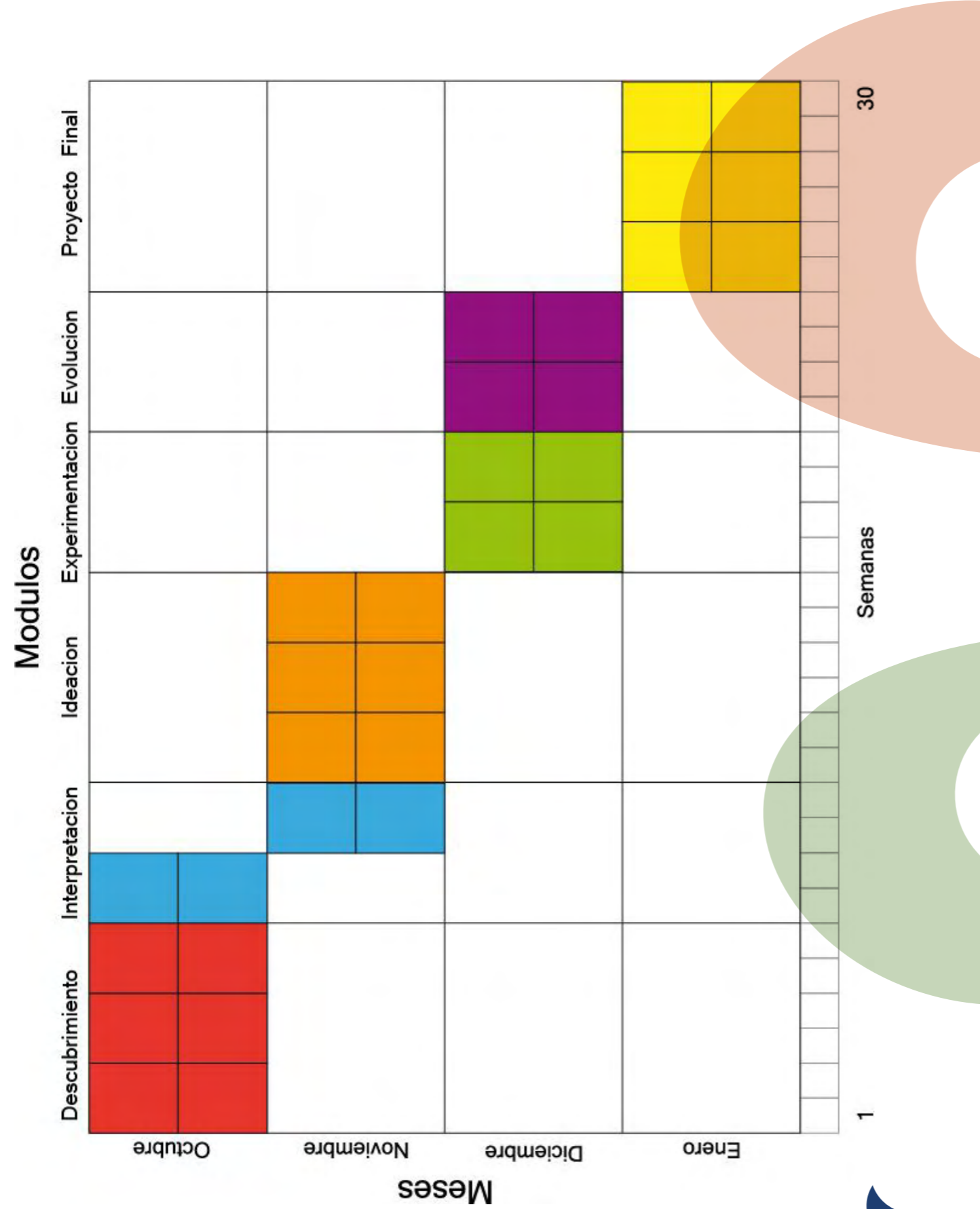
- *“Mil gracias por compartir con nosotros UDENAR gobernación de Nariño, oficina de turismo y policía de turismo DENAR”*
- *“Gracias a dios por estar compartiendo de estas festividades. licitaciones UDENAR”*
- *“Que buen evento felicitaciones... faltó más interacción con los visitantes”.*
- *“Los ancestros nos miran y nos encuentran quillacinga”*
- *“Excelente apoyo al corregimiento, impulso a la cultura nariñense felicitaciones MUJERES GAMA estudiantes UDENAR”*
- *“Felicitaciones ¡ excelente actividad gracias por permitirnos disfrutar de estos lindos paisajes”*
- *“interesante actividad que se premie estos tipos de trabajo de investigación, la academia debería premiar estos trabajos con becas estudiantiles. Emilio Giménez d.”*
- *“Qué bueno que hayan este tipo de eventos donde se unen diferentes tipos de personas y culturas.”*
- *“Muy buena práctica, mi única sugerencia sería que deberían implementar actividades para los turistas.”*
- *“Gracias Universidad de Nariño por darnos este espacio lleno de tranquilidad y alegría.”*
- *“Corpo etnias también quiere a Genoy”*
- *“Genoy tierra maravillosa”*
- *“Animo Genoy cada vez serás más exitoso” federación comunal departamental.*
- *“Muy buen evento que realicen más seguidos”*
- *“Felicitaciones”*

7 INSTITUCIONES VINCULADAS

Como fuente de apoyo al proyecto de emprendimiento social ejecutado con las madres GAMA, algunas empresas del sector privado y entidades del ámbito público se vincularon al mismo para colaborar con su organización, entre ellas se cuentan:

- **Coca Cola:** Que suministró las carpas que se ubicaron en la Plaza Central del Corregimiento, así como algunos insumos de hidratación.
- **Gobernación de Nariño:** Hizo presencia a través de una guía turística y la ejecución de algunas actividades lúdicas.
- **Alcaldía Municipal de Pasto:** Se solidarizó con el proyecto a través de las capacitaciones sobre manipulación de alimentos, que permitieron con posterioridad la obtención de los carnés que acreditaran la idoneidad de las madres GAMA y certificar así su formación como manipuladoras de alimentos. Aunado a ello, la administración municipal contribuyó con la entrega rápida y oportuno de los permisos respectivos para la ejecución de la feria artesanal.
- **Policía Nacional:** La fuerza pública intervino a través de su acompañamiento en la cabecera municipal y en la vía.
- **Bordados Runing:** Esta empresa aportó con el suministro de los bordados de las camisetas que como distintivo se entregaron al grupo de madres cabeza de familia del Corregimiento
- **Depósito de Maderas Genoy:** Su apoyo fue a través de la entrega de algunos insumos de madera necesarios para la elaboración de los stands.
- **Rosellantas:** Aporte Económico

8 CRONOGRAMA



9 PRESUPUESTO

CONCEPTO	CANTIDAD	DETALLE	VALOR
MES DICIEMBRE CAPACITACIÓN	2.70 mts	Fless tela	18.900
	0.30 mts	Fless estampada	3.500
	16	Hilos	7.700
	2	Paños de agujas	2.000
	5 mts	Millaret	2.000
	1	Rueda de alfileres	500
	2	Tijeras	2.000
	5	Papel moldes	1.000
		Relleno	13.500
		Siliconas	1.750
	1	Pala	1.800
	1	Pala	900
		Nariz muñecos	1.800
	BODYSTORMING		Bombas R – 9
		Bombas remate	4.000
		Rollos cinta	2.000
		Rollos cinta	1.800
		Nylon	3.500
		Plástico festones	5.500
		Cinta enmascarar	3.000
		Paquete palos bandera	2.000
		Bolsas papel	3.900
		Adhesivos cartón cuyes	13.000
EVENTO “VOLCÁN DE LA ALEGRÍA”		Alambre amarre	3.500
		Varengas madera	4.400
		Clavos	2.300
		Lona carpas	75.000
		Maxon pegante	4.700
		Madera teras 13 de 3x2	28.600
		Certificación médica	10.000
	48	tornillos	2000
		Tubo 1 ½	47.500
	12	Cabuyas	18.000
		Cabuya escobas	17.000
		Camisetas	54.000
		Estampados	14.400
		Pintura	14.500
		Paja	28.000
		Grapas	13.700
		Cierra, brocas	14.850
		Broca espada	11.000
		Segueta, brocas	5.950
		Tornillos Genoy	5.000
	Brocas, tornillos	2.700	

	Puntas taladro	2.400
	Aguas orquesta	4.000
	Pago sonido	100.000
	Pago orquesta	30.000
	Bombas	\$20.000
	Serpentinas	\$1.000
TRANSPORTES	Triplex	\$10.000
	Piagio carpas	20.000
	Gasolina transporte compresor	5.000
	Piagio tubos	15.000
	Buses vueltas	10.000
	Chiva – ida y vuelta	80.000
	Bus transporte y pasajeros	100.000
	Transporte	10.000

10. CONCLUSIONES

- ✓ Este tipo de proyectos generan espacios de integración, que destacan la importancia del trabajo en equipo, así al final de las actividades realizadas, las madres cabeza de familia del Corregimiento de Genoy constataron que los proyectos de emprendimiento social requieren del trabajo en equipo, y que es muy importante integrar a estas iniciativas la colaboración de otros sectores.
- ✓ El evento se desarrolló a cabalidad como estaba programado, y satisfizo de esta manera las expectativas del público sobre el mismo, sin embargo, puede ser mejorado siendo más publicitado, incluyendo otro tipo de actividades lúdicas en su ejecución.
- ✓ El uso de un medio de transporte como la “Chiva de la Alegría” fue un acierto, porque se convirtió en un enganche de usuarios, que movidos por el carácter llamativo de este tipo de vehículos tradicionales, asistieron a la feria artesanal.
- ✓ La feria artesanal cumplió con el objetivo planteado, y a su vez, se logró demostrar que la solución expuesta por el diseño a la problemática detectada, es un alivio eficaz y adecuado para el desarrollo de iniciativas de empresa y de emprendimiento social, respecto de un grupo social de especiales características como las madres cabeza de familia. Con ello además se pudo verificar, que la metodología del Design Thinking, permite la solución de problemáticas sociales, a través de iniciativas prácticas, ágiles y eficaces.
- ✓ La comunidad pastusa tiene buenas expectativas ante la realización de este tipo de eventos, de hecho, contando con estímulos adecuados, este tipo de iniciativas pueden ejecutarse con éxito, puesto que el público no es apático le interesa, le gusta, participa de las nuevas ideas y se integra.
- ✓ También hay que resaltar que algunas autoridades locales no prestan colaboración para realización de estos sucesos, dejan de impulsar a las comunidades para que participen de estas actividades; esto significa que la ausencia del Estado es muy grande, y que el público está ávido de eventos familiares que unan el baile con el deporte, el turismo con la gastronomía y que promueven los espacios de entretenimiento sano y seguro.

11. LISTA DE REFERENCIAS

VELÁSQUEZ, Sandra Patricia. Ser mujer Jefa de Hogar en Colombia. Revista de la Información Básica – Revista Virtual, Vol. 4, en:

http://www.dane.gov.co/revista_ib/html_r8/articulo4.html

RICO, De Alonso Ana. Jefatura femenina, informalidad laboral y pobreza urbana en Colombia: expresiones de desigualdad social, en: <http://www.flacsoandes.org/biblio/>

MARTÍNEZ, Restrepo Susana. Sobre pobreza y familia: madres jefas de hogar y hogares biparentales, disponible en: <http://www.revistahumanum.org/blog/sobre-pobreza-y-familia-madres-jefas-de-hogar-y-hogares-biparentales/>

FUENTES, Lya Janeth. El origen de una política Mujeres Jefas de Hogar en Colombia, 1990 – 1998, Facultad de Ciencias Humanas – Universidad Nacional de Colombia, 2002, ARFO editores, disponible en: <http://www.bdigital.unal.edu.co/1315/13/05CAPI04.pdf>. Capítulo IV: Investigación Sobre Jefatura Femenina De Hogar En Colombia: Estado Del Arte.

ANEXOS

VOLCÁN DE LA ALEGRÍA

Encuesta

Se realizó una encuesta que constaba de 8 preguntas a través de internet a las personas que participaron del evento, se tomó como muestra a 33 personas promedio de las cuales respondieron 18 arrojando los siguientes resultados:

1. ¿Ha participado en el evento [VOLCÁN DE LA ALEGRÍA]?

Sí No

2. ¿Cómo se ha enterado de este evento?

- Redes sociales
- Amigos / Conocidos
- Publicidad (flyers y posters)
- Audiovisual
- Otro (Por favor especifica)

3. ¿Es la primera vez que participa en un evento organizado por [Universidad de Nariño]?

Sí No

4. Por favor, valore las siguientes afirmaciones según su opinión sobre el evento, siendo 1 "malo" y 5 "excelente":

	1	2	3	4	5
Facilidad de llegada al corregimiento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Información previa detallada sobre la planificación del evento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Calidad del transporte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Calidad de las instalaciones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Por favor, puntúe la calidad de las siguientes afirmaciones siendo 1 "malo" y 5 "Excelente":

	1	2	3	4	5
Actividades	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Agenda	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ponentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Productos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Según su opinión, ¿Dónde cree que deberíamos mejorar?

7. ¿Recomendaría este evento a otras personas?

Sí
 No
 No lo sé

8. Por favor, díganos si tiene algún comentario que hacemos acerca del evento:

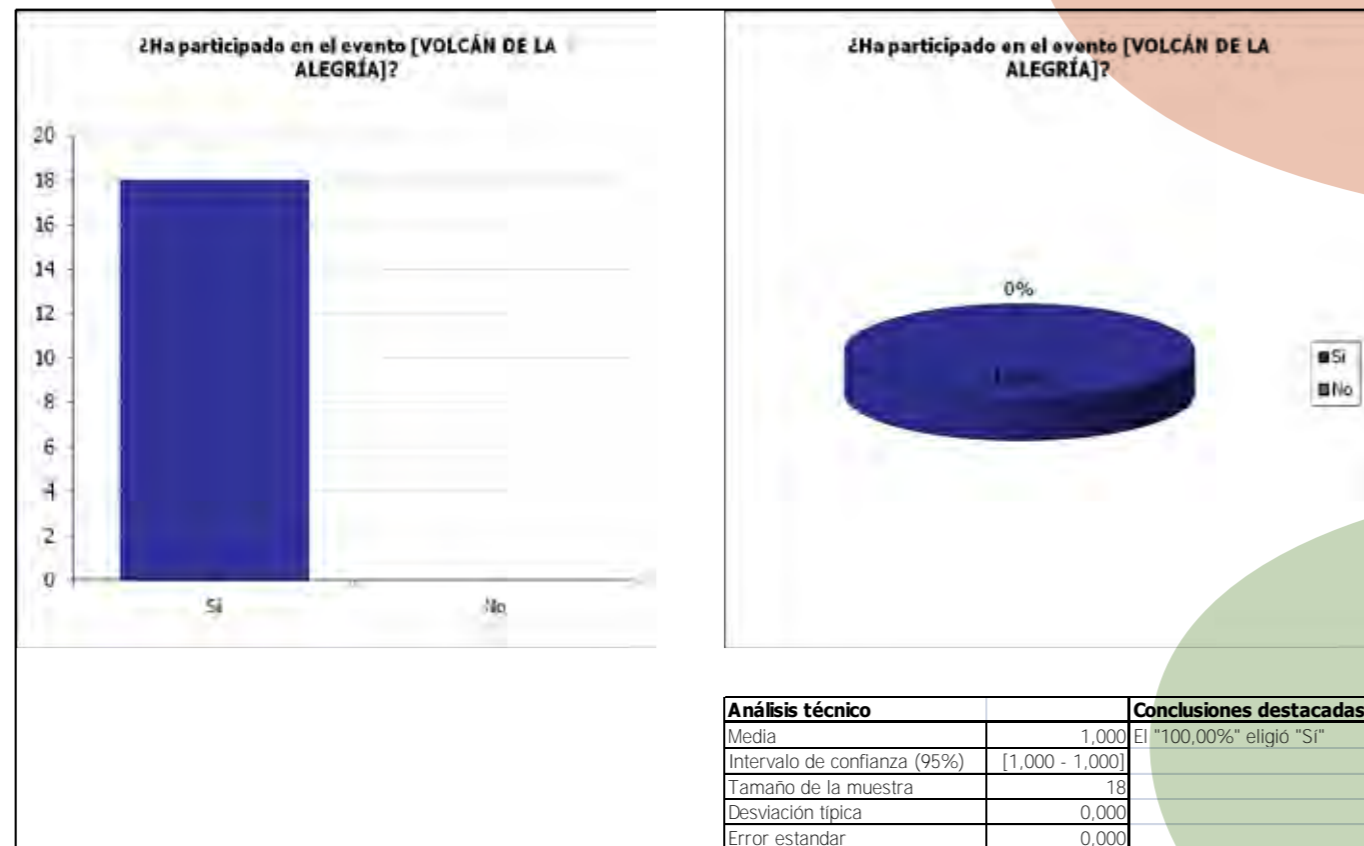
• PREGUNTA 1

¿Ha participado en el evento [VOLCÁN DE LA ALEGRÍA]?

	%	Total
Sí	100%	18
No	0%	0

Preguntas sin contestar: 0
Respuestas recogidas: 18

GRAFICA



• PREGUNTA 2

¿Cómo se ha enterado de este evento?

	%	Total
Redes sociales	33%	6
Amigos / Conocidos	39%	7
Publicidad (flyers y posters)	28%	5
Audiovisual	0%	0
Otro (Por favor específica)	0%	0

Preguntas sin contestar: 0
Respuestas recogidas: 18

GRAFICA

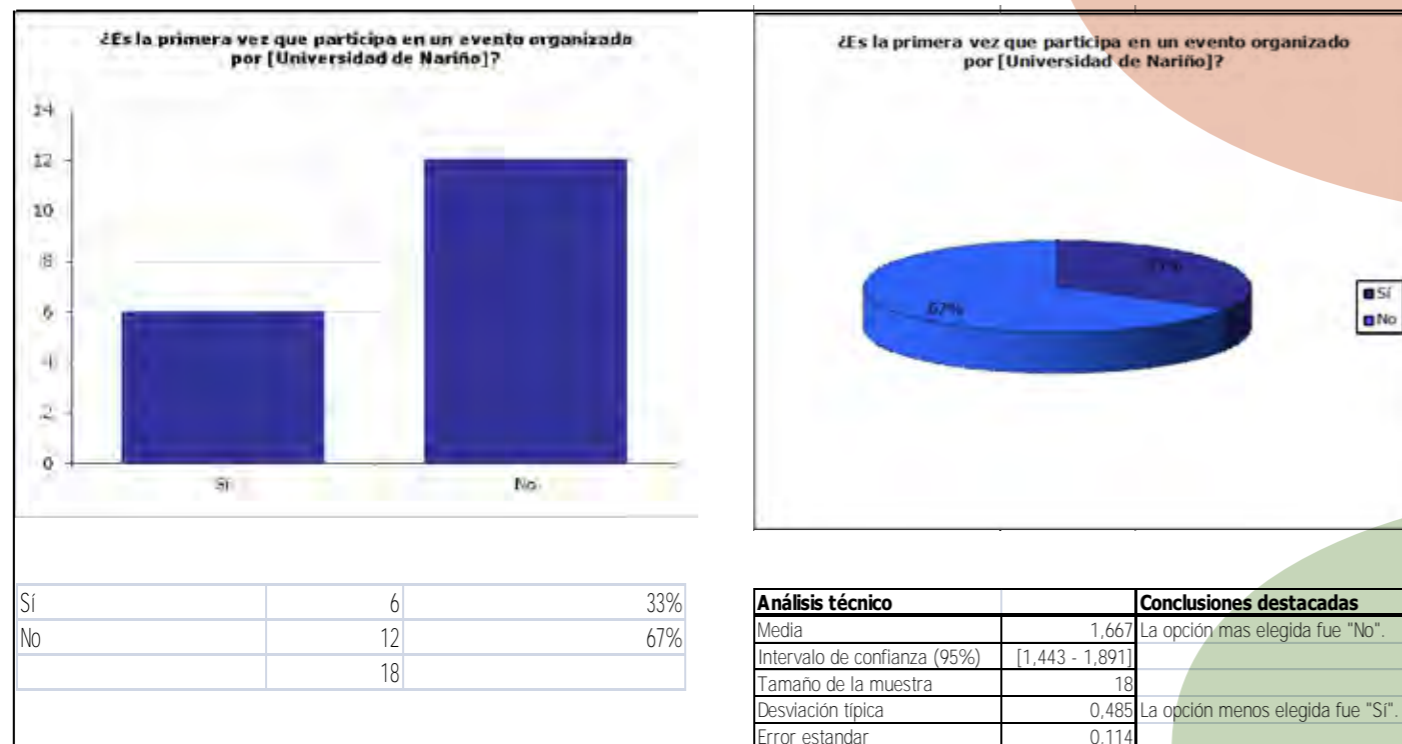


• PREGUNTA 3

¿Es la primera vez que participa en un evento organizado por [Universidad de Nariño]?

	%	Total
Sí	33%	6
No	67%	12
Preguntas sin contestar: 0		
Respuestas recogidas: 18		

GRAFICA

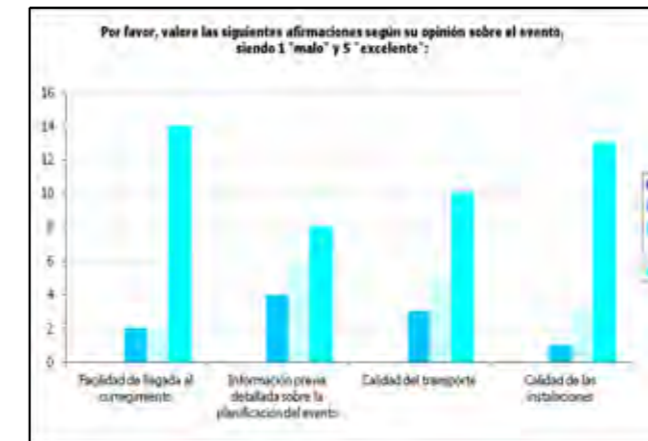


• PREGUNTA 4

Por favor, valore las siguientes afirmaciones según su opinión sobre el evento, siendo 1 "malo" y 5 "excelente"

	1..	2..	3..	4..	5..	Media	Total
Facilidad de llegada al corregimiento	0%(0)	0%(0)	11%(2)	11%(2)	70%(14)	4,67	18
Información previa detallada sobre la planificación del evento	0%(0)	0%(0)	22%(4)	33%(6)	44%(8)	4,22	18
Calidad del transporte	0%(0)	0%(0)	17%(3)	28%(5)	56%(10)	4,39	18
Calidad de las instalaciones	0%(0)	0%(0)	6%(1)	18%(3)	76%(13)	4,71	17
						4,50	
Preguntas sin contestar: 0							
Respuestas recogidas: 18							

GRAFICA



	.1	.2	.3	.4	.5	Total
Facilidad de llegada al corregimiento	0	0	2	2	14	18
Información previa detallada sobre la planificación del evento	0	0	4	6	8	18
Calidad del transporte	0	0	3	5	10	18
Calidad de las instalaciones	0	0	1	3	13	17

ANÁLISIS GRÁFICA

Análisis técnico - Población:	18	Conclusiones destacadas
Facilidad de llegada al corregimiento		
Media	4,667	El "88,89%" eligieron:
Intervalo de confianza (95%)	[4,350 - 4,984]	.
Tamaño de la muestra	18	.
Desviación típica	0,686	2 opciones quedaron sin elegir.
Error estandar	0,162	
Información previa detallada sobre la planificación del evento		
Media	4,222	El "77,78%" eligieron:
Intervalo de confianza (95%)	[3,849 - 4,596]	.
Tamaño de la muestra	18	.
Desviación típica	0,808	2 opciones quedaron sin elegir.
Error estandar	0,191	
Calidad del transporte		
Media	4,389	El "83,33%" eligieron:
Intervalo de confianza (95%)	[4,030 - 4,748]	.
Tamaño de la muestra	18	.
Desviación típica	0,778	2 opciones quedaron sin elegir.
Error estandar	0,183	
Calidad de las instalaciones		
Media	4,706	El "88,89%" eligieron:
Intervalo de confianza (95%)	[4,426 - 4,985]	.
Tamaño de la muestra	17	.
Desviación típica	0,588	2 opciones quedaron sin elegir.
Error estandar	0,143	

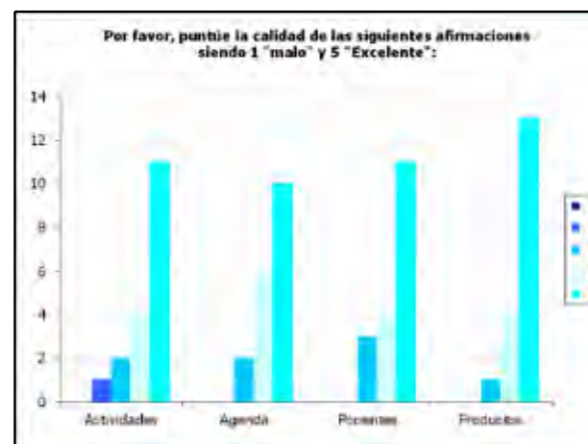
• PREGUNTA 5

Por favor, puntúe la calidad de las siguientes afirmaciones siendo 1 "malo" y 5 "Excelente"

	1..	2..	3..	4..	5..	Media	Total
Actividades	0%(0)	6%(1)	11%(2)	22%(4)	61%(11)	4,39	18
Agenda	0%(0)	0%(0)	11%(2)	33%(6)	56%(10)	4,44	18
Ponentes	0%(0)	0%(0)	17%(3)	22%(4)	61%(11)	4,44	18
Productos	0%(0)	0%(0)	6%(1)	22%(4)	72%(13)	4,67	18
						4,49	

Preguntas sin contestar: 0
Respuestas recogidas: 18

GRÁFICA



	.1	.2	.3	.4	.5	Total
Actividades	0	1	2	4	11	18
Agenda	0	0	2	6	10	18
Ponentes	0	0	3	4	11	18
Productos	0	0	1	4	13	18

ANÁLISIS GRAFICA

Actividades		Conclusiones destacadas
Media	4,389	El "83,33%" eligieron:
Intervalo de confianza (95%)	[3,966 - 4,812]	.
Tamaño de la muestra	18	.
Desviación típica	0,916	La opción "." no fue elegida por nadie.
Error estandar	0,216	
Agenda		Conclusiones destacadas
Media	4,444	El "88,89%" eligieron:
Intervalo de confianza (95%)	[4,119 - 4,770]	.
Tamaño de la muestra	18	.
Desviación típica	0,705	2 opciones quedaron sin elegir.
Error estandar	0,166	
Ponentes		Conclusiones destacadas
Media	4,444	El "83,33%" eligieron:
Intervalo de confianza (95%)	[4,082 - 4,807]	.
Tamaño de la muestra	18	.
Desviación típica	0,784	2 opciones quedaron sin elegir.
Error estandar	0,185	
Productos		Conclusiones destacadas
Media	4,667	El "94,44%" eligieron:
Intervalo de confianza (95%)	[4,392 - 4,941]	.
Tamaño de la muestra	18	.
Desviación típica	0,594	2 opciones quedaron sin elegir.
Error estandar	0,140	

• PREGUNTA 6

Según su opinión, ¿Dónde cree que deberíamos mejorar?

Preguntas sin contestar: 2 Total
Respuestas recogidas: 16 16

RESPUESTAS:

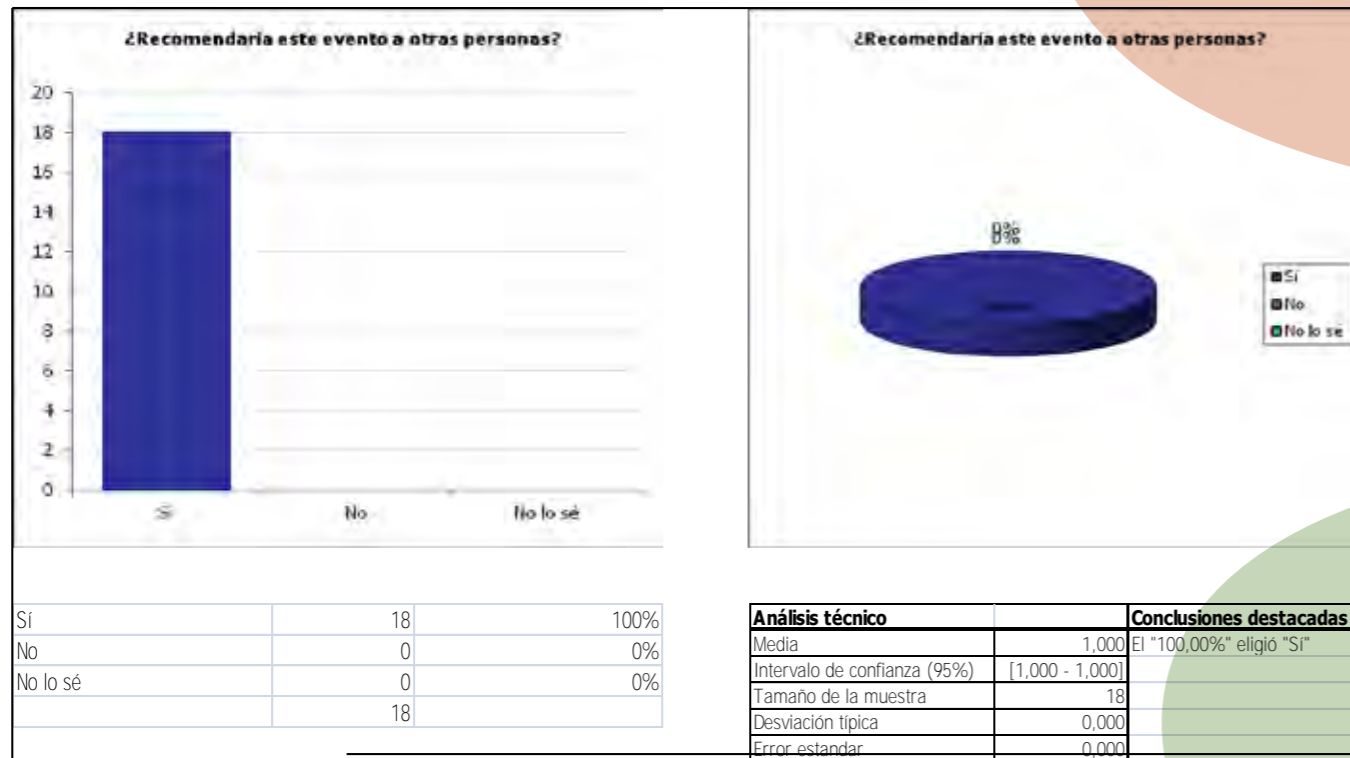
- 28/01/2014 18:20:33 Actividades
- 28/01/2014 19:39:06 la colaboración y comunicación entre los integrantes del grupo; por otro lado el evento fue excelente
- 28/01/2014 19:58:35 Informar sobre el evento con más anticipación
- 28/01/2014 20:28:12 Dar más opciones de productos en venta
- 28/01/2014 21:04:25 La organización del evento debe prevenir cualquier contratiempo y tener un "plan b" que ayudé a la realización exitosa del mismo. Digo esto teniendo en cuenta la animación y "animador" improvisado que hubo durante la actividad. A demás de hacer acompañamiento con las personas que hacen parte del evento, en este caso el grupo de madres a quienes debieron proveerles refrigerios e hidratación
- 28/01/2014 23:30:13 tener mas actividades de interacción con los visitantes
- 28/01/2014 23:30:21 en la difusión del evento
- 28/01/2014 23:45:07 Se debería hacer algo de mayor envergadura para que no sea el evento tan monótono
- 29/01/2014 8:40:24 La verdad es que no se mucho de organización de eventos, pero creo que realizaron un buen trabajo y personalmente no se que habría podido hacer mejor.
- 29/01/2014 9:25:39 Estuvo perfecto!
- 29/01/2014 9:29:10 mejorar un poco en la organización del transporte
- 29/01/2014 9:38:22 Mas difusión del evento
- 29/01/2014 10:00:40 en cuanto a los ponentes buscar formas de interactuar con los usuarios pero de manera más dinámica , tratar de integrar mucho más a la comunidad como con papayera, danzas, etc.
- 29/01/2014 13:29:34 Deberían mejorar en el tiempo del transporte porque los buses se fueron temprano como a las 2 de la tarde y el evento creo que continuó hasta las 4
- 29/01/2014 13:46:19 El evento debió haber sido más largo y con más actividades como danzas juegos y así las madres puedan vender más sus productos
- 29/01/2014 20:02:15 Diversificar la oferta de productos puesto en venta durante la feria.

• PREGUNTA 7

¿Recomendaría este evento a otras personas?



GRAFICA



• PREGUNTA 8

Por favor, díganos si tiene algún comentario que hacernos acerca del evento

Preguntas sin contestar: 5 Total
Respuestas recogidas: 13 13

RESPUESTAS:

- 28/01/2014 18:15:28 excelente proyecto
- 28/01/2014 18:20:33 incluir un espacio mayor.
- 28/01/2014 19:39:06 fue muy satisfactorio, ya que se cumplió con el objetivo del evento
- 28/01/2014 20:28:12 Muy buena actividad e interesante la propuesta de hacer conocer los productos de estas mujeres
- 28/01/2014 21:04:25 Difundirlo no sólo en redes sociales se puede generar publicidad free press con diferentes medios de comunicación quienes pueden apoyar, promocionar, difundir y acompañar la actividad. de igual manera, puede haber un gana-gana entre el evento unos medios de comunicación a partir de diferentes estrategias comunicativas que los organizadores pueden considerar.
- 28/01/2014 23:30:13 un gran evento, hay que seguir con este tipo de ideas para ayudar a las comunidades de los pueblos
- 28/01/2014 23:30:21 muy buen evento
- 29/01/2014 8:40:24 Me gustó mucho el evento, me pareció que tuvieron en cuenta muchas cosas importantes como las necesidades de la población, la manera como se les podría brindar una buena oportunidad de mostrar su cultura y su trabajo, tuvo una buena publicidad que se vio reflejada en una buena asistencia al evento y las actividades fueron realmente entretenidas.
- 29/01/2014 9:25:39 Ninguno!
- 29/01/2014 9:29:10 excelente evento por que se demostró el trabajo en comunidad
- 29/01/2014 10:00:40 el evento me parece excelente porque va en pro del emprendimiento social de comunidades las cuales han sido abandonadas y en el evento nos dieron a conocer que tienen mucho para dar, felicito a estas personas que se dieron el trabajo de organizar este gran evento el cual ayudó a que los visitantes pudieran pasar un momento en familia. gracias
- 29/01/2014 13:29:34 El evento estuvo muy bueno muchas gracias por su invitación
- 29/01/2014 13:46:19 Fue un evento muy bueno porque las madres dieron a conocer lo que aprendieron

DIAGRAMA DE RESPUESTA

