

DIPLOMADO DESIGN THINKING

**PROYECTO DE GRADO: SUMANDO SONRISAS RED DE ACCIONES
SOCIALES**

MARÍA CAMILA NARVÁEZ ARTEAGA
MARÍA ALEJANDRA CORAL CAICEDO

PROGRAMA DE DISEÑO
FACULTAD DE ARTES
UNIVERSIDAD DE NARIÑO
SAN JUAN DE PASTO
2016
DIPLOMADO DESIGN THINKING

**PROYECTO DE GRADO: SUMANDO SONRISAS RED DE ACCIONES
SOCIALES**

MARÍA CAMILA NARVÁEZ ARTEAGA
MARÍA ALEJANDRA CORAL CAICEDO

ASESOR: D.G RAMÓN ORTEGA

PROGRAMA DE DISEÑO
FACULTAD DE ARTES
UNIVERSIDAD DE NARIÑO
SAN JUAN DE PASTO

2016

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.

Nota de Aceptación

Firma del Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

San Juan de Pasto, 16 de Noviembre del 2016

RESUMEN

Se implementó la metodología del Design thinking en la ciudad de Pasto para dar respuesta a la pregunta ¿Cómo podemos disfrutar de la compañía, saliendo de la cotidianidad sin que el dinero sea fundamental? una vez determinados nuestros posibles stakeholders determinamos que los principales serían los jóvenes de la ciudad de Pasto se estudiaría su comportamiento en lugares que ofrecieran una alternativa de recreación e interacción social en horarios nocturnos, luego de realizar este proceso nos encontramos con una limitante dentro de la mayoría de los jóvenes consultados la idea necesitar dinero para poder realizar cualquier tipo de actividad en las noches, así como también el hecho de que la ciudad de Pasto no ofrece alternativas nocturnas diferentes generando un círculo vicioso fundamentado en la rutina. Es por esto que nos dispusimos a crear nuevos espacios para las noches de Pasto trabajando bajo tres premisas fundamentales siendo estas:

- No se necesita dinero para poder disfrutar de la compañía de los demás ni para poder vivir nuevas experiencias.
- Estar dispuesto a salir de la rutina y descubrir nuevas experiencias de vida.
- Para poder hacer la diferencia no hacen falta grandes acciones solo la voluntad de ayudar a tus semejantes.

Finalmente se realizaron diferentes encuentros en los cuales se cumplieron las expectativas propuestas se realizó el sueño de doña Mariela una adulta mayor a la cual le pudimos demostrar que los jóvenes no solo pensamos en nosotros mismos, y la puesta en marcha del evento regala una sonrisa el cual conto con una participación masiva, donde niños jóvenes y adultos disfrutaron de una noche fuera de lo común.

ABSTRACT

Abstract Design thinking methodology was implemented in Pasto city with purpose to answer the question ? How we can enjoy the “company” leaving the routine and where the money does not play a fundamental role? Once we determine our possible stakeholders we found that the main participants will be the young people in Pasto city, then we have studied their behavior in places that offer an alternative of recreation and social interaction in the late evening hours. After the previous process was done we have found a limitation in the majority of the young people surveyed and was the need of money to be able to realize any type of activity in the nights, besides the fact that the city of Pasto does not offer late evening alternatives generating a vicious circle based on the routine. For this reason we have created new spaces for the late evenings in Pasto working under three fundamental premises:

- Money is not needed to enjoy the company of other people and live new experiences.
- Be willing to leave the routine and discover new life experiences.
- To be able to make the difference is not necessary big actions, only the willingness to help your fellow beings.

Finally different meetings were realized where all the goals purposed were achieved, as an example, one of the dream of “Doña Mariela” a third age person that we were able to show that we, the young people do not think on ourselves. Furthermore the start-up of the event “share an smile” that count with a great participation of children, young people and adults where all of them enjoy of one night getting out of the routine.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	8
1. JUSTIFICACIÓN	13
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
3. GRUPOS DE INTERÉS	15
3.1 JÓVENES	15
3.2 ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS	15
3.3 ACTIVISTAS SOCIALES	16
4. OBJETIVOS	17
4.1 OBJETIVO GENERAL	17
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	17
5. METODOLOGÍA	18
5.1 EMPATIZAR	18
5.1.1 MAPA MENTAL	19
5.1.2 MAPA DE STAKEHOLDERS Y CARDSORTING	19
5.1.3 UN DÍA EN LA VIDA DE	20
5.1.4 MOSCA EN LA PARED	21
5.1.5 QUÉ? CÓMO? POR QUÉ?	22
5.1.6 STORYTELLING	22
5.2 DEFINIR	25
5.2.1 SATURAR Y AGRUPAR	25
5.2.2 MAPA DE RELACIONES	26
5.2.3 MAPA DE EMPATÍA	27
5.3 IDEAR	28
5.3.1 HMW? COMO PODRÍAMOS	28
5.3.2 TALLER CREATIVO	32
5.4 PROTOTIPAR	34
5.4.1 SUMANDO SONRISAS	34
5.4.2 D4 DESIGN SCOPE 2/ DESIGN REQUIREMENTS	34
5.4.3 MAPA MENTAL ESTRUCTURAL	35

5.4.4 PROPUESTA CREATIVA	36
5.5 EVALUAR	44
5.5.1 CONCLUSIONES FINALES	45
6. ANEXOS	46
7. BIBLIOGRAFÍA	48
8. WEBGRAFÍA	49

LISTA DE TABLAS

	Pág.
TABLA 1 ESTADÍSTICAS DE FANS EN FACEBOOK	44
TABLA 2 ESTADÍSTICAS INTERACCIÓN DE FACEBOOK	45

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
FIGURA 1. JULIANA Y MANUEL JÓVENES PARTÍCIPIES DE SUS HISTORIAS	14
FIGURA 2. JÓVENES PARTÍCIPIES	15
FIGURA 3. GOBERNADOR DE NARIÑO, CAMILO ROMERO	16
FIGURA 4. ACTIVISTAS ENBICÍCLATE	16
FIGURA 5. MAPA MENTAL ORGANIZACIÓN DE INVESTIGACIÓN	19
FIGURA 6. MAPA STAKEHOLDERS Y CARDSORTING	19
FIGURA 7. EXPLORANDO EL ENTORNO DE INVESTIGACIÓN	20
FIGURA 8. CONVERSACIÓN CON TAXISTA	21
FIGURA 9. OBSERVANDO A LOS JÓVENES	22
FIGURA 10. MURO DE LOS DESEOS 1	25
FIGURA 11. MURO DE LOS DESEOS 2	26
FIGURA 12. FOTOGRAFÍA MAPA DE RELACIONES	27
FIGURA 13. FOTOGRAFÍA MAPA DE EMPATÍA	28
FIGURA 14. FOTOGRAFÍA JÓVENES PARTÍCIPIES ETAPA IDEACIÓN A	29
FIGURA 15. FOTOGRAFÍA JÓVENES PARTÍCIPIES ETAPA IDEACIÓN B	29
FIGURA 16. FOTOGRAFÍA INSIGHTS RECOLECTADOS CON LA POBLACIÓN JUVENIL	30
FIGURA 17. FOTOGRAFÍA INSIGHTS RECOLECTADOS CON LA POBLACIÓN JUVENIL 2	31
FIGURA 18. PRIMER IDEA	31
FIGURA 19. SEGUNDA IDEA	32
FIGURA 20. ASISTENTES TALLER CREATIVO	33
FIGURA 21. ESQUEMA D4 DESIGN SCOPE 2	33
FIGURA 22. MAPA MENTAL ESTRUCTURAL SUMANDO SONRISAS	35
FIGURA 23. IMAGOTIPO SUMANDO SONRISAS	35
FIGURA 24. REDES SOCIALES FACEBOOK	36
FIGURA 25. REDES SOCIALES TWITTER	37

FIGURA 26. REDES SOCIALES YOUTUBE	38
FIGURA 27. CONOCE LA HISTORIA DE MARIELA	38
FIGURA 28. PIEZA VISUAL MARIELA, UNA HISTORIA	39
FIGURA 29. ELABORACIÓN TRAJE ARTESANAL	40
FIGURA 30. DOÑA MARIELA CON EL TRAJE ARTESANAL	41
FIGURA 31. ASISTENTE EVENTO “REGALA SONRISAS”	42
FIGURA 32. PERSONAS A QUIEN SE LE REGALÓ UNA SONRISA	43
FIGURA 33. JÓVENES PARTICIPANTES DEL EVENTO	43

INTRODUCCIÓN

Les ha pasado van por la calle tienen mil y unas cosas en que pensar, trabajos, deudas, amigos, familia un millón de pequeños pensamientos pasan una y otra vez por nuestra cabeza de repente se encuentran con una persona que alegra su día, un amigo que hace mucho no veían la chica que les gusta, una persona cualquiera que cambia hace que todo el día valiera la pena aquella sensación de alegría expresada en la más simple de las acciones una sonrisa, ahora bien a quien no le ha pasado llegas a tu casa luego de terminar con los deberes tuviste un altercado con un compañero del trabajo, con un profesor de la universidad o quizá con tu pareja el día se torna aburrido, de repente escuchas que te llaman tu madre dice que el almuerzo está listo y encuentras tu comida preferida es ahí cuando todo el estrés se desvanece poco y aquella cara de pocos amigos es remplazada por así es adivinaron una sonrisa, ahora bien supongo que se estarán preguntado a que se deben estas preguntas y la respuesta está en una pregunta que quizás aún no se habían hecho **¿Cuál es valor de una sonrisa?**.

En la ciudad de Pasto muchos son los jóvenes que buscan nuevas formas de aprovechar el tiempo libre, puesto que todos sentimos aquella necesidad de sentirnos parte de algo más grande que nosotros mismos, sin embargo Pasto es una ciudad con alternativas recreacionales muy limitadas por lo que para saciar esta necesidad de interacción social los jóvenes recurren a alternativas como el alcohol, es por esta razón que utilizando nuestros conocimientos en “Design Thinking” bajo el desafío de cambiar la manera en la que los jóvenes viven las noches en la ciudad de Pasto se lanzó la iniciativa sumando sonrisas.

¿En qué consiste la iniciativa sumando sonrisas? Se busca desarrollar una red de buenas acciones, en la cual los jóvenes se conviertan en activistas sociales con el objetivo de llevar un mensaje a la comunidad “no hace falta grandes acciones para lograr el cambio tu puedes cambiar el día de una persona, a través de un detalle mínimo basta con utilizar tus talentos y sin importar de quien se trate, una pequeña acción puede convertir la noche más oscura en la luna más brillante” buscamos transmitir este simple mensaje ya que todos podemos hacer una buena acción por el otro.

1. JUSTIFICACIÓN

A través de la iniciativa sumando sonrisas se han desarrollado una serie de espacios adecuados para la interacción social de los jóvenes en la ciudad de pasto, teniendo como eje central la innovación social, enfatizando en puntos como el desarrollo de nuevas experiencias, la ruptura de la dependencia económica al momento de interactuar los unos con los otros y la satisfacción obtenida tras realizar una buena acción que parte del talento y conocimiento propio, basándonos en el sentimiento de sentirse protagonistas de su propia historia.

A través de la metodología del Design thinking se desarrollan nuevas maneras de abordar los diferentes, problemas sociales de los cuales son protagonistas los jóvenes de la ciudad de pasto abordándolos desde la perspectiva de la juventud permitiendo que ellos mismos sean quienes expongan sus dificultades y planten soluciones, generando una nueva perspectiva sobre cómo abordar este tipo de inconvenientes. La respuesta de la comunidad a este método de investigación fue inmediata la posibilidad de generar nuevas formas de expresión para los jóvenes, nuevos espacios de recreación y aprovechamiento del tiempo libre, así como de interacción social todo esto sin la necesidad de contar con recursos económicos, solo se requiere de la disposición de aportar sus talentos y conocimientos al propósito de realizar pequeñas acciones para hacer feliz a otra persona.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El ser humano al vivir en sociedad necesita de la interacción con su entorno para desarrollarse como persona, la interacción social es parte fundamental del desarrollo humano multidimensional, necesitamos de la convivencia con nuestros semejantes para lograr el máximo potencial posible, en la ciudad de pasto se ha venido fortaleciendo en los jóvenes la idea de que es necesario contar con dinero para poder interactuar con los demás lo que ha venido provocando un aislamiento social el cual está delimitado por los ingresos económicos con los cuales cuentan para realizar cualquier tipo de actividad recreativa.

Figura 1. Juliana y Manuel Jóvenes partícipes de sus historias.



3. GRUPO DE INTERÉS

3.1 JÓVENES

De la ciudad de Pasto, de cualquier estrato social, con la disposición de vivir nuevas experiencias y conocer personas que compartan sus gustos e intereses todo esto durante la noche de igual forma que cuenten con la intención de ayudar y aprender de los demás.

Figura 2. Jóvenes partícipes



3.2 ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS

Entre las cuales destaca la gobernación de Nariño, La Alcaldía de Pasto, centros comerciales propios de la Ciudad, fundaciones sin ánimo de lucro que deseen formar parte de esta iniciativa y demás entidades interesadas.

Figura 3. Gobernador de Nariño, Camilo Romero



3.3 ACTIVISTAS SOCIALES: toda persona dispuesta a participar activamente en nuestra iniciativa buscando ayudar, aprender, y descubrir.

Figura 4. Activistas Enbicíclate.



Fuente Facebook Enbicíclate.

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

¿Cómo podemos disfrutar de la compañía saliendo de la cotidianidad sin que el dinero sea fundamental?

4.2 OBJETIVO ESPECÍFICOS

1. Encontrar espacios adecuados para los jóvenes sin necesidad de que el dinero sea fundamental.
2. Priorizar las necesidades encontradas en los jóvenes, mediante el análisis de la información recolectada.
3. Idear una propuesta comunicacional, que permita el mejoramiento parcial del problema encontrado, mediante el trabajo directo con la población objeto.
4. Diseñar las piezas graficas necesarias para la estrategia de comunicación propuesta.
5. Prototipar y evaluar la estrategia comunicacional para detectar sus falencias e identificar los puntos favorables para optimizar la estrategia.
6. Mejorar la estrategia de comunicación realizando los cambios que fueron resultado del testeo previamente realizado.

5. METODOLOGÍA

Es una herramienta para crear una estrategia de diseño capaz de conseguir una integración multidisciplinaria enfocada en dar solución a un problema de índole social. Este proceso cuenta con 5 fundamentos de desarrollo, comenzando con la etapa denominada Empatizar, consiguiente la etapa de Definir, Idear, Prototipar y finalmente Evaluar, implementamos esta metodología dentro de nuestro proceso de investigación debido a que es un medio de innovación.

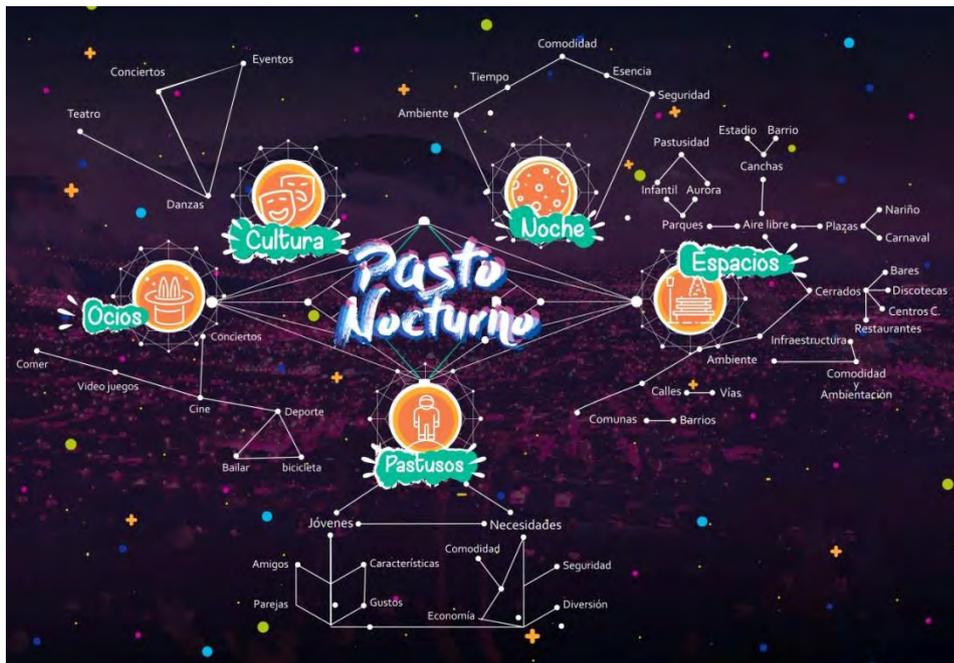
5.1 EMPATIZAR

Adopta el enfoque que pone primero a la gente, se observa las cosas que otros no ven y usan sus conocimientos para inspirar la innovación sobre una posible solución.

5.1.1 MAPA MENTAL

Se realizó un mapa mental organizando ciertas actividades en las noches de la ciudad de San Juan de Pasto, categorizando los espacios, la cultura, los ocios que son parte de la vivencia de los pastusos en la noche, donde se pudo identificar el valor comercial y de población durante las horas nocturnas.

Figura 5. Mapa Mental Organización de Investigación



5.1.2 MAPA DE STAKEHOLDERS Y CARDSORTING

Luego de desglosar las condiciones que se observan en la noche pasamos por identificar a todas aquellas personas u organizaciones vinculadas por las actividades y decisiones de San Juan de Pasto en la noche a estos grupos se los denomina stakeholders

Figura 6. Mapa Stakeholders y Cardsorting



Nuestros stakeholders fueron Entidades Públicas, Escobitas, vendedores ambulantes, médico, transporte, lugares de entretenimiento, Policías, y los Jóvenes. Pero antes queríamos especificar que queríamos observar e investigar de estos grupos objetivos como: Características, necesidades, gustos, pasatiempos y sueños, Experiencias y locuras nocturnas, Sostenibilidad económica, Apoyo, convenios, acciones, prácticas y proyectos con la comunidad, Calidad de vida y motivaciones, anécdotas en su trabajo, Conocimiento de ventas en las calles y zonas de Pasto. Toda esta información se recolecto mediante las siguientes herramientas de la etapa de empatizar.

5.1.3 UN DÍA EN LA VIDA DE

Estuvimos observando el comportamiento y experiencias de aquellas personas de san juan de pasto que les gusta ir a lugares como bares o sitios bailables, una de nuestras compañeras se infiltro como mesera de uno de los bares de la ciudad observando el comportamiento del cliente, en este caso todos eran jóvenes y la mayoría eran chicos en busca de compañía, se miraba que la gente le gusta ir a estos establecimientos para conocer nuevas personas.

Figura 7. Explorando el entorno de investigación



5.1.4 MOSCA EN LA PARED

Con esta herramienta miramos y observamos la cotidianidad de nuestros stakeholders sin que ellos se dieran cuenta con ayuda de una pequeña cámara oculta observamos que:

-LOS TAXISTAS

Buscan seguridad y buscan comprensión frente a sus pasajeros, el comportamiento sobre todo en las horas de la noche y comienzo de la madrugada en la ciudad ya que la mayoría presentan estado de alcohol y por lo tanto se comportan de forma violenta o agresiva.

Figura 8. Conversación con Taxista



-JÓVENES

Los jóvenes van en busca de un grupo de amigos, de conocer gente nueva y hacer nuevas experiencias, les gusta dialogar disfrutar de un buen café y dejar que la noche pase.

Figura 9. Observando a los jóvenes



5.1.5 QUÉ? CÓMO? Y PORQUÉ?

Nos encontramos con estos dos personajes y nos permitieron tomar esta fotografía, en esta imagen podemos ver el tipo de circunstancia en donde se encuentran cierta parte de los jóvenes de la ciudad, se sienten discriminados, cansados, no son felices ya que sus vidas han pasado por mucho, una de sus frases fue “a nosotros no nos enseñan nada, todo lo que sabemos es por el youtube de la calle”. Analizamos que aunque quieran estar en otro ámbito ellos al verse discriminados se convierten en los “delincuentes” que cree la gente que son.

5.1.6 STORYTELLING

-ESPERANZA : es parte de los empleados de EMAS encargados de la limpieza “escobita” de la ciudad de Pasto, en horarios nocturnos, tiene 45 años de edad, al consultarle sobre cómo ha sido su jornada laboral doña esperanza nos responde "ahí niña, no ve que ayer fue partido la gente es cochina bota

basura en las calles, se encuentran vidrios y a veces nos cortamos, ellos no se ponen a pensar de quien limpia, yo le pregunto a usted niña ¿es así en la casa?, no creo que sea así, la gente es muy cochina, yo podre ser pobre, pero en mi casa hay orden, como pueden ser los jóvenes tan desconsiderados.

-AGENTE DE POLICÍA JHONATAN BRAVO : al consultarle como transcurrió su jornada laboral nos dijo “lo más complicado es eso de controlar el orden público y de estar cuidando en todo lugar de la ciudad, mucha gente no entiende el sacrificio que hace la fuerza pública por la seguridad de todos, los días que más difícil se vuelve el trabajo es cuando hay festejos como un partido, un puente, o una fecha en especial, son muy pocos los que trabajan en pasto nos mandan a vigilar bastantes puntos de la ciudad, el comportamiento en las noches y sobre todo en fines de semanas de los conductores de vehículos es deficiente no respetan normas y los de transito no ayudan de la manera adecuada, muchos de los jóvenes suelen estar borrachos buscando pelea y muchas veces es difícil detenerlos la misma gente la que nos critica por intentar poner el orden”.

-TAXISTA DON JOSÉ MIDEROS cada vez es más difícil trabajar en la ciudad la inseguridad que se vive sobretodo en horas de la noche, no ve que muchos pasajeros se suben borrachos se le bajan a uno sin pagar o le maltratan el carro si uno no los lleva por estar tomando en las calles, eso los jóvenes que salen hasta la madrugada lo que busca es delinquir y armar desorden.

Bartender : los fines de semana siempre hay más movimiento, a los clientes por lo general les gusta mucho la biblioteca de música que ofrece nuestro bar, por lo general siempre llegan más hombres que mujeres para cotizar (risa), la gente que viene aquí más que todo son jóvenes, ellos buscan distraerse y no se los nota preocupados es más ellos se distraen, suelen quedarse hasta la hora de cerrar es más la parte más complicada de la noche es cuando toca desalojar el establecimiento algunas personas suelen ser difíciles de tratar.

-PAOLA CORAL : No hay lugares culturales que permanezcan abiertos hasta altas horas de la noche, en el caso de CISNA lo que se apoya es la formulación de los proyectos con la asesoría de nuestro equipo de trabajo, no podemos prometer ninguna ayuda económica ni garantizar ningún servicio de índole recreacional.

-MEDICO Cada uno debe tener vocación por lo que le apasiona, cierto es que a quien no le gusta tener tiempo extra con su familia o con la novia, me gustaría poder pasar tiempo con mi familia y hacer mi trabajo.

-TRIOS: nosotros cantamos desde hace ya mucho tiempo, hace ya un par de años que nos desplazaron del otro lugar pero aún seguimos cantando, damos clases de guitarra aunque muchos de los jóvenes ya no les gusta ni aprender ,ni escuchar de la buena música, si usted quiere tome mi tarjeta nosotros hacemos serenatas, es bien baratico y nosotros vamos donde nos diga, claro está tiene que renocernos el transporte

-JULIAN Y MANUEL: A nosotros nos discriminan por cómo nos vestimos como hablamos, estamos cansados, no somos felices ya que la misma sociedad es la que nos daña entiende nos ven como los malos, si supieran que me gano el las lukitas diarias con mi trabajo en los semáforos haciendo malabares, yo hago malabares con fuego no se le hace mal a nadie es lo que sabemos es por el youtube de la calle”.

-LOS VENDEDORES AMBULANTES: No, nosotros nos cuidamos entre el gremio de vendedores del infantil, a nosotros no nos hacen nada además los policías siempre están ahí. Pues nos son las ventas entre viernes y sábado, o días como hoy que hay partido la gente sale contenta y uno vende más.

5.2 DEFINIR

Una vez realizada la recolección de la información que necesaria, procederemos a realizar el enfoque central de nuestra propuesta. Para esta etapa se realiza un análisis cualitativo de la información recaudada, en el período anterior, con el fin de identificar nuestro “reto de trabajo.” Realizamos el análisis del proyecto a través de la reagrupación de los diversos pos-its, e información digital (Grabación, registro fotográfico) recolectados de la realización de entrevistas (storytelling), observaciones de nuestro grupo de interés.

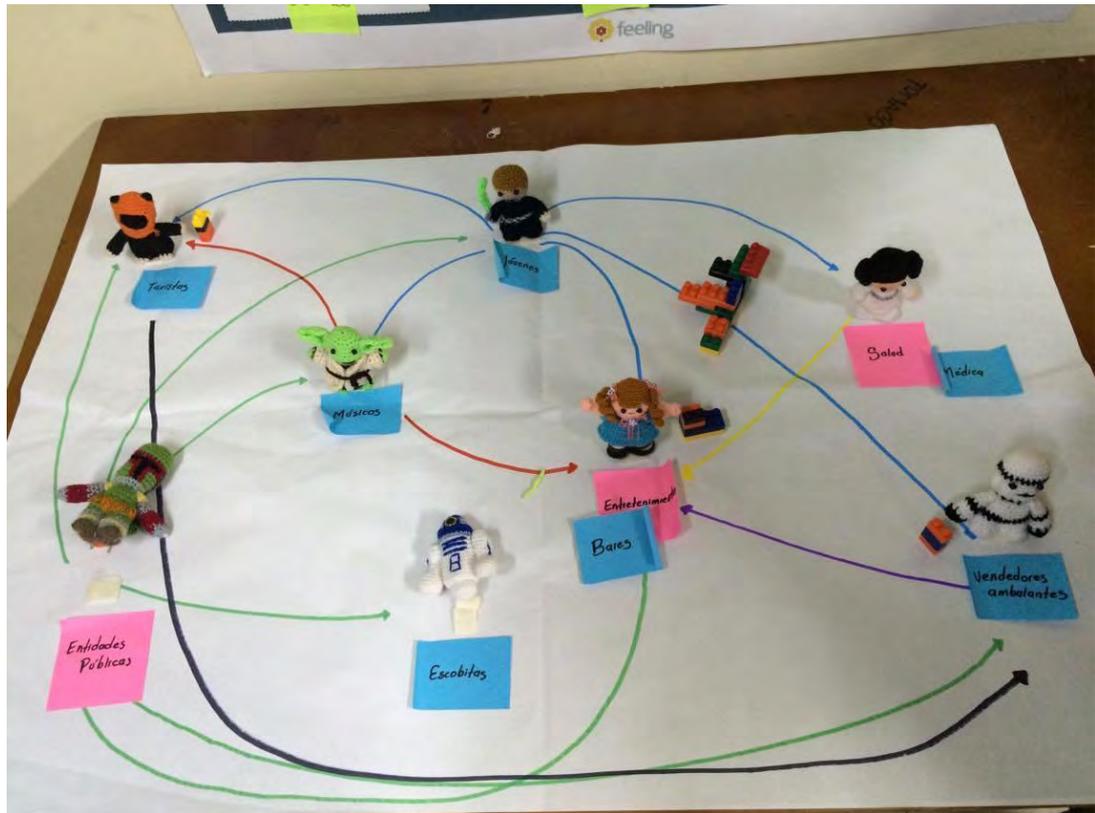
5.2.1 SATURAR Y AGRUPAR

Para este punto adaptamos un espacio de trabajo en el cual organizamos la información recolectada por los medios mencionados, agrupándolos por temas, grupos, fotografías y palabras claves para sintetizar y desarrollar nuestros insights para generar nuestro reto.

Figura 10. Muro de los deseos 1



Figura 12. Fotografía Mapa de Relaciones



5.2.3 MAPA DE EMPATÍA

A través de esta herramienta podemos conocer de una manera más profunda a nuestro principal stakeholder siendo este los Jóvenes de la Ciudad de Pasto, para lograr profundizar en sus sentimientos, pensamientos, emociones y lenguaje, descubriendo sus necesidades reales, revelando los insights que nos plantea nuestro Reto.

- INSIGHTS

1. Generar nuevas experiencias cambia su día
2. el alcohol les facilita encontrar compañía
3. La ciudad no ofrece otras alternativas a los Jóvenes

4. Necesitan sentirse parte de algo, es mejor pertenecer a un Grupo social
5. Buscan el amor.

-PLANTEAMIENTO

Los jóvenes necesitan estar en compañía para permitirse generar nuevas experiencias.

Figura 13. Fotografía Mapa de Empatía



5.3 IDEAR

5.3.1 HMW?/ ¿CÓMO PODRÍAMOS?

Una vez realizada la identificación del problema, generamos una serie de preguntas enfocadas en el desarrollo de soluciones, en el cual debemos tener claro nuestro Usuario, necesidad e insight.

1. **HMW** lugares o experiencias que faciliten a los jóvenes encontrar compañía en las noches de la ciudad de Pasto?
2. **HMW** crear espacios donde el factor económico no sea un limitante?
3. **HMW** como podemos convertir un lugar común en un espacio donde se facilite conseguir compañía?

Figura 14. Fotografía Jóvenes Partícipes etapa ideación A



Figura 15. Fotografía Jóvenes Partícipes etapa ideación B



Realizamos a cerca de 130 de jóvenes las 3 preguntas de HMW, haciendo una investigación directa con nuestro principal stakeholder, analizando y sintetizando la información, en la cual destaca el deseo conjunto de generar espacios enfocados a facilitar la interacción mediante experiencias, para compartir afinidades, desean relacionarse con otros de forma personal, sensible y humana, buscando la manera de salir de la rutina, disfrutando de la vida sin necesidad del dinero, realizando una convocatoria a los interesados a través de las redes sociales, los jóvenes son conscientes de la importancia de las redes en la actualidad al momento de comunicar cualquier información que facilite encuentros fomente la integración y la búsqueda de compañía, al hacer un llamado a la interacción social y a la diversidad. Examinando esta información pudimos notar que los jóvenes tienen un fuerte deseo de relacionarse en actividades en conjunto, y que los factores sociales generan un estado de satisfacción, diversión, armonía el cual es sintetizado en la felicidad.

Figura 16. Fotografía insights recolectados con la población juvenil

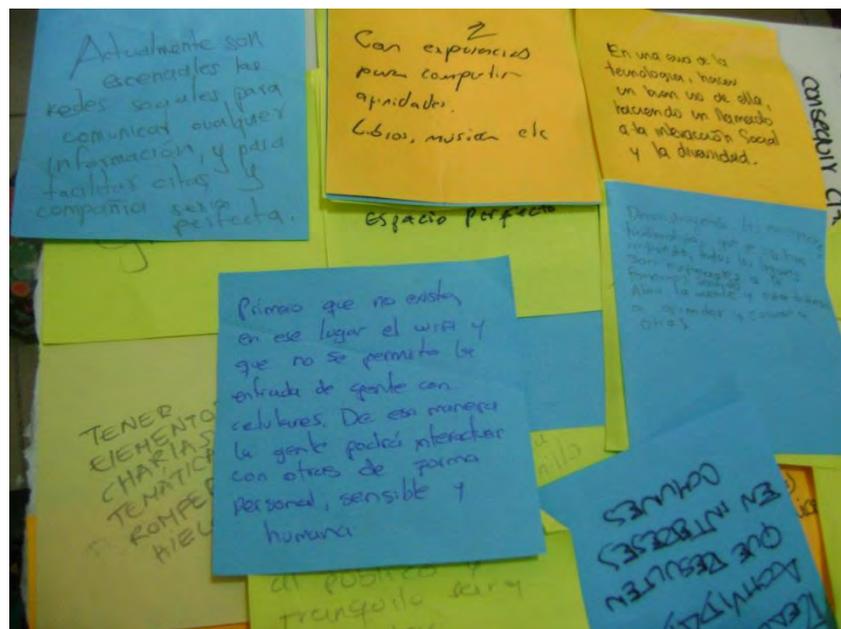


Figura 19. Segunda Idea



Durante la socialización se establece la pregunta clave y como tal el Reto, **¿HWM DISFRUTAR DE LA COMPAÑÍA EN LAS NOCHES SALIENDO DE LA COTIDIANIDAD SIN QUE EL DINERO SEA FUNDAMENTAL?**

Por ende también se realiza trabajo directo con la comunidad. Para ello se elaboraron talleres en los cuales se dio un primer paso en la elaboración de las posibles soluciones a nuestro problema. El objetivo de estos talleres es lograr que la comunidad exprese sus ideas de posibles soluciones al problema.

5.3.2 TALLER CREATIVO

Los asistentes son enmarcados a través del reto **¿HWM DISFRUTAR DE LA COMPAÑÍA EN LAS NOCHES SALIENDO DE LA COTIDIANIDAD SIN QUE EL DINERO SEA FUNDAMENTAL?**, cada persona expone su idea y luego en grupo forman una sola idea única y la prototipan, la idea aprobada por el grupo

consiste en generar una red de amistades, donde cada persona aprenda de los demás, y sean capaces de interactuar con otros usando sus talentos y conocimientos, y de esta manera aprender algo nuevo que los lleva a tener nuevas experiencias y a conocer nuevas personas, aprendiendo el uno del otro, aprovechando su tiempo libre en la noche y generando nuevos amigos, demostrando con esto que el dinero no es esencial, de esta manera poco a poco irá creciendo esta iniciativa.

Figura 20. Asistentes taller creativo

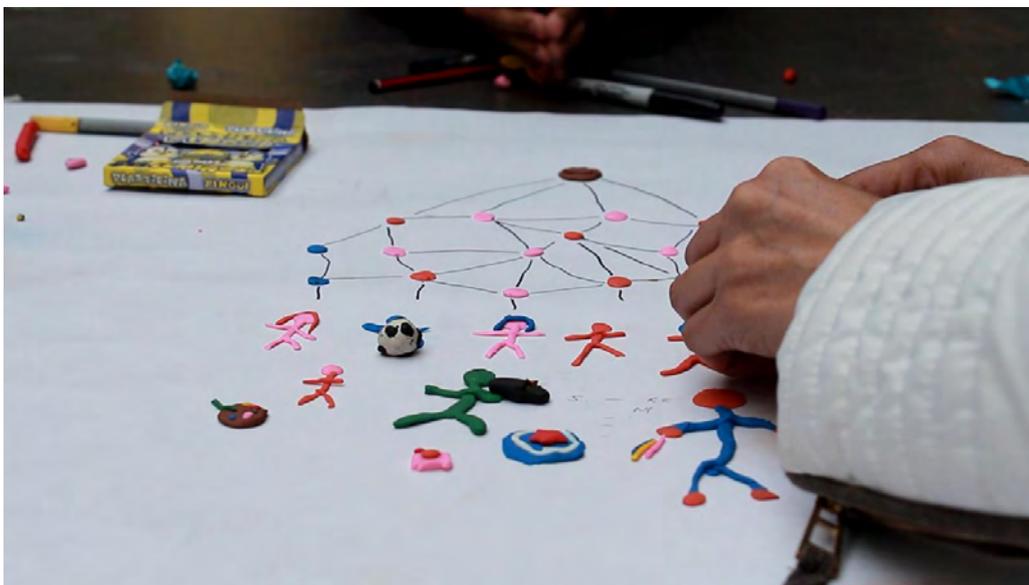


Figura 20. Prototipado Taller creativo



5.4 PROTOTIPAR

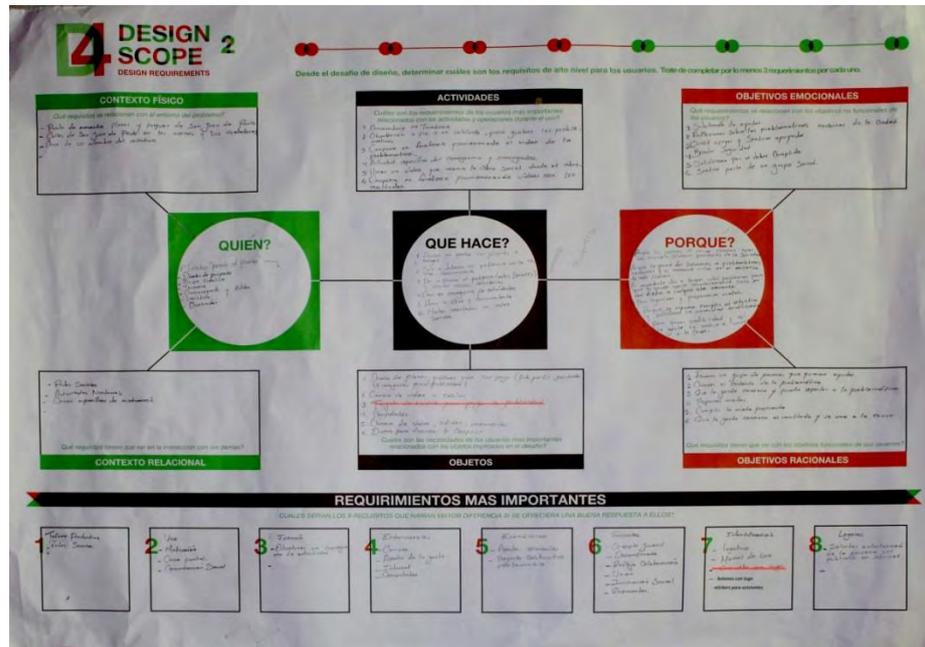
5.4.1 SUMANDO SONRISAS

Una vez realizada la lluvias de ideas, analizar toda la información disponible tras la ejecución de las etapas anteriores, Se concluye elaborar el Proyecto “Sumando Sonrisas” donde adoptamos el papel de Activistas sociales, buscando desarrollar una Red de buenas acciones, en la cual los jóvenes son los principales actores convirtiéndose indirectamente en Activistas sociales, nuestro objetivo es que los Jóvenes busquen a través de sus talentos, habilidades y conocimientos diferentes formas de generar una acción para brindar al otro una sonrisa, de esta manera conectaremos la parte humana y sensible de cada uno de ellos, pero a la vez es una forma de cambiar el modo de ver un plan de salida nocturno, en el cual ellos no necesitan de un gran ingreso económico para poder tener una experiencia diferente, donde pueden hacer pequeñas grandes acciones, demostrar que con “poco” hacen mucho. Esta propuesta de Diseño tiene la capacidad de transformar los escenarios o circunstancias y poder nutrir la cultura ciudadana incrementando el bienestar del stakeholder principal y el de su entorno, donde sus necesidades, talentos y habilidades tanto individuales como colectivas son aprovechados para dar una solución a diversos problemas contribuyendo a la felicidad propia y colectiva.

5.4.2 D4 DESIGN SCOPE 2/ DESIGN REQUIREMENTS

Se trata de una Herramienta para definir claramente los requisitos del proyecto de diseño, con el objetivo de formar una base y una estructura sólida, para tener una sensible gestión de diseño y poder proceder con el proyecto.

Figura 21. Esquema D4 DESIGN SCOPE 2



5.4.3 MAPA MENTAL ESTRUCTURAL

Una vez realizada la estructura se procede a realizar un mapa mental para organizar y sustentar el proyecto.

Figura 22. Mapa mental estructural Sumando Sonrisas



5.4.4 PROPUESTA CREATIVA

- **ZORRO TÓTEM** : Usamos como Mascota al zorro Tótem por su simbología, un animal astuto dado símbolo de sabiduría y destreza, con la capacidad de hallar pronta solución a cada problemas que se le presenta en su día a día, posee la habilidad de hacerse uno con su ambiente además de ser un protector natural en situaciones adversas, el Zorro Tótem sobrelleva el mensaje de usar nuestros recursos tangibles e intangibles con el fin lograr lo propuesto y estar a en paz con nuestro entorno.

-**LUNA**: Nos envuelve en el contexto nocturno

-**SONRISA**: Se desenvuelve a través del zorro para evocar el significado a través del mismo mostrando que dentro de la misma noche hay una sonrisa.

Figura 23. Imagotipo Sumando Sonrisas



Durante esta etapa se busca desarrollar diferentes clases de prototipos ya sean elementos informativos como es el caso de dibujos, artefactos y objetos, con la intención de responder preguntas que nos aproximen a la solución final.

Para concretar esta idea teníamos que ponerla a prueba, generalmente las personas participantes quería tener algo a cambio por las buenas acciones, quería sentirse felices, o tener una experiencia que les robara una sonrisa, de este proceso nació la iniciativa sumando sonrisas. Para la elaboración de este proyecto en primera instancia fue necesaria la creación de una página en Facebook , Twitter, YouTube , exponiendo de que se trataba la iniciativa sumando sonrisas.

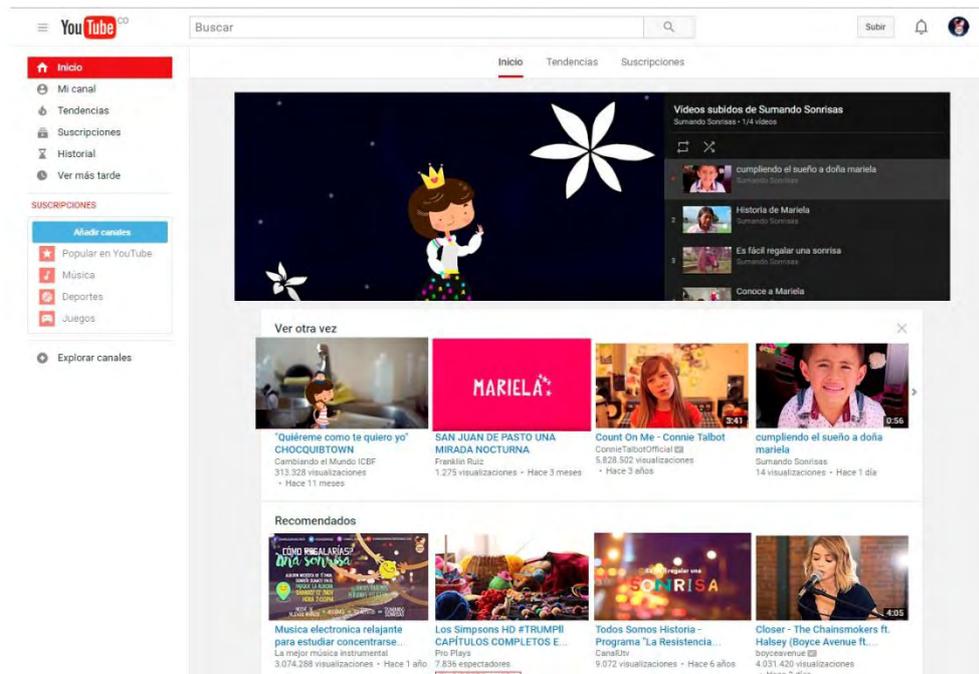
Figura 24. Redes Sociales Facebook



Figura 25. Redes Sociales Twitter



Figura 26. Redes Sociales Youtube



Nos pusimos manos a la obra y como primer reto teníamos el de encontrar nuestra primera historia, fue así como conocimos a doña Mariela una adulta mayor de 66 años con ojos llorosos que pasaba la calle, al notar su preocupación decidimos preguntarle que le sucedía y ella amablemente nos comentó que tenía un problema en casa el cual se negó a compartirnos, se la miraba triste y deprimida, por lo que decidimos comentarle sobre la idea de sumando sonrisas, ella sonrió y nos dijo que le gustaría contarnos su historia. Platicamos con ella con calma y mientras disfrutábamos de una taza de café nos narró su historia, fue así como con esta historia y con apoyo de las redes creadas se lanzó la primera acción dando a conocer la historia de Mariela de una manera diferente apoyándonos en nuestros conocimientos se recreó la historia con animación, la gente respondió inmediatamente, su sueño era ser por una vez en la vida la protagonista de su historia, nuestro objetivo era hacerla reina en una de las noches de sumando sonrisas, sin perder tiempo se la inscribió en el reinado del adulto mayor, al postear la historia en las redes la alcaldía de pasto nos ayudó con los materiales para realizarle y diseñarle el vestido a doña Mariela.

Figura 27. Conoce la historia de Mariela



Figura 28. Pieza Visual Mariela, Una Historia



Al terminar el diseño y elaboración del vestido el cual trabajamos en conjunto, nos dirigimos a entregárselo justo en la noche anterior al reinado, doña Mariela al ver uno de sus sueños cumplidos nos abrazó, sus ojos expresaban más que cualquier tipo de agradecimiento, ella miraba como poco a poco cambia el concepto de que los jóvenes no se preocupan más que por ellos mismos. La gente en redes estuvo pendiente de la historia de Mariela y nos empezaron a proponer diferentes acciones para realizar en las noches.

Figura 29. Elaboración Traje Artesanal



Figura 30. Doña Mariela Con el Traje Artesanal



Durante el proceso y basándonos en el taller creativo con nuestros **Stakeholder** nos dimos cuenta que para hacer una buena acción no se necesita de la donación de objetos o de cosas materiales, si no de la buena voluntad y la actitud de ayudar trabajando en equipo y demostrando sus habilidades para hacer una buena acción, y tener como resultado una sonrisa de la persona.

El segundo paso del prototipo fue realizar una acción conjunta enfocada en responder la pregunta ¿es posible que los jóvenes quieran hacer algo por la gente, creando sus propias acciones y aportando sus conocimientos y habilidades? , para responder esta pregunta realizamos una segunda acción la entrega de sonrisas, desarrollando un evento donde se invitaba a la comunidad especialmente a los jóvenes a que se unan en pro de realizar buenas acciones en la noche. En una noche, se promulgo el evento por redes sociales y se apoyó con la gente que compartía la iniciativa en las redes sociales, de igual forma tuvimos la fortuna de que el evento fuera promocionado por el gobernador del departamento de Nariño. Así fue como finalmente llego el día y la actividad que realizamos tuvo una excelente acogida, principalmente por los jóvenes que querían entregar su mensaje a la comunidad queremos verlos sonreír. Al finalizar la actividad ellos nos preguntaron si se podía hacerlo nuevamente, pero como ellos eran músicos querían aportar en algo hacer una noche amena para la gente que llegara, se vuelva parte de esta iniciativa.

Figura 31. Asistente evento “Regala Sonrisas”

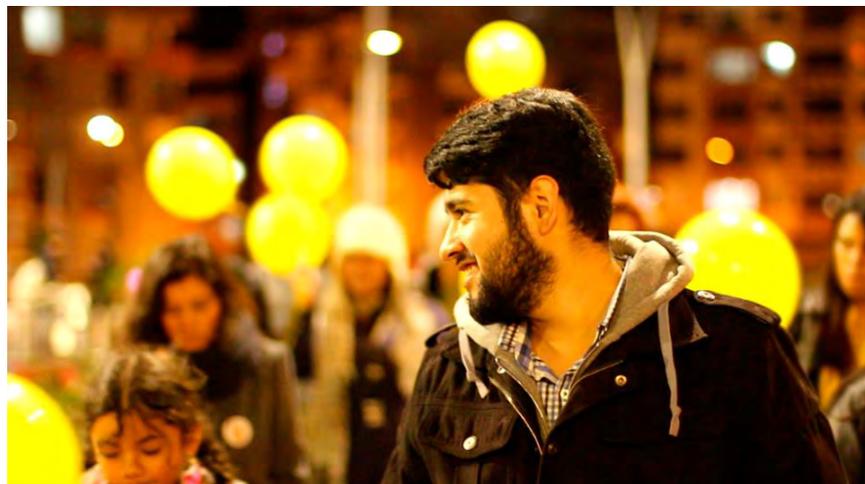


Figura 32. Personas a quien se le regaló una sonrisa



Figura 33. Jóvenes participantes del evento



5.5 EVALUAR

Una vez desarrolladas estas dos acciones pasamos por la última fase que es la de evaluar

5.5.1 CONCLUSIONES FINALES

1. Los jóvenes no son personas apáticas a la sociedad es más les gusta estar involucrados a actividades sociales especialmente cuando sienten que pueden aprender mucho de ellas.

Tabla 1. Estadísticas de Fans en Facebook

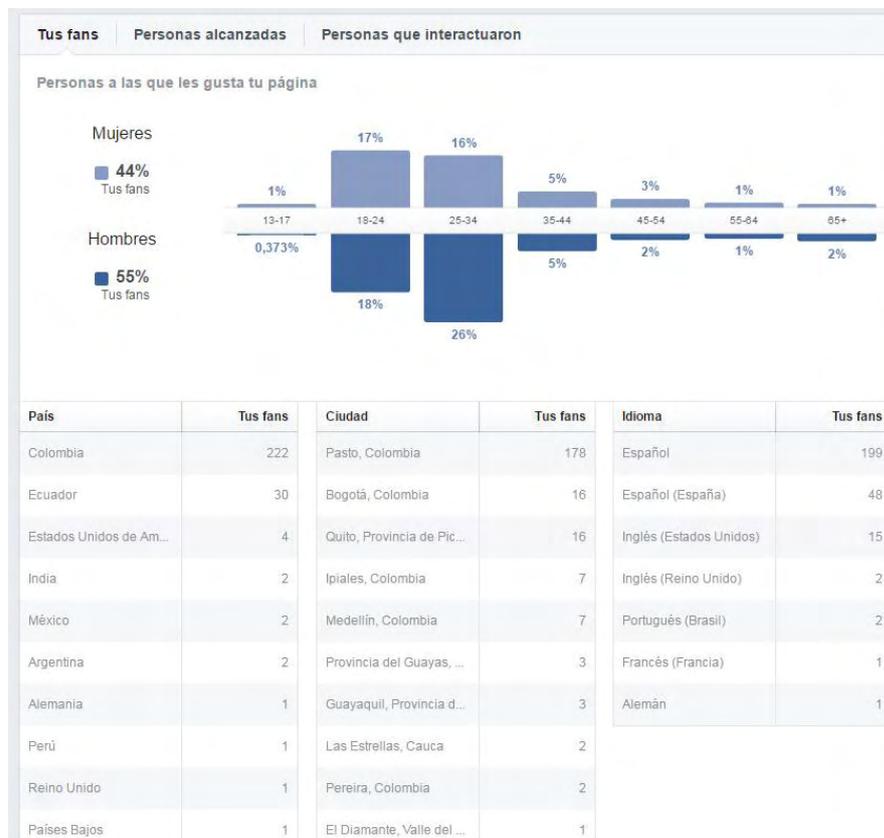


Tabla 2. Estadísticas Interacción de Facebook



2. El hecho de hacer una red de acciones no significa tener que obsequiar algo ni que debes tener el dinero, sino que debes estar dispuesto a brindar un poco de tu tiempo y de tus conocimientos y habilidades para conocer y ayudar al otro.
3. A los jóvenes les gusta conocer gente nueva y aún más si comparten sus gustos e intereses.
4. Las noches en pasto son perfectas para encontrarnos para hacer las actividades ya que los jóvenes que estudian o trabajan tienen la posibilidad de unirse en bajo este horario.
5. Los jóvenes que se veían estresados por sus vivencias cotidianas tomaron un respiro para sonreír y compartir de las acciones de sumando sonrisas.
6. las redes sociales son herramientas de comunicación que difunde la información, por lo tanto a la gente que participa en este tipo de eventos

suele disfrutar la idea de aparecer entre las redes sociales y aun más si los toman de ejemplo.

7. se conserva la herramienta de las historias de vida para acciones específicas en donde los jóvenes se puedan reunir para ayudar a esa persona contándolo con un lenguaje distinto y así creando nuestra biblioteca de historias.
8. Finalmente sumando sonrisas es para todos para quien quiera proponer y quien quiera aprender buscando una sola cosa hacer sonreír a alguien más.

6. ANEXOS

-PAGINA DE FACEBOOK SUMANDO SONRISAS

<https://www.facebook.com/SumandoSonrisas.Pasto/>

-PAGINA DE TWITTER SUMANDO SONRISAS

<https://twitter.com/SumoSonrisas>

-CANAL YOUTUBE

<https://www.youtube.com/channel/UCIfdosnsICktauWhxFzBMJw>

-VIDEO CONOCE A MARIELA

<https://www.youtube.com/watch?v=7ibVYn8sOxc>

-VIDEO CUMPLIENDO EL SUEÑO A DOÑA MARIELA

https://www.youtube.com/watch?v=4_VdEnRB67I

-VIDEO ES FÁCIL REGALAR UNA SONRISA

<https://www.facebook.com/SumandoSonrisas.Pasto/videos/1762571367328630/>

-VIDEO INVITACIÓN POR PARTE DEL GOBERNADOR CAMILO ROMERO

<https://www.facebook.com/SumandoSonrisas.Pasto/videos/1763026777283089/>

-GIF CUMPLIENDO EL SUEÑO DE MARIELA

<https://media.giphy.com/media/CY9bZnbqAAB1e/giphy.gif>

-GIF SECRETOS DE DOÑA MARIELA

<https://media.giphy.com/media/9bIRc7Vuc4oFi/giphy.gif>

7. BIBLIOGRAFÍA

Design thinking in positive psychology the development of a product-service combination that stimulates happiness-enhancing activities
ruitenberg, h.p. & desmet, p.m.a. delft university of design; faculty of industrial design engineering. (2012).

Mini guía: una introducción al Design Thinking+ Bootcamp bootleg
Institute of Design at Stanford, Traducido por Felipe González (2012).

Design Activism, beautiful strangeness for a sustainable world Alastair
Fuad – Luke (2009).

Design Thinking Tim Brown. Harvard Business Review, América Latina
(2008).

8. WEBGRAFÍA

<https://totemanimal.org/2013/06/27/zorro-totem/>

<http://blog.airbnb.com/>

<http://www.projecthdesign.org/>

<http://www.une.es/Ent/Events/EventDetail.aspx?ID=1122>

<https://www.youtube.com/channel/UCRgJyqRJH8H4zBZZRo7cpvQ>