

DIPLOMADO DESIGN THINKING

PÉGATE AL PARCHE Alternativa nocturna para jóvenes, con enfoque social

ADRIANA PANTOJA

JUAN PABLO BUCHELI

DOUGLAS GARCÍA

FREDY DAVID GOMEZ

UNIVERSIDAD DE NARIÑO

FACULTAD DE ARTES

PROGRAMA DE DISEÑO

SAN JUAN DE PASTO

DIPLOMADO DESIGN THINKING

PÉGATE AL PARCHE Alternativa nocturna para jóvenes con enfoque social.

Presentado por:

ADRIANA PANTOJA

JUAN PABLO BUCHELI

DOUGLAS GARCÍA

FREDY DAVID GOMEZ

Docentes

RAMÓN ORTEGA

HAROLD BONILLA

JAVIER ARTEAGA

UNIVERSIDAD DE NARIÑO

FACULTAD DE ARTES

PROGRAMA DE DISEÑO

SAN JUAN DE PASTO 2016

NOTA DE RESPONSABILIDAD

Las ideas y conclusiones aportadas en el siguiente trabajo son responsabilidad exclusiva del autor.

Artículo 1 del acuerdo No. 324 de Octubre 11 1966 emanado por Honorable Concejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de aceptación

Firma del presidente de jurado

Firma jurado

Firma jurado

San Juan de Pasto Noviembre 16 de 2016

RESUMEN

Este proyecto pretende dar a conocer nuevas alternativas nocturnas para para el aprovechamiento de las noches en la ciudad de Pasto, basados en la investigación realizada se logró identificar que nuestro público objetivo (los jóvenes) buscan nuevas experiencias nocturnas, que a la vez les permitan sentirse acompañados y ser parte de un grupo, sin embargo las pocas opciones que encuentran para solventar esta necesidad, generalmente están relacionadas con la ingesta de bebidas alcohólicas. Por esta razón y partiendo del Design Thinking, también llamado pensamiento de diseño, se busca encontrar soluciones innovadoras para esta problemática.

“Pégate al parche” es una iniciativa que busca que los jóvenes de la ciudad de Pasto, salgan de su rutina nocturna realizando pequeñas obras sociales que generen impacto y contribuyan al mejoramiento de la ciudad y a la calidad de vida de sus habitantes, al mismo tiempo que se interactúa con otras personas , creando así nuevos lazos de amistad.

ABSTRACT

This project aims to present new nocturnal alternatives for the use of nights in the city of Pasto, based on the research carried out, it was possible to identify that our target audience (young people) are looking for new night experiences that at the same time allow them to feel accompanied And being part of a group, however the few options they find to address this need are generally related to the intake of alcoholic beverages. For this reason and starting from Design Thinking, seeks to find innovative solutions to this problem.

"Pégate al parche" is an initiative that seeks to make young people in the city of Pasto go out of their night routine by carrying out small social projects that impact and contribute to the improvement of the city and the quality of life of its inhabitants, at the same time as Interacts with other people, thus creating new friendships

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
2. OBJETIVOS.....	15
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	15
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	15
3. METODOLOGÍA.....	15
3.1 FASE DE DESCUBRIMIENTO.....	16
3.1.1 DESAFÍO.....	16
3.1.2 MAPA MENTAL.....	16
3.1.3 MAPA DE STAKEHOLDERS Y CARDSORTING.....	18
3.1.4. ACERCAMIENTO A STAKEHOLDERS.....	19
3.1.4.1 VENDEDORES AMBULANTES.....	21
3.1.4.2 ENTIDADES PÚBLICAS.....	22
3.1.4.3 JÓVENES.....	23
3.1.4.4. LUGARES DE ENTRETENIMIENTO.....	24
3.1.4.5 MÚSICOS.....	25
3.1.4.6 CENTROS DE SALUD.....	26
3.1.4.7 TAXISTAS.....	26
3.1.4.8 ESCOBITAS.....	28
3.2 FASE DEFINIR.....	28
3.2.1 MAPA DE RELACIONES.....	29
3.2.2 MAPA DE EMPATÍA.....	29
3.2.3 STORYTELLIN.....	31
3.3 FASE IDEAR.....	32
3.3.1 MATRICES MULTIDIMENSIONALES.....	33
3.3.2 PREGUNTAS HWM.....	33

3.3.3 BRAINSTORMING (LLUVIA DE IDEAS).....	34
3.3.4 SKETCH GROUP.....	35
3.3.5 PROPUESTA FINAL.....	36
3.4 FASE PROTOTIPADO.....	36
4. PROCESO DE DISEÑO.....	37
4.1 PIEZAS - REDES SOCIALES	39
4.2 APLICACIONES (EVENTO).....	40
5. RESULTADOS.....	41
5.1 DÍA DEL EVENTO.....	41
6. CONCLUSIONES	
7. ANEXOS	

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1.FOTOGRAFÍA PLAZA DE NARIÑO.....	14
FIGURA 2. MAPA MENTAL.....	17
FIGURA 3. MAPA DE STAKEHOLDERS Y CARDSORTING.....	18
FIGURA 4. FOTOGRAFÍA CENTRO COMERCIAL UNICENTRO.....	21
FIGURA 5. FOTOGRAFÍA VENDEDORA.....	22
FIGURA 6. FOTOGRAFÍA ENTIDAD PÚBLICA.....	23
FIGURA 7. FOTOGRAFÍA JÓVENES.....	24
FIGURA 8. FOTOGRAFÍA BAR.....	25
FIGURA 9. FOTOGRAFÍA TAXISTA.....	26
FIGURA 10. ANÁLISIS DE IDEAS.....	28
FIGURA 11. MAPA DE RELACIONES.....	29
FIGURA 12. MAPA DE EMPATÍA.....	30
FIGURA 13. STORYTELLIN.....	32
FIGURA 14. FOTOGRAFÍA LLUVIA DE IDEAS.....	35
FIGURA 15. PROPUESTA.....	35
FIGURA 16. WORKFLOW.....	37
FIGURA 17. IMAGOTIPO.....	38
FIGURA 18. PIEZAS REDES SOCIALES.....	39
FIGURA 19. APLICACIÓN CAMISETAS.....	40
FIGURA 20. APLICACIÓN BOTONES.....	41
FIGURA 21. APLICACIÓN MANILLAS.....	41
FIGURA 22. FOTOGRAFÍA DEL EVENTO.....	42

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO 1, IMÁGENES DEL EVENTO.....	46
ANEXO2. CARPETA, DOCUMENTO DIAGRAMADO	
ANEXO3. CARPETA, VIDEOS DEL EVENTO	
- VIDEO1. PROMOCIONAL	
- VIDEO 2. PROMOCIONAL	
- VIDEO3. HISTORIA DE VIDA	
- VIDEO 4. ENTREVISTAS	
- VIDEO5. FINAL	

INTRODUCCIÓN

La noche es sin duda uno de los escenarios de mayor afluencia para las personas de la ciudad de Pasto, en especial para aquellos jóvenes que buscan un ambiente de diversión y nuevas experiencias. Si bien la ciudad cuenta con diferentes espacios que les permiten a los jóvenes distraerse en su tiempo libre, es evidente que estos en su mayoría están relacionados con el alcohol, cabe resaltar que esta denotación puede estar ligada con la cultura de una región, la cual se hace evidente en la elección de los jóvenes por determinada actividad nocturna. Sin embargo, no se trata de cambiar una forma de pensar, si no de evaluar la oferta que se pueda hacerle a las personas para que esta forma de entretenimiento, no se convierta en la única opción. Es importante que los pastusos conozcan nuevas alternativas para el aprovechamiento de sus noches, y para esto es necesario la implementación de nuevas propuestas innovadoras que les más opciones y los motive a participar de actividades diferentes. “Pégate al parche” es una propuesta que busca cambiar la perspectiva que tienen las personas sobre la noche en la ciudad de Pasto, que para muchos esta es sinónimo de rumba y alcohol, connotación que no está muy alejada de la realidad, ya que la ciudad no brinda experiencias o lugares que estén acordes con sus necesidades. Se quiere mostrar que es posible hacer cosas diferentes que le den al ciudadano una satisfacción personal, sin que el dinero sea algo fundamental.

El Design Thinking nos brinda herramientas muy efectivas al momento identificar alguna problemática y nos permite la creación de estrategias innovadoras encaminadas en atender las necesidades de las personas, es por esto que se convierte en una la base fundamental al momento de identificar y resolver efectivamente, cualquier reto de diseño.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Para muchas personas de la ciudad de Pasto, pensar en la palabra noche, es transportarse a un ambiente de fiesta, amigos y licor, son muy pocos aquellos que encuentran medios diferentes para divertirse, en una ciudad que solo ofrece los mismos atractivos nocturnos. Es evidente que en muchas ocasiones, la noche es el epicentro ideal para el encuentro de jóvenes en busca de nuevas experiencias, principalmente los fines de semana, y al no encontrar algo distinto se rigen a las actividades de siempre. Pasto sí cuenta con lugares a donde los jóvenes pueden ir en la noche, pero la mayoría de estos prestan servicios similares, dejando a los jóvenes con pocas opciones.

Por otra parte el factor económico juega un papel fundamental en las actividades nocturnas de los pastusos, puesto que la mayoría de ofertas requieren de una suma de dinero, en algunos lugares más elevada que en otros.

Figura 1. Fotografía plaza de Nariño



2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Crear alternativas o experiencias nocturnas, que les permitan a los jóvenes conocer gente y ayudar con pequeñas acciones, destinadas a un bien social.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un acercamiento a la población de la ciudad de Pasto para conocer sus características, comportamientos y principales actividades durante la noche.
- Brindar nuevas experiencias nocturnas a los habitantes de la ciudad de Pasto que estimulen la generación de lasos sociales y brinden alternativas de diversión a bajo costo.
- Crear, mediante la metodología del pensamiento de diseño, una estrategia que permita aprovechar la vida nocturna generando cambios positivos para la ciudad.

3. METODOLOGÍA

Para el desarrollo del proyecto se toma como base el Design Thinking también llamado Pensamiento de Diseño, considerado como una forma de pensar centrada en el ser humano, el trabajo colaborativo y en herramientas que permiten comprender y dar solución a las necesidades de los usuarios de una forma innovadora basada en el diseño de experiencias. Este método pasa por diferentes etapas o fases, tales como: Descubrimiento, definición, ideación, prototipado y testeo, las cuales cuentan con métodos y actividades específicas

que contribuyen a la identificación de una problemática y a la obtención de alternativas de solución.

3.1 FASE DE DESCUBRIMIENTO

3.1.1 DESAFÍO: ¿Cómo podemos aprovechar la noche, para generar una oferta alternativa a la calidad de vida de los habitantes de san juan de pasto?

Teniendo en cuenta el desafío de diseño planteado, se llevaron a cabo diferentes actividades de identificación del problema.

3.1.2 MAPA MENTAL

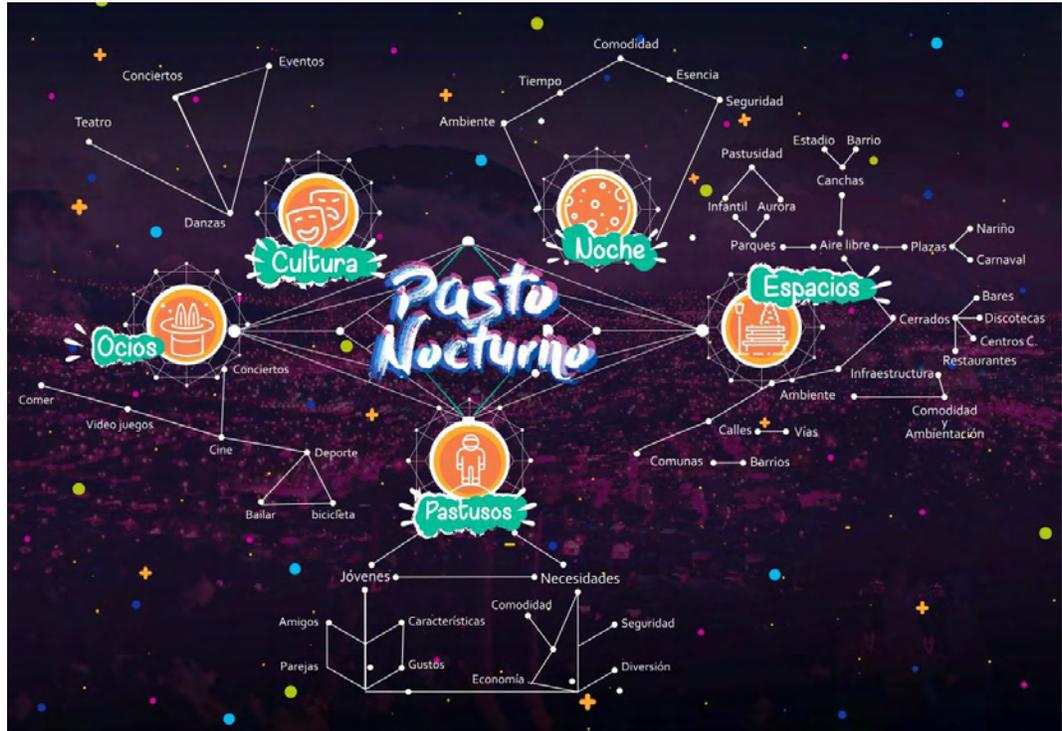
En primer lugar se dio paso a la creación de un mapa mental con el cual se pudo identificar los principales conceptos relacionados con la noche en la ciudad de Pasto. Esto con el fin de entrar en contexto con la problemática más adelante identificada.

Cada participante del equipo realizó un mapa mental diferente, plasmando allí sus apreciaciones y su percepción acerca de la noche en la ciudad de Pasto. Posteriormente se hizo un análisis de todas las ideas presentadas para rescatar los aspectos más relevantes y así lograr el resultado final correspondiente al mapa. Este consta de las siguientes categorías y subcategorías:

- Ocio: Comer, Cine, conciertos, deportes(bicicleta, bailar), videojuegos
- Cultura: Eventos, danzas, conciertos, teatros.
- Pastusos: jóvenes, amigos, parejas, necesidades(comodidad, seguridad, diversión
- Noche : Ambiente, tiempo, comodidad, seguridad,

- Espacios: Parques, aire libre, plazas (Nariño, carnaval) Cerrados (bares, discotecas, centros Comerciales, restaurantes, calles, vías, comunas, barrios.

Figura2. Mapa mental



Teniendo en cuenta el mapa mental obtenido, se pudo identificar que la ciudad de pasto, cuenta con diferentes espacios, que podrían en un futuro ser epicentro de actividades diferentes a las que se llevan a cabo en la actualidad. La noche es sin duda un escenario muy importante para la gente sobre todo los jóvenes que son los de mayor afluencia .El aspecto cultural juega un papel determinante, porque contribuye a generar la identidad de una región.

Los Stakeholders seleccionados fueron los siguientes:

-LUGARES DE ENTRETENIMIENTO: ¿Que ofrecen a sus clientes?, ¿Como surge la idea de crear ese establecimiento?, ¿Que es lo más loco que le ha pasado cuando está laborando?

-TRANSPORTE: Experiencias personales durante sus recorridos, anécdotas de la gente.

-MÚSICOS: ¿Cómo es la vida de un músico nocturno? ¿Cómo hacen sus contratos?, ¿Cómo actúa la gente cuando van a cantar?

-VENDEDORES AMBULANTES: Calidad de vida y motivaciones, experiencias y anécdotas en su trabajo, conocimiento de ventas en las calles o zonas de Pasto.

- PUESTOS DE SALUD (Stakeholder extremo): ¿Cómo son los días en el Hospital?,

-ENTIDADES PÚBLICAS: (policía, cultura) Apoyos, convenios acciones, prácticas y proyectos con la comunidad, conexión y experiencias buenas o malas con la comunidad, rutinas en su vida personal y laboral.

-ESCOBITAS: Que experiencias han tenido cuando están laborando, ¿Porque decidió trabajar en este oficio? , ¿Cómo es su relación con los compañeros de trabajo?,

-JÓVENES: (familia, amigos, estudiantes, universitarios) Características, necesidades, gustos, pasatiempos y sueños, experiencias y locuras nocturnas, sostenibilidad económica.

3.1.4 ACERCAMIENTO A STAKEHOLDERS

Después de definir los Stakeholders con los que se trabajará y de identificar los diferentes puntos que se requieren conocer acerca de estos, se procede a realizar un acercamiento con cada uno de ellos.

En este proceso de observación se utilizaron las técnicas de: un día en la vida de y mosca en la pared.

El grupo de trabajo sale alrededor de las 7 de la noche, con el objetivo de identificar principalmente el comportamiento de nuestros Stakeholders en la noche, para esto se hace necesaria la observación detallada de actitudes, gestos, vestuario etc. Todos estos aspectos son identificados por medio de la interacción.

Lo que se busca con estas actividades es conocer a fondo el contexto en el cual se desenvuelven los Stakeholders escogidos, razón por la cual no se realizan entrevistas directas, donde las respuestas o puntos de vistas podrían ser planeados, si no que por el contrario, la persona se pueda sentir segura de lo que expresa, que actúe de forma espontánea y de esta manera nos arroje la información precisa y necesaria que contribuya al desarrollo de nuestro reto, razón por la cual el acercamiento debe ser minucioso con el objetivo de ganar la cofinancia del Stakeholder y dejar que él mismo y sin presiones nos de las respuestas que necesitamos conocer. Consideramos relevante saber cómo actúan las personas tanto en espacios cerrados como en espacios abiertos, para ver que tanto influye esto en su comportamiento. Por tal motivo se realizó una observación general en el centro comercial “Unicentro”, para después proceder a la identificación de nuestros Stakeholders.

Figura4. Fotografía, centro comercial Unicentro



Posteriormente se hace la observación en el parque infantil en donde podemos apreciar a uno de nuestros stakeholders que son los vendedores ambulantes.

3.1.4.1 VENDEDORES AMBULANTES

Teniendo en cuenta las observaciones realizadas y lo que manifiestan los vendedores ambulantes se pueden hacer algunas conclusiones o apreciaciones:

- Es una mujer muy amable y muy alegre al momento de atender, siempre esta concentrada en su trabajo.
- Los vendedores ambulantes de este sector, se sienten muy seguros porque cuentan con la presencia de la policía.
- Trabajan en esto al no encontrar más oportunidades laborales.
- El tiempo que comparten con sus familias es muy limitado.

- El trabajo se hace muy difícil por factores como el frío, sin embargo no es un obstáculo para salir a laborar.

Figura 5. Fotografía, Vendedora



3.1.4.2 ENTIDADES PÚBLICAS

Durante nuestro recorrido nocturno por las principales calles de Pasto, nos dirigimos a la Plaza de Nariño, en donde se encontraba uno de nuestros Stakeholders “**Los Policías**” nos pareció que era muy relevante un acercamiento hacia ellos durante su jornada laboral, puesto que sería su zona de confort y de esta forma nos podrían relatar cómo es su perspectiva sobre las noches en la ciudad de Pasto.

Figura6. Fotografía, entidad Pública



3.1.4.3 JÓVENES En la observación realizada a los jóvenes de la ciudad de Pasto logramos identificar un factor común y es que en su gran mayoría ellos pertenecen a un grupo social, con el cual se reúnen durante la noche. Independientemente del plan que se tenga es evidente esa necesidad de estar en compañía. Se observa más afluencia de hombres que de mujeres. Existe gran variedad de estilos y personalidades.

Algunas de las cosas que ellos expresan, es que la vida es mucho más divertida si se tiene al lado alguien con quien compartir momentos y experiencias, muestran su interés por la música, las películas, la comida, la rumba y en muchos casos mencionan el alcohol como principal medio de entretenimiento.

Figura7. Fotografía, Jóvenes



3.1.4.4 LUGARES DE ENTRETENIMIENTO

Como lugar de entretenimiento escogimos el que consideramos que tiene mayor concurrencia de personas durante las noches(los bares) y en efecto al momento de ingresar se puede observar a la multitud de personas disfrutando con sus amigos o conocidos e ingiriendo bebidas alcohólicas, el ambiente de alegría y satisfacción es notable y algunos de los comentarios de las personas asistentes , hacen notar intereses al momento de haber ingresado al lugar, como por ejemplo la atracción hacia otra persona. Tanto hombres como mujeres tienen en su tema de conversación al sexo opuesto, manifestando gustos o intereses, aquellos que se encuentran solos buscan la manera de acercarse y entablar

conversación con otras personas, en el acercamiento que se realizó, por medio de la observación y la iteración, logramos inferir que lo que buscan es algún tipo de relación sentimental o simplemente el hecho de sentirse acompañados durante la noche.

Figura8. Fotografía, bar



3.1.4.5 MÚSICOS

Ubicados en la Cra 27, también llamada la calle de los tríos, de nuestro Stakeholders logramos obtener la siguiente información.

- Es un trabajo duro principalmente por el hecho de tener que trasnochar a diario, el rebusque es el tema de cada noche, sin embargo la amabilidad y el buen humor siempre están presentes.

- Existe una gran afluencia de personas de la tercera edad conformando estos grupos musicales algunos influenciados por el factor económico y otros por gustos y costumbres.
- Las ganas de trabajar se evidencia en cada una de sus palabras en las cuales manifiestan disponibilidad total, en cuanto a horarios y sitios de presentación.

3.1.4.6 CENTROS DE SALUD

Realizando una observación en el centro de salud “La Rosa” se lograron obtener datos generales de cómo es la rutina de los empleados del sector salud, por otra parte se realizó una interacción con algunos de los profesionales que ahí laboran y se obtuvo información relacionada con su estilo de vida.

- El ambiente hospitalario en muchas ocasiones no les permite pasar tiempo con sus seres queridos, puesto que las jornadas laborales son extensas. Les gustaría encontrar una manera de poder intercalar esas dos facetas de su vida en una sola: la vida familiar y la profesional para sentirse completos.

3.1.4.7 TAXISTAS

Un día en la vida de: Para poder conocer a fondo la percepción que tiene un taxista de la noche en la ciudad de pasto se realizó la técnica: un día en la vida de, en donde se acompañó a el señor Hernán Pabón en su recorrido nocturno para de esta forma poder identificar características durante su rutina de trabajo. En el recorrido se logró entablar una conversación con el taxista en donde se pudieron obtener algunas apreciaciones.

- Su mayor alegría es poder compartir más tiempo con su familia, por su trabajo el tiempo que les dedica es mínimo y siente lejos de ellos. Se puede notar en sus gestos y su tono algo de decepción y tristeza.
- La falta de oportunidades laborales lo lleva a tomar la decisión de desempeñarse como taxista, una actividad que considera extenuante y riesgosa.
- La inseguridad es sin duda un tema de preocupación para los taxistas que laboran de noche, puesto que a pesar de no haber sido una víctima directa de hechos delictivos, conoce de estos por experiencias de sus compañeros de trabajo.

Figura 9. Fotografía, Taxista



3.1.4.8 ESCOBITAS

Durante su rutina de trabajo ha podido ser espectadora de muchas riñas callejeras, principalmente relacionadas con el alcohol, a pesar de no ser víctima directa de la delincuencia, si ha sido testigo de esta y de cómo es Pasto en las madrugadas, como resultado del ambiente nocturno. El frío y el horario de trabajo hacen que esta actividad sea muy difícil, pero es la única alternativa que tiene para su sostenimiento y el de su familia, situación que puede hacerse más llevadera cuando se cuenta con la colaboración de personas que en ocasiones le brinda algún refrigerio o elementos que le puedan servir.

3.2 FASE DEFINIR

Se hace un análisis en el aula de clases de toda la información recolectada, se clasifica la información para obtener las ideas principales que nos ayudarán posteriormente a la solución del problema planteado. Después de haber clasificado la información se procede a realizar el mapa de relaciones, el mapa de empatía y el Stakeholders.

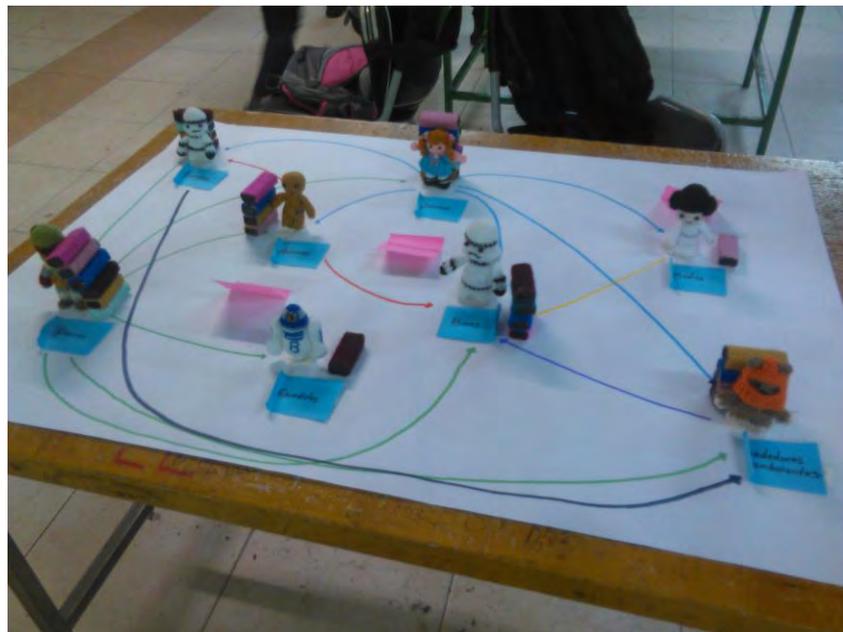
Figura 10, Análisis de ideas



3.2.1 MAPA DE RELACIONES

Este mapa es una parte fundamental del proceso, ya que nos permite identificar claramente cuál de nuestros Stakeholders tiene más relación con los demás y de esta manera poder elegir el indicado para continuar con nuestro proceso. Durante este ejercicio nos pudimos dar cuenta de que los Stakeholders que tenían mayor relevancia eran: Los Policías, los taxistas y los jóvenes, siendo este último el que mayor relación tenía con los demás.

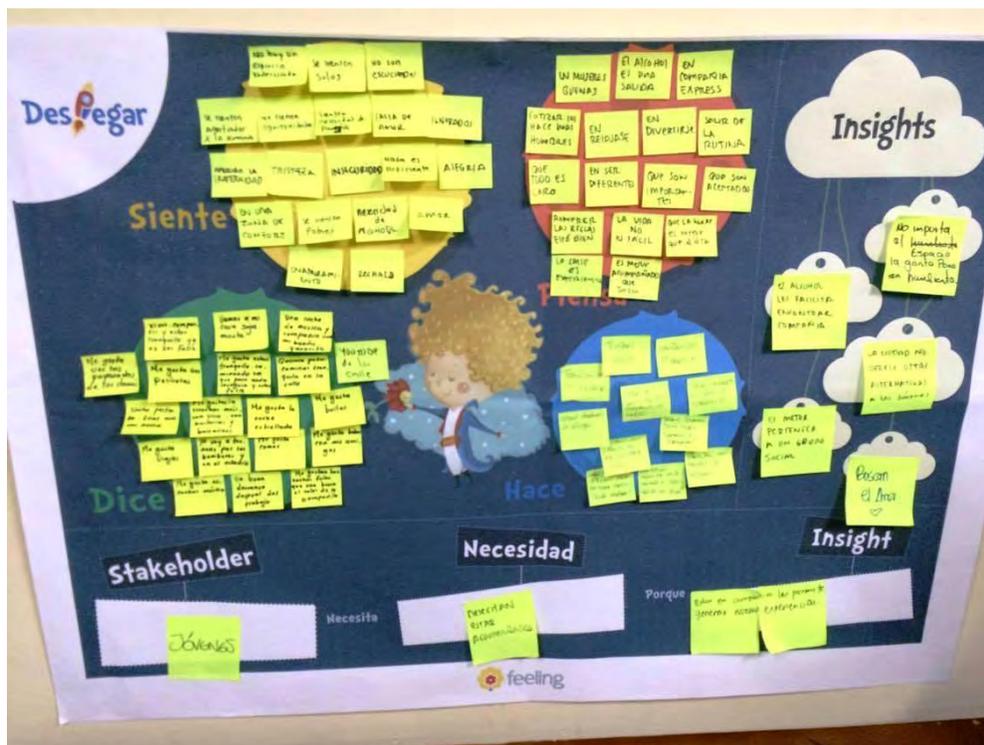
Figura11. Mapa de relaciones



3.2.2 MAPA DE EMPATÍA

Después de haber definido nuestro Stakeholders se procede a hacer un análisis más detallado sobre este, teniendo en cuenta los resultados obtenidos durante la fase de descubrimiento en donde se pudieron identificar diferentes insights.

Figura 12. Mapa de empatía



QUE DICEN: Vivir, compartir y estar tranquilo ya es ser feliz, Me gusta ver películas, me gusta ver las payasadas de los demás, me gusta viajar, me gusta escuchar música, un buen descanso después del trabajo, me gustan las noches frías donde uno busca el calor de la compañía, me gusta beber con mis amigos, me gusta bailar, quisiera poder caminar tranquila en la calle, yo aprendo en el YouTube de la calle, Una noche de música y compañía con mi banda favorita vamos a mi casa, sigámosla, me gusta estar tranquilo, caminando sin que pase nada inseguro y estar feliz..

QUE SIENTEN: Se sienten agotados por la semana laboral, en una zona de confort, que no tienen oportunidades, tristeza, pobreza, enamoramiento, rechazo, necesidad de alcohol,

inseguridad, necesidad de tener pareja, soledad, que no son escuchados, falta de amor, que nada es suficiente, alegría, que son ignorados.

QUE PIENSAN: En mujeres, que cotizar los hace más hombres, que todo es caro, romper las reglas esta bien, la calle es experiencia, en relajarse, en ser diferentes, la vida no es fácil, es mejor acompañado que solo, que son importantes, que son aceptados, en salir de la rutina, en compañía

QUE HACEN: Toman vino, cantan en el parque, salen a caminar en compañía, los chicos hablan de cotices, los chicos son coquetos al ver a una chica sola, tocan guitarra en estado de embriaguez, friquiz jugando juegos de Rol (calabazas y dragones).

Teniendo en cuenta el mapa de empatía se obtuvieron los siguientes insights:

- La ciudad no ofrece otras alternativas nocturnas para los jóvenes.
- El alcohol les facilita encontrar compañía en la noche.
- Es mejor pertenecer a un grupo social.
- Generar nuevas experiencias cambia su día.

Analizando los 5 insight, La necesidad que logramos identificar en los Jóvenes de la ciudad de Pasto es que ellos **necesitan estar en compañía durante la noche** y el porqué de esta necesidad nos da como resultado el insight: **Estar en compañía les permite generar nuevas experiencias.**

Estos resultados serán el punto de enfoque para lograr cumplir con el reto propuesto.

3.2.3 STORYTELLIN (Contar historias)

Esta herramienta nos permite mostrar de forma clara y sencilla el problema que se ha identificado durante el proceso de observación y análisis. Permite que exista una conexión entre lo que se cuenta y la audiencia que lo recibe. El Stakeholders se realizó mediante una animación, tomando como base los diferentes insight obtenidos por medio del mapa de empatía. En primer lugar se parte de la pregunta, ¿Por qué los jóvenes necesitan compañía en las noches? Se van mostrando diferentes situaciones por las que puede pasar un joven cuando sale de su casa, poniendo en evidencia los principales intereses y posibles obstáculos que se puedan presentar al momento de armar un plan nocturno.

Figura 13. Storytelling



3.3 FASE IDEAR

Durante esta fase lo que se busca es encontrar la manera de dar solución al problema anteriormente identificado, es aquí donde se ponen en prácticas diferentes métodos de

ideación que permitirán de una manera creativa en innovadora generar la propuesta más acorde con el desafío. Algunas de las herramientas empleadas fueron:

3.3.1 MATRICES MULTIDIMENSIONALES: Esta actividad permite de forma esquematizada lograr un mayor acercamiento con el contexto y contribuye a la generación de ideas innovadoras

3.3.2 PREGUNTAS HWM. (Insight principal)

Este tipo de preguntas son de mucha utilidad por nos permiten identificar las características más relevantes del problema planteado y elegir las más acordes al momento de recibir las opiniones de las personas.

¿Cómo podríamos crear lugares o experiencias que les permitan a los jóvenes de la ciudad de Pasto encontrar compañía en las noches?

¿Cómo podríamos ofrecer espacios donde el factor económico no sea una limitante?

¿Cómo podríamos hacer que el lugar o la experiencia funcione sin el factor económico?

¿Cómo podríamos disfrutar de la compañía saliendo de la cotidianidad sin que el dinero sea una limitante?

¿Cómo podríamos hacer que los jóvenes se interesen en planes alternativos en lugar de planes comunes?

¿Cómo podríamos aprovechar el tiempo libre de los jóvenes?

¿Cómo podríamos convertir un lugar común en un espacio donde se facilite encontrar compañía?

¿Cómo podríamos lograr que los espacios alternativos de la ciudad de Pasto sean lugares a donde los jóvenes quieran ir?

¿Cómo podríamos hacer que los jóvenes no realicen planes comunes durante la noche?

3.3.3 BRAINSTORMING (LLUVIA DE IDEAS)

Para dar paso a este método se parte de tres preguntas en las cuales se plantea el objetivo que se quiere lograr. En primera instancia se procede a realizar una lluvia de ideas por parte de los integrantes del equipo de diseño.

- ¿Cómo podemos convertir un lugar común en un espacio donde se facilite conseguir citas o compañía?
- ¿Cómo crear lugares o experiencias que faciliten a los jóvenes de la ciudad de Pasto, encontrar compañía en las noches?
- ¿Cómo podemos disfrutar de la compañía, saliendo de la cotidianidad sin que el dinero sea fundamental?

Posteriormente se realiza la misma actividad, pero esta vez con los habitantes de la ciudad de Pasto, Se ubican 3 carteleras a la entrada de la Casona de Taminango durante la noche, aquí los participantes pueden plasmar sus ideas con relación a cada pregunta.

Se hace un análisis de las respuestas obtenidas tanto del grupo de trabajo como de los participantes colaborativos, de esta actividad se obtuvieron las bases para la construcción de la propuesta final.

Figura 14. Fotografía, Lluvia de ideas



3.3.4 SKETCH GROUP

Cada integrante del equipo de diseño procede a generar lo que sería la propuesta para lograr el desafío, teniendo en cuenta las tres preguntas que sirvieron de base para la lluvia de ideas y los aportes de las personas que participaron de la actividad. Aquí debe mostrarse paso a paso la planeación del evento y las personas que van a ser parte éste. Después de analizar todas las propuestas se hace una retroalimentación comparando ideas y complementando unas con otras, así se llega a determinar una propuesta final.

Figura 15, Propuesta



3.3.5 PROPUESTA FINAL

La propuesta consta de un evento en el cual nuestro público objetivo (Los jóvenes) se reúne en un sitio específico de la ciudad con el propósito de realizar determinadas obras sociales. La actividad de cada evento es previamente definida y dada a conocer mediante las redes sociales. El primer evento se enfoca en los habitantes en condición de calle, la idea consta de la donación de carpas impermeables, puesto que consideramos que es un elemento muy necesario para la protección contra el frío y el agua.

La primera actividad es ideada por los integrantes del grupo de diseño y es una muestra de lo que se quiere lograr en obras futuras. Más adelante las personas que se integren al equipo podrán hacer diferentes propuestas sociales, para así desarrollar próximos eventos. Con estas actividades nocturnas lo que se busca es que las personas se encuentren en un ambiente diferente al habitual, conozcan más gente y al mismo tiempo contribuyan al mejoramiento de la ciudad, de esta forma consideramos que se estaría abordando el tema concerniente al desafío de diseño.

3.4 FASE PROTOTIPADO

Después de haber culminado con todas las actividades de identificación e ideación se procede a desarrollo de las propuestas de diseño, durante el cual como primera instancia se le da una identificación al proyecto, correspondiente al logo que servirá de elemento principal para la difusión de nuestra propuesta. Aquí se planea paso a paso todo lo relacionado con el evento y se construyen las piezas gráficas o material de apoyo necesario para su difusión. Así como también se desarrolla el Diseño de diferentes artefactos

industriales que servirán de apoyo para actividades a desarrollar. Para la organización del evento se hace necesaria la creación de un Workflow

Figura 16, Workflow



Aquí se encuentran definidas cada una de las tareas que desarrollaran los integrantes del grupo de diseño y todo lo concerniente a presupuestos o permisos si se requieren.

4. PROCESO DE DISEÑO

Una vez definida la actividad a desarrollar se procede a la creación del Imagotipo, el cual es un conjunto de ilustración y tipografía. En primer lugar se define el nombre de nuestro

proyecto el cual fue llamado PÉGATE AL PARCHE, consideramos que este nombre está acorde con el objetivo y con lo que queremos lograr. Además es de fácil recordación y forma parte del dialecto que muchas veces usan los jóvenes.

Figura 17. Imagotipo



La imagen consta de dos brazos entrelazados que muestran unión y solidaridad, la tipografía empleada refleja fuerza, un aspecto que consideramos importante en una acción social, esto acompañado de un icono que nos representa el trabajo colaborativo. Los colores fueron escogidos de tal forma que generen una pregnancia en el espectador.

Al tener definida la imagen, se procede a la elaboración de las diferentes piezas y elementos utilizados para la difusión y para el montaje del evento. Así como la edición de videos de información.

4.1 PIEZAS - REDES SOCIALES

Estas piezas fueron creadas para difundir la información de forma clara y concisa, de esta manera se logró llegar efectivamente a los jóvenes, que eran nuestro público objetivo.

Figura 18. Piezas , redes sociales



4.2 APLICACIONES (EVENTO)

Era importante dar a conocer a Pégate al parche de la mejor manera, por esta razón se crearon diferentes aplicaciones que resaltan la identidad de nuestro proyecto, haciendolo más llamativo para los jóvenes de la ciudad.

Figura 19. Aplicación, Camisetas



Figura 20. Aplicación, Botones



Figura 21. Aplicación, Mañillas



5. RESULTADOS

5.1 DÍA DEL EVENTO

El evento fue realizado en la plaza de Nariño, a partir de las 7 de noche, contando con el apoyo de café sobre ruedas, y la colaboración de Paz animal, quienes al enterarse de nuestra iniciativa, se interesaron mucho, proponiendo para esa noche la unión de 2 fines, la ayuda para gente en situación de calle y para los animales de la misma condición.

No fue necesaria la solicitud de permisos puesto que el evento se desarrolló un espacio público. La difusión del evento se llevó a cabo por medio de las redes sociales (Facebook) y desde el inicio tuvo una gran acogida por parte de los jóvenes, quienes se mostraron muy interesados en hacer parte de esta propuesta nocturna.

Figura 22. Fotografía, día del evento



En un principio el evento fue pensado únicamente para la donación de las capas, elemento que consideramos indispensable para las personas en condición de calle , quienes podrán protegerse del frío y de la lluvia, sin embargo la gente se mostró muy comprometida con la causa y muchos donaron ropa y alimentos. La colaboración para los animalitos en condición de calle, no se hizo esperar, puesto que se reunió gran cantidad de concentrado y desparasitantes durante el evento. La primera fase de la actividad consta de la clasificación de la ropa donada (de hombres, mujeres y niños), teniendo la ropa lista, se procede a la división de los voluntarios en 4 grupos, liderado cada uno por un integrante del equipo creador de pégate al parche, los integrantes de cada grupo se dirigen a diferentes puntos de la ciudad con el objetivo de buscar a las personas que habitan en la calle, para convencerlos

de acercarse al lugar de encuentro y de esta forma acceder a los beneficios que se les brindarán en este lugar. Por otra parte cada grupo se lleva una cantidad de concentrado, para ofrecerle a los animalitos que se encuentren en la calle, así como también se les brinda la atención de desparasitado.

En la carpa ubicada en el lugar del encuentro, se adecúa un vestidor con el objetivo de que las personas que requieren de las donaciones, se cambien, utilizando la ropa que ha donado la comunidad, y a su vez tiren a la basura las prendas que llevan puestas, las cuales ya se encuentran en mal estado. Posteriormente se les brinda atención médica por parte del doctor Juan Antonio Ruiz de Salud con Corazón, quien al enterarse de la iniciativa, por las redes sociales, no dudo en hacer parte de esta gran jornada. Después de pasar por estos procesos se les brinda a las personas un refrigerio, patrocinado por café sobre ruedas y quimbolitos Doña Carmen. Se hace evidente en el rostro de estas personas la gratitud, por todo lo que estaba pasando, sonrisas y palabras de agradecimiento se escucharon durante algunas horas en la plaza de Nariño, también es posible apreciar los gestos de satisfacción por parte de todos aquellos que colaboraron con los que más lo necesitan. Se puede decir que el primer evento de pégate al parche fue exitoso, puesto que superó las expectativas que se tenían en cuanto a la asistencia y colaboración, una noche que sin duda reunió muchas características que muestran la parte más humana de las personas. El deseo de muchos por ayudar, cubrió un poco algunas de las necesidades de aquellas personas vulnerables y al mismo tiempo contribuyó a la interacción entre los participantes y en algunos casos a creación de nuevos lazos de amistad, haciendo una noche amena para esas personas que decidieron cambiar por un día su rutina nocturna y se unieron por un bien social.

CONCLUSIONES

El proyecto Pégate al parche, fue creado con el objetivo de darle a los jóvenes de la ciudad de Pasto nuevas alternativas para aprovechar la noche.

Para los jóvenes de la ciudad de Pasto, el sentirse acompañados durante la noche, les proporciona un ambiente de diversión, seguridad y Satisfacción Personal

Con este proyecto se logró demostrar que los jóvenes, están abiertos a experimentar nuevas experiencias durante la noche.

Pasto cuenta con muchas personas dispuestas a ayudar a los más necesitados, a cambiar su rutina, para hacer algo por la sociedad

Las redes sociales, juegan un papel fundamental en el propósito de difundir eventos, sin duda es una herramienta muy útil y efectiva.

RECOMENDACIONES

- Si se busca replicar el proyecto en otros lugares y para esto es importante tener en cuenta la metodología del mismo, solo se hacen pequeños ajustes de lugar y se identifican las necesidades.
- El proyecto al ser de carácter social no busca fines lucrativos.
- Si se desea abrir el archivo diagramado, se debe utilizar adobe flash player

7. ANEXOS





