

SUSTENTACIÓN DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN GESTIÓN DEL MARKETING
PARA EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL.

“SULTANA SEGURA”

POR

JUAN CARLOS NOGUERA BEDOYA

VIVIANA MARÍN GUTIÉRREZ

ROVINSON JOSÉ VILLALOBOS

CRISTINA ESCORCIA CERVANTES

SANDRA MIREYA TIGREROS

GESTIÓN DEL MARKETING PARA EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL

GRUPO 11001_9

PRESENTADO A

KAREN VICTORIA ARTEAGA

TUTORA CURSO

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA

VICERRECTORÍA ACADÉMICA Y DE INVESTIGACIÓN CEAD PALMIRA

MAYO DE 2017

TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO	II
RESUMEN	VII
ABSTRACT	IX
INTRODUCCIÓN.	XI
METODOLOGÍA EMPLEADA PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO.....	XII
OBJETIVOS.....	XIV
GENERAL	XIV
ESPECÍFICOS.	XIV
1. FASE 1. RECONOCIMIENTO	1
1.1. VIVIANA MARÍN GUTIÉRREZ.....	1
1.2. SANDRA MIREYA TIGREROS.	3
1.3. JUAN CARLOS NOGUERA BEDOYA	4
1.4. CRISTINA ESCORCIA CERVANTES.	5
1.5. ROVINSON JOSÉ VILLALOBOS.	8
2. FASE 2. IDENTIFICACIÓN PROBLEMÁTICA SOCIAL.	10
2.1. VIVIANA MARÍN GUTIÉRREZ.....	10

2.2.	SANDRA MIREYA TIGREROS.	11
2.3.	JUAN CARLOS NOGUERA BEDOYA	12
2.4.	CRISTINA ESCORCIA CERVANTES.	13
2.5.	ROVINSON JOSÉ VILLALOBOS.	15
2.6.	CUADRO PROS Y CONTRA PROBLEMÁTICAS PROPUESTAS.....	17
2.7.	SELECCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA SOCIAL	22
2.8.	PROBLEMÁTICA SOCIAL. INSEGURIDAD EN COLOMBIA.....	23
2.8.1.	JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	23
2.9.	CARACTERIZACIÓN DE LA REGIÓN.....	26
2.10.	ESTADÍSTICAS DE INSEGURIDAD EN SANTIAGO DE CALI	33
3.	FASE 3. IDENTIFICACIÓN ACCIONES DE INNOVACIÓN SOCIAL.....	39
3.1.	EVALUACIÓN IDEAS DEL PROYECTO	39
3.2.	SELECCIÓN DE LA PROPUESTA.....	44
3.3.	JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	45
3.4.	PROPUESTAS DE INNOVACIÓN SOCIAL QUE SE APLICARÍAN AL PROYECTO SELECCIONADO	49
4.	FASE 4. MODELO DE NEGOCIO DISIGN THINKING.....	51

4.1. ETAPA EMPATIZA.....	52
4.2. PASO 1 – IDEA DE NEGOCIO	52
4.3. PASO 2 – DEFINICIÓN DEL SEGMENTO DEL CLIENTE EARLY ADOPTER.	53
4.4. APLICACIÓN DE UNA TÉCNICA POR ETAPA DEL MODELO DISIGN THINKING.	53
4.4.1. MAPA DE ACTORES.....	53
4.5. ETAPA DEFINE	55
4.5.1. DEFINIR	55
4.5.2. PUBLICO OBJETO	55
4.5.3. COMPRENDER AL PUBLICO OBJETO	56
4.6. ETAPA IDEA.....	57
4.6.1. TÉCNICAS UTILIZADAS EN LA ETAPA IDEA.	57
4.6.2. LLUVIA DE IDEAS.	58
4.6.3. MATRIZ DE IDEAS.	60
4.7. ETAPA PROTOTIPA.	61
4.7.1. NIVEL FÍSICO.	62
4.7.2. EXPERIENCIA.....	63

4.7.3. ENTORNO.....	64
4.8. ETAPA TESTEA	65
4.8.1. HERRAMIENTAS UTILIZADAS EN LA ETAPA TESTEA	65
4.8.2. MATRIZ DE FEEDBACK	66
5. FASE 5. DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADO.....	67
5.1. ATRIBUTOS Y BENEFICIOS DEL PRODUCTO.	67
5.1.1. ATRIBUTOS.	68
5.1.2. BENEFICIOS.....	69
5.2. GRUPO OBJETIVO DEL MERCADO.....	73
5.3. SEGMENTACIÓN.....	74
5.4. COMPETENCIA.....	76
5.5. ALIADOS CLAVE.	78
5.6. ESTRATEGIAS DE MERCADEO.....	79
5.6.1. COMUNICACIÓN.	79
5.6.2. POSICIONAMIENTO.	80
5.6.3. DIFERENCIACIÓN.	81
5.6.4. MARKETING MIX	82

6.	FASE 6. PROGRAMA MARKETING DIGITAL. SULTANA SEGURA.....	83
6.1.	OBJETIVO DEL PROGRAMA DE MARKETING.	83
6.2.	MARCA.....	85
6.3.	ESLOGAN.....	85
6.4.	IMAGEN	86
6.5.	PROPUESTAS DE ACCIÓN DEL MARKETING DIGITAL.	87
6.6.	WORLD WIDE WEB.	89
6.6.1.	Sitio WEB	89
6.6.2.	Blog.	90
6.6.3.	Redes Sociales.....	90
7.	LINK YOUTUBE VIDEO SUSTENTACIÓN PROYECTO. “SULTANA SEGURA” ...	90
7.1.	https://www.youtube.com/watch?v=LGztf8zEn7k&feature=youtu.be	90
	CONCLUSIONES.	91
	BIBLIOGRAFÍA.....	95

RESUMEN

En la actualidad nuestro país atraviesa una crisis de seguridad, los habitantes de las diferentes regiones cada día se sienten más inseguros y es este el flagelo que más golpea nuestra población, el sentir y actuar general de las personas es de angustia, desosiego y desconfianza, no creen en el sistema judicial a tal punto que es muy común ver como se toma la justicia a cuenta propia, llegando al punto que se teme mas a la delincuencia común, que a los mismos grupos armados al margen de la ley como la guerrilla.

El objetivo de este proyecto consiste en buscar una solución y propuesta de cambio, en pro de mitigar este flagelo y de acuerdo a los análisis realizados se determina que uno de los detonantes de la inseguridad en nuestras regiones, es el desempleo y la falta de oportunidades laborales, en la medida que podamos disminuir los índices de desempleo y desocupación mediante un empleo digno y un salario representativo que garantice a las familias un sustento real, nace la propuesta de “**Sultana Segura**” un proyecto innovador y emprendedor que consiste en la transformación y distribución del Chontaduro bajo la marca “**Del Pacifico**” como parte inicial del proyecto se impactara la ciudad de Santiago de Cali, específicamente en el barrio Siloe, con un proyecto de expansión a cinco años en el territorio nacional y alternativas de importación.

El programa de marketing diseñado para **Sultana Segura**, consiste en cinco puntos básicos diseñados bajo una propuesta 24/7, la cual garantiza una total disponibilidad de nuestros productos y son: Pagina Web, Centro de servicios telefónico, Presencia en las principales redes sociales, Blog de noticias y tiendas virtuales.

Teniendo en cuenta los alcances de este proyecto se determina que la solución está en nosotros, podemos ser parte del cambio y contribuir a mejorar nuestro país, actualmente existen

herramientas tecnológicas, ayudas y/o asesorías gubernamentales que ayudan a la generación y explotación de ideas emprendedoras, al igual que una cultura de economía solidaria que ha sido poco explorada y puede ser la plataforma que lleve nuestro país a incrementar su PIB y el poder adquisitivo de nuestra población.

ABSTRACT

At present our country is going through a security crisis, the inhabitants of the different regions every day feel more insecure and this is the scourge that hits our population the most, the general feeling and acting of the people is of anguish, despair and distrust, they do not believe in the judicial system to such an extent that it is very common to see how justice is taken on its own, reaching the point where there is more fear of common crime, than the same armed groups outside the law as the guerrilla.

The objective of this project is to find a solution and proposal for change, in order to mitigate this scourge and according to the analysis made it is determined that one of the detonators of the insecurity in our regions, is unemployment and lack of labor opportunities, insofar as we can reduce the unemployment and unemployment rates through decent employment and a representative salary that guarantees families a real livelihood, the "**Sultana Segura**" proposal is born, an innovative and enterprising project that consists of in the transformation and distribution of the Chontaduro under the "**Del Pacifico**" brand as an initial part of the project, the city of Santiago de Cali will be impacted, specifically in the Siloe neighborhood, with a five-year expansion project in the national territory and alternatives import.

The marketing program designed for Sultana Segura, consists of five basic points designed under a 24/7 proposal, which guarantees a total availability of our products and are: Website, Telephone service center, Presence in the main social networks, Blog of news and virtual stores.

Taking into account the scope of this project determines that the solution is in us, we can be part of the change and contribute to improving our country, currently there are technological

tools, aid and / or government advice that help the generation and exploitation of entrepreneurial ideas, as well as a culture of solidarity economy that has been little explored and may be the platform that leads our country to increase its GDP and the purchasing power of our population.

INTRODUCCIÓN.

Cada población de nuestro país tiene circunstancias demográficas particulares y necesidades propias de la comunidad. Pero actualmente existe un flagelo que golpea nuestro país y está relacionado con temas de inseguridad, que afecta a la población en general día tras día.

Para la población Vallecaucana, la inseguridad, es uno de los problemas más preocupantes en la actualidad. Un informe de la Defensoría Nacional del Pueblo advierte del alto riesgo en el que se encuentran cerca de 250.000 habitantes del 55% de las comunas en Cali, por el incremento de grupos de delincuencia común, que afecta principalmente a los niños, niñas, adolescentes y jóvenes (2.134 inmersos en pandillas con presencia en 17 de las 22 comunas de la ciudad).

Analizando las diferentes situaciones que conllevan a la población a sentir incertidumbre, miedo e inseguridad, fue identificado que una causal de este flagelo es la falta de oportunidades laborales e ingresos representativos para los hogares.

Los emprendimientos sociales aparecen en este contexto como una oportunidad para solucionar los problemas de la sociedad moderna, propiciando disminuir la desigualdad y viabilizando la inclusión social.

En este trabajo está presentado el proyecto de emprendimiento social, **Sultana Segura**, el cual fue desarrollado con el propósito de generar oportunidades de empleo e ingresos para la población del Barrio Siloé, enfocado en jóvenes y madres cabeza de familia, con el objetivo de colaborar con la reducción de la problemática social de inseguridad en la ciudad de Santiago de Cali.

METODOLOGÍA EMPLEADA PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO

- Fase 1: identificación de las necesidades o problemas sociales, utilizando conceptos de innovación, emprendimiento social y la interrelación en un marco de sostenibilidad e impacto social. En esta fase fue seleccionado un entorno de la ciudad de Santiago de Cali y el problema social inseguridad para en el proyecto de emprendimiento social.
- Fase 2: Identificación de la problemática social. En esta fase fue profundizada el análisis de la problemática social de inseguridad en la ciudad de Santiago de Cali, propiciando hacer la justificación de la elección de ese problema.
- Fase 3: Presentación de proyectos y selección de emprendimiento social para dar respuesta a una problemática social específica. En esta fase fue usada la matriz de evaluación de ideas para evaluar las propuestas de emprendimientos y selección del proyecto Sultana Segura.
- Fase 4: identificación de alternativas de solución viables para la problemática social, utilizando la metodología Design Thinking
- Fase 5: Formula acciones de mercadeo para el proyecto, aplicando los conceptos de Mercadeo para cada elemento básico (características y atributos del producto, segmentación, competencia y aliados clave), posibilitando proponer las estrategias de comunicación, posicionamiento y diferenciación para Sultana Segura
- Fase 6: Creación de un programa de marketing digital utilizando los diversos medios digitales disponibles, con el objetivo de mejorar la competitividad y productividad del proyecto social emprendedor, así como para reforzar la marca “**Sabor Pacífico**”, utilizada para los productos creados por Sultana Segura.

- Fase 7: Consolidación del proyecto de Emprendimiento Social, brindando informaciones y datos que viabilice detectar sistemáticamente elementos que generan valor al proyecto emprendedor. En esta fase están presentados todos los elementos que justifican el proyecto de emprendimiento social Sultana Segura, así como fornece elementos que permiten su evaluación.

OBJETIVOS

GENERAL

Reconocer la problemática que afecta actualmente a la población de la Ciudad de Cali con el fin de plantear un proyecto social que brinde solución y mejor calidad de vida a los habitantes del sector, mitigando el problema de inseguridad que afecta la región.

ESPECÍFICOS.

- Definir la problemática que afecta a la población.
- Desarrollar un negocio de emprendimiento social, innovador que permita mitigar el flagelo de la inseguridad en la ciudad de Santiago de Cali
- Identificar las acciones de Innovación Social
- Diseñar el modelo de Negocio Design Thinking en el proyecto de negocio.
- Definir las estrategias de Mercado a aplicar.
- Diseñar programa de Marketing Digital para el proyecto de negocio.

1. FASE 1. RECONOCIMIENTO

En Grupo colaborativo van a consolidar los aportes de cada participante y van a clasificar los resultados obtenidos en un cuadro:

1.1. VIVIANA MARÍN GUTIÉRREZ.

Alumno	Viviana Marín Gutiérrez
Región	Santiago de Cali, Valle del Cauca
Necesidades de la población	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Falta de trabajo ✓ Informalidad ✓ Seguridad ✓ Educación
Grupos más afectados	Jóvenes y niños
nivel de impacto	<p>Asistencia escolar</p> <p>Algunos padres, aunque no manden a sus hijos a trabajar, tampoco los mandan a estudiar. Aun si el Estado les subsidia las matrículas, no tienen cómo asumir los gastos correspondientes a la educación, como el transporte y la alimentación.</p> <p>Los datos según el DANE demuestran que existen bajos niveles en cobertura de educación preescolar (niños/as entre 3 y 4 años de edad). La capacidad de oferta educativa en la ciudad es inferior a la demanda.</p> <p>Trabajo infantil</p> <p>Muchos niños de la región deben trabajar y por tal motivo no pueden acceder a la educación</p> <p>Hogares con al menos un niño entre 12 y 17 años trabajando</p> <p>Desempleo y empleo formal</p> <p>Hogares con al menos una persona desempleada por más de 12 meses</p>

	<p>Al menos un ocupado del hogar no tiene afiliación a pensiones (informalidad), o se encuentra en desempleo.</p> <p>Criminalidad y violencia</p> <p>La falta de educación y de oportunidades, de los jóvenes son el caldo de cultivo de bandas delincuenciales y grupos al margen de la ley.</p> <p>En el año 2018 en Cali se presentaron 1228 homicidios y la tasa de muertes violentas fue de 51.5 por cada 100.000 habitantes. Las tasas de homicidios en niños se han reducido, el segmento más afectado son los adolescente hombres entre 13-17 años</p>
<p>posibles alternativas de solución</p>	<p>Es importante asegurar el acceso a la educación a los habitantes de la región, pero una educación que los prepare para desempeñarse en un oficio (Formación para el trabajo). Donde se incentiven a los en jóvenes vulnerables a la violencia, pandillas, etc.</p> <p>Proyectos de Seguridad y Plan de Vigilancia donde se intervenga y se invierta en temas sociales con acciones encaminada a reducir la violencia.</p> <p>Trabajar en un programa de responsabilidad social empresarial, bajo el modelo de negocios inclusivos para la creación de unidades productivas.</p>

1.2. SANDRA MIREYA TIGREROS.

Alumno	Sandra Mireya Tigreros
Región	Palmira, Valle del Cauca
Necesidades de la población	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Seguridad para los habitantes de este municipio, Debido al hurto y al micrográfico al que se ven expuestos. ✓ Programas pedagógicos para la prevención y consumo de drogas
Grupos más afectados	Toda la población niños jóvenes y adultos
nivel de impacto	La violencia es un inconveniente a nivel social el cual se ha desarrollado con el pasar del tiempo trayendo consecuencias negativas en lo social, la salud y la economía de los diferentes países, comunidades y familia. Más del 95 % de los casos sus víctimas son personas que estaban relacionadas con bandas delincuenciales y que tenían antecedentes por diferentes delitos como hurto, homicidio y porte ilegal de armas, un 60 % de las bandas están constituidas por menores de edad cabecillas jóvenes de los 10 a los 15 años que fácilmente son absorbidos por esos grupos delincuenciales. Según estadísticas un 41% consume o vende sustancias psicoactivas, un 31% pertenece a la delincuencia común.
posibles alternativas de solución	Programas de prevención que busquen erradicar comportamientos violentos vinculado programas de integraron social

1.3. JUAN CARLOS NOGUERA BEDOYA

Alumno	Juan Carlos Noguera Bedoya
Región	Santiago de Cali, Valle del Cauca, Zona Nororiente del municipio
Necesidades de la población	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Inseguridad, fomentada por menores de edad y amparada por un sistema judicial fracturado y permisivo. ✓ Migración descontrolada de la población venezolana hacia el interior de nuestro país ✓ Una tasa de desempleo que supera el 9.7% ✓ Migraciones ilegales que superan el 2.9% de nuestra población total
Grupos más afectados	El 60% de la población Caleña, 40% de la población estratos 1 y 2
nivel de impacto	<p>A nivel nacional, el impacto de la migración venezolana ha sido devastador, las ciudades fronterizas y el centro del país son quizás las más afectadas, además las ciudades de tránsito de estos migrantes como son Cali, Pasto e Ipiales han aumentado considerablemente los niveles de inseguridad, el 67% de la población vallecaucana se siente inseguro y temeroso a cualquier tipo de actividad delictiva, mediante que el restante de la población afirma estar medianamente seguro.</p> <p>Actualmente casi un 40% de la población vallecaucana depende del rebusque para como ingreso, este porcentaje de población es quizás uno de los más afectados, la población migrante paso a ser un competidor directo para esta población. Esto acompañado de un SMLV más deficientes del continente e insuficiente para subsistir con él.</p> <p>Además el sistema de justicia deficiente hace que la población no crea en el sistema e incluso es muy común tratar de tomar justicia por cuenta propia</p>
posibles alternativas de solución	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aumentar los niveles de educación superior ✓ Fortalecer la rama judicial y la norma de menores ✓ Ejercer mecanismos de regulación que permitan controlar la migración venezolana. ✓ Intervención real de la rama judicial para controlar los venezolanos sin control. ✓ Programas para promover la creación de microempresas ✓ Apoyo social que permita desarrollar estos programas ✓ Capacitación constante y constructiva para la población menos favorecidos


1.4. CRISTINA ESCORCIA CERVANTES.

Alumno	Cristina Escorcía Cervantes
Región	Atlántico-Barranquilla
Necesidades de la población	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Seguridad ✓ Cultura Vial ✓ Movilidad ✓ Desempleo
Grupos más afectados	Jóvenes y Niños
nivel de impacto	<p>Asistencia escolar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seguridad: <p>La falta de seguridad, dado a que se refleja un aumento de muertes violentas llegando a 52,2% por cada 100.000 habitantes desde el 2011, duplicando la tasa de homicidios (32,7%) de ciudades como Bogotá (16,3%) y superando a Medellín (21,5%) y solo superada por Cali con 52, 3%. Hasta el 2016 los homicidios han alcanzado el 52,2% por cada 100.000 habitantes.</p> <p>En cuanto a los hurtos, también muestra una tendencia creciente, para el 2016 esta cifra ascendió de los 625 casos por cada 100.000 habitantes. De 7.649 hurtos 5.291 fueron cometidos contra a personas, modalidad con mayor frecuencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cultura Vial <p>Otro problema que se puede encontrar es la falta de cultura vial, la cual provoca accidentes fatales, mostrando cifras altas de lesiones y accidentes mortales.</p> <p>Entre el 2008 y 2016 los accidentes de tránsito se dispararon pasando de 4.329 a 6.516, registrándose más de 1.000 lesionados. Las muertes en las vías llegan a una tasa de 8,7 por cada 100.000 habitantes, cifra superior a la de la capital del país e inferior a la de Medellín con 10,9.</p>

	<p>✓ Movilidad /Tráfico Vehicular.</p> <p>En los últimos años se ha presentado un incremento en la cantidad de automóviles, desde 2010 hasta el 2016 el aumento fue del 46%; Lo cual perjudica la movilidad de los ciudadanos ya que congestionan las calles y el tráfico se ha vuelto incontrolable y esto conlleva al desespero de los conductores lo que puede ocasionar accidentes por realizar manobras no permitidas.</p> <p>✓ Desempleo</p> <p>La tasa de desempleo de Barranquilla y su área metropolitana en el trimestre móvil mayo – julio del 2018, se situó en 8,2%. Mientras que la cifra registrada en 2017 fue de 8,8%, de acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (Dane).</p> <p>En el trimestre móvil mencionado, del año 2018, hay 912.000 personas ocupadas en la capital del Atlántico y su área metropolitana, mientras que en el año pasado en el mismo periodo había 884.000; es decir, 28.000 personas más según los datos de la Gran Encuesta Integrada de Hogares de la entidad.</p>
<p>posibles alternativas de solución</p>	<p>✓ En cuanto la Seguridad, se deben intensificar la presencia de los Policías de Manzana en los barrios, que estén monitoreando la zona durante el día, para que los ciudadanos estén más seguros al momento de caminar en el barrio. En cuanto a la Movilidad, se debe estipular pico y placa para los particulares en las horas pico, dado a la cantidad de automóviles que se encuentran en la ciudad, actualmente los taxis son los únicos que cumplen con esta norma, pero no es suficiente. Esto ayudara a disminuir los accidentes y a descongestionar las calles.</p> <p>✓ En cuanto al desempleo, creo que es importante que las empresas de la región le den prioridad a los profesionales capacitados que sean de la ciudad, si estas personas no cumplen con los requisitos del cargo, pueden abrir convocatorias a personas del resto del país.</p> <p>✓ También la Alcaldía y la Gobernación deberían ayudar a los propietarios de las microempresas en cuanto al pago de los</p>

	<p>impuestos en los primeros años de apertura de la empresa, dado que nuevas empresas generan empleo, pero luego para bajar costos deciden reducir el personal y explotando a los que quedan en la empresa, para poder seguir cumpliendo con el pago de los gastos que genera.</p>
--	--

1.5. ROVINSON JOSÉ VILLALOBOS.

Alumno	Rovinson José Villalobos Velásquez																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
Región	Cali-Valle																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
Necesidades de la población	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Seguridad ✓ Educación ✓ Empleo (actividad laboral) Disminución de la violencia																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
Grupos más afectados	Mujeres Personas de bajos recursos económicos																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
nivel de impacto	<div style="border: 1px solid black; padding: 10px;">  <p>Violencia familiar según edad y género de la víctima</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Edad/género</th> <th colspan="2">2011</th> <th colspan="2">2012</th> <th colspan="2">2013</th> <th colspan="2">2014</th> <th colspan="2">2015</th> <th colspan="2">2016</th> <th colspan="2">2017</th> </tr> <tr> <th>H</th> <th>M</th> <th>H</th> <th>M</th> <th>H</th> <th>M</th> <th>H</th> <th>M</th> <th>H</th> <th>M</th> <th>H</th> <th>M</th> <th>H</th> <th>M</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>TOTAL</td> <td>5.863</td> <td></td> <td>5.756</td> <td></td> <td>5.673</td> <td></td> <td>2.890</td> <td></td> <td>3.290</td> <td></td> <td>3.488</td> <td></td> <td>4.305</td> <td></td> </tr> <tr> <td>< 1</td> <td>123</td> <td>103</td> <td>165</td> <td>145</td> <td>79</td> <td>80</td> <td>64</td> <td>48</td> <td>34</td> <td>37</td> <td>31</td> <td>33</td> <td>33</td> <td>32</td> </tr> <tr> <td>1 - 4</td> <td>333</td> <td>300</td> <td>256</td> <td>238</td> <td>291</td> <td>239</td> <td>188</td> <td>132</td> <td>139</td> <td>150</td> <td>93</td> <td>151</td> <td>121</td> <td>178</td> </tr> <tr> <td>5 - 9</td> <td>272</td> <td>267</td> <td>223</td> <td>207</td> <td>251</td> <td>235</td> <td>141</td> <td>74</td> <td>109</td> <td>163</td> <td>109</td> <td>183</td> <td>139</td> <td>184</td> </tr> <tr> <td>10 - 14</td> <td>218</td> <td>234</td> <td>161</td> <td>188</td> <td>185</td> <td>179</td> <td>104</td> <td>111</td> <td>74</td> <td>356</td> <td>95</td> <td>372</td> <td>100</td> <td>421</td> </tr> <tr> <td>15 - 19</td> <td>104</td> <td>382</td> <td>65</td> <td>327</td> <td>81</td> <td>366</td> <td>46</td> <td>229</td> <td>24</td> <td>296</td> <td>47</td> <td>305</td> <td>66</td> <td>360</td> </tr> <tr> <td>20 - 24</td> <td>47</td> <td>471</td> <td>44</td> <td>541</td> <td>45</td> <td>513</td> <td>23</td> <td>363</td> <td>34</td> <td>417</td> <td>33</td> <td>436</td> <td>74</td> <td>510</td> </tr> <tr> <td>25 - 29</td> <td>42</td> <td>474</td> <td>46</td> <td>519</td> <td>63</td> <td>576</td> <td>40</td> <td>363</td> <td>34</td> <td>426</td> <td>37</td> <td>440</td> <td>78</td> <td>544</td> </tr> <tr> <td>30 - 34</td> <td>52</td> <td>467</td> <td>64</td> <td>595</td> <td>59</td> <td>503</td> <td>32</td> <td>282</td> <td>27</td> <td>288</td> <td>48</td> <td>310</td> <td>49</td> <td>403</td> </tr> <tr> <td>35 - 39</td> <td>54</td> <td>381</td> <td>57</td> <td>425</td> <td>64</td> <td>419</td> <td>23</td> <td>159</td> <td>18</td> <td>205</td> <td>29</td> <td>225</td> <td>40</td> <td>304</td> </tr> <tr> <td>40 - 44</td> <td>70</td> <td>338</td> <td>53</td> <td>322</td> <td>47</td> <td>301</td> <td>11</td> <td>116</td> <td>16</td> <td>139</td> <td>23</td> <td>146</td> <td>32</td> <td>169</td> </tr> <tr> <td>45 - 49</td> <td>57</td> <td>262</td> <td>52</td> <td>247</td> <td>54</td> <td>244</td> <td>8</td> <td>87</td> <td>6</td> <td>94</td> <td>18</td> <td>98</td> <td>20</td> <td>97</td> </tr> <tr> <td>50 - 54</td> <td>47</td> <td>189</td> <td>47</td> <td>180</td> <td>34</td> <td>206</td> <td>9</td> <td>60</td> <td>7</td> <td>58</td> <td>8</td> <td>65</td> <td>20</td> <td>97</td> </tr> <tr> <td>55 - 59</td> <td>45</td> <td>127</td> <td>33</td> <td>152</td> <td>28</td> <td>145</td> <td>8</td> <td>47</td> <td>5</td> <td>33</td> <td>6</td> <td>48</td> <td>17</td> <td>64</td> </tr> <tr> <td>60 - 64</td> <td>38</td> <td>73</td> <td>25</td> <td>78</td> <td>27</td> <td>86</td> <td>9</td> <td>27</td> <td>5</td> <td>35</td> <td>5</td> <td>25</td> <td>8</td> <td>52</td> </tr> <tr> <td>> 64</td> <td>81</td> <td>191</td> <td>72</td> <td>188</td> <td>61</td> <td>179</td> <td>23</td> <td>63</td> <td>13</td> <td>48</td> <td>17</td> <td>52</td> <td>24</td> <td>69</td> </tr> <tr> <td>Edad ne</td> <td>3</td> <td>17</td> <td>11</td> <td>32</td> <td>10</td> <td>23</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Subtotal</td> <td>1.586</td> <td>4.276</td> <td>1.374</td> <td>4.384</td> <td>1.379</td> <td>4.294</td> <td>729</td> <td>2.161</td> <td>545</td> <td>2.745</td> <td>599</td> <td>2.889</td> <td>821</td> <td>3.484</td> </tr> <tr> <td>Sexo ne</td> <td>1</td> <td></td> <td>-</td> <td></td> <td>-</td> <td></td> <td>-</td> <td></td> <td>-</td> <td></td> <td>-</td> <td></td> <td>-</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>Fuente : Observatorio de Violencia Familiar / Secretaría de Salud Pública</p> </div>	Edad/género	2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017		H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	TOTAL	5.863		5.756		5.673		2.890		3.290		3.488		4.305		< 1	123	103	165	145	79	80	64	48	34	37	31	33	33	32	1 - 4	333	300	256	238	291	239	188	132	139	150	93	151	121	178	5 - 9	272	267	223	207	251	235	141	74	109	163	109	183	139	184	10 - 14	218	234	161	188	185	179	104	111	74	356	95	372	100	421	15 - 19	104	382	65	327	81	366	46	229	24	296	47	305	66	360	20 - 24	47	471	44	541	45	513	23	363	34	417	33	436	74	510	25 - 29	42	474	46	519	63	576	40	363	34	426	37	440	78	544	30 - 34	52	467	64	595	59	503	32	282	27	288	48	310	49	403	35 - 39	54	381	57	425	64	419	23	159	18	205	29	225	40	304	40 - 44	70	338	53	322	47	301	11	116	16	139	23	146	32	169	45 - 49	57	262	52	247	54	244	8	87	6	94	18	98	20	97	50 - 54	47	189	47	180	34	206	9	60	7	58	8	65	20	97	55 - 59	45	127	33	152	28	145	8	47	5	33	6	48	17	64	60 - 64	38	73	25	78	27	86	9	27	5	35	5	25	8	52	> 64	81	191	72	188	61	179	23	63	13	48	17	52	24	69	Edad ne	3	17	11	32	10	23	-	-	-	-	-	-	-	-	Subtotal	1.586	4.276	1.374	4.384	1.379	4.294	729	2.161	545	2.745	599	2.889	821	3.484	Sexo ne	1		-		-		-		-		-		-	
Edad/género	2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
TOTAL	5.863		5.756		5.673		2.890		3.290		3.488		4.305																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
< 1	123	103	165	145	79	80	64	48	34	37	31	33	33	32																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
1 - 4	333	300	256	238	291	239	188	132	139	150	93	151	121	178																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
5 - 9	272	267	223	207	251	235	141	74	109	163	109	183	139	184																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
10 - 14	218	234	161	188	185	179	104	111	74	356	95	372	100	421																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
15 - 19	104	382	65	327	81	366	46	229	24	296	47	305	66	360																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
20 - 24	47	471	44	541	45	513	23	363	34	417	33	436	74	510																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
25 - 29	42	474	46	519	63	576	40	363	34	426	37	440	78	544																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
30 - 34	52	467	64	595	59	503	32	282	27	288	48	310	49	403																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
35 - 39	54	381	57	425	64	419	23	159	18	205	29	225	40	304																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
40 - 44	70	338	53	322	47	301	11	116	16	139	23	146	32	169																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
45 - 49	57	262	52	247	54	244	8	87	6	94	18	98	20	97																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
50 - 54	47	189	47	180	34	206	9	60	7	58	8	65	20	97																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
55 - 59	45	127	33	152	28	145	8	47	5	33	6	48	17	64																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
60 - 64	38	73	25	78	27	86	9	27	5	35	5	25	8	52																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
> 64	81	191	72	188	61	179	23	63	13	48	17	52	24	69																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
Edad ne	3	17	11	32	10	23	-	-	-	-	-	-	-	-																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
Subtotal	1.586	4.276	1.374	4.384	1.379	4.294	729	2.161	545	2.745	599	2.889	821	3.484																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
Sexo ne	1		-		-		-		-		-		-																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
<p>Figura 1. Violencia Familiar. Recuperado de: http://www.cali.gov.co/planeacion/publicaciones/137802/libro-cali-en-cifras-capitulos/</p> <p>Las mujeres constituyen una parte muy afectada por el empobrecimiento de la población, pues la falta de recursos es uno de los factores que influyen directa o indirectamente en la ocurrencia de la violencia intrafamiliar. Muchas mujeres, por falta de educación, de oportunidades para desarrollar una actividad laboral que le permita posicionarse en la estructura familiar y social, así como de capacidad para mantenerse a sí mismas y a sus hijos, se sujetan a las dificultades existentes en sus hogares, incluso las agresiones físicas que les imponen sus compañeros.</p>																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											

	<p>Entre enero y noviembre de 2018, según el Instituto Nacional de Medicina Legal, 136 mujeres fueron asesinadas en el Valle del Cauca por violencia intrafamiliar; de esas 64 en Santiago de Cali.</p>
<p>posibles alternativas de solución</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Es importante asegurar el acceso a la educación y al empleo o actividad laboral a la población en la escala más baja de la pirámide social, para así disminuir la desigualdad, que es actualmente uno de los propulsores de la violencia urbana. ✓ Específicamente para el grupo señalado, para reducir el nivel de inseguridad en la ciudad, hay que crear alternativas de negocios que ofrezcan educación y la generación de ingresos que permitan a la mujer comprender su papel en la familia y en la sociedad. Con ingresos propios la mujer podrá cuidar de sí y de sus hijos, siempre y cuando se presente una situación de riesgo en el seno de las familias, cortando así el hilo de generación de violencia en general. <p>La creación de negocios que generen ingresos a madres cabeza de familia posibilitan hacer una inclusión social efectiva, esto favorece la disminución de desigualdad y, su vez, actúa en la reducción de la violencia.</p>

2. FASE 2. IDENTIFICACIÓN PROBLEMÁTICA SOCIAL.

Cuados con las problemáticas sociales determinadas por los ponentes del trabajado, en cada una de sus regiones.

2.1. VIVIANA MARÍN GUTIÉRREZ.

Región	Santiago de Cali, Valle del Cauca
Necesidades de la población	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Falta de trabajo ✓ Informalidad ✓ Seguridad Educación
Grupos más afectados	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Jóvenes y niños
nivel de impacto	<p>Asistencia escolar Algunos padres, aunque no manden a sus hijos a trabajar, tampoco los mandan a estudiar. Aun si el Estado les subsidia las matrículas, no tienen cómo asumir los gastos correspondientes a la educación, como el transporte y la alimentación. Los datos según el DANE demuestran que existen bajos niveles en cobertura de educación preescolar (niños/as entre 3 y 4 años de edad). La capacidad de oferta educativa en la ciudad es inferior a la demanda.</p> <p>Trabajo infantil Muchos niños de la región deben trabajar y por tal motivo no pueden acceder a la educación Hogares con al menos un niño entre 12 y 17 años trabajando</p> <p>Desempleo y empleo formal Hogares con al menos una persona desempleada por más de 12 meses Al menos un ocupado del hogar no tiene afiliación a pensiones (informalidad), o se encuentra en desempleo.</p> <p>Criminalidad y violencia La falta de educación y de oportunidades, de los jóvenes son el caldo de cultivo de bandas delincuenciales y grupos al margen de la ley. En el año 2018 en Cali se presentaron 1228 homicidios y la tasa de muertes violentas fue de 51.5 por cada 100.000 habitantes. Las tasas de homicidios en niños se han reducido, el segmento más afectado son los adolescente hombres entre 13-17 años</p>
posibles alternativas de solución	<p>Es importante asegurar el acceso a la educación a los habitantes de la región, pero una educación que los prepare para desempeñarse en un oficio (Formación para el trabajo). Donde se incentiven a los jóvenes vulnerables a la violencia, pandillas, etc. Proyectos de Seguridad y Plan de Vigilancia donde se intervenga y se invierta en temas sociales con acciones encaminada a reducir la violencia.</p> <p>Trabajar en un programa de responsabilidad social empresarial, bajo el modelo de negocios inclusivos para la creación de unidades productivas.</p>

2.2. SANDRA MIREYA TIGREROS.

Región	Palmira, Valle del Cauca
Necesidades de la población	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Seguridad para los habitantes de este municipio, Debido al hurto y al micrográfico al que se ven expuestos. ✓ Programas pedagógicos para la prevención y consumo de drogas
Grupos más afectados	Toda la población niños jóvenes y adultos
nivel de impacto	La violencia es un inconveniente a nivel social el cual se ha desarrollado con el pasar del tiempo trayendo consecuencias negativas en lo social, la salud y la economía de los diferentes países, comunidades y familia. Más del 95 % de los casos sus víctimas son personas que estaban relacionadas con bandas delincuenciales y que tenían antecedentes por diferentes delitos como hurto, homicidio y porte ilegal de armas, un 60 % de las bandas están constituidas por menores de edad cabezallas jóvenes de los 10 a los 15 años que fácilmente son absorbidos por esos grupos delincuenciales. Según estadísticas un 41% consume o vende sustancias psicoactivas, un 31% pertenece a la delincuencia común.
posibles alternativas de solución	Programas de prevención que busquen erradicar comportamientos violentos vinculado programas de integraron social

2.3. JUAN CARLOS NOGUERA BEDOYA


Región	Santiago de Cali, Valle del Cauca, Zona Nororiente del municipio
Necesidades de la población	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Inseguridad, fomentada por menores de edad y amparada por un sistema judicial fracturado y permisivo. ✓ Migración descontrolada de la población venezolana hacia el interior de nuestro país ✓ Una tasa de desempleo que supera el 9.7% ✓ Migraciones ilegales que superan el 2.9% de nuestra población total
Grupos más afectados	El 60% de la población Caleña, 40% de la población estratos 1 y 2
nivel de impacto	<p>A nivel nacional, el impacto de la migración venezolana ha sido devastador, las ciudades fronterizas y el centro del país son quizás las más afectadas, además las ciudades de tránsito de estos migrantes como son Cali, Pasto e Ipiales han aumentado considerablemente los niveles de inseguridad, el 67% de la población vallecaucana se siente inseguro y temeroso a cualquier tipo de actividad delictiva, mediante que el restante de la población afirma estar medianamente seguro.</p> <p>Actualmente casi un 40% de la población vallecaucana depende del rebusque para como ingreso, este porcentaje de población es quizás uno de los más afectados, la población migrante paso a ser un competidor directo para esta población. Esto acompañado de un SMLV más deficientes del continente e insuficiente para subsistir con él.</p> <p>Además, el sistema de justicia deficiente hace que la población no crea en el sistema e incluso es muy común tratar de tomar justicia por cuenta propia</p>
posibles alternativas de solución	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aumentar los niveles de educación superior ✓ Fortalecer la rama judicial y la norma de menores ✓ Ejercer mecanismos de regulación que permitan controlar la migración venezolana. ✓ Intervención real de la rama judicial para controlar los venezolanos sin control. ✓ Programas para promover la creación de microempresas ✓ Apoyo social que permita desarrollar estos programas ✓ Capacitación constante y constructiva para la población menos favorecidos

2.4. CRISTINA ESCORCIA CERVANTES.

Región	Atlántico-Barranquilla
Necesidades de la población	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Seguridad ✓ Cultura Vial ✓ Movilidad ✓ Desempleo
Grupos más afectados	Jóvenes y Niños
nivel de impacto	<p>Asistencia escolar</p> <p>Seguridad:</p> <p>La falta de seguridad, dado a que se refleja un aumento de muertes violentas llegando a 52,2% por cada 100.000 habitantes desde el 2011, duplicando la tasa de homicidios (32,7%) de ciudades como Bogotá (16,3%) y superando a Medellín (21,5%) y solo superada por Cali con 52, 3%. Hasta el 2016 los homicidios han alcanzado el 52,2% por cada 100.000 habitantes.</p> <p>En cuanto a los hurtos, también muestra una tendencia creciente, para el 2016 esta cifra ascendió de los 625 casos por cada 100.000 habitantes. De 7.649 hurtos 5.291 fueron cometidos contra a personas, modalidad con mayor frecuencia.</p> <p>Cultura Vial</p> <p>Otro problema que se puede encontrar es la falta de cultura vial, la cual provoca accidentes fatales, mostrando cifras altas de lesiones y accidentes mortales.</p> <p>Entre el 2008 y 2016 los accidentes de tránsito se dispararon pasando de 4.329 a 6.516, registrándose más de 1.000 lesionados. Las muertes en las vías llegan a una tasa de 8,7 por cada 100.000 habitantes, cifra superior a la de la capital del país e inferior a la de Medellín con 10,9.</p> <p>Movilidad /Tráfico Vehicular.</p> <p>En los últimos años se ha presentado un incremento en la cantidad de automóviles, desde 2010 hasta el 2016 el aumento fue del 46%; Lo cual perjudica la movilidad de los ciudadanos ya que congestionan las calles y el tráfico se ha vuelto incontrolable y esto conlleva al desespero de los conductores lo que puede ocasionar accidentes por realizar manobras no permitidas.</p> <p>Desempleo</p> <p>La tasa de desempleo de Barranquilla y su área metropolitana en el trimestre móvil mayo – julio del 2018, se situó en 8,2%. Mientras que la cifra registrada en 2017 fue de 8,8%, de acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (Dane).</p>

	<p>En el trimestre móvil mencionado, del año 2018, hay 912.000 personas ocupadas en la capital del Atlántico y su área metropolitana, mientras que en el año pasado en el mismo periodo había 884.000; es decir, 28.000 personas más según los datos de la Gran Encuesta Integrada de Hogares de la entidad.</p>
<p>posibles alternativas de solución</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ En cuanto la Seguridad, se deben intensificar la presencia de los Policías de Manzana en los barrios, que estén monitoreando la zona durante el día, para que los ciudadanos estén más seguros al momento de caminar en el barrio. En cuanto a la Movilidad, se debe estipular pico y placa para los particulares en las horas pico, dado a la cantidad de automóviles que se encuentran en la ciudad, actualmente los taxis son los únicos que cumplen con esta norma, pero no es suficiente. Esto ayudara a disminuir los accidentes y a descongestionar las calles. ✓ En cuanto al desempleo, creo que es importante que las empresas de la región le den prioridad a los profesionales capacitados que sean de la ciudad, si estas personas no cumplen con los requisitos del cargo, pueden abrir convocatorias a personas del resto del país. ✓ También la Alcaldía y la Gobernación deberían ayudar a los propietarios de las microempresas en cuanto al pago de los impuestos en los primeros años de apertura de la empresa, dado que nuevas empresas generan empleo, pero luego para bajar costos deciden reducir el personal y explotando a los que quedan en la empresa, para poder seguir cumpliendo con el pago de los gastos que genera.

2.5. ROVINSON JOSÉ VILLALOBOS.

Región	Cali-Valle																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
Necesidades de la población	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Seguridad ✓ Educación ✓ Empleo (actividad laboral) <p>Disminución de la violencia</p>																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
Grupos más afectados	Mujeres Personas de bajos recursos económicos																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
nivel de impacto	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;">  <p>Violencia familiar según edad y género de la víctima</p> <table border="1" data-bbox="619 714 1249 1177"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Edad/género</th> <th colspan="2">2011</th> <th colspan="2">2012</th> <th colspan="2">2013</th> <th colspan="2">2014</th> <th colspan="2">2015</th> <th colspan="2">2016</th> <th colspan="2">2017</th> </tr> <tr> <th>H</th> <th>M</th> <th>H</th> <th>M</th> <th>H</th> <th>M</th> <th>H</th> <th>M</th> <th>H</th> <th>M</th> <th>H</th> <th>M</th> <th>H</th> <th>M</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>TOTAL</td> <td>5,863</td> <td></td> <td>5,758</td> <td></td> <td>5,673</td> <td></td> <td>2,890</td> <td></td> <td>3,290</td> <td></td> <td>3,488</td> <td></td> <td>4,305</td> <td></td> </tr> <tr> <td>< 1</td> <td>123</td> <td>103</td> <td>165</td> <td>145</td> <td>79</td> <td>80</td> <td>64</td> <td>48</td> <td>34</td> <td>37</td> <td>31</td> <td>33</td> <td>33</td> <td>32</td> </tr> <tr> <td>1-4</td> <td>333</td> <td>300</td> <td>256</td> <td>238</td> <td>231</td> <td>233</td> <td>188</td> <td>132</td> <td>139</td> <td>150</td> <td>93</td> <td>151</td> <td>121</td> <td>178</td> </tr> <tr> <td>5-9</td> <td>272</td> <td>267</td> <td>223</td> <td>207</td> <td>251</td> <td>235</td> <td>141</td> <td>74</td> <td>109</td> <td>163</td> <td>109</td> <td>183</td> <td>139</td> <td>184</td> </tr> <tr> <td>10-14</td> <td>218</td> <td>234</td> <td>161</td> <td>188</td> <td>185</td> <td>179</td> <td>104</td> <td>111</td> <td>74</td> <td>356</td> <td>95</td> <td>372</td> <td>100</td> <td>421</td> </tr> <tr> <td>15-19</td> <td>104</td> <td>382</td> <td>65</td> <td>327</td> <td>81</td> <td>366</td> <td>46</td> <td>229</td> <td>24</td> <td>296</td> <td>47</td> <td>305</td> <td>66</td> <td>360</td> </tr> <tr> <td>20-24</td> <td>47</td> <td>471</td> <td>44</td> <td>541</td> <td>45</td> <td>513</td> <td>23</td> <td>363</td> <td>34</td> <td>417</td> <td>33</td> <td>436</td> <td>74</td> <td>510</td> </tr> <tr> <td>25-29</td> <td>42</td> <td>474</td> <td>46</td> <td>519</td> <td>63</td> <td>576</td> <td>40</td> <td>363</td> <td>34</td> <td>426</td> <td>37</td> <td>440</td> <td>78</td> <td>544</td> </tr> <tr> <td>30-34</td> <td>52</td> <td>467</td> <td>64</td> <td>595</td> <td>59</td> <td>503</td> <td>32</td> <td>282</td> <td>27</td> <td>288</td> <td>48</td> <td>310</td> <td>49</td> <td>403</td> </tr> <tr> <td>35-39</td> <td>54</td> <td>381</td> <td>57</td> <td>425</td> <td>64</td> <td>419</td> <td>23</td> <td>159</td> <td>18</td> <td>205</td> <td>29</td> <td>225</td> <td>40</td> <td>304</td> </tr> <tr> <td>40-44</td> <td>70</td> <td>338</td> <td>53</td> <td>322</td> <td>47</td> <td>301</td> <td>11</td> <td>116</td> <td>16</td> <td>139</td> <td>23</td> <td>146</td> <td>32</td> <td>169</td> </tr> <tr> <td>45-49</td> <td>57</td> <td>262</td> <td>52</td> <td>247</td> <td>54</td> <td>244</td> <td>8</td> <td>87</td> <td>6</td> <td>94</td> <td>18</td> <td>98</td> <td>20</td> <td>97</td> </tr> <tr> <td>50-54</td> <td>47</td> <td>189</td> <td>47</td> <td>180</td> <td>34</td> <td>206</td> <td>9</td> <td>60</td> <td>7</td> <td>58</td> <td>8</td> <td>65</td> <td>20</td> <td>97</td> </tr> <tr> <td>55-59</td> <td>45</td> <td>127</td> <td>33</td> <td>152</td> <td>28</td> <td>145</td> <td>8</td> <td>47</td> <td>5</td> <td>33</td> <td>6</td> <td>48</td> <td>17</td> <td>64</td> </tr> <tr> <td>60-64</td> <td>38</td> <td>73</td> <td>25</td> <td>78</td> <td>27</td> <td>86</td> <td>9</td> <td>27</td> <td>5</td> <td>35</td> <td>5</td> <td>25</td> <td>8</td> <td>52</td> </tr> <tr> <td>> 64</td> <td>81</td> <td>191</td> <td>72</td> <td>188</td> <td>61</td> <td>179</td> <td>23</td> <td>63</td> <td>13</td> <td>48</td> <td>17</td> <td>52</td> <td>24</td> <td>69</td> </tr> <tr> <td>Edad ne</td> <td>3</td> <td>17</td> <td>11</td> <td>32</td> <td>10</td> <td>23</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Subtotal</td> <td>1,586</td> <td>4,276</td> <td>1,374</td> <td>4,384</td> <td>1,379</td> <td>4,294</td> <td>729</td> <td>2,161</td> <td>545</td> <td>2,745</td> <td>599</td> <td>2,889</td> <td>821</td> <td>3,484</td> </tr> <tr> <td>Sexo ne</td> <td>1</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> </tbody> </table> <p>Fuente : Observatorio de Violencia Familiar / Secretaría de Salud Pública</p> </div>		Edad/género	2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017		H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	TOTAL	5,863		5,758		5,673		2,890		3,290		3,488		4,305		< 1	123	103	165	145	79	80	64	48	34	37	31	33	33	32	1-4	333	300	256	238	231	233	188	132	139	150	93	151	121	178	5-9	272	267	223	207	251	235	141	74	109	163	109	183	139	184	10-14	218	234	161	188	185	179	104	111	74	356	95	372	100	421	15-19	104	382	65	327	81	366	46	229	24	296	47	305	66	360	20-24	47	471	44	541	45	513	23	363	34	417	33	436	74	510	25-29	42	474	46	519	63	576	40	363	34	426	37	440	78	544	30-34	52	467	64	595	59	503	32	282	27	288	48	310	49	403	35-39	54	381	57	425	64	419	23	159	18	205	29	225	40	304	40-44	70	338	53	322	47	301	11	116	16	139	23	146	32	169	45-49	57	262	52	247	54	244	8	87	6	94	18	98	20	97	50-54	47	189	47	180	34	206	9	60	7	58	8	65	20	97	55-59	45	127	33	152	28	145	8	47	5	33	6	48	17	64	60-64	38	73	25	78	27	86	9	27	5	35	5	25	8	52	> 64	81	191	72	188	61	179	23	63	13	48	17	52	24	69	Edad ne	3	17	11	32	10	23	-	-	-	-	-	-	-	-	Subtotal	1,586	4,276	1,374	4,384	1,379	4,294	729	2,161	545	2,745	599	2,889	821	3,484	Sexo ne	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Edad/género	2011			2012		2013		2014		2015		2016		2017																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
TOTAL	5,863		5,758		5,673		2,890		3,290		3,488		4,305																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
< 1	123	103	165	145	79	80	64	48	34	37	31	33	33	32																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
1-4	333	300	256	238	231	233	188	132	139	150	93	151	121	178																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
5-9	272	267	223	207	251	235	141	74	109	163	109	183	139	184																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
10-14	218	234	161	188	185	179	104	111	74	356	95	372	100	421																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
15-19	104	382	65	327	81	366	46	229	24	296	47	305	66	360																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
20-24	47	471	44	541	45	513	23	363	34	417	33	436	74	510																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
25-29	42	474	46	519	63	576	40	363	34	426	37	440	78	544																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
30-34	52	467	64	595	59	503	32	282	27	288	48	310	49	403																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
35-39	54	381	57	425	64	419	23	159	18	205	29	225	40	304																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
40-44	70	338	53	322	47	301	11	116	16	139	23	146	32	169																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
45-49	57	262	52	247	54	244	8	87	6	94	18	98	20	97																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
50-54	47	189	47	180	34	206	9	60	7	58	8	65	20	97																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
55-59	45	127	33	152	28	145	8	47	5	33	6	48	17	64																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
60-64	38	73	25	78	27	86	9	27	5	35	5	25	8	52																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
> 64	81	191	72	188	61	179	23	63	13	48	17	52	24	69																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
Edad ne	3	17	11	32	10	23	-	-	-	-	-	-	-	-																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
Subtotal	1,586	4,276	1,374	4,384	1,379	4,294	729	2,161	545	2,745	599	2,889	821	3,484																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
Sexo ne	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
<p>Figura 1. Violencia Familiar. Recuperado de: http://www.cali.gov.co/planeacion/publicaciones/137802/libro-cali-en-cifras-capitulos/</p>																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
<p>Las mujeres constituyen una parte muy afectada por el empobrecimiento de la población, pues la falta de recursos es uno de los factores que influyen directa o indirectamente en la ocurrencia de la violencia intrafamiliar.</p>																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												

	<p>Muchas mujeres, por falta de educación, de oportunidades para desarrollar una actividad laboral que le permita posicionarse en la estructura familiar y social, así como de capacidad para mantenerse a sí mismas y a sus hijos, se sujetan a las dificultades existentes en sus hogares, incluso las agresiones físicas que les imponen sus compañeros.</p> <p>Entre enero y noviembre de 2018, según el Instituto Nacional de Medicina Legal, 136 mujeres fueron asesinadas en el Valle del Cauca por violencia intrafamiliar; de esas 64 en Santiago de Cali.</p>
<p>posibles alternativas de solución</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Es importante asegurar el acceso a la educación y al empleo o actividad laboral a la población en la escala más baja de la pirámide social, para así disminuir la desigualdad, que es actualmente uno de los propulsores de la violencia urbana. ✓ Específicamente para el grupo señalado, para reducir el nivel de inseguridad en la ciudad, hay que crear alternativas de negocios que ofrezcan educación y la generación de ingresos que permitan a la mujer comprender su papel en la familia y en la sociedad. Con ingresos propios la mujer podrá cuidar de sí y de sus hijos, siempre y cuando se presente una situación de riesgo en el seno de las familias, cortando así el hilo de generación de violencia en general. <p>La creación de negocios que generen ingresos a madres cabeza de familia posibilitan hacer una inclusión social efectiva, esto favorece la disminución de desigualdad y, su vez, actúa en la reducción de la violencia.</p>

2.6. CUADRO PROS Y CONTRA PROBLEMÁTICAS PROPUESTAS.

Ponente	Problemática	Pros	Contra
Juan Carlos No- guera Bedoya	Seguridad	Tranquilidad Normatividad y leyes más confiables	Exceso de autoridad y poder Aumento de la corrupción Dictaduras
	Empleo	Fortalecimiento de la economía Aumento del poder adquisitivo Bienestar Disminución índices de delincuencia	Aumento de empleo mano de obra no calificada Aumento de población de inmigrantes
	Educación	Aumento cultura Disminución desempleo Mejores ofertas laborales Aumento del poder adquisitivo Transición de un nuevo pensar Tranquilidad Bienestar Fortalecimiento de la economía Incremento PIB	Aumento de empleo mano de obra no calificada Aumento de población de inmigrantes
	Control Inmigrantes	Disminución del desempleo Disminución índices de delincuencia Aumento PIB	No determinados Actualmente tenemos una economía fracturada

Ponente	Problemática	Pros	Contra
Cristina María Escorcía	Seguridad	tranquilidad Garantía de Bienestar para la comunidad Aprensión de Delincuentes Aplicación de las leyes por parte de la Policía	Robos Asesinatos Miedo Corrupción
	Movilidad	Autonomía Comodidad Seguridad (No exponerse a caminar o coger el bus)	Aumento del Trafico Accidentes Muertes Intolerancia Contaminación Ambiental y auditiva (Ruido) Gastos del vehículo (Impuestos, Seguros, etc.)
	Desempleo	Tiempo para dedicar a la familia. Recapacitar sobre el modo de vida. Aprender cosas nuevas. Emprender un proyecto Descanso	Depresión Dificultad para acceder a bienes y servicios Aumento de la Delincuencia

Ponente	Problemática	Pros	Contra
<p>Rovinson José Villalobos</p>	<p>Fenómenos de la globalización y evolución tecnológica</p>	<p>Mercado es el planeta, posibilita nuevos modelos de negocios</p> <p>Oportunidades para el comercio internacional, nacional y regional</p> <p>Genera empleos en nuestra región por la evolución de la tecnología</p> <p>Amplias posibilidades de desarrollo personal, social y económico en los centros urbanos del Valle del Cauca</p> <p>Acceso a la educación facilitado por la tecnología</p> <p>Propicia crear modelo de transporte integrado</p>	<p>Desigualdad social</p> <p>Automatización disminuye algunos puestos de trabajo, en especial los que exigen menor nivel de educación o capacitación</p> <p>Aumenta la cantidad de personas en situación de pobreza extrema</p> <p>Falta de educación y acceso a los derechos civiles para parte de la población</p> <p>Genera un aglomerado de personas en los cascos urbanos que buscan mejores condiciones de vida</p> <p>Dificultad de movilidad nuestra región</p> <p>Falta de vivienda adecuada para gran parte de la población</p> <p>Aumento de los conflictos sociales</p> <p>Crecimiento de la violencia urbana e intrafamiliar</p> <p>Aumento de la inseguridad en nuestra región (Valle del Cauca, en especial en la región metropolitana de Cali)</p>

Ponente	Problemática	Pros	Contra
Sandra Mi-reya Tigre-ros	Inseguridad y violencia	<p>Restablecimiento de la confianza agracias a la gestión del go-bierno</p> <p>Conservación de la seguridad y el orden público.</p> <p>Desarticulación de bandas organizadas</p> <p>Intensifica la actividad económica</p>	<p>Violencia interpersonal y social.</p> <p>Alto grado de criminalidad afectando a jóvenes y diver-sos grupos.</p> <p>Exclusión social, pobreza, migraciones forzadas.</p>
	La violencia, agente de proble-mática social	<p>Política de Estado para el Desarrollo Integral de la Primera Infan-cia Proyectos culturales que promuevan el mejoramiento en las relaciones familiares, sociales.</p> <p>Educación y Procesos de socialización, particularmente en Las instituciones educativas.</p> <p>Inversión en la primera infancia es el aporte más rentable a largo plazo para un país, recordemos que si hay un buen principio ten-dremos un mejor futuro.</p>	<p>Falta de compromiso por parte de los adulto para realizar un acompañamiento a los infantes.</p> <p>Niños y niñas en situación de vulnerabilidad</p> <p>Pobreza Extrema</p>
	Educación	<p>Igualdad</p> <p>Mejora las posibilidades de obtener un buen empleo contribu-yendo a incrementar el crecimiento económico</p> <p>Reducción de la pobreza extrema</p> <p>La educación fomenta la tolerancia.</p> <p>La educación forma parte de la solución de los problemas me-dioambientales.</p>	<p>Elevado índice de fracaso y abandono escolar</p> <p>Bullying acoso escolar en algunos casos conlleva a que algunos estudiantes desistan de asistir a clases debido a las cortantes agresiones por parte de compañeros o pro-fesores. esta problemática causa impactó no solo el ren-dimiento de los afectados, sino también repercutiendo en su vida personal, a raíz del sufrimiento de actos de inti-midación, agresión física, verbal, amenazas.</p>

Ponente	Problemática	Pros	Contra
Viviana Marín Gutiérrez	Desempleo e informalidad	<p>Crecimiento económico</p> <p>Equidad</p> <p>Nivelar las desigualdades económicas y sociales</p> <p>Sostenimiento y desarrollo de la sociedad</p> <p>Justicia social</p> <p>Mejor distribución de la riqueza</p>	<p>Desintegración de las sociedades.</p> <p>Aleja a las personas participación social y de oportunidades de socialización</p> <p>Expone a las personas a una situación de vulnerabilidad ante la exclusión social</p>
	Inseguridad	<p>Tranquilidad</p> <p>Confianza</p>	<p>Pobreza</p> <p>temor</p> <p>Falta de oportunidades para una adecuada educación</p> <p>Falta de un adecuado sistema penitenciario</p> <p>Corrupción</p> <p>Desintegración familiar</p> <p>Violencia intrafamiliar</p>
	Falta de educación	<p>Avance en progreso de la personas y de las comunidades</p> <p>Mejores niveles de bienestar social y de crecimiento económico</p> <p>Elevar las condiciones culturales de la población</p> <p>Ampliar las oportunidades de los jóvenes</p> <p>La educación contribuye a lograr sociedades más justas, productivas y equitativas.</p>	<p>Pobreza</p> <p>Desigualdad</p> <p>Inseguridad</p> <p>falta de cultura</p>

2.7. SELECCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA SOCIAL

De acuerdo al análisis propuesto por cada uno de los integrantes del grupo colaborativo en cada una de sus regiones, se identifica como sentir general la inseguridad como flagelo principal.

Estudiante	PROBLEMÁTICA SOCIAL			
	Inseguridad	Desempleo	Falta de educación	Movilidad
Rovinson José Villalobos	X			
Viviana Marín Gutiérrez	X			
Juan Carlos Noguera Bedoya	X			
Sandra Mireya Tigreros	X			
Cristina María Escorcía	X			

Si bien la inseguridad es la mayor problemática que actualmente tiene nuestro país, se debe analizar a fondo que circunstancias han llevado que los índices de este flagelo eleven cada día más, es en esta instancia que podemos encontrar una oportunidad de mejora para la sociedad.

2.8. PROBLEMÁTICA SOCIAL. INSEGURIDAD EN COLOMBIA

2.8.1. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Cuando hablamos de delincuencia hacemos referencia al sistema carcelario y las leyes permisivas, es cierto que contamos con un sistema judicial deficiente y se precisa un endurecimiento de las penas, esta sería una medida psicológica de prevenir y evitar la delincuencia, pero debemos evaluar si es definitivamente la solución al flagelo. Aunque las penas sean más duras y en primera instancia esta determinación impacte positivamente, sería una medida a corto plazo, se precisa atacar otras situaciones que conllevan a la inseguridad, realmente la inseguridad es consecuente a algo...

Si se analiza el sentir de la población, nos encontramos con incertidumbre y sosiego, según la más reciente encuesta del 2017 de la fundación ideas para la paz (FIP) realizada en más de 49 municipios el 80% de los colombianos teme por su vida, los grupos delincuenciales ocupan el primer lugar en la lista más temida, la población teme ser asesinada en circunstancias asociadas a los hurtos, atracos y circunstancias relacionadas con la delincuencia común.

En las ciudades principales este temor aumenta considerablemente, si bien la tasa de homicidios ha venido decayendo, en la década anterior representaban el 9.6% de los casos, para el año 2017 se encontraba en el 6,3% cifra que sigue siendo muy elevada. Dentro de los datos estadísticos que arrojó la encuesta nos encontramos con un 7% de los encuestados admite tener temor de perder la vida en hechos relacionados con la convivencia.

En la actualidad la población considera al sistema judicial como ineficaz y a los organismos de regulación (Policía) como entidades mediocres, corruptas e ineficaces, los índices de seguridad que afronta nuestro país han llevado a sus habitantes a circunstancias irregulares a tal punto que es muy común encontrarse con personas que tratan de tomar la justicia a cuenta propia, esto se debe a que no confiamos en el sistema judicial y lo que hace que aumente la violencia en nuestro país, ¿será que estamos retrocediendo?

Nuestro país acaba de afrontar un proceso de Paz con las FARC, proceso que muchos colombianos sienten como ilegítimo y para algunos no ha sido representativo en su aporte a la paz del país, más bien se considera un problema trasladado a las ciudades, ya que la mayoría de integrantes de este grupo se convirtieron en disidencias y se trasladaron a las ciudades y conformaron grupos de extorsionistas que funcionan a través de la opresión, la extorción y el terrorismo, en los sitios más marginados de las ciudades donde las posibilidades para los jóvenes son escasas y la justicia a parte de ineficiente es ausente.

La inseguridad es sinónimo de delincuencia, se precisa atacar este flagelo pero tenemos que visualizarlo de forma diferente, dejando a un lado la rama judicial y entendiendo las consecuencias que lo conllevan, desde el punto de emprendimiento social se deben proponer acciones que permitan ampliar los horizontes de las sociedades más vulnerables, crear nuevas fuentes de ingresos, nuevos mecanismos de producción, desarrollar la economía solidaria y lo más importante ampliar el acceso a la educación.

La falta de oportunidades, ha empujado a los jóvenes hacia la delincuencia; los adolescentes de las zonas pobres, admiten que son fácilmente convencidos por las bandas criminales. Los jóvenes que habitan el populoso sector del Distrito de Aguablanca, señalado como una de

las zonas "rojas" de la ciudad, por el elevado número de homicidios y pandillas, piden a gritos que los ayuden a llevar a cabo sus sueños. La falta de oportunidades para estudiar y trabajar, están ocasionando que las bandas criminales, Bacrim, como "Los Rastrojos" y "Los Urabeños", recluten a jóvenes desempleados o sin oportunidad de estudio.

Las comunas como la 13, 14, 15, 20 y 21, son las que registran mayor desempleo y por ende las que más homicidios registran. A pesar de que las autoridades aseguran que se ha registrado en el último año una disminución de homicidios, existe entre la comunidad caleña una sensación de inseguridad, que se ve refleja en la cantidad de jóvenes hoy involucrados en los problemas de violencia de Cali.

Un informe de la Defensoría Nacional del Pueblo, advierte del alto riesgo en el que se encuentran cerca de 250.000 habitantes del 55% de las comunas en Cali, por el incremento de grupos de delincuencia común, que afecta principalmente a los niños, niñas, adolescentes y jóvenes (2.134 inmersos en pandillas con presencia en 17 de las 22 comunas de la ciudad). En el 2011 en registraron 160 homicidios contra menores, en el 2012 un total de 165 y en 2013 se dispararon a 194. Al 30 de septiembre de 2014 la cifra es de 148 menores de edad asesinados

Según el Comité Interinstitucional de Muertes Violentas del Municipio de Cali, en la posición número uno se encuentra el barrio Siloe con el mayor número de casos de homicidio entre el 2010 al 2014 Siloe tiene un total de 197 casos en estos cinco años. Le sigue Mojica con 183 y Potrero Grande 183

La Personería Municipal de Cali propone para ayudar a los jóvenes en riesgo, crear una Política Pública encaminada a prevenir la Delincuencia Juvenil y el Reclutamiento de Jóvenes

por parte de estructuras criminales en la ciudad, así como fortalecer los programas diseñados dentro del Plan de Desarrollo 2012-2015 para los jóvenes en riesgo que se encuentren involucrados en situaciones de delincuencia. Igualmente diseñar programas de inclusión laboral, educativa, cultural en el marco de la protección y restauración de los derechos de los niños, niñas y jóvenes en riesgo.

Si bien la inseguridad es la mayor problemática que actualmente tiene nuestro país, se debe analizar a fondo que circunstancias han llevado que los índices de este flagelo eleven cada día más, es en esta instancia que podemos encontrar una oportunidad de mejora para la sociedad.

2.9. CARACTERIZACIÓN DE LA REGIÓN

Santiago de Cali, Fundada en 1536, es una de las ciudades más antiguas de América. Es la capital del departamento de Valle del Cauca; la tercera ciudad más poblada de Colombia, con cerca de 2,4 millones de habitantes. Está ubicada en la región Sur del Valle del Cauca, entre la cordillera occidental y la cordillera central de la región andina.

La ciudad, junto con los municipios contiguos a esta, forman el área metropolitana de Cali. Es uno de los principales centros económicos e industriales de Colombia; es el tercer centro urbano, cultural, económico, industrial y agrario a nivel nacional.

Es un importante centro deportivo de Colombia, destacándose en la organización de importantes eventos deportivos en las últimas décadas.

La región, como toda área metropolitana en América Latina, posee empresas de relevancia nacional e internacional, personas con altos ingresos, innumerables escuelas y universidades; y a su vez, una demarcada desigualdad social, donde se puede observar la presencia de una parte de la población con un nivel de pobreza que resiste los embates de la falta de inclusión social.

Por ser una ciudad antigua, los valores sociales y morales tienen una influencia en las relaciones personales, empresariales y políticas; así, el ambiente moderno de Cali, con muchas innovaciones tecnológicas, guarda un cierto grado de conservatismo.

La violencia urbana y sensación de inseguridad, aunque hoy sea menor que al final del siglo pasado, es todavía una preocupación latente en los caleños. Además, la violencia intrafamiliar es un factor que refuerza la percepción de falta de seguridad; cabe anotar que las mujeres son las que más sufren con este flagelo.

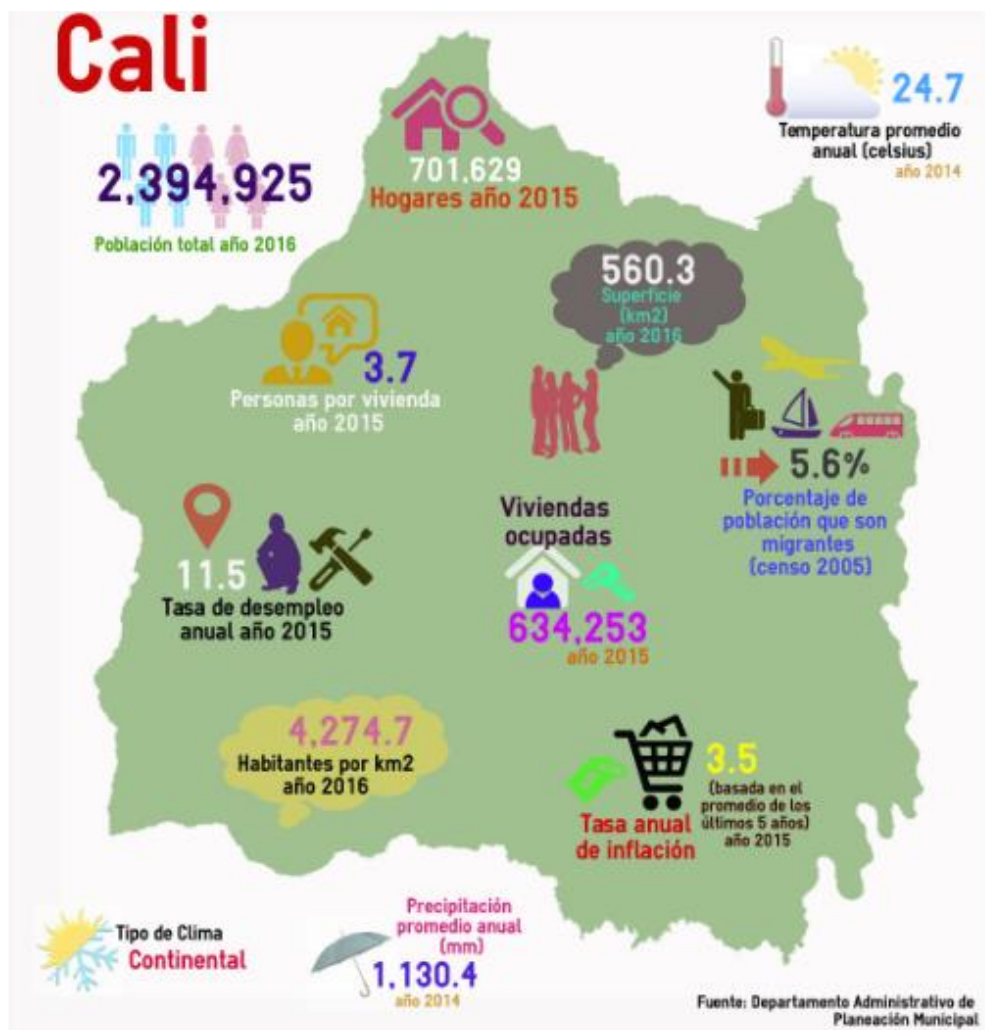


Figura 1 . Datos de Generales. Recuperado de: <http://www.cali.gov.co/planeacion/publicaciones/137802/libro-cali-en-cifras-capitulos/>



Figura 2 Estructura de Población. Recuperado de: <http://www.cali.gov.co/planeacion/publicaciones/137802/libro-cali-en-cifras-capitulos/>

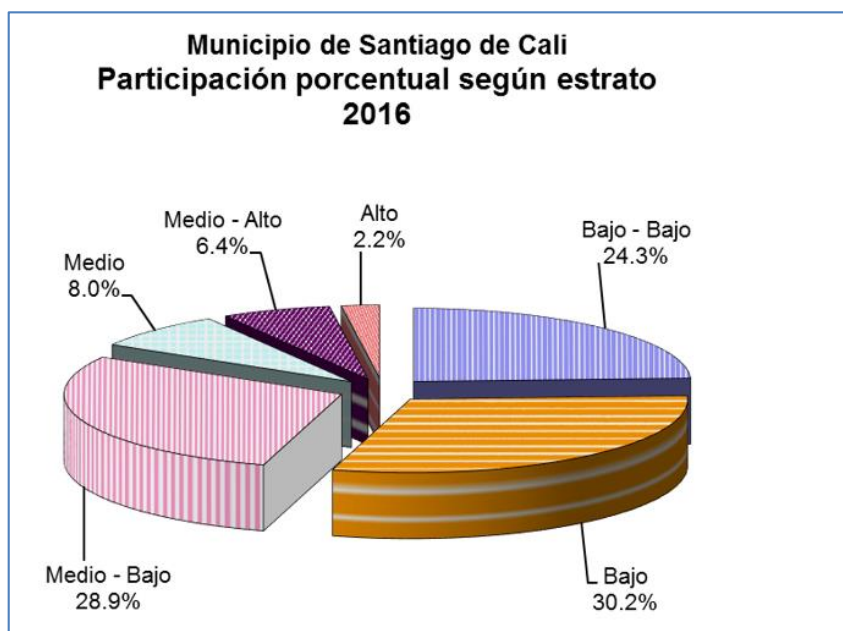



Figura 3 Participación Porcentual por Estrato. Recuperado de: <http://www.cali.gov.co/planeacion/publicaciones/137802/libro-cali-en-cifras-capitulos/>




Calien cifras

Delitos registrados

Título	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
TOTAL	35.880	34.003	38.798	41.158	42.276	34.657	42.083	37.594
Contra la vida y la integridad personal	9.856	9.254	10.056	9.598	11.604	10.460	10.891	11.166
Homicidios	1.615	1.609	1.845	1.847	1.958	1.558	1.370	1.287
Homicidios en accidente de tránsito	378	305	222	255	220	214	302	310
Lesiones personales	5.157	4.756	5.071	4.915	6.095	5.425	5.717	6.082
Lesiones en accidente de tránsito	2.611	2.481	2.829	2.481	3.252	3.149	3.410	3.392
Suicidios	91	103	89	99	78	113	87	87
Abortos	4	-	-	1	1	1	5	8

Figura 4 Delitos Contra la Vida e Integridad Personal. Recuperado de: <http://www.cali.gov.co/planeacion/publicaciones/137802/libro-cali-en-cifras-capitulos/>




Calien cifras

Delitos registrados

Título	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
TOTAL	35.880	34.003	38.798	41.158	42.276	34.657	42.083	37.594
Contra el patrimonio económico	15.681	15.371	16.227	15.576	16.387	15.934	16.237	16.958
Extorsión	48	52	85	86	136	225	281	122
Hurto calificado	9.656	8.538	9.671	9.605	11.400	10.924	10.476	11.515
Hurto automotores y motos	4.424	4.981	4.691	4.601	3.965	4.149	4.413	4.579
Abigeato	29	14	6	18	40	46	55	46
Estafa	328	397	381	390	289	240	879	419
Abuso de confianza	641	913	858	386	258	163	24	19
Daño en bien ajeno	555	476	535	490	299	187	109	258
Fraude mediante cheque	-	-	-	-	-	-	-	-

Figura 5 Delitos Contra el Patrimonio Económico. Recuperado de: <http://www.cali.gov.co/planeacion/publicaciones/137802/libro-cali-en-cifras-capitulos/>




Calien cifras

Delitos registrados

Título	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
TOTAL	35.880	34.003	38.798	41.158	42.276	34.657	42.083	37.594
Contra la libertad y el pudor sexual	330	252	613	584	0	570	860	857
Acceso carnal o acto carnal	330	252	613	582	(...)	568	859	856
Corrupción de menores	-	-	-	-	-	1	-	-
Proxenitismo	-	-	-	2	-	1	1	1
Contra la libertad individual	6	16	27	15	20	10	6	14
Secuestro simple	1	4	8	5	9	6	-	5
Secuestro extorsivo	5	12	19	10	11	4	6	9

Figura 6. . Delitos Contra la Libertad. Recuperado de: <http://www.cali.gov.co/planeacion/publicaciones/137802/libro-cali-en-cifras-capitulos/>



Calien cifras

Delitos registrados

Título	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
TOTAL	35.880	34.003	38.798	41.158	42.276	34.657	42.083	37.594
Contra la familia	1.461	611	987	635	329	176	659	62
Inasistencia alimentaria	1.461	611	987	635	329	176	659	62
Contra la seguridad pública	5.013	5.982	5.212	6.490	6.336	3.656	2.599	2.666
Porte y consumo de estupefaciente	2.770	3.642	3.254	4.356	4.300	2.189	1.325	1.483
Fabricación y tráfico armas de fuego	2.208	2.319	1.952	2.119	2.021	1.453	1.216	1.153
Incendios	33	19	3	10	13	13	56	30
Terrorismo	-	2	2	3	5	2	1	2
Otros Delitos	3.533	2.517	5.676	8.260	7.600	3.851	10.831	5.871

Figura 7. . Delitos Contra la Familia, Seguridad Pública. Recuperado de: <http://www.cali.gov.co/planeacion/publicaciones/137802/libro-cali-en-cifras-capitulos/>




ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI
DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACIÓN

Cali en cifras

Homicidios comunes según edad y género de la víctima

Edad/género	2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
TOTAL	1.694	100	1.715	110	1.731	114	1.751	88	1.824	130	1.464	96	1.279	94	1.209	88	1.138	102
< 10	2	1	1	4	2	-	3	5	3	7	6	3	2	1	3	2	3	3
10 - 19	337	18	349	21	373	17	374	17	398	30	351	14	301	17	228	9	248	13
20 - 29	672	30	655	37	622	33	635	34	712	33	546	28	501	37	465	29	466	39
30 - 39	363	17	384	20	388	27	391	13	385	26	296	19	255	19	281	16	224	24
40 - 49	207	19	185	13	171	16	198	9	194	14	140	14	114	7	138	19	114	8
50 - 59	70	7	79	7	91	12	77	4	73	5	89	11	60	5	65	11	54	8
60 - 64	14	3	17	0	14	1	19	1	26	3	12	5	28	2	13	1	14	1
> 64	29	5	23	5	15	4	22	1	20	3	24	2	18	6	16	1	14	4
Sin especificar	-	-	22	3	55	4	32	4	13	9	-	-	-	-	-	-	1	2

Figura 8. Homicidios Según Edad y Género de la Víctima. Recuperado de: <http://www.cali.gov.co/planeacion/publicaciones/137802/libro-cali-en-cifras-capitulos/>



ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI
DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACIÓN

Cali en cifras

Homicidios comunes según Comuna del Hecho

Comuna	Homicidios comunes									Homicidios en accidentes tránsito								
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
TOTAL	1.734	1.825	1.845	1.833	1.954	1.560	1.373	1.297	1.240	342	305	253	242	247	260	288	326	321
1	46	57	47	42	54	39	26	27	15	9	8	8	7	5	3	3	8	6
2	43	43	27	37	29	33	26	33	32	23	15	23	17	12	8	12	21	12
3	65	66	44	43	40	38	41	42	37	14	18	17	20	12	17	21	17	12
4	73	38	56	44	45	32	34	31	28	10	11	11	8	9	13	9	15	9
5	27	26	23	39	19	20	19	18	12	8	10	2	5	5	9	4	5	10
6	127	128	108	117	160	89	73	70	63	8	9	13	12	4	13	16	8	11
7	51	70	47	62	60	52	40	44	44	20	19	15	20	8	20	16	19	8
8	69	55	64	88	60	45	57	48	38	29	16	19	22	22	8	20	30	17
9	60	50	65	45	59	62	48	46	53	21	27	19	15	14	6	15	20	17
10	64	67	72	60	65	50	35	39	36	26	14	14	19	8	11	4	10	19
11	88	95	78	58	81	36	42	54	49	17	10	7	8	12	17	12	9	15
12	55	70	81	81	101	43	60	38	33	15	11	5	11	6	16	11	12	13
13	201	237	194	191	215	172	122	143	198	22	22	12	7	12	13	13	17	16
14	187	159	172	183	208	188	157	134	117	19	13	12	11	13	10	8	14	14
15	171	167	188	177	198	142	159	154	148	17	9	8	8	11	8	8	15	11
16	78	68	105	100	99	89	49	46	51	10	11	8	7	11	11	17	12	15
17	40	39	56	57	46	25	33	32	30	11	11	6	8	16	15	20	20	18
18	51	78	80	89	72	60	60	48	57	4	3	6	3	3	4	5	7	12
19	50	46	58	40	30	40	27	20	25	27	18	18	14	18	20	20	20	24
20	95	90	116	106	128	124	118	84	97	2	5	1	1	5	3	-	4	4
21	37	130	33	122	126	126	108	110	99	5	3	5	3	11	2	7	11	7
22	13	13	5	10	8	13	4	2	4	8	19	5	8	9	2	2	7	6
Rural	40	22	40	29	41	40	34	34	34	14	15	14	2	9	20	12	5	21
Sin especificar	7	5	26	19	10	2	1	-	-	3	8	5	6	12	11	33	20	24

Figura 9. Homicidios Según Comuna del Hecho. Recuperado de: <http://www.cali.gov.co/planeacion/publicaciones/137802/libro-cali-en-cifras-capitulos/>

2.10. ESTADÍSTICAS DE INSEGURIDAD EN SANTIAGO DE CALI

a) Homicidios

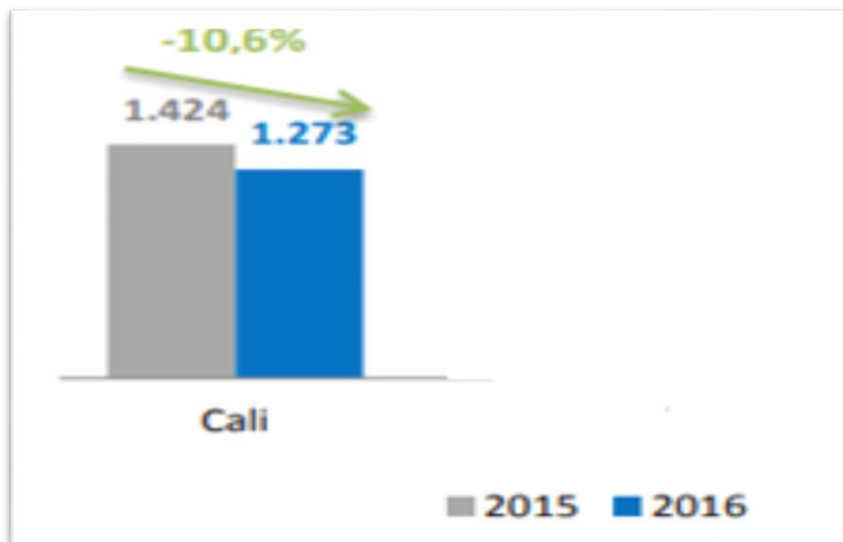


Figura 10. Número de homicidios en Cali y su área de influencia (2015 - 2016) Fuente: Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses – Cálculos Cali Cómo Vamos

De esta forma, en 2016 se registraron en Cali 53 homicidios por cada 100 mil habitantes

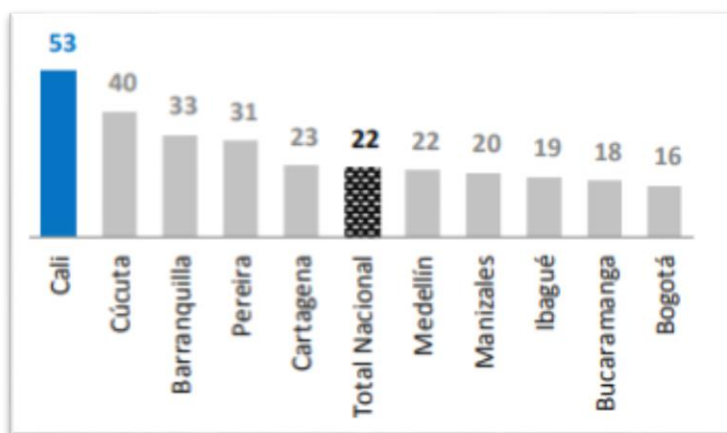


Figura 11. Número de homicidios por cada 100 mil habitantes en ciudades capitales de Colombia (2016). Fuente: Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses – Cálculos Cali Cómo Vamos

A pesar de que en 2016 Cali registró una reducción en el número de homicidios, éste es más alto que en ciudades como Cúcuta, Barranquilla, Pereira, Cartagena, Medellín, Manizales, Ibagué, Bucaramanga y Bogotá, y al del total nacional

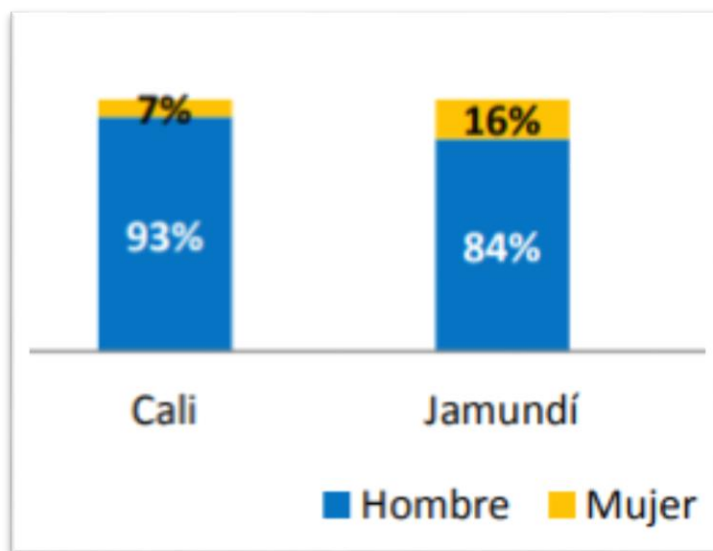


Figura 12. Participación (%) de los homicidios según sexo en Cali y su área de influencia (2016)

Los hombres fueron las principales víctimas de los homicidios en Cali y su área de influencia en 2016.

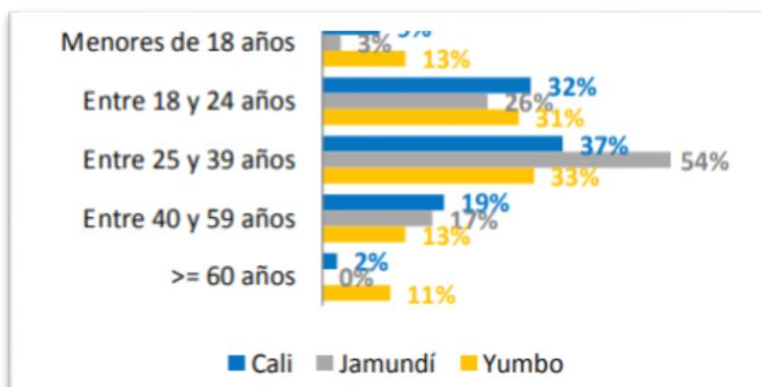


Figura 13. Participación (%) de los homicidios según grupo de edad en Cali y su área de influencia (2016). Fuente: Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses – Cálculos Cali Cómo Vamos

Según el grupo de edad de las víctimas, la mayor proporción de homicidios registrados en 2016 en Cali y su área de influencia se dio en población entre los 25 y 39 años.

b) Hurto a personas (atracos, cosquilleo y raponazos)

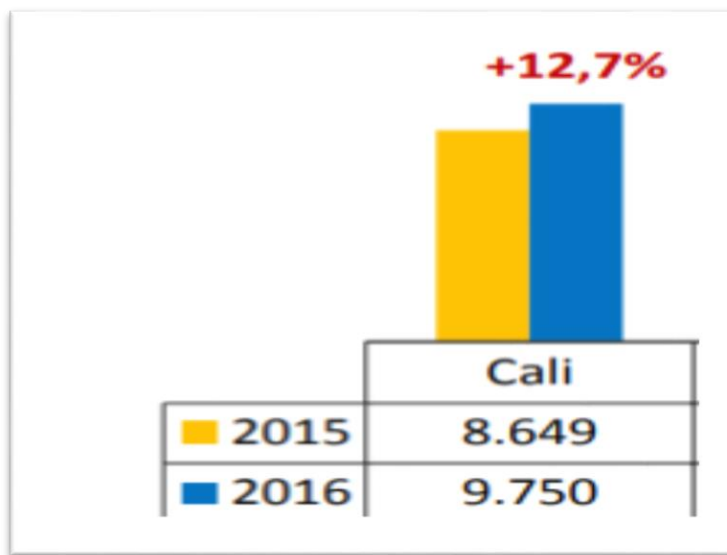


Figura 14. Número de hurtos a personas en Cali, Fuente: Policía Nacional – Cálculos Cali Cómo Vamos

De esta forma, en 2016 se registraron en Cali 407 hurtos a personas por cada 100 mil habitantes, el número más alto registrado en los últimos 6 años.

c) **Percepción de inseguridad por lugar o espacio población de 15 años y más en 28 ciudades del país**

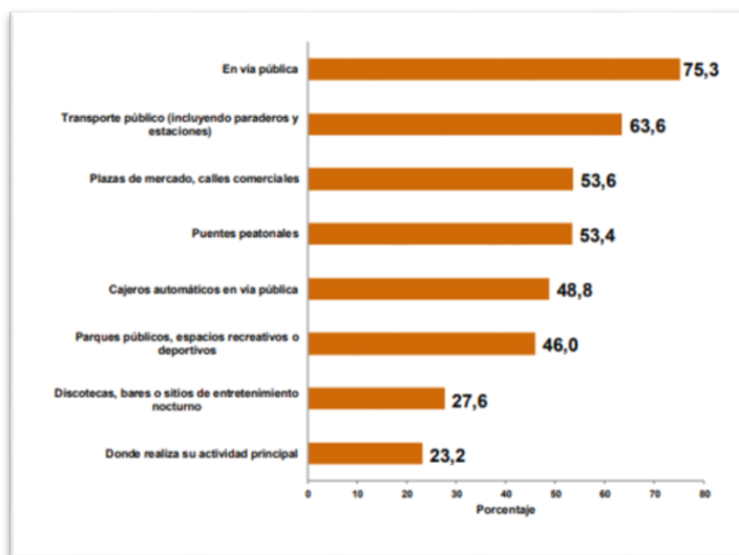


Figura 15. Encuestas De Convivencia Y Seguridad Ciudadana, Fuente: Policía Nacional – Cálculos Cali Cómo Vamos

d) **Principales Indicadores**

	TOTAL 28 CIUDADES	INDICADORES	
Total		VICTIMIZACIÓN	3011
Hogares	7155	Hurto Residencia	186
Personas de 15 años y más	17996	Hurto personas	1849
Sexo		Hurto vehículos	502
Hombre	8499	Riñas y peleas	259
Mujer	9497	Extorsión	244
Edad		DENUNCIA	872
15 a 29 años	5829	Denuncia de hurto a residencias	46
30 a 39 años	3702	Denuncia de hurto a personas	552
40 a 49 años	2843	Denuncia de hurto a vehículos	117
50 años y más	5623	Denuncia de riñas y peleas	66
		Denuncia de extorsión	42

TASAS	%	cve
VICTIMIZACIÓN	17,00%	1,8
Hurto Residencia	0,0	6,2
Hurto personas	10	2,3
Hurto vehículos	12	3,8
Riñas y peleas	1	5,7
Extorsión	1	5,1
DENUNCIA	29	3,0
Denuncia de hurto a residencias	25	10,1
Denuncia de hurto a personas	30	3,3
Denuncia de hurto a vehículos	23	7,3
Denuncia de riñas y peleas	25	10,1
Denuncia de extorsión	17	9,7

Fuente: DANE - ECSC 2017 Nota: Las poblaciones se presentan en miles.

e) Características socioeconómicas de la región, población de 15 años y más (en miles de personas) según sexo, por ciudad

Ciudad	TOTAL		Sexo			
			Hombres		Mujeres	
	Total	%	Total	%	Total	%
Cali	1.850	77,7	866	46,8	984	53,2

Ciudad	Percepción de seguridad en la ciudad								
	Inseguro								
	TOTAL	%	cve	Hombres			Mujeres		
Cali	1.308	70,7	1,5	597	68,9	1,9	711	72,2	1,5

EXTORSIÓN O INTENTO DE EXTORSIÓN		Total 28 ciudades		
		Total	%	cve
Sexo				
Hombres		116	1,4	6,8
Mujeres		128	1,3	6,7
Denuncia		42	17,2	9,7

Fuente: DANE - ECSC 2017

Agresiones	Total 28 ciudades		
	Total	%	cve
Amenazó verbalmente	769	4,3	3,4
Empujó o zarandeo	317	1,8	5,2
Golpeó intencionalmente con alguna parte del cuerpo	181	1,0	7,4
Agredió con algún tipo de arma u otro objeto	82	0,5	8,3
Otro*	4	0,0	36,1
Fuente: DANE - ECSC 2017			
Nota: Las categorías son incluyentes. * Concepto técnico: Contiene datos no representativos estadísticamente.			

f) Aspectos que causan inseguridad en la población

Ciudad	Porque usted, familiares o amigos han sido víctimas de agresiones			Por información que ve en los medios o escucha en la calle			Porque hay poca presencia de la fuerza pública (Policía, Ejército)		
	TOTAL	%	cve	TOTAL	%	cve	TOTAL	%	cve
Cali	468	73,9	2,0	575	90,7	1,0	577	91,0	1,0

Ciudad	Porque usted, familiares o amigos han sido víctimas de agresiones	Porque hay delincuencia común, robos, agresiones			Porque hay presencia de pandillas y/o combos			Porque existen lotes baldíos o vías públicas sin iluminación		
		TOTAL	%	cve	TOTAL	%	cve	TOTAL	%	cve
Cali		601	94,8	0,9	446	70,3	2,8	307	48,4	3,8

Porque hay delincuencia común, robos, agresiones	Porque existen expendios de droga (ollas)			Porque existen basureros y/o botaderos de basura			Porque hay presencia de guerrilla			Porque hay presencia de bandas criminales		
	TOTAL	TOTAL	%	cve	TOTAL	%	cve	TOTAL	%	cve	TOTAL	%
	377	59,4	3,6	164	25,9	7,0	24	3,8	23,4	153	24,2	6,1

3. FASE 3. IDENTIFICACIÓN ACCIONES DE INNOVACIÓN SOCIAL

3.1. EVALUACIÓN IDEAS DEL PROYECTO

Cuadro evaluación ideas del proyecto:					
Alumno	Proyecto	Pertinencia	Factor productivo	Innovación	Mercado
	Descripción breve del proyecto que se propone	El proyecto da respuesta a la problemática social de la región	El proyecto permite generar una actividad económica productiva	El proyecto tiene características innovadoras	La actividad económica del proyecto cuenta con un mercado potencial en la región
Juan Carlos Noguera Bedoya	Cooperativa de reciclaje Mundo Verde Entidad enfocada a la recuperación del medio ambiente y el aprovechamiento de materiales reciclajes para la elaboración de estibas ecológicas y venta de material recuperable, que mitigan el daño am-	Por ser una Cooperativa permite que todas las personas que participan en ella sean accionistas. Trabaja mancomunadamente con las personas, no es excluyente y genera economía solidaria para la región, es una idea de negocio que se puede expandir fácilmente en el país	Generación de empleos directos e indirectos, implementación de economía solidaria, reducción de los índices de desempleo y aumento del PIB	Implementación de economía solidaria y trabajo mancomunado de los habitantes, elaboración de productos de calidad a base de materiales reciclados y aprovechamiento de los desechos, visionar donde algunos ven problemas, se ven oportunidades	Las estibas serán comercializadas y vendidas en: <ul style="list-style-type: none"> • Las más de 600 empresas de la región, • Empresas de transporte de carga • Bodegas de almacenamiento • Como nicho inicial de mercado está la mayor central de carga de país Cencar, ubicada en la zona industrial del vecino municipio de Yumbo.

	biental y garantizan un producto de larga duración				
Viviana Marín Gutiérrez	Fundación dedicada a la Capacitación de Destrezas Manuales dirigido mujeres víctimas de la violencia	Este proyecto trabaja en pro del mejoramiento de la violencia hacia la mujer en la ciudad de Cali	la fundación permite generar un actividad económica productiva ya que tiene la posibilidad de ingreso económico en las ventas de los productos fabricados en los talleres	Este proyecto tiene como factor de innovación que Promueve la Igualdad de género y la lucha contra la violencia hacia las mujeres desde el empoderamiento.	Efectivamente el mercado potencial de la ciudad serian mujeres víctimas de la violencia las cuales en la ciudad de Cali tiene cifras considerables
Cristina María Escorcia Cervantes	Prestación de Servicio Taxis Ejecutivos de Seguridad	Con el proyecto se logra reducir la tasa de delincuencia y homicidios, ya que se brinda protección a las personas pertenecientes a la comuna.	Brinda nueva oportunidades laborales, capacitaciones y empleo a los jóvenes que cumplan con los requisitos del cargo.	Se realizará a través de una aplicación que cuenta con conductores registrados en su servicio y que se encuentran capacitados para brindar protección física de sus clientes y bienes. La prestación del servicio seria personalizado,	Mercado potencial los habitantes de los barrios que conforman la Comuna 20 de la ciudad de Cali.

				excelente servicio al cliente, brindando seguridad y tranquilidad al pasajero.	
Rovinson José Villalobos Velásquez	<p>Proyecto Sultana Segura</p> <p>Industrialización y transformación del chontaduro. La propuesta es aprovechar toda la fruta, creando alimentos con la pulpa, en especial alimentación infantil por su composición rica en vitaminas y calcio, y de la semilla producir aceite, objetos artesanales de decoración y accesorios, como collares, pulseras y aretes. El proyecto propone también actividades complementarias de educación, cuidado a</p>	<p>El proyecto está concebido para generar empleo para jóvenes y madres cabeza de hogar como forma de disminuir la violencia e inseguridad por medio de la inclusión social, disminuir la desigualdad y formar generaciones futuras con más capacidad para posicionarse en la sociedad y alejarse de actividades que generan violencia</p>	<p>El proyecto propone industrializar y transformar el chontaduro, que puede ser aprovechado integralmente para elaboración de diversos productos por su alto contenido de vitaminas y calcio. Además las semillas pueden ser aprovechadas para la elaboración de aceite, artesanías, productos de decoración y accesorios, entre otros.</p>	<p>La materia prima en cuestión, el chontaduro, todavía no tiene su potencial industrial y comercial totalmente desarrollado. Actualmente la fruta es consumida principalmente en una versión cocida, comercializada en el mercado informal.</p>	<p>El producto es muy apreciado en la región. Además, el chontaduro posee características nutricionales para ser transformado en alimento infantil, en especial niños con intolerancia a la lactosa. El mercado de productos sin lactosa está en pleno crecimiento. El mercado de productos para decoración y accesorios también ofrece muchas posibilidades para el éxito. Inicialmente, los productos serán comercializados en el Valle del Cauca, con expansión para toda Colombia en los años siguientes. El mercado internacional puede ser considerado en un futuro próximo.</p>

	los niños y conciencia ciudadana.				
Sandra Mireya Tigreros	La fundación semillas del futuro tiene como propósito promover la responsabilidad social desarrollando programas de prevención y tratamiento de consumo de Sustancias Psicoactivas prevención y acción frente al Bullying. Dirigido a la población infantil y juvenil este proyecto comprende un rango de edad entre los 5 y los 15 años	Como política de contribución social estamos comprometidos con la búsqueda e implementación de programas que contribuyan a mejorar la calidad de vida de la población infantil y juvenil	Esta fundación contara con un patrimonio propio gracias a la elaboración y comercialización de productos orgánicos conservas artesanales de frutas, jugos, compotas y mermeladas las conservas son la mejor solución para consumir frutas que no se encuentran en temporada o simplemente para mantener su vida útil. Parte de los ingresos de la producción de estos productos servirán como aporte a actividades que promuevan programa de prevención y tratamiento de consumo de Sus-	Conservas artesanales de frutas, jugos, compotas y mermeladas la tendencia gastronómica le apuesta a los productos naturales y orgánicos las conservas permiten preservar diversos alimentos evitando procesos que disminuyan la calidad permite la explotación de distintos productos orgánicos y mezclas. Frutas jugos mermeladas compotas entre otros. El objetivo es ofrecer productos únicos y de calidad con el valor agregado de ser un producto elaborado de forma	Las Conservas, son un buen negocio con gran potencial nuestros clientes supermercados de la región despensas de productos orgánicos autoservicios abarcaremos como mercado la zona centro sur

			tancias Psicoactivas prevención y acción frente al Bullying Como fundación pagará un 20% menos en impuestos esto será un aporte adicional al proyecto.	artesanal Libre de químicos.	
--	--	--	--	------------------------------	--

3.2. SELECCIÓN DE LA PROPUESTA.

Proyecto	VOTACIONES				
	Rovinson José Villalobos	Viviana Marín Gutiérrez	Juan Carlos Noguera Bedoya	Sandra Mireya Tigreros	Cristina María Escorcía
Cooperativa de reciclaje Mundo Verde (Juan Carlos Noguera)					
Fundación Capacitación de Destrezas Manuales (Viviana Marín)					
Proyecto Sultana Segura (Rovinson Villalobos)	X	X	X	X	X
Proyecto Fundación semillas del futuro (Sandra Tigreros)					
Aplicación Taxis Seguros (Cristina María Escorcía)					

3.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.

A lo largo de las últimas décadas nuestro país ha pasado por diferentes crisis económicas y gobiernos polémicos e incluso para algunos conflictivos, no obstante, a estas crisis no podemos seguir justificados, debemos reaccionar, tomar cartas en el asunto y ser parte del cambio.

En la actualidad a nivel nacional tenemos un flagelo en común que se agudiza día tras día y atormenta la población, la inseguridad. Pero ¿es la inseguridad el problema? O esta ¿es consecuente de otra situación? Si analizamos el sentir de la población nos encontramos que cada día es más difícil llevar un sustento para nuestras familias, si bien según el gobierno los índices de desempleo han disminuido a un 9,5% para el 2018, casi dos puntos, los de ocupación aumentaron en más de 10 mostrando un irrisorio 58,3% con referencia al año anterior.

Esta medición es solo un panorama con el que el gobierno busca ocultar la verdadera realidad del país, las encuestas reflejan que solo 1 cada 100 personas no tiene ocupación, pero la realidad es casi 1 de cada 10 personas no tiene empleo, siendo esta quizás una de las situaciones que más ha elevado los índices de inseguridad, además de temas como la deserción escolar, leyes absurdas de infancia y adolescencia, la subversión y migración descontrolada, si bien es algo complejo atacar todos los focos, desde nuestro grado de responsabilidad social y futuros emprendedores debemos emprender proyectos innovadores que permitan disminuir los índices de desempleo, darle un giro a la irrisoria tasa de ocupación y generar oportunidades reales de ingresos, no solo basados en el rebusque, es así como nace la idea de **Sultana Segura**, un proyecto empresarial que aprovechara el potencial de una fruto exótica e incluso afrodisiaca, con grandes bondades alimenticias y mucho por explorar, cuyo foco de producción está en el Litoral pacífico a solo unos minutos de la ciudad de Cali.

La desigualdad social, falta de oportunidades laborales y ausencia de ingresos que posibilite ejercer los derechos ciudadanos son factores que generan violencia urbana y familiar, aumentando la inseguridad en los centros urbanos.

Así, es importante generar oportunidades laborales y hacer la inclusión social, así como ofrecer educación y conciencia ciudadana para que una población pueda tener una visión de futuro que la distancie de la pobreza y de los conflictos, así como del uso de la criminalidad y de la violencia como forma de adquirir el mínimo necesario para sobrevivencia.

En este sentido el proyecto **Sultana Segura**, propone generar oportunidades laborales, educación y conciencia ciudadana para la población del barrio Siloe, con el objetivo de reducir la problemática social de inseguridad en la ciudad de Santiago de Cali.

Sultana Segura. Tendrá como foco la transformación del Chontaduro, aprovechando su pulpa y generando alimentos sustitutos con gran contenido alimenticio, además sus semillas son materia prima para artesanías y la cobertura externa de la fruta (cascara) es un excelente abono. Esta fruta tiene gran potencial de exportación y es una excelente oportunidad para darla a conocer inicialmente a nivel nacional y en la prosperidad al mundo entero

El interés económico del chontaduro es, principalmente por el sabor agradable y alto valor nutritivo. Es importante resaltar que el chontaduro es un alimento completo y nutricionalmente equilibrado, que aporta beneficios para la salud ya que está especialmente indicado para pacientes con anemia o que necesitan de sus nutrientes.

La fruta es rica en vitamina A y Calcio. Además, su palmito también puede ser aprovechado. Con relación a los otros palmitos, posee un sabor más dulce y no oscurece por ser cortado.

Así, otros productos alimenticios, además de alimentos infantiles, pues el uso del chontaduro en la dieta diaria ayuda a reducir los niveles de colesterol LDL (el malo) por su contenido en ácidos grasos poliinsaturados; reduce el riesgo de desarrollar enfermedades cardiovasculares (gracias también a sus grasas saludables); su bajo índice glucémico lo convierte en un alimento muy adecuado para personas diabéticas; aporta los aminoácidos necesarios para un buen funcionamiento del organismo; mejora la visión porque es una fuente natural de carotenoides, como beta-caroteno –precursor de la vitamina A– y licopeno; contribuye al cuidado de la piel, gracias a la función antioxidante de los carotenoides; favorece la salud del intestino por su contenido en fibra dietética, que también ayuda a mantener el peso corporal, así como a prevenir enfermedades como el cáncer de colon y la diabetes.

Además de sus beneficios nutricionales, el tallo del chontaduro se usa en construcciones y para fabricar utensilios; como materia prima para muebles, construcción, y artesanías y las hojas, como coberturas para habitaciones. Su raíz puede ser utilizada como vermicida. Las flores masculinas, como condimento y las semillas pueden ser usados para elaboración de materiales de decoración y accesorios femeninos

El proyecto de **Sultana Segura**, desde el punto de vista social, tiene como foco principal la disminución de los índices de desempleo en Cali, siendo este uno de los principales proble-

mas que ha generado la inseguridad, este proyecto social tiene como misión beneficiar a las familias más vulnerables de la región, recuperando el prestigio de nuestra región y reactivando el espíritu emprendedor y luchador que tienen los caleños.

3.4. PROPUESTAS DE INNOVACIÓN SOCIAL QUE SE APLICARÍAN AL PROYECTO SELECCIONADO

El proyecto Sultana Segura propone un aprovechamiento integral del chontaduro, generando oportunidades laborales y haciendo la inclusión social de la población de Siloe, en Santiago de Cali. La localidad es estigmatizada, principalmente por su historia en los años 90, como uno de los barrios más violentos de la ciudad de Cali. Según materia de Caracol Noticias, de 2018, “En las calles de la Comuna 20 de la capital del Valle del Cauca, donde está ubicado el sector de Siloe, sus habitantes reclaman permanentemente de medidas contra la inseguridad y el consumo de estupefacientes”.

Para reducir la problemática social de inseguridad, así como lograr la transformación social necesaria se propone trabajar con la educación de los colaboradores y sus familias, ofreciendo el cuidado de los niños, oportunidades para entretenimiento, cultura y deporte, que ayudaran a formar una consciencia ciudadana en esos individuos. Eso es fundamental para que los individuos tengan una visión de futuro que los distancie de la pobreza y de los conflictos, así como del uso de la criminalidad y de la violencia como forma de adquirir el mínimo necesario para sobrevivencia.

Cuanto a sostenibilidad económica, el proyecto debe buscar capital semilla para el arranque y desarrollar estrategias mercadológicas, así como utilizar herramientas empresariales para ser un negocio viable. El posicionamiento como emprendimiento social es un factor que amplía la competitividad del negocio.

La utilización integral del chontaduro es una propuesta innovadora, lo que trae buenas oportunidades negócias para la empresa. Así, se propone trabajar con líneas de productos diversificadas, lo que propicia generar empleos para jóvenes y madres cabeza de hogar, haciendo que el proyecto sea importante para el combate a la violencia y la inseguridad en Cali,

El proyecto necesita de la colaboración intersectorial; es decir, necesita aliados para apoyar las actividades complementarias, como educación, cuidado a los niños de los colaboradores, prácticas deportivas y culturales. Estas actividades son tan importantes cuanto generar empleos, pues ayudaran con el desarrollo personal y formación de ciudadanos más conscientes.

Las prácticas educacionales, recreativas y de desarrollo personal, aliadas a la generación de empleo e ingresos para la población de Siloe, crearan en los individuos y sus familias un sentido de participación en la estructura social. Los moradores desarrollarán la capacidad de ejercer la ciudadanía y encontrar alternativas para buscar un futuro mejor para la comunidad. Es, por lo tanto, la innovación que se propone para hacer el cambio social necesario; es decir, para reducir las actividades delictuosas y la violencia, que aumentan la sensación de inseguridad en el barrio y son reflejadas en otras regiones de la ciudad de Cali.

Por eso, es importante desarrollar alternativas de escalabilidad y replicabilidad, pues el proyecto puede ser expandido para otros barrios sin comprometer sus características principales, así puede ser aplicado en otras localidades con el mismo tipo de problemática social.

4. FASE 4. MODELO DE NEGOCIO DESIGN THINKING

Design Thinking, Pensamiento de Diseño traducido al español, es una metodología para crear ideas innovadoras, teniendo en cuenta las reales necesidades de los usuarios, tal como lo haría un diseñador, evidentemente con la finalidad de encontrar una solución. Para eso hay que ponerse en su lugar e intentar sentirse como siente él para entender sus necesidades y encontrar la solución adecuada.

El modelo Design Thinking Orienta a la acción, propiciando el avance hacia la creación del escenario de futuro preferido. Utiliza la sensibilidad del diseñador y se basa en la lógica, la imaginación, la intuición y el razonamiento sistémico para explorar las posibilidades de lo que podría ser y para crear los resultados deseados que benefician al usuario final.

Esta técnica está encaminada especialmente utilizar la sensibilidad y criterios de los diseñadores para hacer encajar las carencias de las personas, en la solución que estemos desarrollando, y también de su entorno.

4.1. ETAPA EMPATIZA.

Todo comienza con un análisis profundo de su entorno y la comprensión de las necesidades de la población a la cual está dirigido el proyecto, debemos encontrar la forma de adoptar la posición de las personas para las cuales estamos desarrollando el proyecto con el fin de generar soluciones reales a sus problemáticas.

4.2. PASO 1 – IDEA DE NEGOCIO

Problemática identificada en la localidad de Siloe inseguridad, como idea de negocio se crea el proyecto sultana cuyo propósito es ofrecer una alternativa de trabajo, para jóvenes y madres cabezas de hogar mediante la industrialización y transformación del chontaduro la propuesta representa en términos económicos un sostén fundamental del producto interno bruto y en términos de ocupación ofrece trabajo a esta población mencionada. El objetivo de la propuesta es explotar todo el fruto creando alimentos con la pulpa gracias a que es un alimento muy completo y nutricionalmente equilibrado, lo que conlleva a incluir el chontaduro en la dieta de la población infantil debido a que proporciona numerosos beneficios para la salud. Con la semilla de este fruto será utilizado para fabricar aceites objetos artesanales, de decoración y accesorios como collares pulseras y aretes esta idea de negocio plantea un trabajo complementario en función de integrar la educación y el deporte. La finalidad es lograr la inclusión social reducir la desigualdad y mitigar la violencia y la inseguridad. El objetivo meta es formar jóvenes con aptitud y disposición rechazando actividades que originen y propaguen la violencia

4.3. PASO 2 – DEFINICIÓN DEL SEGMENTO DEL CLIENTE EARLY ADOPTER.

Leonardo Cifuentes Córdoba tiene 32 años es un emprendedor trabaja en un proyecto enfocado a la producción elaboración de productos alimenticios y artículos artesanales nuestros clientes serán jóvenes y mujeres cabezas de hogar.

¿Qué piensa y siente Leonardo? Es una persona que me preocupo por los problemas existentes en la comunidad como lo es la inseguridad. Cree con firmeza que a través del proyecto sultana puede contribuir a la generación de empleo para jóvenes y madres cabezas de hogar.

4.4. APLICACIÓN DE UNA TÉCNICA POR ETAPA DEL MODELO DESIGN THINKING.

Etapa enfocada a la problemática y proyecto de emprendimiento social **Sultana Segura**

4.4.1. MAPA DE ACTORES.



Mapa de Actores.

NECESIDADES

Intervención de los diferentes administraciones de gobierno en cuanto a salud, educación, desarrollo social, ministerios de trabajo de desarrollo social.
La incorporación del ciudadano a las tareas de seguridad permite hablar de la necesidad de coproducir seguridad entre todos los actores involucrados
La búsqueda de nuevas formas de organización de la participación de todos los agentes sociales implicados en la relación dialéctica seguridad-violencia y en el análisis global y transversal de sus implicaciones urbanas y territoriales

PREOCUPACIONES

La situación económica problemática poblacional la falta de trabajo la alta tasa de desempleo, la inflación y la disminución del poder adquisitivo son factores que incrementa la inseguridad es por esta razón que es necesario crear proyectos de emprendimiento los cuales contribuirán a mitigar esta problemática que causa desequilibrio social

EXPECTATIVAS

Búsqueda de un modelo económico más humano y solidario apoyo de las instituciones públicas, privadas y académicas conscientes de la necesidad de solucionar las necesidades sociales mediante el fomento y el apoyo al emprendimiento.

Que Dice Su Entorno

Las poblaciones más propensas a formar parte de las pandillas son los niños y jóvenes en situación de calle

Sus Amigos Y Circulo De Influencia

La mayoría de delincuentes proviene de entornos violentos y vulnerables y tiene estudios incompletos.

Esfuerzos juntas vecinales que se han empoderado y articulado con las comisarías de sus jurisdicciones para prevenir y enfrentar la delincuencia.

Miedos temor **arriesgar** el patrimonio personal a perder la creatividad a no poder motivar

Frustraciones no alcanzar los objetivos del proyecto

Obstáculos escasos de recursos económicos



Como Es Su Entorno un gran porcentaje de personas cree que su barrio es un lugar inseguro. **Sus Amigos** piensan que el crimen también depende de un amplio abanico de dimensiones, como la familia, la escuela, el barrio, la comunidad, la infraestructura urbana, las regulaciones económicas, el sistema penitenciario, entre otras. **Cual Es La Oferta Que Ofrece El Mercado** Incorpora la innovación en sus prácticas Se caracteriza por iniciativas que propone formas de actuaciones innovadoras y experiencias de las cuales se puede aprender para adaptarlas a otro contexto.

Cual Es La Actitud Y La Conducta

Crear un proyecto cuyo propósito es generar empleo para jóvenes y madres cabezas de hogar alcanzando la inclusión social con el objetivo de disminuir la inseguridad y la delincuencia común por falta de empleo en la comuna

Resultados generar beneficios reales para personas con pocos recursos, acceso al mercado a ciudadanos en riesgo de exclusión, cambios en la mentalidad de individuos o revaloriza formas culturales.

Deseos / Necesidades cultura del emprendedor/a social basada en un estilo de vida que permite unir una actividad profesional con una forma de entender el mundo y relacionarse.

Obstáculos falta de capacidad económica y apoyo de empresas privadas

4.5. ETAPA DEFINE

Esta etapa se organiza toda la información, se estudia los datos más relevantes del proyecto. Con los problemas más importantes se genera una lista de prioridades a resolver

4.5.1. DEFINIR

Para esta etapa vamos de definir el siguiente interrogante: ¿cómo solucionar el problema de inseguridad en la ciudad de Cali través del modelo Design Thinking?,

4.5.2. PUBLICO OBJETO

Llegará el proyecto madres cabeza de familia y jóvenes de las zonas más vulnerables de Siloe.

El tema de inseguridad de la ciudad necesita los siguientes elementos para solventar el problema:

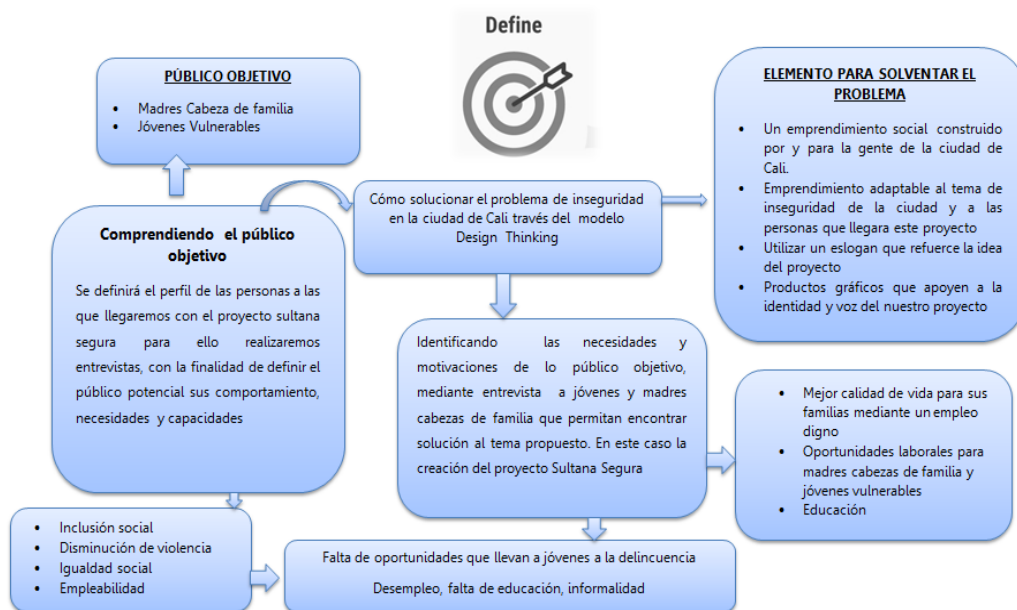
- Un emprendimiento social construido por y para la gente de la ciudad de Cali.
- Emprendimiento adaptable al tema de inseguridad de la ciudad y a las personas que llegara este proyecto
- Utilizar un eslogan que refuerce la idea del proyecto generando empatía con las personas a las que queremos llegar (jóvenes) madres cabeza de familia
- Productos gráficos que apoyen a la identidad y voz del nuestro proyecto

4.5.3. COMPRENDER AL PÚBLICO OBJETO

Una vez identificados el público objetivo a las que llegaremos con el proyecto sultana segura para ello realizaremos entrevistas, con la finalidad de definir el público potencial sus comportamientos, necesidades y capacidades.

En este caso las necesidades de nuestro público objetivo son:

- Inclusión social
- Disminución de la violencia
- Igualdad de oportunidades
- Educación.



4.6. ETAPA IDEA.

En esta etapa del método Design Thinking se busca la generación de soluciones innovadoras para el problema social de inseguridad en la ciudad de Cali, teniendo en cuenta el proyecto seleccionado en la fase anterior, Sultana Segura.


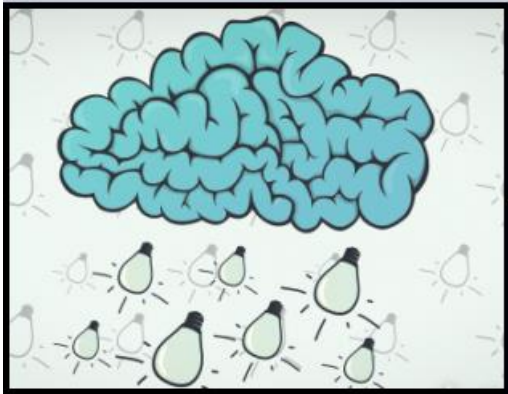
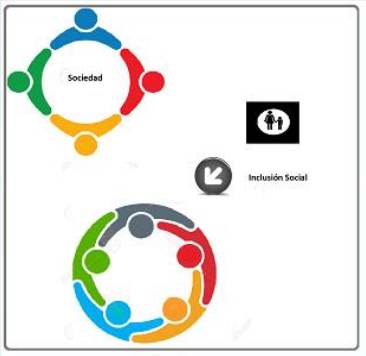
4.6.1. TÉCNICAS UTILIZADAS EN LA ETAPA IDEA.

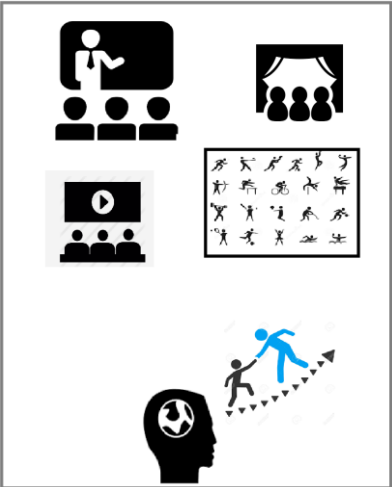

En esta fase de la metodología se debe utilizar herramientas y técnicas para generar ideas innovadoras. Por lo tanto, la creatividad es fundamental en esta etapa.

Todas las ideas presentadas en esta etapa del modelo deben ser relacionadas, independiente de la técnica que se decida usar.

Entre las herramientas más conocidas que se puede usar en la etapa ideación están: Mapa Mental, Lluvia de Ideas, Matriz DOFA y Lienzo del Modelo de Negocio. Pero se puede usar dibujos, tarjetas, maquetas y otros procesos más lúdicos que favorezcan la creatividad y generación de ideas



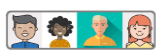



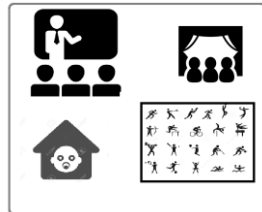


4.6.2. LLUVIA DE IDEAS.

<p>Problema Social: inseguridad en la ciudad de Cali. Sultana Segura es el nombre del emprendimiento social elegido para contribuir con la solución de la problemática de inseguridad en la ciudad de Santiago de Cali, la cual es también conocida como la Sultana del Valle. Con el proyecto se propone trabajar en la disminución de la violencia y la inseguridad en la comunidad por medio de la inclusión social, la reducción de la desigualdad, la educación, el desarrollo personal y la conciencia ciudadana.</p> 	 <p>Ideas</p>
<p>Inclusión Social y Reducción de la Desigualdad</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Generar empleos para la comunidad, creando una empresa de transformación del chontaduro • Emplear madres cabeza de hogar para que puedan obtener mejor calidad de vida y brindar un mejor entorno familiar. • Ocupación laboral para jóvenes buscando que abandonen las actividades que elevan la criminalidad y la inseguridad del sector seleccionado. • Crear otros emprendimientos productivos (modelo de economía solidaria, por ejemplo) para trabajar materias primas del chontaduro que no sean aprovechadas en el negocio principal • Desarrollar un sistema productivo local, con el apoyo de la alcaldía y gobernación, para integrar negocios convergentes al emprendimiento propuesto. Este modelo acelera la economía local y ayuda a generar más oportunidades laborales • Crear guarderías en la comunidad para que las madres puedan dejar sus hijos para buscar una ocupación laboral. También genera puesto de trabajos en las guarderías.

<p>Educación, Diversión y Conciencia Ciudadana</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Alfabetización y educación formal: alianza con empresas del sector, buscando becas para los empleados del emprendimiento productivo y sus familias • Guarderías: Para que las madres puedan dejar sus hijos con seguridad. • Actividades deportivas y culturales: alianza con gyms, escuelas de baile y de música, buscando fomentar la • convivencia ciudadana por medio del deporte y cultura. (oportunidades para los colaboradores y sus familias) • Contador de historias o cuenteros en el barrio: implementar actividades culturales para diseminar conceptos de conciencia ciudadana. • Cine en el barrio: alianza con Cine Colombia para que haya proyecciones gratuitas en el barrio. Películas que incentiven la buena convivencia social y la búsqueda de un futuro mejor. • Desarrollo personal: alianzas para proporcionar otras capacitaciones y formación profesional para la población
<p>Emprendimiento/Productos</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear una empresa formal, tipo S.A.S • Otra opción, es desarrollar el proyecto, creando el negocio principal como un emprendimiento de economía solidaria • Productos: (hay que seleccionar cuales estarán enfocados en el negocio principal y cuales insumos pueden ser compartidos para creación de otros emprendimientos). <ol style="list-style-type: none"> a) Alimentos infantiles b) Otros productos alimenticios o complementos nutricionales para la población con intolerancia a la lactosa o que practica alimentación saludable. c) Tortas y dulces d) Salsas y jugos e) Decoración y artesanía f) Accesorios femeninos g) Productos de belleza y aseo personal h) Material de construcción i) Abono

Cuadro 1. Lluvia de Ideas

4.6.3. MATRIZ DE IDEAS.

	Barrio Siloé			Moradores de la Ciudad de Cali
	Madres Cabeza de Familia 	Jóvenes 	Familia/otros miembros de la comunidad 	
Empresa de transformación del chontaduro para generar empleos y hacer la inclusión social 	Seleccionar una actividad productiva para emplear este grupo	Seleccionar una actividad productiva para emplear este grupo	Fomentar la creación de otros emprendimientos para aprovechar insumos del chontaduro no aprovechados en el emprendimiento principal	Crear tiendas o puestos de venta para distribuir los productos producidos Desarrollar un Sistema Productivo Local con énfasis en el chontaduro
Deporte, educación y cultura para mejorar la convivencia ciudadana 	Hacer alianzas para ofrecer oportunidades para las colaboradoras de la empresa, complementar la educación, practicar deporte y tener diversión, brindándoles una mejor calidad de vida	Hacer alianzas para ofrecer oportunidades para que los jóvenes colaboradores puedan estudiar practicar deporte y tener diversión, brindándoles una mejor calidad de vida	Crear guardería para dejar los niños de las colaboradoras en horario de trabajo de las madres. Hacer alianzas para ofrecer educación formal, deporte y cultura para las familias de los colaboradores	Buscar voluntarios y empresas de esos que puedan apoyar el proyecto por medio de alianzas
Crear la conciencia ciudadana en los individuos 	Hacer talleres para preparar las madres en la educación de sus hijos	Hacer talleres para trabajar comportamientos y ejercicio de la ciudadanía	Hacer eventos para trabajar la conciencia ciudadana Cuenteros en Siloé	Hacer eventos culturales para que las personas de otras regiones de Cali conozcan la nueva realidad del Barrio Siloé
Productos que pueden ser producidos y comercializados para este público. 	Alimentos saludables, productos de belleza y accesorios femeninos de bajo costo	Productos saludables, con sabor y presentación que	Alimentación infantil y otros productos saludables con precios accesibles	Alimento Infantil; Panadería, Alimentos saludables; Decoración; Accesorios Femeninos; Material de Construcción; etc.

Cuadro 2. Lluvia de Ideas

4.7. ETAPA PROTOTIPA.

Esta etapa es el preámbulo de nuestro proyecto, prototipar básicamente consiste en dar a conocer por primera vez nuestro bien o servicio, es la primera prueba de fuego que tenemos y la oportunidad de medir la aceptación y escuchar las oportunidades de mejora.

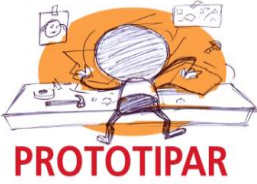
Al igual que en etapas anteriores se puede utilizar un sinnúmero de herramientas creativas que permitan desarrollar el producto final, los mapas mentales, matrices, dibujos y maquetas nos permiten realizar una visión de lo que se quiere ofrecer, pero realmente lo que marca la pauta en esta antepenúltima etapa es dar a conocer nuestro producto en un ambiente real, recopilar información, entender la aceptación y encontrar diversidad.

Para salir a flote con nuestro primer prototipo abordaremos tres niveles básicos: *Físico, Experiencia y Entorno.*

PROBLEMÁTICA	Inseguridad en la región, ocasionada por la falta de oportunidades laborales e ingresos para el sustento de los hogares
PROYECTO	Sultana Segura, Una empresa de naturaleza SAS, cuya naturaleza comercial está dedicada a la manipulación y transformación de la pulpa de fruta del Chontaduro, de origen caleña, centralizada en la comuna 20, impactando el barrio Siloe al sur de la ciudad
ÁREAS DE IMPACTO	Inclusión social, oportunidades laborales Reducción de la desigualdad, promover la educación, el deporte y la salud
BENEFICIARIOS	Madres cabeza de hogar, jóvenes, comunidad en general

4.7.1. NIVEL FÍSICO.


Consiste en recoger información y construir una idea sencilla que permita ilustrar el propósito del proyecto

	POBLACIÓN IMPACTADA			
	Madres Cabeza de Familia	Jóvenes	Jóvenes con conflictos sociales	Comunidad en general
DESCRIPCIÓN	BOSQUEJO			
Se desarrollara un panfleto ilustrativo que indique la naturaleza del proyecto y el fin social del mismo, la idea principal es medir el nivel de impacto y aceptación en la comunidad, se realizara mediante volanteo con incógnitas que generen expectativas del proyecto	Escuchar opiniones, medir grado de aceptación y determinar grados de ocupación para este grupo	Medir grado de aceptación, nivel de ocupación y Recepcionar ideas innovadoras de acuerdo a las necesidades planteadas de este grupo	Fomentar el interés por la inclusión social, determinar las necesidades básicas y captar el interés del grupo	Invitación general a conocer el producto
DESCRIPCIÓN	ENCUESTAS			
Se desarrollara una encuesta basada en el interés social de Sultana Segura , que nos permita medir el grado de aceptación, las posibles oportunidades del negocio, captar las necesidades de la población y desarrollo de ideas emprendedoras.	Diseñada para determinar las necesidades básicas de este grupo y determinar los posibles grados de ocupación dentro de la empresa	Diseñada para determinar las necesidades del grupo, posibles ideas a implementar, niveles de impacto en la sociedad, niveles de ocupación y desarrollo del proyecto	Diseñada para medir la capacidad de incursionar en la vida social, el impacto dentro de la sociedad y las necesidades básicas que deben ser atendidas a este grupo en específico	Captación de información general que ayude a el fortalecimiento de la propuesta

4.7.2. EXPERIENCIA

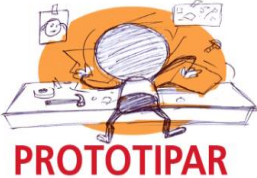
La experiencia solo se puede percibir asumiendo el rol de la otra persona, mirar las cosas del lado opuesto de la moneda, asumiendo un rol diferente y tratando de pensar en todos los sentidos, ya sea vendedor, comprador, beneficiario y/o afectado, es un espacio propicio para recolectar información valiosa que permita dar respuesta a los interrogantes.

Es importante para complementar este punto la elaboración de presentación y una maqueta, ya sea física o virtual que permita representar el proyecto **Sultana Segura**, sus alcances y beneficios a la comunidad.

	POBLACIÓN IMPACTADA			
	Madres Cabeza de Familia	Jóvenes	Jóvenes con conflictos sociales	Comunidad en general
DESCRIPCIÓN	ASSESSMENT CENTER			
Realizar ejercicios prácticos donde el grupo de trabajo asuma diferentes roles, que permita identificar y dar solución a las diferentes problemáticas o situaciones presentadas durante la presentación del proyecto y la venta del producto	Un integrante asumirá el rol de madre cabeza de familia, desde esta punto de vista buscaremos evaluar la aceptación del producto y la viabilidad del negocio, tratado de identificar las necesidades básicas como posibles consumidores y beneficiarias del proyecto, el alcance del mismo y el nivel de satisfacción a las necesidades generadas	Este ejercicio se puede practicar desde un enfoque real, se invitara una persona de edad entre 18 y 25 años, con el fin de determinar las expectativas frente al proyecto y el producto, medir el grado de ocupación de esta población dentro del proyecto, resolver interrogantes y determinar las necesidades	Este ejercicio debe ser indiscutiblemente con un integrante de la población afectada, realizar preguntas que permita determinar las necesidades, la capacidad de aceptación al cambio y adaptación a la vida social. El enfoque debe estar principalmente en determinar el grado de aceptación y recepción del proyecto para esta población y en qué medida este puede ayudar a la incursión de la vida social sin discriminación	Invitación a la población general mediante la junta de acción comunal, para la presentación del proyecto y medir el grado de aceptación y recoger información que ayude con la implementación

4.7.3. ENTORNO.

Este último nivel de la etapa Prototipa básicamente es un enfrentamiento real al entorno del mercado, para nuestro caso específico de **Sultana Segura**. Realizaremos una presentación del producto en presentaciones como Fruta, Jugos y conservas en almíbar casero, este último una de las presentaciones con más proyección y la puerta a las exportaciones, se recolectarán ideas que nos permitan buscar un uso a las semillas para la elaboración de artesanías, para este caso buscaremos ayuda y asesoría en una fundación que a futuro se puede incluir como economía solidaria. Es importante contar con la maqueta y la presentación del proyecto como ayudas visuales,

	POBLACIÓN IMPACTADA			
	Madres Cabeza de Familia	Jóvenes	Jóvenes con conflictos sociales	Comunidad en general
DESCRIPCIÓN	MUESTREO			
En el salón comunal del sector realizar una Kermes con una muestra gastronómica gratis de jugos y frutas, además de realizar una presentación formal de la primera muestra piloto del chontaduro en almíbar	<p>En esta etapa lo que se pretende es el primer enfrentamiento del producto con el mercado, las opciones que se tienen para su fabricación, además de recolectar ideas y opiniones con respecto al proyecto Sultana Segura, que nos permitan medir el grado de aceptación, evolución, las necesidades básicas de la población y las diferentes formas en las que el proyecto pueda ser autosostenibles, y el impacto real en la sociedad.</p> <p>Es importante tener en cuenta todas las opciones y opiniones de la población, así y solo así podemos determinar el enfoque real que requiere el proyecto y la viabilidad del negocio</p>			

4.8. ETAPA TESTEA

Durante la fase de Testeo, probaremos nuestros prototipos con los usuarios implicados en la solución que estemos desarrollando. Esta fase es crucial, y nos ayudará a identificar mejoras significativas, fallos a resolver, posibles carencias. Durante esta fase evolucionaremos nuestra idea hasta convertirla en la solución que estábamos buscando.

4.8.1. HERRAMIENTAS UTILIZADAS EN LA ETAPA TESTEA

La fase de testeo debe prepararse en base al estadio de desarrollo (temprano o maduro) de la idea. En momentos iniciales optaremos por modelos más cualitativos, mientras que en fases maduras buscaremos llegar al mayor número posible de usuarios

Dentro de las técnicas utilizadas en esta etapa se encuentran la Matriz Feedback, Matriz de Hipótesis, Entrevista Cualitativa, Focus Group y Test de Usuario.

Para Testear el Prototipo del Proyecto **Sultana Segura**, se utilizará la herramienta Matriz de Feedback. Esta herramienta nos permite organizar las primeras ideas de los usuarios que están validando o testeando nuestro producto. A través de la matriz conseguimos información, sugerencias, críticas o ideas nuevas procedentes del usuario.

4.8.2. MATRIZ DE FEEDBACK

MATRIZ DE FEEDBACK		
FE- CHA	29/03/2019	
<p>PROYECTO: Sultana Segura, Una empresa de naturaleza SAS, cuya naturaleza comercial está dedicada a la manipulación y transformación de la pulpa de fruta del Chontaduro, de origen caleña, centralizada en la comuna 20, impactando el barrio Siloe al sur de la ciudad. Creada con la finalidad de acabar con la Inseguridad en la región, ocasionada por la falta de oportunidades laborales e ingresos para el sustento de los hogares, beneficiando a Madres cabeza de hogar, jóvenes, comunidad en general.</p>		
<p>IDEA</p> <p>Realizar una Kermes con una muestra gastronómica gratis de jugos y frutas, además de realizar una presentación formal de la primera muestra piloto del chontaduro en almíbar.</p>	Cosas que agradan al usuario.	<p>Críticas constructivas que suman y aportan valor al resultado final.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orienta a mejorar la calidad de vida y el estatus social de las personas.
	Preguntas que surgen durante el proceso.	Nuevas ideas que hayan surgido de la original.
	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo se va a procesar el chontaduro? • ¿Qué metodología se va a utilizar? • ¿Dónde estaría ubicado el proyecto? • ¿Cuáles serían los recursos económicos, logísticos y de infraestructura? 	<ul style="list-style-type: none"> • Inclusión de las personas de la tercera edad, ya que pueden aportar conocimiento del procesamiento del chontaduro.

5. FASE 5. DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADO.

5.1. ATRIBUTOS Y BENEFICIOS DEL PRODUCTO.

El *Bactris gasipaes* o más conocido como el **Chontaduro**, es un alimento completo y nutricionalmente equilibrado, que aporta beneficios para la salud ya que está especialmente indicado para pacientes con anemia o que necesitan de sus nutrientes.

La fruta es rica en vitamina A y Calcio. Además, su palmito también puede ser aprovechado. Con relación a los otros palmitos, posee un sabor más dulce y no oscurece por ser cortado.

EL uso del chontaduro en la dieta diaria ayuda a reducir los niveles de colesterol LDL (el malo) por su contenido en ácidos grasos poliinsaturados; reduce el riesgo de desarrollar enfermedades cardiovasculares (gracias también a sus grasas saludables); su bajo índice glucémico lo convierte en un alimento muy adecuado para personas diabéticas; aporta los aminoácidos necesarios para un buen funcionamiento del organismo; mejora la visión porque es una fuente natural de carotenoides, como beta-caroteno –precursor de la vitamina A– y licopeno; contribuye al cuidado de la piel, gracias a la función antioxidante de los carotenoides; favorece la salud del intestino por su contenido en fibra dietética, que también ayuda a mantener el peso corporal, así como a prevenir enfermedades como el cáncer de colon y la diabetes.

Además de sus beneficios nutricionales, el tallo del chontaduro se usa en construcciones y para fabricar utensilios; como materia prima para muebles, construcción, y artesanías y las

hojas, como coberturas para habitaciones. Su raíz puede ser utilizada como vermícida. Las flores masculinas, como condimento y las semillas pueden ser usadas para elaboración de materiales de decoración y accesorios femeninos.

5.1.1. ATRIBUTOS.

El Chontaduro es quizás uno de los alimentos más completos, nutritivos y equilibrados, es rico en aminoácidos que le brindan fortaleza y fuerza al organismo evitando el desgaste de las reservas de energía, Proteínas que forman y fortalecen los tejidos comúnmente encontrado en las carnes, además de ácidos grasos poliinsaturados omega 3 y omega 6, fibra, vitaminas A, C y D, carbohidratos, y minerales como hierro, magnesio, fósforo y calcio. Es de anotar que muy pocas veces se encuentran tantas bondades nutricionales en un solo producto, en especial el omega comúnmente asociado con el pescado.

La cobertura externa cascara de chontaduro se elaborará un yogurt natural preparado con los antioxidantes obtenidos de los residuos este favorecerá la previenen enfermedades del corazón los antioxidantes y micronutrientes presentes en las frutas y verduras bloquean la acción de los agentes físicos, químicos o biológicos que podrían generar cáncer. Además de prevenir cardiopatías.

La pulpa será utilizada para la producción de galletas, complementos alimenticios en pasta o polvo, panes y otros productos similares

El endocarpio o hueso será empleado para elaboración de productos artesanales como collares, aretes, entre otros.

El chontaduro es un alimento completo y nutricionalmente equilibrado, que aporta beneficios para la salud, dado que estamos hablando de un fruto rico en proteínas, aminoácidos esenciales, carbohidratos, minerales como el magnesio, calcio, hierro y fosforo, además con grandes propiedades de fibra, Vitaminas A, C y D y ácidos grasos poliinsaturados omega 3 y omega 6

5.1.2. BENEFICIOS.

Productos Saludables.

Producción de galletas, complementos alimenticios en pasta o polvo, panes y otros productos similares, pero sin adición de azúcar y bajos en grasa, utilizando el chontaduro como ingrediente principal. Para generar un mejor sabor y textura, composición nutricional más elevada y una presentación que despierte más la atención del cliente, serán usados otros productos complementarios como nueces, granos integrales, semillas diversas y otras frutas.

El uso de este alimento en la dieta diaria ayuda a reducir los niveles de colesterol LDL (el malo) por su contenido en ácidos grasos poliinsaturados; reduce el riesgo de desarrollar enfermedades cardiovasculares (gracias también a sus grasas saludables); su bajo índice glucémico lo convierte en un alimento muy adecuado para personas diabéticas; aporta los aminoácidos necesarios para un buen funcionamiento del organismo; mejora la visión porque es una fuente natural de carotenoides, como beta-caroteno –precursor de la vitamina A– y licopeno; contribuye al cuidado de la piel, gracias a la función antioxidante de los carotenoides; favorece la salud del intestino por su contenido en fibra dietética, que también ayuda a mantener el peso corporal, así como a prevenir enfermedades como el cáncer de colon y la diabetes. Además, está especialmente indicado para pacientes con anemia o que necesitan de sus nutrientes.

Estamos hablando de la elaboración de una serie de productos innovadores, con sabor y presentación gourmet, pero enfocados en la alimentación saludable. Así, pueden ser clasificados como complementos alimenticios o productos de alimentación funcional, pues no se hará adición de azúcar y otros productos refinados o como grasa trans.

El objetivo es lograr la elaboración de productos agradables al paladar y a los ojos, así como bajos en grasa y en calorías, colaborando con la alimentación sana y la mejoría de la salud de los clientes. Entre la línea de productos se encuentran:

- Galletas y panes saludables



- Jugos y postres



- Leche de chontaduro



- Chontaduro fruta tropical



- Chontaduros en almíbar



- Turrónes



- Artesanías



5.2. GRUPO OBJETIVO DEL MERCADO

Toda empresa, marca, producto o servicio requiere saber cuál es su mercado objeto, si no diriges tus esfuerzos a hacia un público específico muy posiblemente estarás condenado al fracaso. Para ello es importante responderse a tres preguntas básicas, ¿Quién es? ¿Cómo es? Y ¿Dónde está nuestro cliente ideal?

Las empresas evolucionan constantemente tiempo atrás el enfoque estaba dirigido totalmente en la producción, en la actualidad este concepto ha dado un giro rotundo, el enfoque empresarial está dirigido en el consumidor, en satisfacer las necesidades del cliente, compitiendo con la calidad del producto y la capacidad de suplir la necesidad existente para el cual fue diseñado, pues en la actualidad diversos productos ofrecen las mismas bondades, por lo que definimos el grupo objeto como:

- ✓ Consumidores veganos, personas que se alimentan a base de hortalizas, vegetales, frutas, raíces, tubérculos, frutos secos, semillas, cereales, harinas, granos y hongos, en su variedad y diversidad.
- ✓ Deportistas, trabajadores y estudiantes que deseen incorporar en su dieta alimentaria diaria este complemento nutricional
- ✓ Niños y adultos con problemas de salud
- ✓ Mujeres que deseen adquirir artículos de belleza y accesorios

5.3. SEGMENTACIÓN.

La segmentación es un conjunto de criterios que se utilizan para determinar los nichos de mercado y las variables que puedan afectar o influenciar la compra, dentro de esta segmentación se tendrán en cuenta variables o criterios tales como: demográfico (Sexo y edades), Pico-gráficos (tendencias por edades y población generalmente adulta, generalmente población Baby Boomer), Geográficos (localidad) y demográficos (Edad de la población foco)

Estudios han demostrado que pacientes con edades superiores a los 65 años son más propensos desarrollar trastornos cardiovasculares y trombosis el consumo de alimentos típicos de la dieta mediterránea reduce el daño del endotelio que se relaciona con el envejecimiento, y activa la regeneración celular, por lo que mejora la función de las arterias.

- **Geográficos.**

País: Colombia

Departamento: Valle del cauca

Cuidad: Santiago de Cali.

Población: 2.401.000 millones según ultimo censo 2018

52,9% correspondiente a la población femenino

47,1% corresponde a la población masculina

- **Demográfico.** Personas entre 16 a 40 y 41 a 75 años todos los estratos sociales con foco principal en los estratos 3, 4, 5 y 6

- Todos los sexos y tendencias en especial para artesanías y Bisutería

- **Psicográficos.** Foco principal Población Baby Boomer; personas preocupadas con la salud, que les gusta el deporte, y que tienen gusto selectivo para la comida, decoración y moda, así como sean más abiertas a aceptar productos innovadores, además cuentan con:
 - Alto poder adquisitivo
 - Ingresos superiores a 4 SMMLV

La población Baby Boomers son amantes de la buena vida, les gusta los productos saludables y se preocupan por su bienestar, sus compras están enfocadas a lo saludable, por tener alto poder adquisitivo la última variable que tienen en cuenta es el precio.

5.4. COMPETENCIA.

En la actualidad existen diversas empresas enfocadas en productos saludables que garantizan mejorar la calidad de vida, particularmente con el chontaduro pequeñas microempresas están dedicadas a la fabricación de artesanías con sus semillas y solo una enfocada a la comercialización de la fruta, la cual es, CI Borojó de Colombia, lo que nos regala una excelente oportunidad de mercado ya que su principal foco comercial es la comercialización y transformación de frutas exóticas colombianas en general y no solo el chontaduro.

Los productos fabricados con insumos del chontaduro son innovadores, pues esta fruta y sus componentes todavía no son muy aprovechados para la elaboración de artículos y alimentos industrializados.

Pero hay varios productos en el mercado, hechos con otras materias primas, que poseen propiedades nutritivas y la finalidad de alimentación saludable que es parte de la propuesta en nuestro proyecto. Los principales competidores para los productos de alimentación saludable y suplementos alimenticios son los supermercados y tiendas especializadas, como:

- Éxito, línea de Productos Taeque
- Alpina, línea de productos Finesse
- Tiendas de Productos Naturales
- Productos de suplementación nutricional (proteína)

Con relación a los demás productos, los principales competidores son los grandes almacenes a ejemplo de Homecenter, Home Sentry en el sector de decoración y Falabella, Ela, Studio F en los accesorios femeninos, como competencia directa para el chontaduro en almíbar está la empresa:

C.I. Borojé Colombia S.A.

Empresa colombiana dedicada a la comercialización, transformación y exportación de frutas exóticas colombianas, productos 100% naturales de frutas como el Borojé, Chontaduro, Fruta de la pasión (conocida localmente como maracuyá) guayaba entre otras, estas son comercializadas en diversas presentaciones (conservas, pulpas y otras) actualmente tiene buena participación del mercado local y presencia en principales almacenes de cadena y está exportando hacia EEUU, Europa y Arabia.

De la Provincia

Empresa vallecaucana con más de 10 años de trayectoria, se dedica a la fabricación de conservar de conservar de frutas típicas como el borojé, chontaduro en salmuera, piña en almíbar entre otras.

La provincia ha penetrado en el mercado de grandes superficies y supermercados regionales del valle del cauca, ha participado en ferias eventos locales y nacionales comprometidos con la implementación de nuevas tecnologías y el desarrollo de estrategias de negocios las cuales le ha permitido un importante crecimiento y reconocimiento en el mercado

5.5. ALIADOS CLAVE.

Como aliados clave del negocio podríamos determinar aquellos sitios o personas en los cuales encontremos por mutua acuerdo una oportunidad de negocio para las partes y que les permita crecer y coexistir mutuamente, debido a que nuestro foco está definido en la población Baby Boomer, este segmento es amante de la buena vida y tendencias saludables, por lo que podríamos definir como aliados clave los siguientes

- **Gimnasios**, la población Baby Boomer es amante de la vida saludable, frecuenta gimnasios, la estrategia a utilizar en este sitio es la venta de nuestros productos, mediante un 3% de comisión sobre la venta para el establecimiento, seremos responsables del producto, su rotación, las averías corren por cuenta del establecimiento, adicionalmente los fines de semana se realizarán degustaciones de la fruta para impulsar la venta en su mayoría del chontaduro en almíbar.
- **Tiendas naturistas**. Al igual que en los gimnasios una comisión sobre las ventas, además de un stand donde podamos ofrecer, explicar y presentar las bondades del producto por los menos los fines de semana
- **Tiendas locales**. En las tiendas de los barrios podemos hacer una sección de perifoneo, con promociones y obsequios, diseñar unas muestras gratis que permitan la degustación del producto.
- **Almacenes de cadena**, implementar un stand donde podamos ofrecer los productos en general, vender la fruta tropical en todas sus presentaciones y promover las artesanías.

5.6. ESTRATEGIAS DE MERCADEO

5.6.1. COMUNICACIÓN.

ESTRATEGIAS	¿QUE'	¿COMO?	¿CON QUE?	¿CUANDO?	¿QUIEN?
Comunicación	Programas	Acciones inmediatas	Recursos necesarios	Tiempo	Responsable
	Redes Sociales	Crear páginas, grupos y hasta tasch	Internet - Tiempo 4 horas diarias por un mes	Inmediatamente, 4 horas de inversión	Rovinson Villalobos
	e-commerce	Venta de productos a través de medios electrónicos, como páginas web. Ofrece como alternativa tener vitrina de productos integración a una plataforma de pagos en línea permite mejorar la efectividad de la publicidad llega a mercados con audiencia global	Entre 3.000.000 y 5.000.000 millones de pesos	Diariamente	Sandra Tigreros
	Offline	Pautas publicitarias en Periódicos, Radio, Valla publicitaria	Entre 3.000.000 y 5.000.000 millones de pesos	Inmediatamente por un lapso de tres meses	Cristina Escorcía
	Volanteo	Publicidad inmediata, repartir volantes en diferentes sitios de la ciudad, además de universidades y casinos	\$250.000 por elaboración de 50 mil volantes, 3 personas para la ejecución, a razón de 20 mil pesos por persona Total \$1.150.000=	15 días después de la constitución por un lapso inicial de 15 días	Juan Carlos Noguera

5.6.2. POSICIONAMIENTO.

ESTRATEGIAS	¿QUE'	¿COMO?	¿CON QUE?	¿CUANDO?	¿QUIEN?
Posicionamiento	Programas	Acciones inmediatas	Recursos necesarios	Tiempo	Responsable
	Muestreo e introducción del producto en el mercado	Desarrollar un producto básico de muestreo y una encuesta que nos permita medir el grado de aceptación del producto, al igual que las estrategias para el desarrollo, entrega de la muestra y obtención de los resultados muestrales	Diseño de encuesta \$150.000. Diseño de muestra \$850.000 Logística \$1.500.000	30 días	Dpto. de producción Juan Carlos Noguera - Viviana Marín - Sandra Tigreros
	Definir propuesta de valor	Desarrollar la cadena de valores que identifique la empresa y entregue a la población información de su naturaleza y el propósito social para la cual fue diseñada y modo de impacto para reducir el flagelo de la inseguridad. Definir identidad	Recursos informáticos, tiempo, libros	15 días	Cristina Escorcía

5.6.3. DIFERENCIACIÓN.

ESTRATEGIAS	¿QUE'	¿COMO?	¿CON QUE?	¿CUANDO?	¿QUIEN?
Diferenciación	Programas	Acciones inmediatas	Recursos necesarios	Tiempo	Responsable
	Sello "Producido por un emprendimiento social"	Desarrollo del Scrim y bocetos para la diferenciación de la marca	Gastos de bocetos y tipográficos \$250.000	8 días	Rovinson Villalobos Juan Carlos Noguera
	Voz a voz Sultana Segura	Campañas informativas, publicidad callejera que permita crear interés y conocimiento de las personas del proyecto Sultana Segura, su naturaleza e identidad, mediante publicidad POP, volantes y Brochure	Publicidad, material POP, folletos y Brochure. \$450.000	30 días, 15 días antes de la constitución y 30 días posterior a la constitución	Viviana Marín

5.6.4. MARKETING MIX

A seguir está presentado la propuesta de mezcla de mercadeo para **Sultana Segura**:

Marketing Mix / Mezcla de Mercadeo	
Producto	<p>Líneas de productos desarrolladas con base en los insumos de chontaduro.</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Alimentación Saludable (sin adición de azúcar, bajo en grasas, rico en nutrientes) – con sabor y presentación gourmet: yogurt, galletas, mermeladas, panes, etc. b) Objetos de Decoración – diseños modernos y sofisticados: separadores de ambientes, lámparas, portarretratos c) Accesorios femeninos diseños modernos y sofisticado: collares, aretes, pulseras y bolsos
Precio	<p>Practicar precios compatibles con los productos similares de la competencia, pues actualmente son pocos los clientes que aceptarían pagar un precio elevado por tratarse de productos artesanales producidos por un emprendimiento social productivo.</p>
Promoción	<ul style="list-style-type: none"> a) Crear programa de relación con el cliente, donde la fidelización a la marca genere ventajas en las próximas compras. b) Desarrollar acciones de degustación y experiencia con los productos para los públicos objetivos. c) e-commerce d) Divulgación/comunicación: sello "Producido por un emprendimiento social"; pautas publicitarias en periódicos, radio, valla publicitaria; campañas informativas, publicidad callejera y voz a voz
Plaza	<ul style="list-style-type: none"> a) Hacer alianzas con almacenes y supermercados de la región para distribución del producto b) Hacer venta en línea por medio de redes sociales. (entrega limitada para Cali). c) Crear espacio de demostración y ventas en gyms, tiendas naturistas y almacenes de cadena

6. FASE 6. PROGRAMA MARKETING DIGITAL. SULTANA SEGURA

6.1. OBJETIVO DEL PROGRAMA DE MARKETING.

El mundo digital ha evolucionado de tal manera que las nuevas tecnologías han influido de modo decisivo en todos los aspectos de la vida. Hoy en día, los negocios tienen que adaptarse a una nueva forma de acercar información a sus clientes y recibirla de ellos, y expandir así sus mercados.

Mantener constantemente informado al usuario sobre las actualidades, bondades, promociones y lanzamientos de nuevos productos de una, como también recopilar información que permita atender las necesidades reales de los usuarios, atender sugerencias y escuchar propuestas son puntos clave que ayudan a mejorar los productos e influir en la decisión de compra.

Es por esto que el objetivo del programa de marketing de la empresa Sultana Segura es apostarle a la nueva tendencia global y busca que la innovación de nuestro proyecto apunten al crecimiento económico y social de la ciudad de Cali, por medio de herramientas tecnológicas que permitan llevar nuestro emprendimiento a más personas, que conozcan nuestros productos y como elemento diferenciador que en la región se logre aumentar el nivel de competitividad local y social y fortalecimiento de la calidad de vida de la comunidad más vulnerable de la ciudad de Cali y adicional que nos sirva para brindar soluciones sociales a las problemáticas que actualmente aquejan a toda la comunidad.

Estar presente activamente en los principales medios digitales, proporciona a los clientes información permanente y generar una conexión con el usuario, posicionando la marca, y obtener información que nos permita entender la psicología del consumidor.

La meta de la empresa sultana segura es dar a conocer inicialmente nuestra marca a nivel del valle del cauca y el compromiso social al cual ella contribuye, intensificar la participación en el mercado, lanzar productos novedosos, aumentar el retorno de la inversión, penetrar nuevos mercados locales del país. Multiplicar la rentabilidad y las utilidades de la empresa, conseguir socios que inviertan, captar y generar lealtad en los nuevos clientes con el fin de multiplicar ventas para así poder brindar estabilidad laboral para estas madres cabezas de hogar además de cooperar en la educación de los jóvenes de la comuna 20 de Siloe

Tenemos claro que uno de los factores que contribuyen a la inseguridad y la violencia es la desigualdad el rechazo social la pobreza y el desempleo, es por este motivo que se crea la empresa productora y comercializadora sultana segura contribuyendo activamente de manera voluntaria al mejoramiento social económico y ambiental.

6.2. MARCA.

El nombre del emprendimiento productivo, Sultana Segura, no parece ser un nombre comercialmente atractivo para atender un cliente selectivo, que ya consume productos de la competencia y tiene acceso a tiendas sofisticadas y de alta calidad.

Así, la propuesta es usar la marca **“Del Pacífico”** para los productos creados por Sultana Segura, considerando la calidad, sabor gourmet, diseño y sofisticación de los artículos producidos. Este nombre, hace pensar en delicadeza, delicia y delirio, palabras ligadas a buen gusto y sofisticación. Y recordar a la población que todo que se está haciendo por la sultana del valle.

6.3. ESLOGAN

Para definir el eslogan es importante recordar los principales atributos de los productos y el emprendimiento: alimentos (saludables, nutricionalmente completos, sabor gourmet); artículos de decoración y accesorios femeninos (sofisticados y diseño profesional); y la empresa (socialmente responsable, sello de emprendimiento social).

Como eslogan se propone: **“Porque lo bueno también puede ser rico y es muy rico hacer lo bueno”. ¡Sé parte del cambio!**

Este eslogan hace que las personas puedan reflexionar sobre, lo que es bueno para la salud, producido con responsabilidad ambiental y social y que, a su vez, puede tener características de exquisitez; es decir, no hay que eximirse de procurar las sensaciones de sabor y belleza cuando se comprar algo producido de manera sostenible y responsable

Por otro lado, recordando que el grupo ha decidido usar el sello de “producido por un emprendimiento social” como enfoque promocional, el eslogan recuerda al cliente que comprando los productos estarán propiciando el bien social; en este caso, ayudando a mejorar la seguridad en la ciudad de Santiago de Cali.

6.4. IMAGEN








Figura 1. Marca propuesta



Figura 2. Marca propuesta con eslogan completo

6.5. PROPUESTAS DE ACCIÓN DEL MARKETING DIGITAL.

Estrategia	Acciones	Media Social	Propósito
Presentación de la marca y el producto	Crear sitio electrónico	World Wide Web – WWW	Divulgar informaciones de la empresa y la vinculación con el emprendimiento social; comunicar misión, visión y valores organizacionales; información de los productos y viabilizar venta en línea.
	Crear página empresarial en las redes sociales, con informaciones más importante, con enlaces en el web site	Facebook, Instagram y LinkedIn. 	Divulgar informaciones de la empresa y su vinculación con Sultana Segura; comunicar misión, visión y valores organizaciones e información de los productos
	Hacer publicidad en Facebook, enfocada en los segmentos priorizados (hacer seguimiento de la publicidad y analizar resultados)	Facebook: datos y herramientas del propio aplicativo	Verificar si el público seleccionado es sensible a la marca, sus productos y relación con el emprendimiento social.
	Enviar mensajes para los clientes y las empresas aliadas (gyms, almacenes, tiendas especializadas, etc.)	SMS, WhatsApp, Messenger 	Presentar los productos e informar que son producidos por un emprendimiento social

Estrategia	Acciones	Media Social	Propósito
Estar conectada con clientes 24/7	Estar bien posicionado en los buscadores de internet (elegir palabras clave, hacer anuncios pagados en el inicio, etc.), Hacer publicaciones con fotos y testimonios de los clientes en las redes sociales	Google 	Presentarse a los clientes con más facilidad cuando buscan informaciones acerca de los productos y de emprendimientos sociales
	Enviar SMS acerca de lanzamiento o característica de algún producto, promociones, etc.	SMS, WhatsApp, Messenger 	Estar presente en la mente de los clientes
	Crear un programa de atención al cliente, como comunicación directa	Facebook, WhatsApp, Messenger, teléfono fijo (sin costo) y celular. 	Escuchar a los clientes, soluciones sus problemas, responder sus dudas y recibir críticas y sugerencias.
	Crear una comunidad	Facebook 	Compartir intereses e informaciones comunes a los participantes, relacionando la marca con el grupo
	Mercados paginas virtuales	Mercado libre – OLX 	Mantener una tienda virtual 24/7

6.6. WORLD WIDE WEB.

Sultana Segura y su marca registrada “**Del Pacifico**” cuenta con un sitio web, en el cual se encuentra información sobre nuestra compañía, su naturaleza, antecedentes y labor social, además con *un blog* donde se puede enviar e interactuar sobre temas de salud, tendencias y oportunidades de mejora. <https://mireya08tigreros.wixsite.com/misitio-1>, nos pueden encontrar como Sultana Segura o “**Del pacifico**”

6.6.1. Sitio WEB



6.6.2. Blog.



6.6.3. Redes Sociales.



7. LINK YOUTUBE VIDEO SUSTENTACIÓN PROYECTO.

“SULTANA SEGURA”

7.1. <https://www.youtube.com/watch?v=LGztf8zEn7k&feature=youtu.be>

CONCLUSIONES.

En la actualidad la economía de nuestra país está fisurada y es quizás una de las economías más inestables de Latinoamérica, las condiciones socioeconómicas de nuestros habitantes en un alto porcentaje son deficientes, este déficit económico ha elevado los índices de inseguridad, es aquí cuando se nace la necesidad de realizar un proyecto de emprendimiento social con fines de expansión en todas las regiones de nuestro país, que ayude a mitigar el flagelo de la inseguridad mediante oportunidades laborales, dando la posibilidad de obtener ingresos decentes y tangibles a los habitantes de Cali.

El emprendimiento social es un mundo inexplorado y que muy seguramente de la mano con la economía solidaria podrá fortalecer nuestra economía y elevar el poder adquisitivo de nuestro país

(Noguera, Juan Carlos. Gestión del Marketing – UNAD 2019)

El mundo en la actualidad, impactado por la globalización y todas las facilidades tecnológicas existentes, convive con una realidad cruel: el empobrecimiento de una parte de la población en contraste con el enriquecimiento de otra.

Esa realidad en gran parte es la responsable por el crecimiento de la violencia y la inseguridad en los centros urbanos. En Santiago de Cali la falta de seguridad es percibida y nombrada por toda la población como el problema social más relevante de ese entorno.

Para colaborar con la solución con la problemática social en la ciudad de Santiago de Cali se propone implementar el proyecto Sultana Segura, que es una alternativa que brinda la oportunidad laboral e provee ingresos para jóvenes y madres cabeza de familia, a través de la

creación de un emprendimiento productivo social dedicado a la transformación del Chontaduro, y demás insumos de su palmera, en productos alimenticios, decoración y accesorios.

Para mejorar la competitividad y productividad Sultana Segura fueron propuestas estrategias de mercadeo enfocadas en el público objetivo proyecto social, que tiene como cliente ideal los Baby Boomers, población nacida entre 1946 y 1964, residentes en los estratos 3, 4, 5 y 6 de la ciudad de Cali.

Para Sultana Segura, así como para la mayoría de las empresas en la actualidad, la estrategia de mercadeo digital es fundamental para posicionarse en el mercado como un actor relevante en su segmento de actuación. Estar presente 24/7 junto a los clientes es importante oportunidad de hacer de “Sabor Pacífico”, la marca comercial de Sultana Segura, la elegida en el momento decisivo de la compra.

Tener un mundo mejor es un derecho de todos; y colaborar para que sea realidad es una obligación para cada individuo. Sultana Segura demuestra que es posible actuar en el mercado en condiciones de paridad con principales competidores y a la vez colaborar con la solución de problemas sociales.

Concluyendo, el enfoque social no solo puede traer resultados para un emprendimiento productivo, como puede convertirse en un diferencial competitivo para el negocio.

(Villalobos, Rovinson. Gestión del Marketing – UNAD 2019)

Finalmente, con el desarrollo de este trabajo observamos la importancia de la integración de las empresas en las causas sociales ya que permiten el mejoramiento de la calidad de vida de las personas más vulnerables. Del mismo modo es claro que el gobierno debe de destinar recursos para la educación de los niños de estas comunas de escasos recursos además de reforzar la vigilancia y seguimiento a las bandas criminales ya que son estos grupos los que introducen a los jóvenes en la delincuencia y la drogadicción aprovechándose de la ingenuidad y de la necesidad ya que gran parte de la población vive en extrema pobreza.

(Tigreros, Sandra. Gestión del Marketing – UNAD 2019)

El emprendimiento social nace como una necesidad de solucionar los problemas que afectan a la comunidad con el fin de mejorar la calidad de vida de sus habitantes, tomando la iniciativa de mejorar su entorno sin quedarse esperando que el Gobierno sea el que realice esos cambios que necesitan.

El proyecto social es una respuesta para ayudar a los más necesitados, contribuyendo a eliminar los términos de desigualdad, pobreza, y problemas medio ambientales; haciendo partícipes a un grupo de la población afectada que se encuentran excluidos pero que sienten la necesidad de contribuir en mejorar su entorno, aportando sus habilidades, expandiendo sus capacidades con la disposición de aprender cada día y crear una nueva comunidad.

(Escorcía, Cristina. Gestión Del Marketing –UNAD 2019)

Mediante el proyecto social Sultana Segura se quiso destacar la necesidad de implementar un Negocio Inclusivo, donde se generarán oportunidades a la población más vulnerables de la ciudad de Cali, para así lograr atenuar la problemática socio-económica actual, permitiendo la interacción de los actores principales de esta comunidad, por medio del cual se pretende dar solución a la problemática disminuyendo el índice de pobreza factor generador de la violencia e inseguridad.

Así mismo, con el proyecto Sultana Segura se comprende la importancia de fomentar el emprendimiento social en las comunidades, permitiendo ser agentes de cambio, mejorando la calidad de vida para las personas más vulnerables, sus familias y la sociedad que tanto lo necesita.

(Marín, Viviana. Gestión Del Marketing –UNAD 2019)

BIBLIOGRAFÍA

- Alcaldía de Santiago de Cali. (2017). Libro Cali en Cifras. Feb-2019, de Alcaldía de Santiago de Cali Sitio web: <http://www.cali.gov.co/planeacion/publicaciones/137802/libro-cali-en-cifras-capitulos/>
- BERNARDO, T. P. (2007). marketing una herramienta de comunicación. 107 BONILLA. (s.f.). Economía. Recuperado el abril de 2019, de <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/BonillaLI/cap1.pdf>
- Blog de Inboud Marketing. Accedido el 21/04/2019. Recuperado de: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-el-marketing-digital-o-marketing-online>
- Buckland, Heloise y David Murillo (2014). La innovación social en América Latina. FOMIN. Recuperado de: http://proxymy.esade.edu/gd/facultybio/publicos/1431613105032_ESADE-FOMIN-La-innovacion-social-en-America-Latina-Marco-conceptual-y-agentes-1.pdf
- C.I. Borojó de Colombia S.A. (2016) Quienes somos. Recuperado de: <http://www.borojodecolombia.co/es/quienes-somos-borojo.html>
- Cali como vamos. (2017). Como vamos en seguridad. feb-2019, de Cali como vamos Sitio web: https://docs.wixstatic.com/ugd/ba6905_90b3792ceec04969943d74a3fa47c183.pdf

- Caracol Radio. (2014). Falta de oportunidades empuja a jóvenes hacia la delincuencia. Feb-2019, de Caracol Radio Sitio web: http://caracol.com.co/radio/2014/11/24/regional/1416827400_521898.html
- Castillo, A. (2010). Problemas que ha generado polémicas en Barranquilla. Recuperado de: <http://problemasenbquilla.blogspot.com/>
- Colombia Digital Marketing. (2014) Qué es el Marketing Digital y Cuáles son sus beneficios (video). Recuperado de: <https://youtu.be/TTyFV-qhQtQ>
- DANE. (2019). Estadísticas por tema, seguridad y defensa. feb-2019, de DANE Sitio web: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/seguridad-y-defensa>
- Datosmacro.com. (2019). Colombia - Inmigración. Feb-10-2019, de DATOSMACRO.COM Sitio web: <https://datosmacro.expansion.com/demografia/migracion/inmigracion/colombia>
- EOI Escuela de Organización Industrial. (2015). Cómo elaborar un plan de marketing digital. Recuperado de: <https://youtu.be/I7iSEW5uqeY>
- Escuelapedia. (2018). Chontaduro. marzo-2019, de Escuelapedia Sitio web: <http://www.escuelapedia.com/chontaduro/>
- Formichella, Mª Marta. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. Recuperado 25 de abril de 2019. http://www.inta.gov.ar/barrow/info/documentos/desarrollo_local/emprendydesarrollolocal.pdf

Freeimages.com. Accedido el 22/04/2019. Recuperado de: <https://es.freeimages.com>

Galvez, I. (2015). Facebook para empresas y emprendedores. Recuperado de Recursos educativos adicionales para el curso. (bibliografía complementaria) <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2538/lib/unadsp/reader.action?docID=4794935&query=Marketing+para+emprendedores>

GOBERNACIÓN DEL VALLE DEL CAUCA. (2019) Secretaría de Agricultura y Pesca. Colombia. Recuperado de: <http://www.valledelcauca.gov.co/agricultura/publicaciones.php?id=966>

Google Analytics (First Steps). Accedido el 21/04/2019. Recuperado de: <https://support.google.com/analytics/answer/1008015?hl=es>

Juan Carlos Noguera. (2019). Ventas Mercado Libre. abril-26-19, de Mercado Libre Sitio web: https://www.mercadolibre.com.co/v3/vender/104290818-list-329f08ce415b/item_description

Juan David Latorre. (2018). Descubre los beneficios del fruto tropical chontaduro. marzo-2018, de Revista Mía Sitio web: <https://www.miarevista.es/salud/articulo/descubre-los-beneficios-del-fruto-tropical-chontaduro-o-caqui-621487575151>

Junta de Castilla y León. (2012). Marketing Digital para Pymes (P. 97- 107). Recuperado de http://bibliotecadigital.jcyl.es/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=10060082

- Latorre, J. (2014) Descubre los beneficios del fruto tropical chontaduro. Recuperado de:
<https://www.miarevista.es/salud/articulo/descubre-los-beneficios-del-fruto-tropical-chontaduro-o-caqui-621487575151>
- Lleli Vake. (2011). Análisis del consumidor. abr-09-2019, de SlideShare Sitio web:
<https://es.slideshare.net/nallevake/analisis-del-consumidor>
- Luz Mely Reyes. (2018). Venezuela a la fuga: análisis de la crisis migratoria. feb-10-2019, de EL TIEMPO Sitio web: <https://www.eltiempo.com/datos/cuantos-venezolanos-estan-saliendo-de-su-pais-y-a-donde-se-dirigen-189354>
- María Alejandra Venegas. (2017). Colombia le tiene más miedo a la delincuencia común que a las guerrillas. 22-feb-2019, de Pacifista Sitio web: <https://pacifista.tv/notas/colombia-le-tiene-mas-miedo-a-la-delincuencia-comun-que-a-las-guerrillas/>
- Merodio, J. (2010) Marketing en Redes Sociales: Mensajes de empresa para gente selectiva (P. 59-66). Recuperado de <https://www.juanmerodio.com/marketing-en-redes-sociales-mensajes-de-empresa-para-gente-selectiva/>
- Montúfar, R. (2013). Capítulo 3. Chontaduro/Chontilla. Bactris gasipaes. Recuperado de:
https://www.researchgate.net/publication/260870499_Capitulo_3_ChontaduroChontilla_Bactris_gasipaes/download
- Mora Vanegas, C. (2008), “Lo que nos lega el benchmarking”, [en línea], disponible en:
<http://www.gestiopolis.com/canales5/eco/loquenos.htm>, recuperado: 24 de abril de 2019

Moshini, S. (2012). Claves del marketing Digital (P. 9-15). Recuperado de: <http://www.intuic.com/intuic/Frontend/pdf/Claves-del-Marketing-Digital.pdf>

Ospina, J. (2011). Caracterización de consumidores colombianos. Recuperado de: <https://es.sli-deshare.net/jmospina/caracterizacin-de-consumidores-colombianos>

OVI Unidad cuatro Gestión del Marketing para emprendedores Mejía, A. (2018). Gestión del Marketing para emprendedores. Colombia. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10596/22241>

Redacción el País. (2015). 129 personas han sido asesinadas en Palmira en lo recorrido del 2015. feb-2019, de EL Pais.com.co Sitio web: <https://www.elpais.com.co/judicial/129-personas-han-sido-asesinadas-en-palmira-en-lo-corrido-de-2015.html>

Responsabilidad Social Empresarial. (2012) (s.f.). Recuperado, de: http://www.icesi.edu.co/asuntos_gerenciales/images/M_images/1.pdf

Revista Semana. (2018). ¡Miedo! 22-feb-2019, de Semana Sitio web: <https://www.semana.com/nacion/articulo/miedo-inseguridad-en-colombia-delincuencia/555836>

Robledo, C. (2012). Introducción al Marketing Digital. (P. 83-94). Recuperado de: <https://docplayer.es/1126173-Introduccion-al-marketing-digital-camilo-robledo-coordinador-mercadeo-sm-digital.html>

Robles, L. (2017). Seguridad y movilidad los temas que más preocupan en informe de 10 años de Barranquilla Como Vamos. Recuperado de: <https://www.publimetro.co/co/barranquilla/2017/11/29/seguridad-movilidad-los-temas-mas-preocupan-informe-10-anos-barranquilla.html>

SEMANA. (14 de 10 de 2006). Las trampas de la pobreza. (E. Semana, Editor) Recuperado el 10 de 02 de 2019, de semana.com: <http://www.semana.com/especiales/articulo/lastrampas-pobreza/81481-3>

Silvina Hiebaum de Bauer Karin. (2004). El plan estratégico de marketing. Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/el-plan-estrategico-de-marketing/>

Sultana Segura. (2019). Sultana Segura - Sitio oficial. abril-26-19, de Webnode Sitio web: <http://cms.sultana-segura.webnode.com.co/>

Wikipedia. (2018). Cali. Feb-2019, de Wikipedia Sitio web: <https://es.wikipedia.org/wiki/Cali#Demograf%C3%ADa>

Wikipedia. (2019). Bactris gasipaes. Abril-09-2019, de Wikipedia Sitio web: https://es.wikipedia.org/wiki/Bactris_gasipaes