



EMPRENDIMIENTOS PATRIMONIA- LES EN LA PROVINCIA DE CARCHI

PROCESO DE FORTALECIMIENTO

Quito, noviembre de 2012

TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO	2
1. RESUMEN EJECUTIVO	3
2. DESCRIPCION Y ANALISIS DEL PROCESO REALIZADO	3
2.1. Construcción de la malla curricular	3
2.2. Metodología y plan de trabajo	5
2.3. Definición del tema específico de capacitación	6
2.4. Participantes.....	8
2.5. Facilitadores	10
2.6. Material.....	11
2.6.1. Identificación de Necesidades	11
2.6.2. Validación Malla Curricular.....	15
2.6.3. Marketing	19
2.6.4. Producción.....	31
2.6.5. Organización	35
2.6.6. Diseño de marca y producto con enfoque patrimonial	42
2.6.7. Cultura Pasto	51
2.6.8. Curso de Gestión Patrimonial.....	55
3. MEMORIAS TECNICAS	61
3.1. Construcción participativa proceso de capacitación	61
3.1.1. Identificación necesidades emprendimientos	62
3.1.2. Validación propuesta de capacitación	65
3.2. Cantón Montufar.....	68
3.2.1. Marketing	68
3.2.2. Marketing y Producción	73
3.2.3. Organización	82
3.2.4. Diseño de marca y producto con enfoque patrimonial	87
3.2.5. Cultura Pasto	91
3.2.6. Intercambio de experiencias.....	94
3.2.7. Gestión Patrimonial.....	97
3.3. Cantón Espejo	101
3.3.1. Marketing	101
3.3.2. Producción y Organización	105
3.3.3. Diseño de marca y producto con enfoque patrimonial	113
3.4. Cantón Mira.....	118
3.4.1. Marketing	118
3.4.2. Producción y Organización	122
3.4.3. Diseño de marca y producto con enfoque patrimonial	132
3.4.4. Gestión Patrimonial.....	136
3.4.5. Cultura Pasto	139
3.5. Cantón Tulcán.....	143
3.5.1. Marketing, Producción y Organización / Diseño de paquete turístico	143
3.5.2. Marketing, Producción y Organización / Diseño de paquete turístico	147
3.5.3. Cultura Pasto	154
4. LOGROS E IMPACTOS DEL PROCESO DE FORTALECIMIENTO	156
5. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES PARA FUTUROS PROCESOS	161
6. BIBLIOGRAFÍA.....	168

1. RESUMEN EJECUTIVO

El Gobierno Nacional del Ecuador impulsa diversas iniciativas encaminadas al cumplimiento de las políticas y metas estratégicas orientadas a promover la construcción de una visión integral del territorio, que parte de la articulación entre los niveles nacional y local de la política patrimonial, de la planificación territorial y del fomento al desarrollo económico local a partir del uso sostenible de los recursos patrimoniales. Acatando los citados mandatos constitucionales, el Ministerio Coordinador de Patrimonio (MCP) articula la política patrimonial y la gestión de las instituciones cuyos ámbitos de acción se relacionan con los patrimonios naturales y culturales del país. En este marco, el MCP lleva adelante el proyecto emblemático “Política de Financiamiento Socio Patrimonio”, priorizado por SENPLADES.

Fundación Esquel, responde a la solicitud realizada por el MCP para desarrollar un Plan de Intervención para Emprendimientos Patrimoniales en Carchi. Provincia que cuenta con muchas potencialidades, no solo por su ubicación estratégica, en la frontera norte del Ecuador, sino también por sus recursos naturales, económicos, humanos, paisajísticos, mismo que se han caracterizado por su diversidad intercultural.

Durante los meses de junio a agosto, Fundación Esquel realizó un diagnóstico situacional y un mapeo de emprendimientos patrimoniales en la provincia del Carchi. Fruto de esta labor se identificaron un conjunto de 52 emprendimientos patrimoniales de los cuales se escogieron 14 para ser sujetos de un proceso de capacitación y asistencia técnica. Así mismo, con el grupo seleccionado se realiza un trabajo a mayor profundidad para determinar áreas críticas que requieran ser fortalecidas.

Durante los meses de septiembre y octubre, el equipo técnico de Fundación Esquel implementó el proceso de capacitación que se detalla en el presente informe.

Como resultados de este proceso de capacitación cabe señalar el empoderamiento de 127 emprendedores, representantes de los 14 emprendimientos seleccionados y 2 empresas ladrilleras que se incluyeron posteriormente y con las que se realizó un intercambio de experiencias en la ciudad de Ibarra.

En total se impartieron 18 talleres en los que se contó con un promedio en los que se impartieron un total de 138 horas de capacitación. Los temas que se impartieron fueron: Marketing, Producción, Organización, Tema específico que resuelva un cuello de botella del emprendimiento, Cultura Pasto y Gestión Patrimonial

2. DESCRIPCION Y ANALISIS DEL PROCESO REALIZADO

2.1. Construcción de la malla curricular

La construcción de la malla curricular se dio en cinco momentos, a saber: a) definición de necesidades; b) análisis y priorización de necesidades; c) elaboración de una propuesta ge-

neral de fortalecimiento; d) ajuste de la propuesta general; y, e) validación de la propuesta específica y coordinación de fechas de trabajo.

En el primer momento, se realizaron 2 talleres, cada uno con una intensidad de 4 hora, a los que se convocó a los/as dirigentes de los emprendimientos. El primer taller se lo realizó en la población de Mira con los dirigentes de los emprendimientos ubicados en los Cantones de Mira, El Espejo y Bolívar; el segundo taller se efectuó en la ciudad de San Gabriel y participaron los emprendimientos de los Cantones de Montufar, Huaca y Tulcán.

En estos talleres cada emprendimiento hizo la presentación del trabajo que realiza así como las necesidades o requerimientos para su fortalecimiento. Para facilitar el proceso de identificación de necesidades se usó la metodología FODA; completando para cada caso, matrices de evaluación de factores tanto internos como externos.

Un segundo momento dentro de este proceso fue la sistematización y análisis de la información provista por cada uno de los emprendimientos durante los talleres de identificación de necesidades.

En esta etapa, luego de sistematizar la información, se realizó un primer ejercicio de priorización de necesidades; como resultado de este ejercicio se obtuvo un documento que resume las debilidades y amenazas de los emprendimientos, el cual sirvió de insumo para la construcción de una matriz de priorización.

La matriz de priorización resume las principales líneas temáticas y es partir de esta que se construye una malla general de capacitación.

El siguiente momento dentro de este proceso, fue la formulación de una propuesta general de capacitación. Esta propuesta se basó en los resultados de la matriz de priorización y en la experiencia del equipo técnico de la Fundación Esquel en procesos de fortalecimiento de emprendimientos.

La estructura de la malla contempla 7 módulos de capacitación, a saber: i) emprendimiento, ii) emprendimiento patrimonial, iii) Marketing y ventas; iv) Finanzas; v) Producción; vi) Gestión para MYPIMES; y, vii) Marco normativo. Cada uno de estos módulos está compuesto por 5 temas que requieren entre 4 y 8 horas para ser desarrollados, lo que se traduce en una carga horaria de 256 horas.

A continuación se tuvo una reunión de revisión y definición con el equipo técnico del Ministerio Coordinador de Patrimonio. En dicha reunión se revisó la estructura y contenido de la malla y se tomó la decisión de acortar el proceso a 28 horas. Para la toma de esta decisión se consideraron los siguientes aspectos:

- ▶ Los alcances en términos de tiempo y recursos de la consultoría.
- ▶ La disponibilidad de tiempo de los integrantes de los emprendimientos.

A partir de estos criterios, se definieron los temas a ser impartidos y la intensidad horaria conforme se detalla a continuación:

- ▶ Marketing y ventas (4h),
- ▶ Negocio y producto (4h),
- ▶ Producción Específica (8h),
- ▶ Proceso organizativo (4h),
- ▶ Cultura Pasto (4h),
- ▶ Gestión Patrimonial (4h).

Adicionalmente se distribuyo el trabajo en 4 zonas: i) Mira; ii) Espejo; iii) Montufar; y iv) Maldonado.

Finalmente se realizaron 2 talleres de validación, uno en Mira y otro en San Gabriel. Durante estos talleres se entregó a los emprendimientos, los resultados de la sistematización del taller de identificación de necesidades y se explicó la metodología utilizada para la construcción de la malla curricular.

En este taller todos los emprendimientos expresaron su conformidad con la malla propuesta y se definieron conjuntamente las fechas para los talleres.

En los Anexos se encuentra la sistematización del taller de identificación de necesidades, las matrices Mefi y Mefe, el análisis de debilidades y amenazas, la priorización de temas, la malla general, y la programación acordada.

2.2. Metodología y plan de trabajo

La metodología desarrollada dentro de este proceso contempló los siguientes aspectos:

- ▶ Trabajo dirigido a cada emprendimiento para la aplicación inmediata de conocimientos.
- ▶ Interacción entre participantes y facilitadores para la trasmisión del conocimiento.
- ▶ Uso de ejemplos cotidianos, lenguaje coloquial y casos prácticos.
- ▶ Apoyo de presentaciones y explicaciones con diapositivas.
- ▶ Adicionalmente, se definió que el tema específico sería consecuencia del mapeo de procesos que realizarían los emprendedores en el módulo de producción.
- ▶ Intercambio de experiencias

El plan de trabajo se construyó considerando la disponibilidad de tiempo de los integrantes de los emprendimientos. Para ello se solicitó a cada uno de los representantes que facilitara al equipo técnico información respecto a días y horas en las que pudieran asistir a la capacitación.

A continuación se de talla el plan de trabajo implementado:

Cantones	Mercadeo (8h)	Producción (4h)	Prod. Específico (8h)	Organizativo (4h)	Cultura (4h)	Gestión Patrimonial (4h)
-----------------	----------------------	------------------------	------------------------------	--------------------------	---------------------	---------------------------------

Mira	14/10/2012	13/10/2012	27/10/2012	13/10/2012	03/11/2012	31/10/2012
Espejo	12/10/2012	19/10/2012	26/10/2012	19/10/2012	03/11/2012	31/10/2012
Montufar	07/10/2012	14/10/2012	21/10/2012	28/10/2012	27 y 28/10/2012	01/10/2012
	14/10/2012					
Tulcán	12/10/2012	13/10/2012	13/10/2012	21/10/2012	20/10/2012	01/10/2012
			20/10/2012			

2.3. Definición del tema específico de capacitación

Debido a que un cuello de botella constituye cualquier factor que limita o restringe el desempeño de un sistema de producción, se partió de la identificación de los macro procesos, partes de ese sistema, de cada una de las organizaciones participantes.

Para el mapeo de los procesos de producción, ya sea de bienes o servicios, se organizó grupos de trabajo, de acuerdo a los emprendimientos, a fin de aplicar los conceptos teóricos

proporcionados. En aquellos emprendimientos que ofertaban más de un bien o servicio se les pidió seleccionar el prioritario.

Una vez mapeados los procesos productivos se procedió identificar cuales de ellos se constituyen como críticos dentro del macro proceso de producción. Para el efecto se utilizó como referencia la metodología de Bastidas (2004).

Para identificar si un proceso es considerado como crítico se realizan las siguientes preguntas, anteponiendo la frase “*Mejorar este proceso*”:

Mejorar este proceso:

- ▶ ¿Incrementará la rentabilidad de la empresa al mejorar este proceso?
- ▶ ¿Disminuirá la insatisfacción del cliente al mejorar este proceso?
- ▶ ¿Se efectivizará la utilización de los recursos y disminución de los tiempos al mejorar este proceso?
- ▶ ¿Mejorará la eficiencia de la empresa al mejorar este proceso?
- ▶ ¿Se realizará este proceso por lo menos dos veces al mes?

La valoración se la realiza utilizando una escala de 1 a 5, en donde, 1 significa que mejorar ese proceso no tiene un impacto significativo sobre el sistema de producción y 5 si tiene un alto impacto.

Aquellos procesos que obtienen una puntuación promedio mayor o igual a 3 son aquellos que fueron considerados como críticos y sobre los cuales se trabajó para la identificación de cuellos de botella.

Finalmente, con los procesos identificados como críticos se elaboraron diagramas de flujo, con la finalidad de definir los principales cuellos de botella.

En razón de que los participantes no tenían identificado la tasa de producción de sus bienes y/o servicios, ni la capacidad de carga de la maquinaria utilizada en algunos casos, se optó por utilizar el mismo principio para la identificación de procesos críticos, dando como resultado los cuellos de botella que se detallan en el siguiente cuadro. Cabe mencionar que en algunos casos los participantes consideraron imperativo trabajar sobre el proceso crítico, antes que un cuello de botella específico.

No.	Cantón	Emprendimiento	Producto y/o servicio	Cuellos de botella y/o procesos críticos
1	Espejo	Asociación de Artesanías "El Pajonal"	Artesanías	Proceso de venta de las artesanías
2	Espejo	Grupo de guardas ambientales "Lagunas del Voladero"	Turismo Comunitario	La venta de los servicios que presta la organización.
3	Espejo	Comuna "San Francisco"	Elaboración y venta de artesanías	Proceso de comercialización de las artesanías.

4	Espejo	Artesanías "Lidia"	Artesanías	Cuello de botella: Recolección de materia prima. Proceso crítico: Proceso de ventas de las artesanías.
5	Mira	Artesanías Gotitas de Esperanza	Artesanías	Proceso de comercialización
6	Mira	Refugio Oshum	Libros y Folletos de Historia Afro	No se trabajó sobre un bien o servicio específico
7	Mira	Asociación Raíces Negras	Artesanías	Cuello de botella: el proceso de cocción de la artesanía. Proceso crítico: Proceso de ventas.
8	Mira	Asociación Manos Productivas "Tardón Mireño"	Bebida tradicional	Cuello de botella: Proceso de filtrado del producto
9	Huaca	Los Helechos	Comida Típica	Proceso crítico: Proceso de ventas
10	Bolívar	Agrupación "Mate Caña con Sabor a Miel"	Expresiones de Bailes	Proceso crítico: Proceso de ventas
11	Montufar	Asociación TUSA-GABAL	Sacos de Lana	Proceso crítico: Proceso de ventas
12	Montufar	Asociación Ceramistas del Carchi	Artesanías	Proceso crítico: Proceso de ventas
13	Montufar	Asociación Quesos del Campo	Comida típica	Cuello de botella: Análisis micro biológico de la Leche. Proceso crítico: Proceso de ventas de los quesos
14	Tulcán	Asociación Paraíso de Emprendedores	Turismo Comunitario	Proceso de información

Tabla. Procesos críticos y cuellos de botella identificados

Finalmente, en algunos casos se realizó un análisis causa efecto de los cuellos de botella identificados. No se realizó para todos los emprendimientos en razón de que algunos emprendimientos solicitaron trabajar con el proceso crítico identificado.

2.4. Participantes

Fundación Esquel conjuntamente con el personal Técnico del Ministerio Coordinador de Patrimonio llevó adelante un proceso de selección de las iniciativas a ser apoyadas con la capacitación y asistencia técnica con base en una serie de criterios de priorización, definidos y detallados previamente en el producto de mapeo y selección de emprendimientos presentado en el mes de agosto.

Las iniciativas seleccionadas constan en la siguiente tabla:

No.	Cantón	Emprendimiento	Actividad
1	Espejo	Asociación de Artesanas "El Pajonal"	Artesanías
2	Espejo	Grupo de guardas ambientales "Lagunas del Voladero"	Turismo Comunitario
3	Espejo	Comuna "San Francisco"	Elaboración y venta de artesanías
4	Espejo	Artesanías "Lidia"	Artesanías
5	Mira	Artesanías Gotitas de Esperanza	Artesanías
6	Mira	Refugio Oshum	Libros y Folletos de Historia Afro
7	Mira	Asociación Raíces Negras	Artesanías
8	Mira	Asociación Manos Productivas "Tardón Mireño"	Bebida tradicional
9	Huaca	Los Helechos	Comida Típica
10	Bolívar	Agrupación "Mate Caña con Sabor a Miel"	Expresiones de Bailes
11	Montufar	Asociación TUSAGABAL	Sacos de Lana
12	Montufar	Ceramistas del Carchi	Artesanías
13	Montufar	Quesería "La delicia"	Comida típica
14	Tulcán	Asociación "Paraíso de Emprendedores"	Turismo Comunitario

Adicional a este grupo de emprendimientos, se identificaron 6 emprendimientos dedicados a la producción de ladrillos, con la finalidad de promover el rescate del oficio de fabricación de tejas artesanales.

Durante los talleres realizados, se contó con una asistencia promedio de 10 personas. El grupo más numeroso fue el de Montufar.

A continuación se presenta una tabla resumen de las asistencias por taller:

No.	Cantón	Tema	Fecha	Asistentes
1	Montufar	Identificación de Necesidades emprendimientos	13/09/2012	12
2	Montufar	Validación malla curricular	02/10/2012	9
3	Montufar	Marketing	07/10/2012	7
4	Montufar	Marketing y Producción	14/10/2012	18

5	Montufar	Organización	21/10/2012	14
6	Montufar	Diseño de marca y producto con enfoque patrimonial	28/10/2012	14
7	Montufar	Cultura Pasto	27/10/2012	13
8	Montufar	Gestión Patrimonial	01/11/2012	12
9	Huaca	Cultura Pasto	28/10/2012	5
10	Espejo	Marketing	12/10/2012	7
11	Espejo	Producción y Organización	19/10/2012	6
12	Espejo	Diseño de marca y producto con enfoque patrimonial	26/10/2012	3
13	Mira	Identificación de Necesidades emprendimientos	13/09/2012	12
14	Mira	Validación malla curricular	02/10/2012	11
15	Mira	Producción y Organización	13/10/2012	9
16	Mira	Marketing	14/10/2012	11
17	Mira	Diseño de marca y producto con enfoque patrimonial	27/10/2012	6
18	Mira	Gestión Patrimonial	31/10/2012	7
19	Mira	Cultura Pasto	03/11/2012	9
20	Tulcán	Marketing, Producción y Organización / Diseño de paquete turístico	13/10/2012	9
			14/10/2012	8
21	Tulcán	Marketing, Producción y Organización / Diseño de paquete turístico	20/10/2012	11
			21/10/2012	11
22	Tulcán	Cultura Pasto	20/10/2012	11

La variación en el número de asistentes se debió a la dificultad de asistir a la actividad dejando de lado labores remuneradas o eventos de mayor trascendencia para las organizaciones. Tal es el caso de los participantes de Espejo que no pudieron asistir debido a oportunidades para realizar presentaciones y ventas. En el caso de Mira, la dificultad consiste en el limitado número de horarios de transporte y también a actividades vinculadas a la conmemoración de fechas relevantes para el pueblo afro ecuatoriano.

2.5. Facilitadores

Conforme los términos de referencia se conformó un equipo de cuatro profesionales para llevar adelante el proceso:

- Ing. Wilson Andrade Miranda
- Ing. Eduardo Portero
- Ing. Irene Quinatoa
- Tcnlga. Myriam Quezada
- Dr. Cristóbal Landazuri N.
- Ing. Andrés Montalvo.

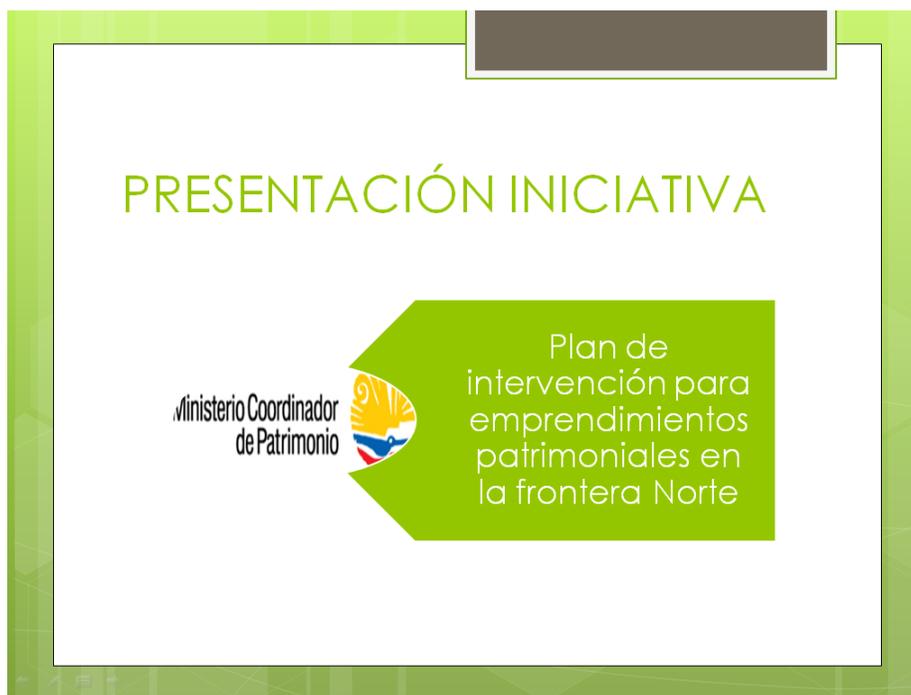
- Ing. Jorge García G.

Los profesionales en mención cuentan con experiencia general y específica sobre temas relacionados al emprendimiento y desarrollo.

2.6. Material

El material utilizado tiene como fuentes: el material de Emprendimiento de Esquel y/o los facilitadores. A continuación se presenta el material utilizado:

2.6.1. Identificación de Necesidades



OBJETIVO GENERAL

Contribuir al fortalecimiento de la identidad nacional a través del fortalecimiento de iniciativas productivas comunitarias y/o asociativas rentables y sostenibles asociadas a la puesta en valor y uso social del patrimonio y la cultura en la frontera norte.

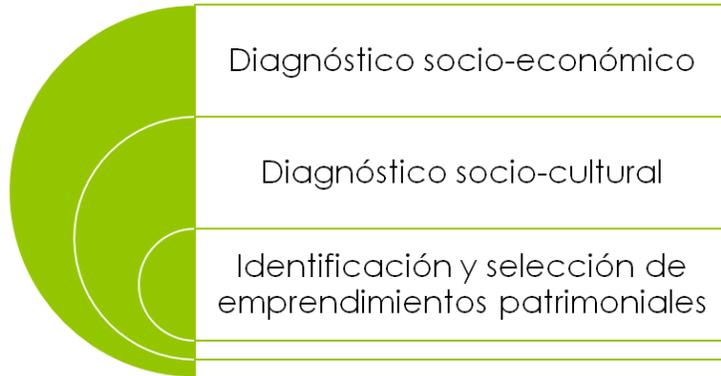
OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Construir un diagnóstico socio-económico y socio-cultural actualizado de la provincia del Carchi.

Identificar emprendimientos asociativos y/o comunitarios relacionados con el uso del patrimonio y prácticas culturales y sus necesidades de fortalecimiento.

Diseñar e implementar un programa de fortalecimiento para los emprendimientos patrimoniales identificados.

ACTIVIDADES REALIZADAS



PRESENTACIÓN EMPREDIMIENTOS

Nombre
Ubicación
Producto / servicio
Características
Número de personas
Cómo empezaron?
Qué fue lo que le motivó a desarrollar su iniciativa

FODA



Factores internos y externos

El interno, que tiene que ver con las fortalezas, las cuales se deben promover y las debilidades, las cuales deben eliminarse.

El externo que son las oportunidades, las cuales se deben potenciar y las amenazas que deben evitarse.

INSTRUCTIVO (MEFI)

Matriz 1: se deberán calificar de 1 a 4 cada uno de los factores, donde 1 equivale a lo menos importante y 4 lo más importante. Luego se pide a los emprendimientos que escojan los 12 factores con puntaje más alto.

Matriz 2: se entrega a los emprendimientos una matriz en la que se pide que califiquen los factores antes priorizados como: Mayor debilidad (1), Menor debilidad (2), Menor Fortaleza (3), Mayor fortaleza (4).

Matriz 3: se pide a los emprendimientos ordenar los factores identificados en la Matriz 2 utilizando su calificación desde los más altos a los más bajos. A continuación se escogen los 5 factores más débiles.

INSTRUCTIVO - MEFE

Matriz 1: se deberán calificar de 1 a 4 cada uno de los factores, donde 1 equivale a lo menos importante y 4 lo más importante. Luego se pide a los emprendimientos que escojan los 7 factores con puntaje más alto.

Matriz 2: se entrega una matriz a los emprendimientos y se pide que califiquen los factores antes priorizados como: Mayor amenaza (1), Menor amenaza (2), Mayor Oportunidad (3), Menor oportunidad (4).

Matriz 3: se entrega a los emprendimientos una matriz en la que se pide ordenar los factores identificados en la Matriz 2 utilizando su calificación desde los más altos a los más bajos. A continuación se escogen los 3 mayores amenazas y las 2 mayores oportunidades.

PLAN DE INTERVENCIÓN PARA EMPREDIMIENTOS PATRIMONIALES DE LA FRONTERA NORTE DEL ECUADOR

PROPUESTA DE CAPACITACIÓN

METODOLOGÍA



MALLA CURRICULAR

EMPRENDIMIENTO	28h	
EMPRENDIMIENTO PATRIMONIAL	40h	
MARKETING Y VENTAS	32h	
FINANZAS	40h	
PRODUCCION	40h	
GESTION DE MIPYME	40h	
MARCO LEGAL	36h	TOTAL: 256h

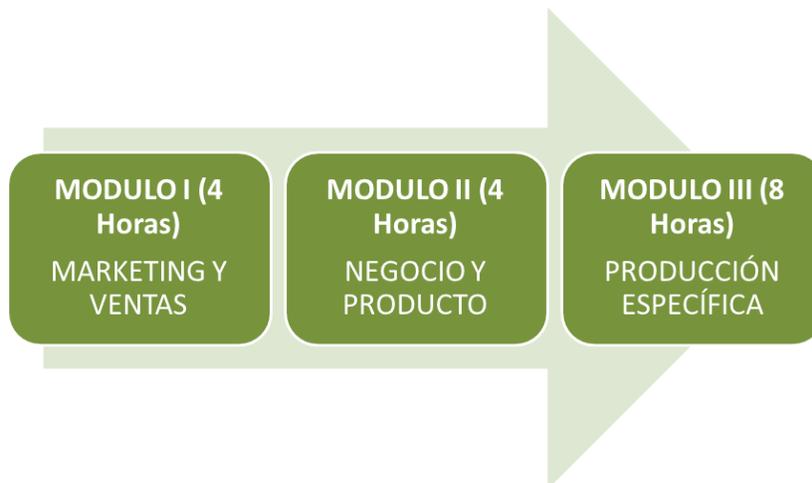
ZONIFICACIÓN

ZONA 1 - MIRA	ZONA 2 - ESPEJO
Asociación Raíces Negras	Artesanías Lidia
Refugio Oshum	Grupo Artesanal El Pajonal
Tardón Mireño	Comuna San Francisco
Gotitas de Esperanza	Grupo Lagunas El Voladero

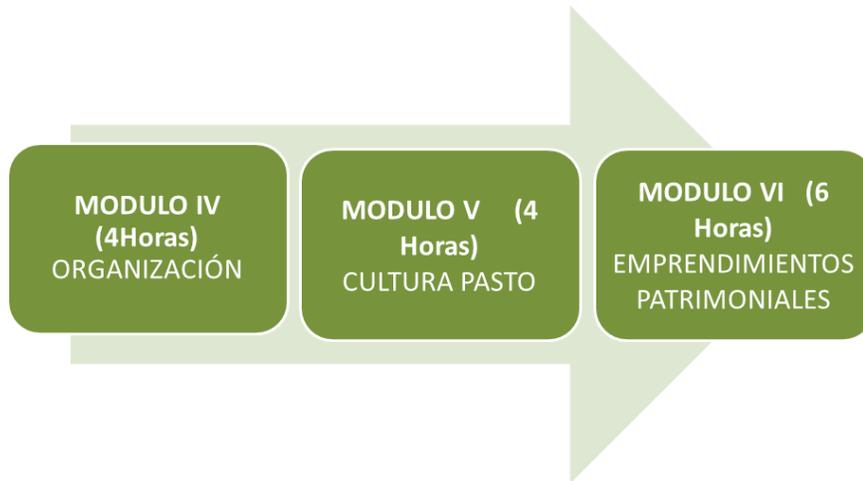
ZONIFICACIÓN



PROPUESTA DE CAPACITACIÓN

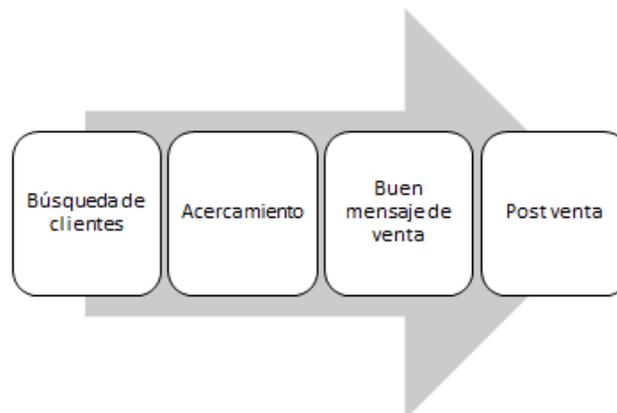


PROPUESTA DE CAPACITACIÓN



2.6.3. Marketing

EL PROCESO DE VENTAS



EL PROCESO DE VENTAS

CONOCIMIENTO
DE LA EMPRESA

HISTORIA

ORGANIZACION

PROCEDIMIENTOS

CONTEXTO

EL PROCESO DE VENTAS

CONOCIMIENTO
DEL PRODUCTO

GAMA

CARACTERISTICAS DIFERENCIALES

VENTAJAS DIFERENCIALES SOBRE LA
COMPETENCIA

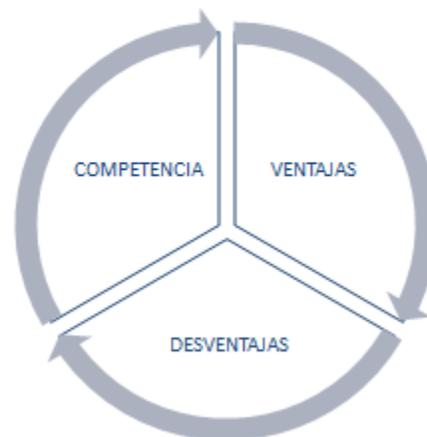
BENEFICIOS QUE TRAE LA VENTA DEL
PRODUCTO EN TERMINOS FINANCIEROS

EL PROCESO DE VENTAS

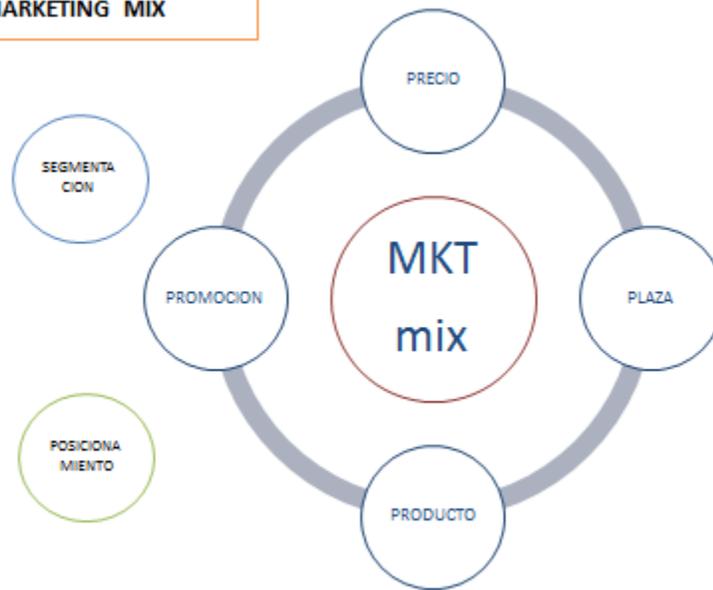


EL PROCESO DE VENTAS

CONOCIMIENTOS DEL SECTOR EN EL QUE ESTA SU EMPRESA,
PRODUCTOS O SERVICIOS

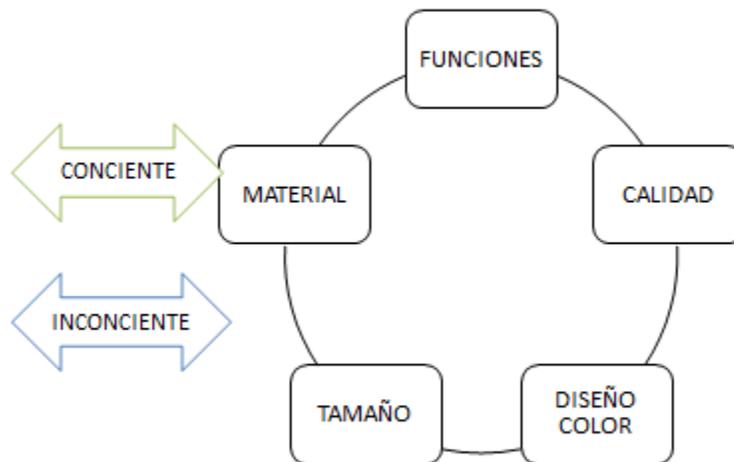


MARKETING MIX



**CONSUMIDOR, PRODUCTOS Y
CANALES DE DISTRIBUCION**

BINOMIO PRODUCTO MERCADO



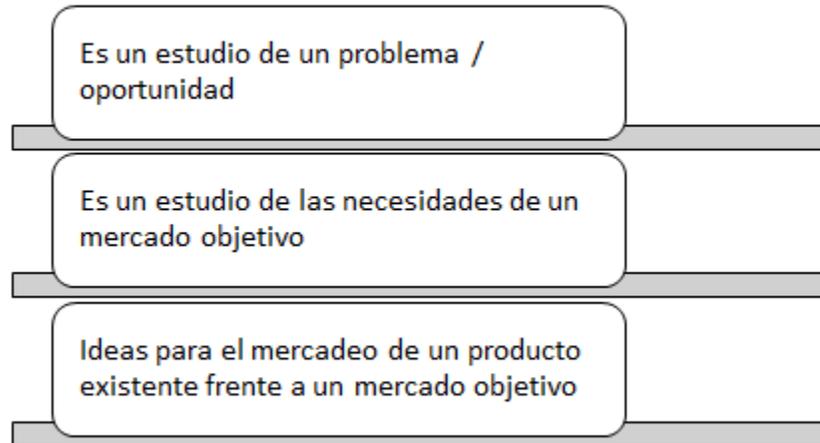
INVESTIGACION DE MERCADOS



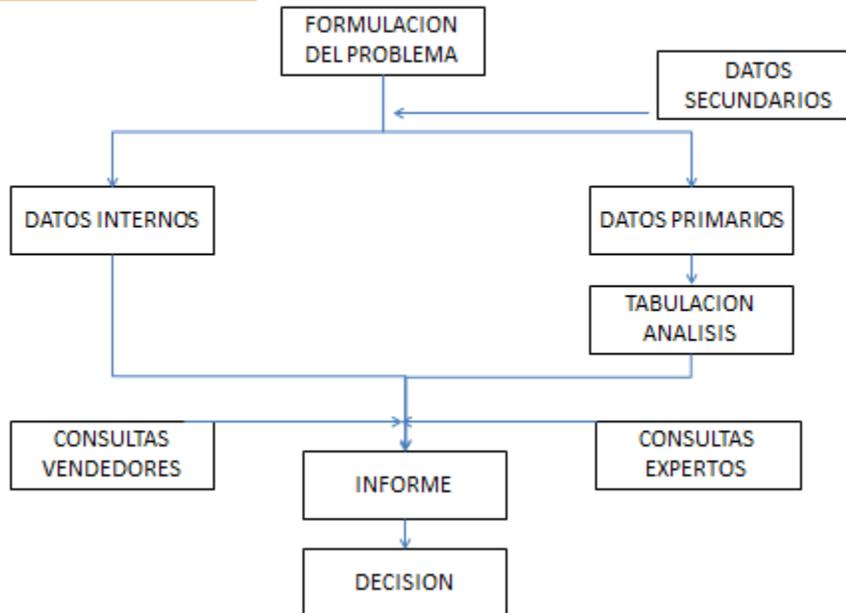
INVESTIGACION DE MERCADOS



¿Qué es?

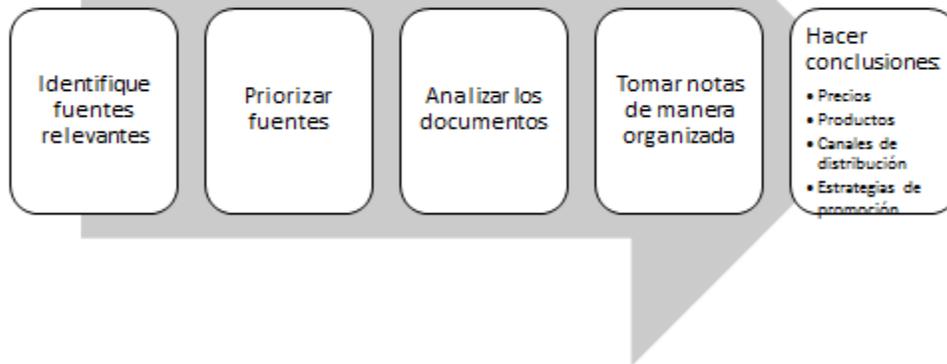


¿Cómo se hace?



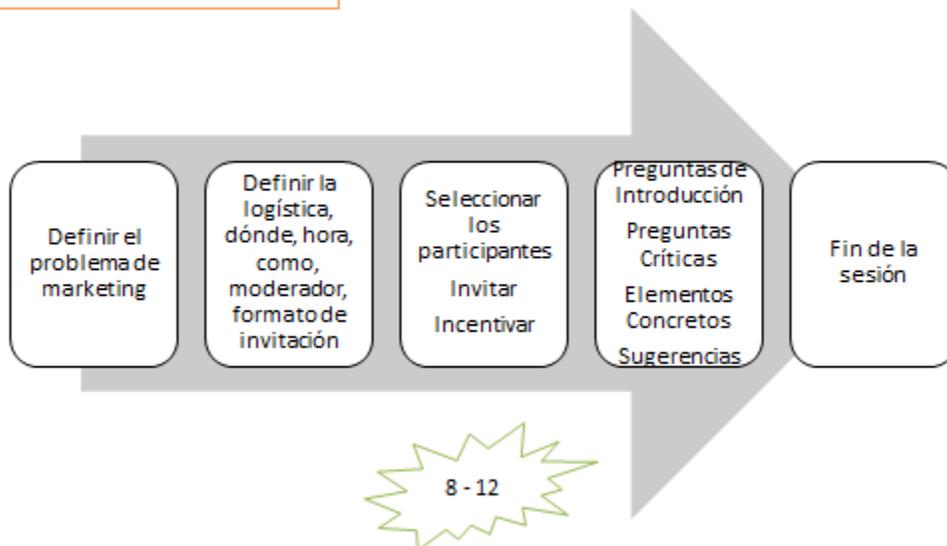
INVESTIGACION DE MERCADOS

Investigación Fuentes Secundarias



INVESTIGACION DE MERCADOS

Grupos focales



EJERCICIO PRACTICO

Grupos focales

P. Introducción: Desde su punto de vista, ¿Qué cómo le gustaría que fuese un balón de futbol para entretenimiento familiar?

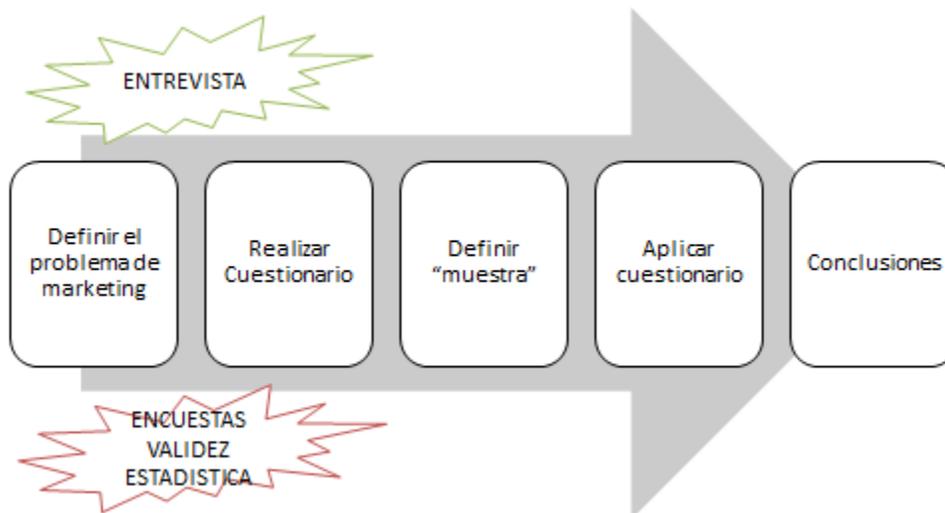
P. Críticas: ¿Qué elementos consideran las personas el momento de adquirir un balón de futbol?

Elementos concretos: ¿Qué características debe tener un balón de futbol para entretenimiento familiar? (Peso, tamaño, textura, colores, forma, etc, etc)

Cierre

EJERCICIO PRACTICO

Entrevistas y Encuestas



CONSUMIDOR, PRODUCTOS Y
CANALES DE DISTRIBUCION

¿QUIÉN?



CONSUMIDOR, PRODUCTOS Y
CANALES DE DISTRIBUCION

¿CUANDO?



CONSUMIDOR, PRODUCTOS Y
CANALES DE DISTRIBUCION

¿DONDE?



DECIDE

MATERIALIZA

VENDE

CONSUMIDOR, PRODUCTOS Y
CANALES DE DISTRIBUCION

¿CUANTO?



TIEMPO

**CONSUMIDOR, PRODUCTOS Y
CANALES DE DISTRIBUCION**

**NECESIDADES DEL
CONSUMIDOR**



EL PROCESO DE VENTAS

TECNICAS DE VENTA Y ADMINISTRACION DEL TIEMPO PARA:

Rutas

Visitas

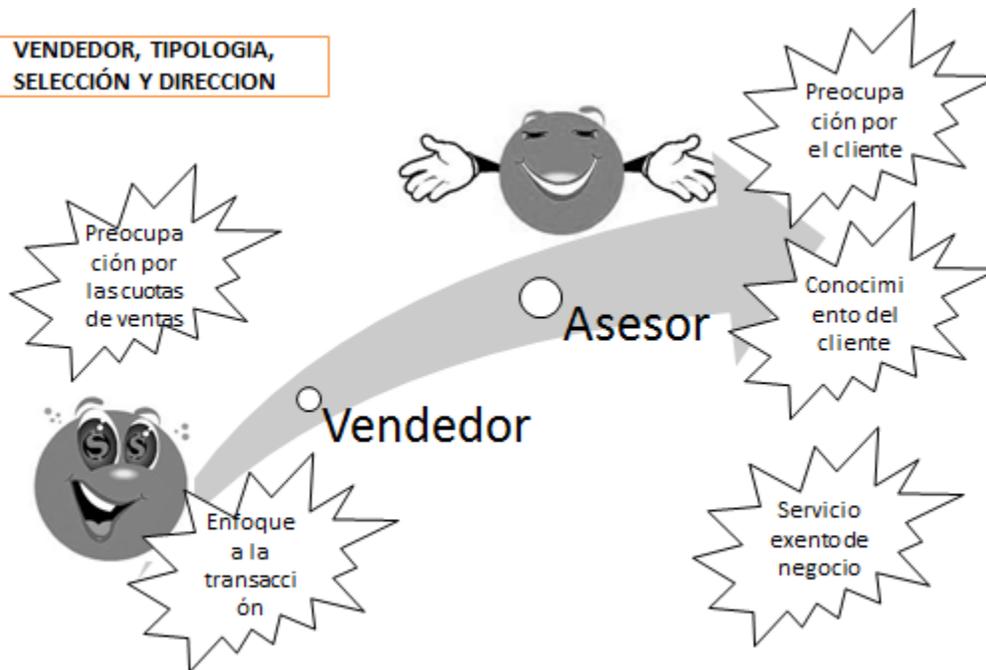
Planeamientos para la venta

Informes de venta realizados

QUE DEBE CONOCER EL VENDEDOR?

- EL PRODUCTO AL DETALLE
- EL MERCADO, COMPETIDORES PRECIOS
- NECESIDADES DEL CLIENTE
- CAPACIDAD ECONOMICA DEL CLIENTE
- VENTAJAS DE SU PRODUCTO
- ACTITUD POSITIVA

VENDEDOR, TIPOLOGIA, SELECCIÓN Y DIRECCION



**VENDEDOR, TIPOLOGIA,
SELECCIÓN Y DIRECCION**

CUALIDADES DEL VENDEDOR

Conocer el producto

Interés genuino en el cliente

Apariencia apropiada

Persistencia

Poder de persuasión

Habilidad oral

Amabilidad

Creativos

Serenos



**VENDEDOR, TIPOLOGIA,
SELECCIÓN Y DIRECCION**

ARGUMENTARIO DE VENTAS

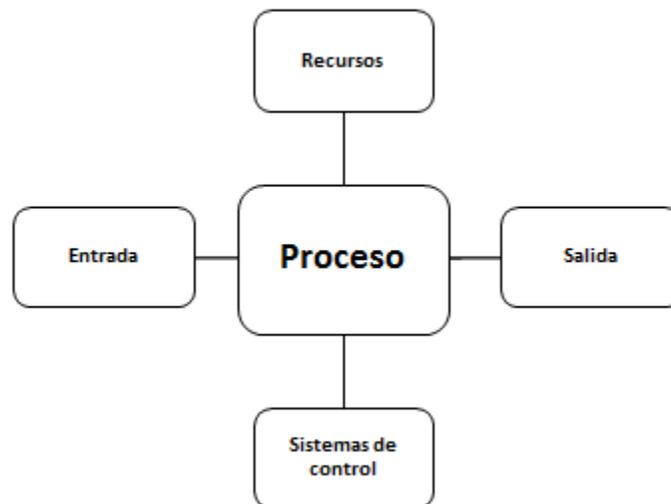
General	Comercial	Técnico	Financiero
Empresa con el respaldo del GADP	Precio por debajo de la competencia	Tecnología adecuada	Posibilidad de crédito en función de volumen de ventas y frecuencia
Tiene por objetivo el fomento de la productividad agropecuaria	Entrega en finca	Control de calidad de los productos	
Capacidad de producción con base en un abastecimiento de materia prima constante	Entrega oportuna por continuidad en el proceso de producción	Maquinaria moderna	
Planta con tecnología de primera calidad		Asistencia técnica	
Personal capacitado en la Hcda. San Marcos			

2.6.4. Producción

ALGUNAS DEFINICIONES PROCESO

- 1 • Conjunto de acciones o actividades sistematizadas que se realizan o tienen lugar con un fin
- 2 • Conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados
- 3 • Conjunto de operaciones a que se somete una cosa para transformarla

ELEMENTOS DE UN PROCESO

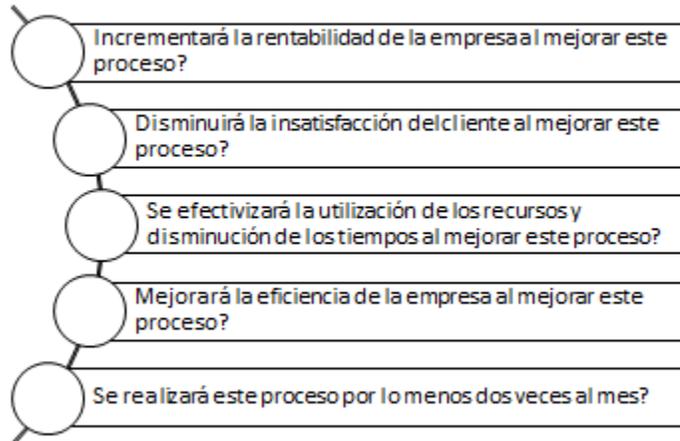


ELEMENTOS DE UN PROCESO

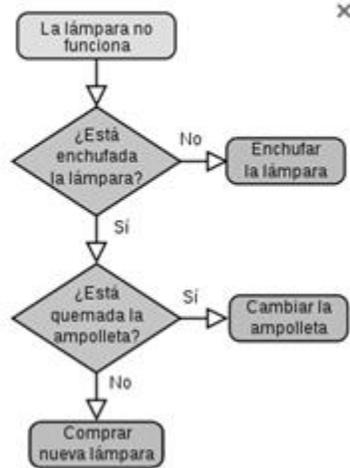


MSc. Santiago Quevedo E.

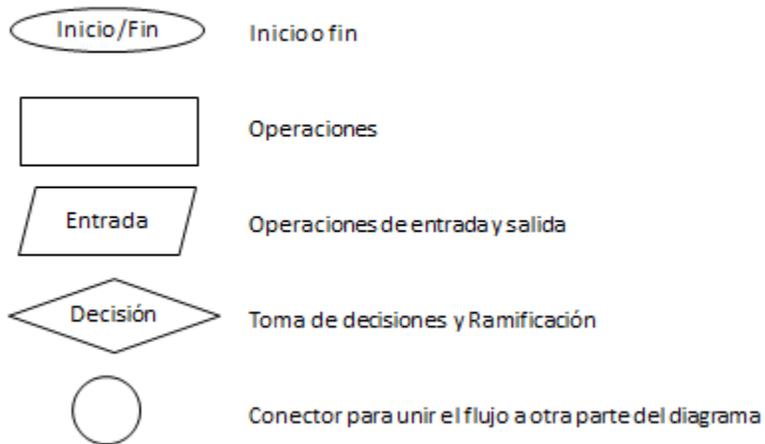
SELECCIÓN DE PROCESOS CRÍTICOS



DIAGRAMAS DE FLUJO ¿PARA QUE NOS SIRVE?



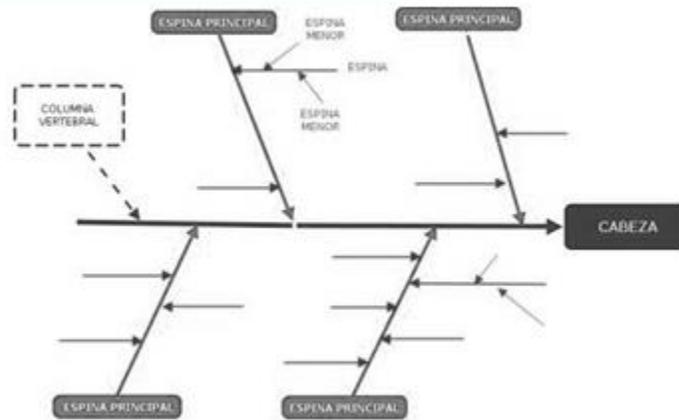
DIAGRAMAS DE FLUJO – SIMBOLOGÍA



DIAGRAMAS DE FLUJO – SIMBOLOGÍA



ANÁLISIS CAUSA - EFECTO



2.6.5. Organización

ORGANIZACIÓN

Organización es una disciplina de la Administración de Empresas que aplica técnicas y herramientas para dar soluciones efectivas a los problemas empresariales y lograr una adecuada asignación de recursos para el cumplimiento de la planificación.

ORGANIGRAMA

Introducción

1. Concepto: es la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas, en la que se muestran las relaciones que guardan entre sí los órganos que la componen
2. Objetivo: plasmar y transmitir en forma gráfica y objetiva la composición de la organización

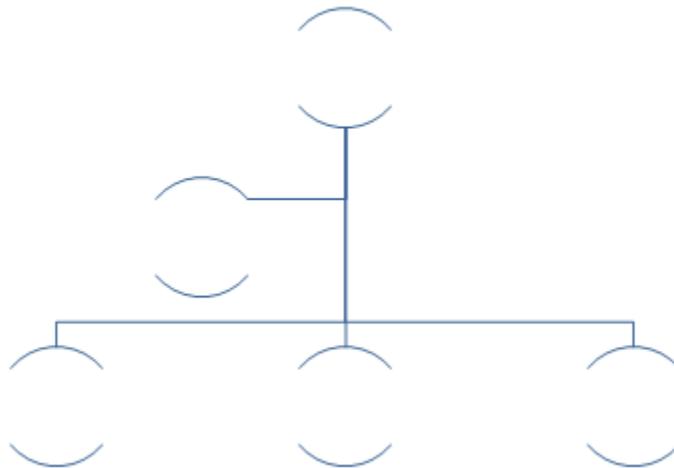
Criterios para su preparación

1. Precisión
2. Sencillez
3. Uniformidad
4. Presentación
5. Vigencia

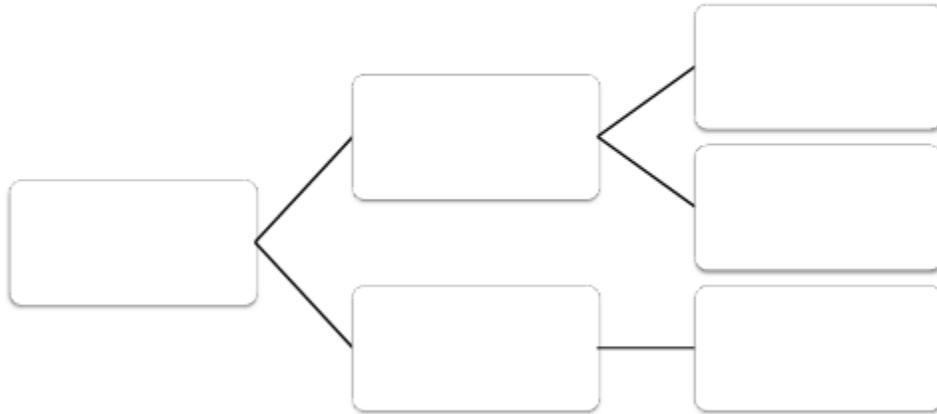
ORGANIGRAMA

- Figuras
 - Forma: un solo tipo de figura, textos horizontales
 - Dimensión: semejantes
- Líneas de conexión
 - Relación lineal
 - Trazo más grueso
 - No terminar con flechas
 - Línea única entre unidades subordinadas y superior
 - Mantener el mismo grosor en todo el organigrama
 - Dimensión: semejante
- Secuencia sustantiva – adjetiva

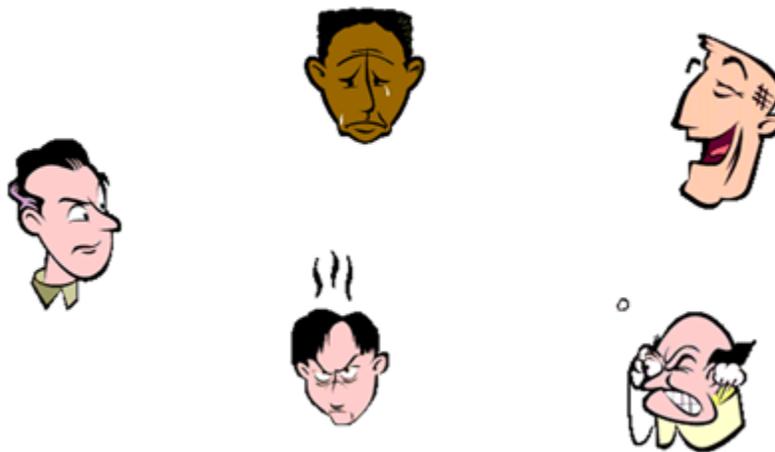
ORGANIGRAMA VERTICAL



ORGANIGRAMA HORIZONTAL



NUESTRA ACTITUD



SEÑALES DEL LENGUAJE CORPORAL



CONDUCTA "NO VERBAL" ADECUADA

- **Postura:** cabeza y cuerpo derecho, distancia prudente.
- **Contacto visual:** mirar de frente a la otra persona
- **Gestos del cuerpo:** relajado y moderado
- **Expresión facial:** de acuerdo a lo que siente y expresa.- seriedad, alegría, etc.
- **Tono y volumen de la voz:** pausado, firme, de acuerdo a lo que quiere comunicar

ANALICE LAS ACTITUDES

A



B



CREENCIAS ERRÓNEAS

- **“No tengo el derecho...”**
 - A decir “NO”
 - A hacer requerimientos justos y razonables
 - De discrepar
 - A cuestionar la autoridad
 - De enojarme
- **“Debo...”**
 - Ser admirado y amado por casi toda la gente
 - Ser perfecto y no cometer errores
- **“No debo...”**
 - Decir algo negativo a una persona

UN MENSAJE

*Nunca culpes a los demás por tu situación.
Eres lo que eres por tu propia decisión.
Trabaja cada día por edificararte a ti mismo,
procurando una vida sobria y sin rencores,
odios y ambiciones. Haz a un lado el
pesimismo, mira hacia arriba, aférrate a Dios
con sencillez y camina siempre adelante*

TRABAJO EN EQUIPO



“La unión en el rebaño obliga al león a acostarse con hambre”.

CARACTERÍSTICAS DEL TRABAJO EN EQUIPO

❖ RESPONSABILIDAD

Cada integrante del equipo conoce su función y la realiza eficazmente, eficientemente

❖ COOPERACIÓN

Estar dispuesto a ayudar a los demás

❖ INTEGRACIÓN

Para que un equipo funcione debe estar unido

2.6.6. Diseño de marca y producto con enfoque patrimonial

ALGUNAS DEFINICIONES DE MARCA

- 1 • Es un signo distintivo del producto o servicio en el mercado
- 2 • Resalta el aspecto psicológico de la marca desde el aspecto experimental (suma de puntos de contacto con la marca y conocer la experiencia de marca)
- 3 • Imagen de marca, es la construcción simbólica creada en las mentes de los clientes y consiste en la información y expectativas asociadas al producto o servicio.

ELEMENTOS DE UN PROCESO



ELEMENTOS DE UN PROCESO



ELEMENTOS DE UN PROCESO



MAPEO DE PROCESOS PARA POSICIONAMIENTO DE MARCA



SELECCIÓN DE MARCAS TERRITORIALES



-  Promocionará a la ciudad o región valorando el patrimonio cultural propio (prácticas, valores, imágenes e identidades)
-  ¿Es posible que la identidad y su valorización asegure mayor poder en desarrollo de procesos y beneficios?
-  Empresas vinculadas a lo étnico o ecológico; productos orgánicos para buena salud o respeto a la naturaleza
-  Productos que se distinguen por relación justa entre productores, intermediarios y los consumidores
-  Bienes que se distinguen en el mercado por su origen y respetan derechos laborales y humanos
-  Productos que simbolizan nuevas formas de relación entre el consumidor y los alimentos y las comunidades

DISEÑO DE MARCA EXPERIENCIA DE CONSUMO



DISEÑO DE MARCA EXPERIENCIA DE CONSUMO



IMÁGENES CORPORATIVAS



¿QUÉ ES UN ISOTIPO? Es la marca donde la imagen funciona sin texto

-  **ICÓNICO:** Identifica al objeto representado
-  **ABSTRACTO:** No se relaciona con la empresa ni el producto
-  **HERÁLDICO:** Se elabora conformando un sello
-  **MONOGRAMÁTICO:** Iniciales de la empresa o de sus dueños

¿CONOCE MARCAS? Estas son logotipos

Coca-Cola

Microsoft

Mobil

SIEMENS

**¿CONOCE IMÁGENES CORPORATIVAS?
Estas son logotipos**



© DARKBLUE CONSULTING



© DARKBLUE CONSULTING



© DARKBLUE CONSULTING



© DARKBLUE CONSULTING

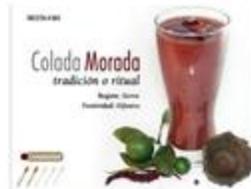
MERCHANDISING



MERCHANDISING



EFFECTOS ATRACTIVOS... PERO QUE SE CUMPLAN



CARLOS BARROS

EFFECTOS ATRACTIVOS... PERO QUE SE CUMPLAN



EFFECTOS ATRACTIVOS... PERO QUE SE CUMPLAN

ala Criolla

SALON "LOS MADEROS"

22 Años en el paladar y corazón de los Ecuatorianos

- * CARNE ASADA • CUY ASADO
- * CHANCHITO A LA BARBOSA
- * BORRICO A LA BARBOSA
- * COMIDA INTERNACIONAL

* SERVICIO A DOMICILIO A NIVEL NACIONAL *

LOCAL PRINCIPAL: Vía al Tenis Club (a una cuadra de la Plazuela de San Joaquín)

Tel: 437 2627 / 437 2729 / 0539 802 4457 / 09 927 1236

SUCURSAL: Av. Enrique Arango Toral (a dos cuadras del cruce al Cuenca Tenis y Golf Club)

losmaderos_200@hotmail.com

KARUKERA

BAR RESTAURANTE



RINCON LA RONDA

RESTAURANTE

Manguera de Guerrero

Promociones

Menú 1: Mantequilla de chocolate, Caca, Caramelo, Miel y queso

Menú 2: Mantequilla de chocolate, Caca, Caramelo, Miel y queso

En preparación en la preparación de CUYO DE SUICIDA



EFFECTOS ATRACTIVOS... PERO QUE SE CUMPLAN

Comida Ecuatoriana



2.6.7. Cultura Pasto

Qué es cultura y sus características

- Es la “forma de vida” propia de cada grupo, creada localmente a través del tiempo y que se modifica constantemente.
- Todos tenemos una cultura, diferente.
- Es distinto a educación e instrucción.
- Se puede partir de varias preguntas: quienes somos?, en que creemos?, que hacemos?, de donde venimos, cual es nuestro origen?; para sensibilizar el concepto de cultura.
- Cultura como calidad de vida de un grupo.
- Cultura como instancias de creación, invención y recreación





Identidad como una cultura particular

- El compartir una cultura nos hace diferentes de otros, nos asigna un nombre = nos da identidad.
- La identidad permite convivir con otros.
- La identidad da sentido y explicación a lo hacemos y en lo que creemos.
- La identidad crea solidaridad entre todos los miembros de una cultura.
- La identidad como la auto estima de un pueblo.



Como se forman o constituyen la cultura y la identidad

- A través del tiempo, la tradición y la historia: el origen y las raíces.
- En la acción diaria individual y colectiva, entre los miembros de un grupo o una cultura
- En la relación de los individuos con su medio, la naturaleza, la tierra, el agua.
- En la relación con otros grupos culturales o comunidades.
- La cultura está en constante cambio.





La cultura Pasto como la cultura local

- La Cultura Pasto como la cultura originaria de la región de Carchi. El grupo Pasto habitó en el sur de Colombia y Norte de Ecuador
- La historia de la sociedad pasto: época, prehispánica, colonial y república.
- La cultura originaria Pasto y sus cambios fundamentales con la conquista española. Los procesos del XIX el mestizaje. La sociedad pasto del siglo XX.



Que contiene una cultura como la Pasto

- La historia local, el pasado de cada comunidad, de cada barrio, de cada pueblo.
- Tradiciones, los cuentos, las leyendas, los mitos (literatura oral)
- Creencias religiosas (cosmovisión)
- Fiestas, ritos, bailes (calendarios festivos)
- Las formas propias de hablar, la lengua.
- La música, ritmos, letras instrumentos.
- La comida, la cocina.



Que contiene una cultura como la Pasto

- Las artesanías, de barro, cuero, lana, fibras, etc.
- La medicina tradicional.
- Saberes y conocimientos sobre la naturaleza, la agricultura y los recursos naturales.
- Los vestidos y adornos.
- La vivienda, los materiales la distribución del espacio.
- Las prácticas familiares, el compadrazgo.
- El patrimonio cultural, documentos, construcciones, lugares especiales, imágenes, piezas arqueológicas, libros, etc.



Chilmá un pueblo Pasto prehispánico

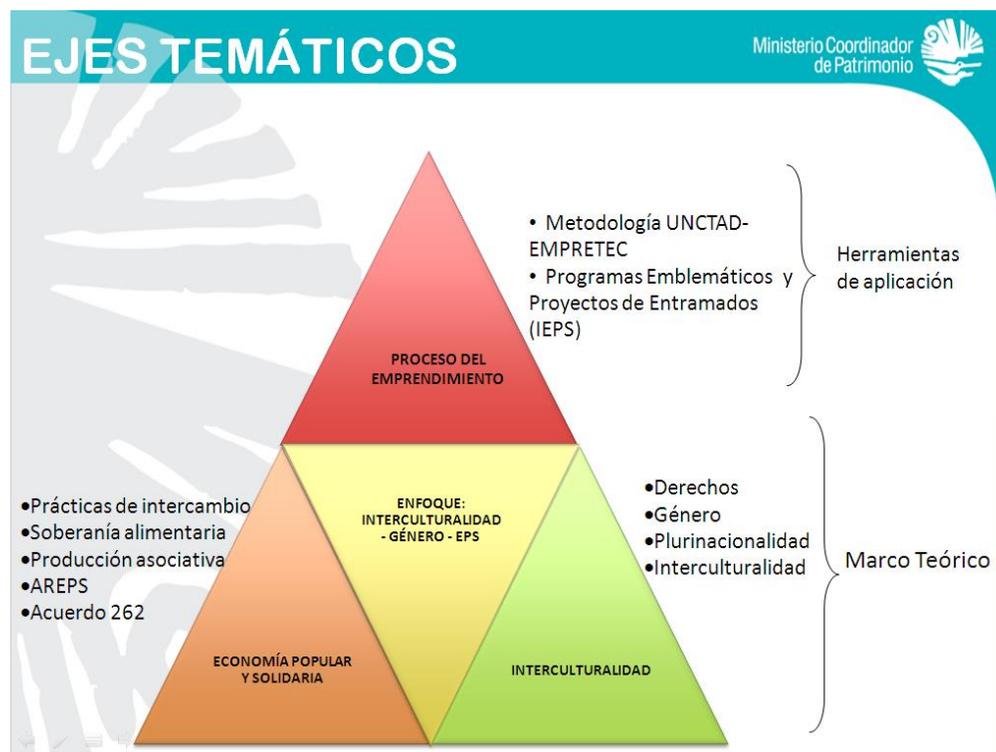
- La historia de Chilmá Bajo desde 500 años de nuestra era.
- Las evidencias arqueológicas: bohíos, petroglifos, piedras cónicas, terrazas y camellones, su significación.
- Las evidencias históricas, tempranas del siglo XVI y los procesos de colonización de finales del siglo XIX hasta el presente.
- Su potencial como turismo cultural.

La iconografía de la cerámica Pasto

- La iconografía pasto de las tres fases: Capulí, Piartal y Tuza.
- Características, técnicas de elaboración. Posibles usos.
- Diseños y su utilización en la artesanía.



2.6.8. Curso de Gestión Patrimonial



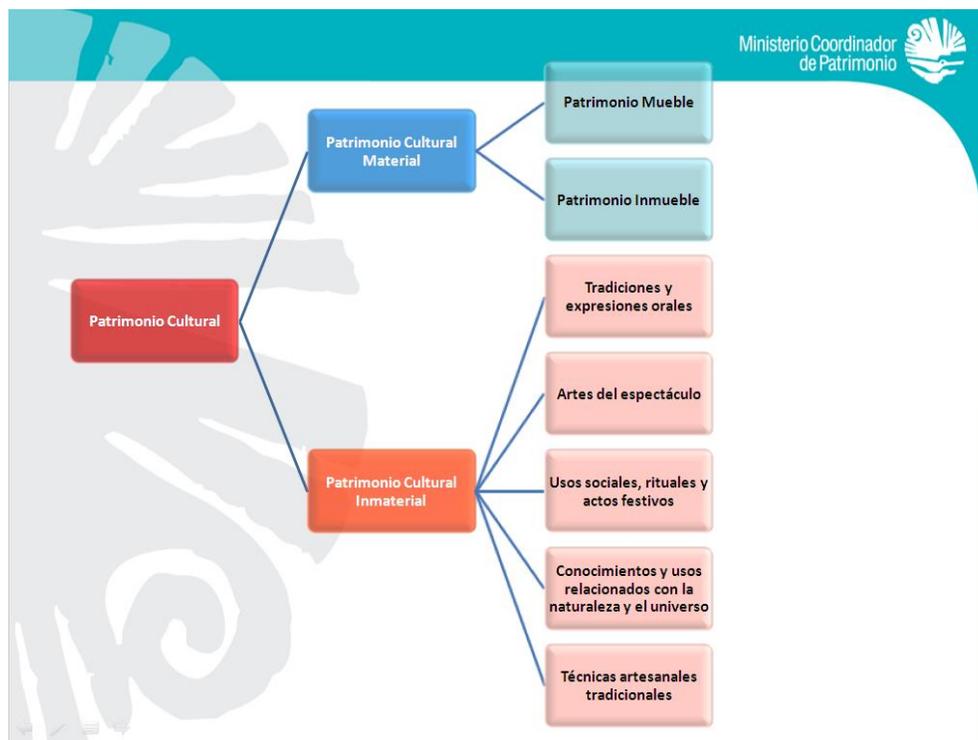
Definiciones conceptuales de patrimonio natural

• UNESCO

• “Son todos los monumentos constituidos por formaciones físicas y biológicas o por grupos de esas formaciones, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico”

• Constitución 2008, Art. 404

• “...único e invaluable comprende, entre otras, las formaciones físicas, biológicas y geológicas cuyo valor desde el punto de vista ambiental, científico, cultural o paisajístico exige su protección, conservación, recuperación y promoción.”



Valor formal: El bien es evaluado por la atracción que despierta en los sentidos y en función del placer estético y la emoción que proporciona. Otros elementos de juicio: la rareza, preciosidad, apariencia exótica o genio.

Valor de uso: El bien sirve para satisfacer una necesidad concreta, sea individual o colectiva

Valor histórico: Da testimonio de eventos, personajes, etapas o actividades relativas a la construcción de la historia nacional

Valor estético: Equilibrio entre composición, textura, color, teoría y materiales constructivos, incluyendo los valores de originalidad y talento.

Valor económico: Tomando en cuenta su estado de conservación e integridad, autenticidad y tecnología constructiva.

Valor simbólico: Tiene relación directa con su autor y con el uso que tuvo a través del tiempo. El bien patrimonial designa, representa o evoca a un personaje, una cultura o un acontecimiento del pasado.

Valor extremadamente importante del objeto al ser nexo entre pasado y presente. El objeto está lleno de significados a interpretarse, éstos cambian con el tiempo y adquieren unos nuevos, ahí es que el objeto adquiere un nuevo valor. Fundamenta la cosmovisión de los pueblos.

1. Definiciones conceptuales de emprendimientos

*El emprendimiento se define como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político, social u otro, teniendo una cuota de **incertidumbre** y de **innovación**. (Formichella, 2004).*



2. Proceso del emprendimiento

*Detección de una
oportunidad en el mercado*

*Generación de ideas y
definición de objetivos*

*Formulación de un Plan de
Negocios*

3. Tipos de emprendimientos

Por necesidad o de subsistencia

Individuales o formados por afinidad orientados por la reproducción económica que busca recuperar la inversión y con las ganancias permitir la supervivencia o una “buena” calidad de vida de quien lo ponen en marcha.

3. Tipos de emprendimientos

Por oportunidad o de asociación libre, colectivos o comunitarios

Basados en relaciones sociales de producción solidarias (alianzas, cadenas productivas, cooperativas o redes formalizadas).

Buscan generar excedente económico para poder seguir compitiendo en un mercado dinámico y extender los beneficios a la comunidad, sector o territorio.

Interculturalidad



La interculturalidad no es un problema étnico, es un problema cultural y político. Implica romper las relaciones sociales autoritarias (de poder), supone dialogar con todos los sectores sociales, se sostiene en la confluencia de pluralidades en el diálogo con el otro.

Este complejo enfoque se desprende de conceptos importantes como...

a) *Derechos humanos*

“Derechos inalienables que las personas poseen por su condición de humanas/os cuya protección es responsabilidad de todo Estado. Se basan en el principio fundamental de que todas las personas poseen una dignidad humana inherente y tienen igual derecho de disfrutarlos sin importar sexo, raza, etnia, capacidad, color idioma, nacionalidad, creencias” (UNIFEM, 2009).



Derechos Individuales

Son aquellos derechos que se reconocen en la calidad de individuo como miembro de colectivos, por ejemplo, el derecho a la vida, derecho a una nacionalidad, derecho a un empleo, derecho a salud, etc.



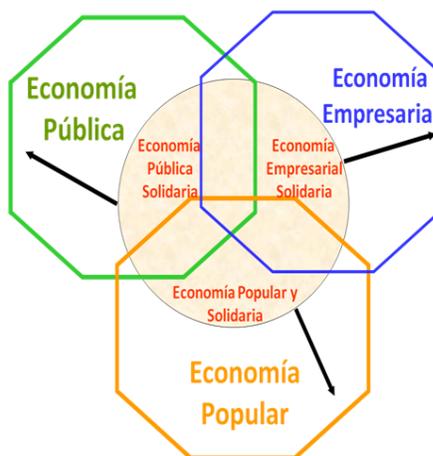
Derechos Colectivos



Son complementarios a los derechos individuales. Implican el reconocimiento de los derechos de los “pueblos indígenas”, de los “niños/as” o de las “mujeres” y están orientados a proteger y preservar la colectividad en su conjunto; por ejemplo la protección de la cultura, el idioma, la propiedad colectiva de la tierra, entre otros que se resumen en los derechos sociales, civiles, culturales, políticos y económicos.

Sistema económico y política económica

- Art. 283.- *El sistema económico es social y solidario*; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.
- El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.



3. MEMORIAS TECNICAS

3.1. Construcción participativa proceso de capacitación

3.1.1. Identificación necesidades emprendimientos

Evento	Taller de identificación de necesidades de fortalecimiento para emprendimientos
Fecha	13 de septiembre de 2012
Lugar	Mira (GAD de Mira) San Gabriel (Casa de las siete puertas)
Participantes	<p>Mira Barbarita Lara, Manuel Gudiño, Andrés Imbacuán, Mariana Chalacán, Margarita Guerrero, Mariana Vásquez, Lidia Espinoza, Inés Folleco, Gabriela Íñiguez, Adriana Cadena, Ángel Ruíz, Andrés Montalvo y María José Bermeo</p> <p>San Gabriel Martín Goyes, Rosa Lanchala, Elena Salcedo, Amilkar Sarmiento, Lucía Usuay, Francisco Ponce, Ximena Mejía, Patricia Llore, María Nelly Moreno, Jorge Luis García</p>
Logro de los objetivos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Emprendimientos informados sobre los alcances de la fase de capacitación. 2. Necesidades de fortalecimiento de emprendimientos identificadas. 3. Acuerdo y compromiso de participación firmado por los dirigentes.
Descripción de la actividad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presentación y explicación de los alcances de la iniciativa. 2. Explicación del proceso de investigación y recolección de información. 3. Explicación del proceso de selección de emprendimientos a ser fortalecidos. 4. Construcción de matrices de evaluación de factores internos y externos. 5. Firma de la carta compromiso de participación. 6. Coordinación próximos pasos (tabulación información, formulación de malla de capacitación, taller de validación).
Facilitador	Jorge Luis García Gómez
Metodología de trabajo	<p>Se realizaron dos talleres en forma simultánea, uno en Mira en el que se congregaron los emprendimientos de los Cantones de Mira, El Ángel y Bolívar; y, otro en San Gabriel en el que participaron los emprendimientos de Montufar, Huaca y Tulcán.</p> <p>La metodología de trabajo que se utilizó consistió en la interacción entre los participantes y el facilitador mediante el intercambio de preguntas y</p>

	respuestas, apoyadas por presentaciones en power point. Para la identificación de necesidades de los emprendimientos se utilizaron las matrices MEFI y MEFE.
Instrumentos y material	Computadora, proyector, papelógrafos, marcadores, formatos de trabajo, cartillas, esferos, cámara fotográfica, grabadora.
Observaciones	Ambos talleres se realizaron con normalidad; se lograron los objetivos propuestos.

AGENDA REALIZADA

Fecha: 13 de septiembre de 2012

Lugar: Mira - Municipio de Mira, Salón Máximo
San Gabriel – Casa de las 7 Puertas

Hora: 09h00 – 13h30

Objetivo: Identificar las necesidades específicas que tienen los emprendimientos a intervenir en el ámbito organizativo, administrativo y productivo, con miras a implementar un proceso de capacitación acorde a las mismas.

Convocados:

Mira

1. Artesanías Gotitas de Esperanza
2. Refugio Oshum
3. Asociación Raíces Negras
4. Asociación Manos Productivas "Tardón Mireño"
5. Asociación de Artesanas "El Pajonal"
6. Grupo "Lagunas del Voladero"
7. Comuna "San Francisco"
8. Artesanías "Lidia"
9. Agrupación "Mate Caña con Sabor a Miel"

San Gabriel

1. Asociación "Paraíso de Emprendedores"
2. Quesería "La delicia"
3. Casa Artesanal "Las 7 puertas"
4. Ceramistas del Carchi
5. Los Helechos

Programa

09h00 Bienvenida / Actividad integración

09h30 Presentación proceso

10h00 Presentación de los emprendimientos

- 11h00 Refrigerio
- 11h20 Actividad de integración
- 11h40 Construcción matrices
- 12h30 Coordinación Próximos pasos
- 13h00 Almuerzo de integración



Fotografía. Taller en de identificación de necesidades Mira 1



Fotografía. Taller en de identificación de necesidades Mira 2



Fotografía. Taller en de identificación de necesidades San Gabriel 1



Fotografía. Taller en de identificación de necesidades San Gabriel 2

3.1.2. Validación propuesta de capacitación

Evento	Taller de validación de la malla curricular
Fecha	02 de octubre de 2012

Lugar	Mira (GAD de Mira) San Gabriel (Casa de las 7 Puertas)
Participantes	Mira Rosa Campues, Lourdes Pule, Nelly Madora, Marco Chala, Karla Espinoza, Elisa Borja, Inés Folleco, Gabriela Ñíguez, Lidia Espinoza, Mariana Vásquez, Ángel Ruiz, Wilson Andrade San Gabriel Martín Goyes, Manuel Gudiño, Rocío Imbaquinga, Francisco Ponce, Amílcar Sarmiento, Patricia Llore, Ximena Mejía, Rosario Guachan, Darwin Enríquez, Jorge García.
Logro de los objetivos	4. Participantes informados respecto al proceso de tabulación de la información del taller de identificación de necesidades. 5. Participantes aprobaron la estructura de la malla curricular sin cambios. 6. Fechas para la realización de talleres acordadas y definidas con los participantes.
Descripción de la actividad	7. Presentación y entrega a los participantes de los resultados de la tabulación de la información del taller de identificación de necesidades. 8. Presentación y aprobación de la malla curricular propuesta para el proceso de fortalecimiento de los emprendimientos patrimoniales. 9. Definición conjunta con los participantes de los días y horas de capacitación.
Facilitador	Jorge Luis García Gómez
Metodología de trabajo	La metodología de trabajo que se utilizó consistió en la interacción entre los participantes y el facilitador mediante el intercambio de preguntas y respuestas, apoyadas por presentaciones en power point. A cada uno de los participantes se facilitó una copia de la malla curricular propuesta.
Instrumentos y material	Computadora, proyector, papelógrafos, marcadores, formatos de trabajo, cartillas, esferos, cámara fotográfica, grabadora.
Observaciones	Ambos talleres se realizaron con normalidad; se lograron los objetivos propuestos.

AGENDA REALIZADA

Fecha: 02 de Octubre de 2012
Lugar: Mira, San Gabriel
Hora: 09h00 a 13h30

Convocados

Mira

1. Artesanías Gotitas de Esperanza
2. Refugio Oshum
3. Asociación Raíces Negras
4. Asociación Manos Productivas "Tardón Mireño"
5. Asociación de Artesanas "El Pajonal"
6. Grupo "Lagunas del Voladero"
7. Comuna "San Francisco"
8. Artesanías "Lidia"
9. Agrupación "Mate Caña con Sabor a Miel"

San Gabriel

1. Asociación "Paraíso de Emprendedores"
2. Quesería "La delicia"
3. Casa Artesanal "Las 7 puertas"
4. Ceramistas del Carchi
5. Los Helechos

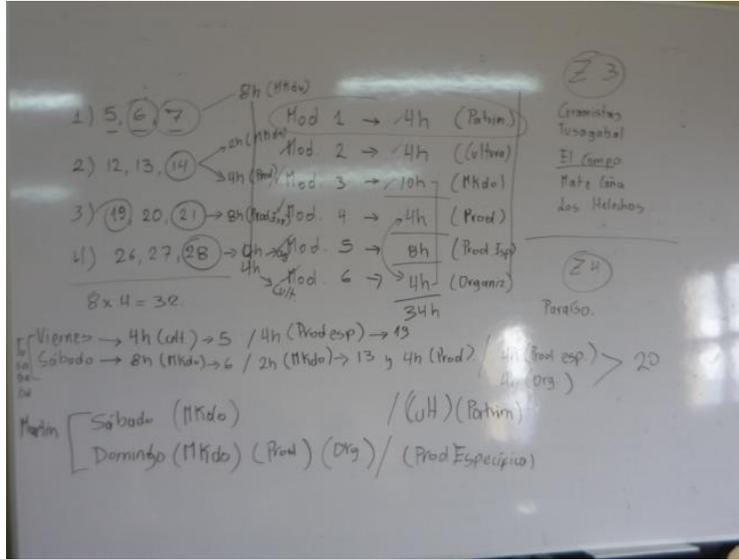
Agenda

- 09h00 Bienvenida
- 09h15 Explicación construcción Malla Curricular
- 09h45 Preguntas y Respuestas
- 10h15 Refrigerio
- 10h30 Coordinación fechas
- 11h00 Fin agenda

Muestra Fotográfica



Fotografía. Taller de Validación Mira



Fotografía. Taller de Validación Mira

3.2. Cantón Montufar

3.2.1. Marketing

Evento	Marketing y ventas
Fecha	Domingo 7 de octubre de 2012
Lugar	Cantón Montufar, Parroquia San Gabriel, instalaciones "Casa Museo"
Participantes	7 participantes de las Organizaciones / Instituciones: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Cerámicas del Carchi ▶ Los Helechos ▶ Aso. de Queso Amasado
Logro de los objetivos	Objetivos: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Transferir herramientas efectivas para un mejoramiento de las capacidades de mercadeo y ventas ▶ Aplicar las herramientas a cada emprendimiento de acuerdo a sus necesidades específicas Logros alcanzados: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Se capacitó a 7 personas en proceso de ventas, conocimiento del producto, mezcla de mercadotecnia, binomio producto mercado y estudios de mercado. ▶ Se aplicaron las herramientas provocando un proceso de reflexión para el mejoramiento de las prácticas ▶ Se logró un buen ambiente de trabajo y la cooperación sinérgica entre los diferentes emprendimientos
Descripción de la	El taller se desarrolló con total normalidad. Las asistentes demostraron

actividad	<p>una excelente actitud y predisposición para el trabajo.</p> <p>Los participantes fueron llegando de a poco por lo que no fue posible iniciar a la hora prevista, a pesar de que el facilitador y la persona de contacto si estuvieron a tiempo.</p> <p>Se utilizaron técnicas de presentación con apoyo audiovisual, presentaciones, visualización, etc.</p>
Facilitador/a	Ing. Wilson Andrade Miranda
Metodología de trabajo	<p>Se procedió a la presentación del evento, los asistentes y la agenda.</p> <p>Se trabajaron 8 temas, cada uno con un ejercicio de aplicación de 15 a 30 minutos.</p> <p>Se prepararon presentaciones por parte de los emprendimientos que luego fueron socializadas en plenaria.</p>
Instrumentos material y	<p>Herramientas e instrumentos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Presentación ▶ Internet para identificar buenas prácticas <p>Materiales y equipos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Proyector digital ▶ Computadora Portátil ▶ Marcadores ▶ Pizarrón tiza Líquida ▶ Borrador ▶ Papelotes ▶ Puntero láser ▶ Globos
Lecciones aprendidas	<p>Existe un importante conocimiento de los aspectos técnicos de la producción en los tres emprendimientos presentes.</p> <p>El mayor interés que tienen es mejorar y/o aprender técnicas de mercadeo, en particular diseño de marca y producto conforme la demanda del mercado.</p> <p>Los emprendimientos tienen productos de buena calidad.</p>

AGENDA REALIZADA

Evento	Marketing y ventas
Fecha	Domingo 7 de octubre de 2012

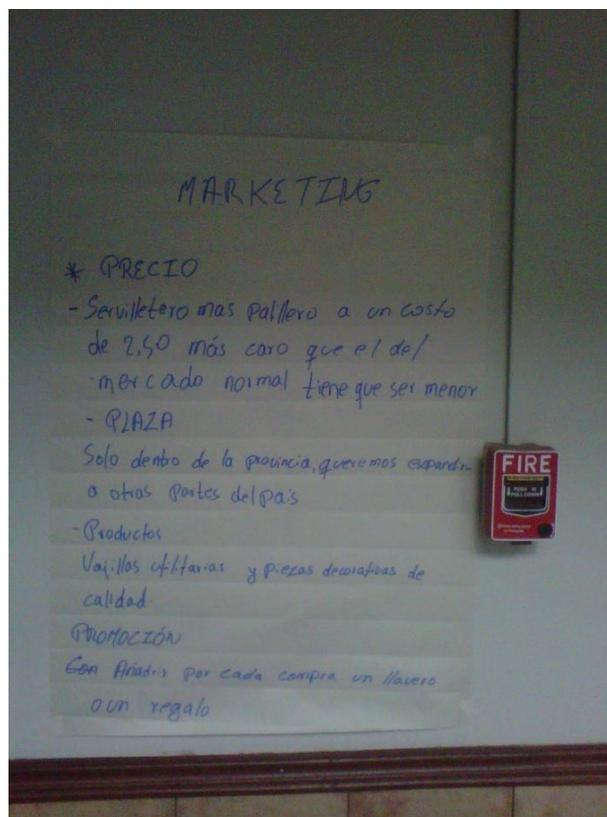
Hora	Actividad / Tema	Método	Herramienta	Responsable
------	------------------	--------	-------------	-------------

09:00	Registro	Presentación		Organizadores
09:30	Presentación Agenda Compromisos Metodología			Facilitador Participantes
09:30 10:15	El Proceso de Ven- tas: Conocimiento de la empresa	Presentación Trabajo en gru- pos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
10:15 11:00	Conocimiento del producto	Presentación Trabajo en gru- pos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
11:00 11.15	Receso			

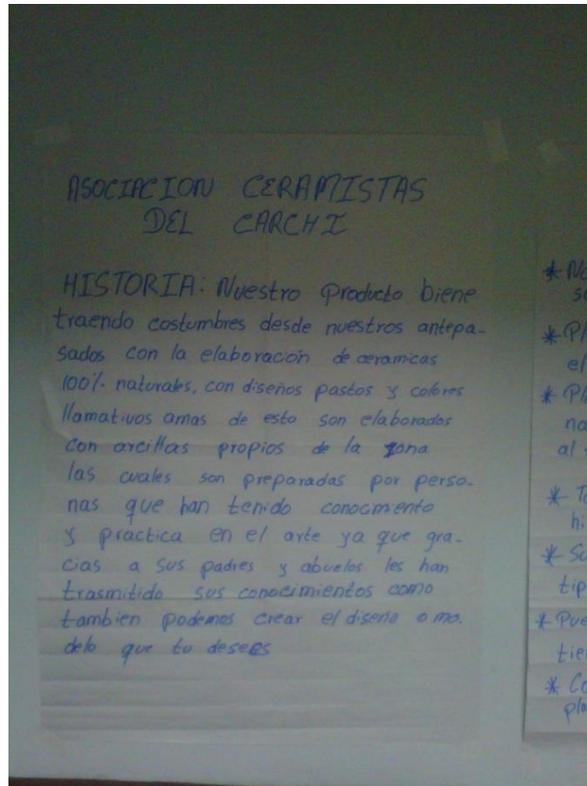
	Actividad / Tema	Método	Herramienta	Responsable
11:15		Presentación	Power Point	Facilitador
12:00	Relación producto - beneficios	Trabajo en grupos	Papelotes Lluvia de ideas	Participantes
12:00 12:45	Conocimiento del sector y la competen- cia	Presentación		Organizadores Facilitador Participantes
12:45 13:15	Marketing Mix: Precio Plaza Producto Promoción	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
13:15 14:00	Receso			

Hora	Actividad / Tema	Método	Herramienta	Responsable
-------------	-------------------------	---------------	--------------------	--------------------

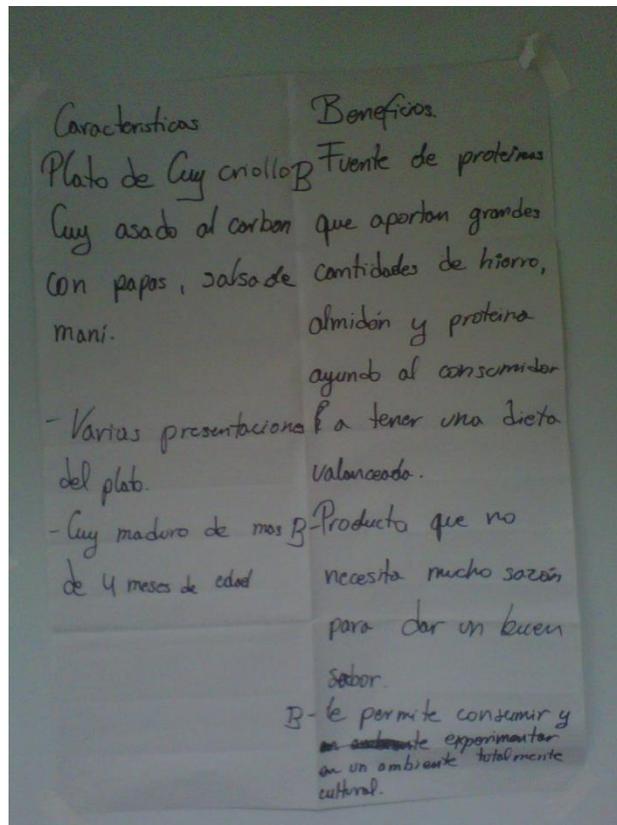
14:00 15:00	Marketing Mix: Continuación	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
15:00 15:45	Binomio Producto – Mercado	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	
15:45 16:30	Elementos para realizar un Estudio de mercado	Presentación Trabajos en grupo	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
16:30 17:00	Cierre			



Fotografía. Aplicación de conceptos de marketing



Fotografía. Aplicación de conceptos de marketing



Fotografía. Aplicación de conceptos de marketing

3.2.2. Marketing y Producción

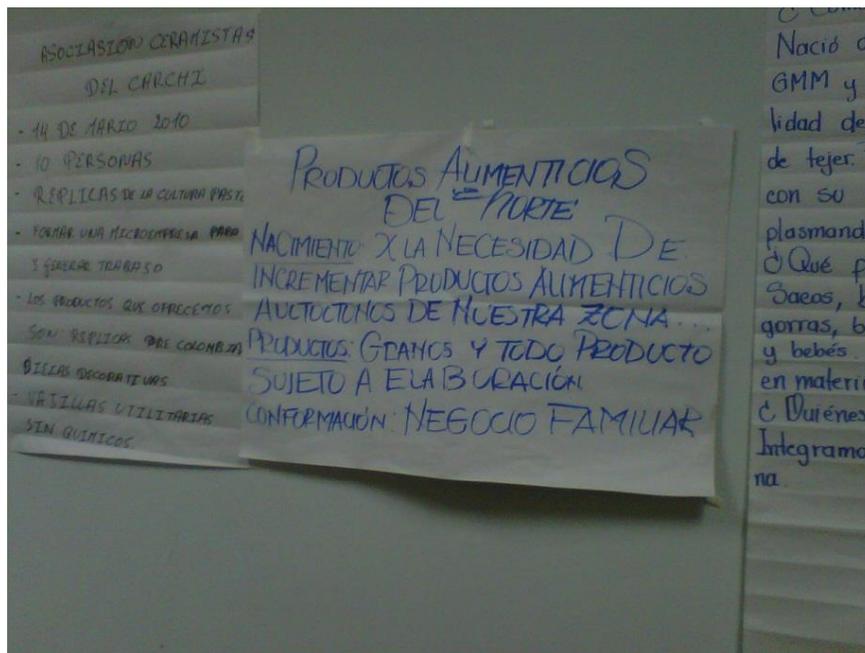
Evento	Marketing y ventas
Fecha	Domingo 14 de octubre de 2012
Lugar	Cantón Montufar, Parroquia San Gabriel, instalaciones “Casa Museo”
Participantes	18 participantes de las Organizaciones / Instituciones: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Mate caña con sabor a miel ▶ Cerámicas del Carchi ▶ Aso. Tusa Gabal ▶ Universidad Técnica del Norte ▶ Los Helechos ▶ Aso. de Queso Amasado
Logro de los objetivos	Objetivos: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Mejorar las habilidades de atención a los clientes internos y externos de las organizaciones. ▶ Mejorar la actitud y la capacidad de comunicación que impacta en la calidad del servicio Logros alcanzados: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Se capacitó a 18 personas en técnicas de atención a los clientes, a fin de que logren la satisfacción de los mismos. ▶ Se proporcionó a los asistentes técnicas para mejorar la actitud y la capacidad de comunicación en las organizaciones
Descripción de la actividad	De acuerdo al cronograma previsto, la capacitación inicio con la presentación de cada uno de los participantes. En la misma dinámica se pidió, a cada uno, una breve descripción de las organizaciones a las cuales pertenecían, así como de sus expectativas del curso. <p>Por otro lado, para la realización de talleres y ejercicios, se organizó grupos de acuerdo a cada emprendimiento, teniendo 5 grupos de trabajo en total.</p>
Facilitador/a	Ing. Irene Quinatoa
Metodología de trabajo	Para el desarrollo del curso, se utilizó una presentación de diapositivas, para transmitir los conocimientos de una manera ilustrativa, acompañados de ejercicios participativos que fomentan el trabajo en equipo. <p>Adicionalmente, se realizaron las siguientes actividades:</p> <p>Actividad 1: Servicio Inadecuado</p>

	Actividad 2: Servicio Adecuado Actividad 3: Clínica de ventas
Instrumentos y material	<p>Herramientas e instrumentos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Revisión de casos prácticos ▶ Clínica de ventas <p>Materiales y equipos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Proyector digital ▶ Computadora Portátil ▶ Marcadores ▶ Pizarrón tiza Líquida ▶ Borrador
Lecciones aprendidas	<p>Dentro herramientas e instrumentos de trabajo, el instructor debe preparar material y ejemplos que se adapten a cada uno de los emprendimientos representados en el auditorio al cual esta capacitando.</p> <p>Es imperativo capacitar no solo a los líderes de las organizaciones, sino a por lo menos 3 miembros de cada una de ellas, a fin de lograr un mayor impacto del proceso de formación.</p> <p>El proceso de capacitación resulta de mayor impacto si el instructor motiva la identificación de problemas y soluciones que se puedan utilizar como insumos para la toma de decisiones.</p> <p>Para el desarrollo de prácticas o ejercicios, parte de los contenidos de la capacitación, es de vital importancia formar grupos de trabajo homogéneos, y orientar las acciones hacia la aplicación en sus propios emprendimientos, a fin de crear un sentido de propiedad del proceso del cual están formando parte.</p> <p>Con respecto al manejo de registros, es necesario hacer un correcto seguimiento de cada uno de los participantes, para lo cual se debe incluir espacios para el ingreso de datos como correo electrónico y teléfonos de contacto.</p> <p>Es necesario incluir en los registros de evaluación del evento un espacio para registrar necesidades de capacitación dentro de las organizaciones, para gestiones futuras.</p>

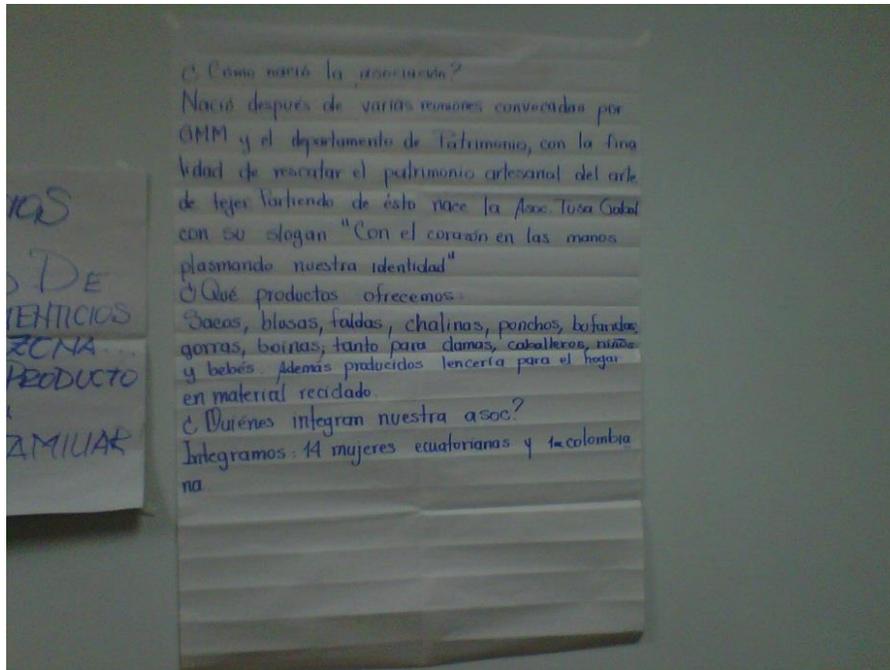
AGENDA REALIZADA

Evento	Marketing y ventas
Fecha	Domingo 14 de octubre de 2012

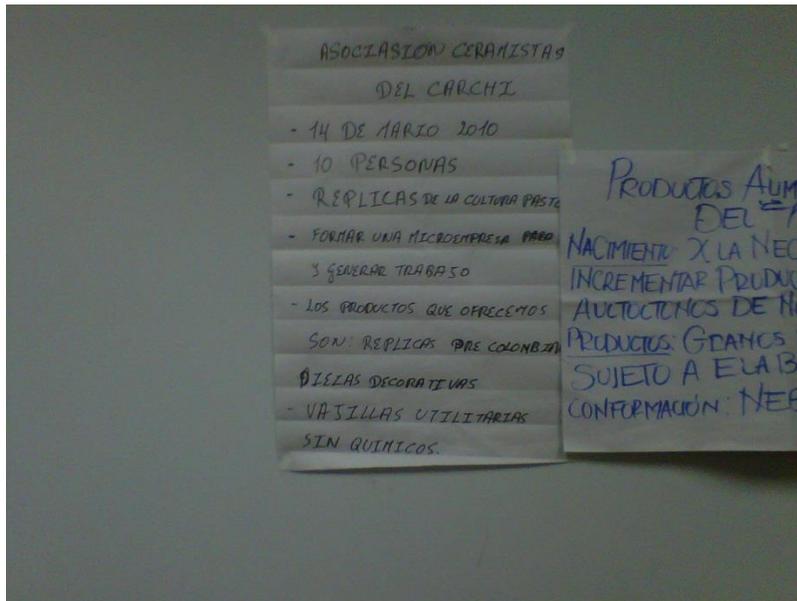
Hora	Actividad / Tema
09:00 - 09:30	Registro, Presentación, Agenda, Compromisos, Metodología
09:30 - 10:15	Línea de vida y identificación de características del producto o servicio
10:15 - 10:30	Receso
10:30 - 11:15	Revisión de conceptos de marketing y ventas Servicio adecuado / Servicio inadecuado
11:15 - 11:45	Clínica de ventas



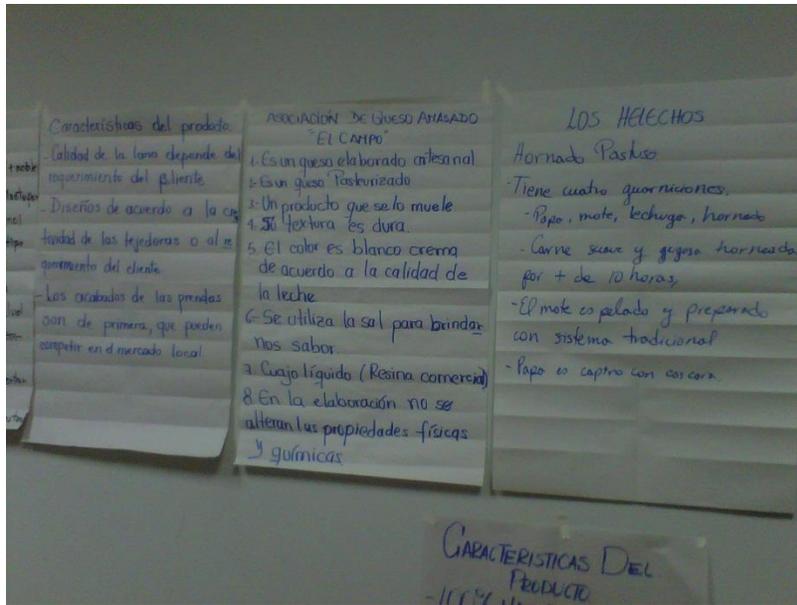
Fotografía. Descripción de las organizaciones y línea de vida



Fotografía. Descripción de las organizaciones y línea de vida



Fotografía. Descripción de las organizaciones y línea de vida



Fotografía. Identificación de las características de los productos o servicios



Ilustración. Identificación de las características de los productos o servicios



Fotografía. Clínica de ventas

Evento	Procesos de producción
Fecha	Domingo 14 de octubre de 2012
Lugar	Cantón Montufar, Parroquia San Gabriel, instalaciones “Casa Museo”
Participantes	<p>18 participantes de las Organizaciones / Instituciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Mate caña con sabor a miel ▶ Cerámicas del Carchi ▶ Aso. Tusa Gabal ▶ Universidad Técnica del Norte ▶ Los Helechos ▶ Aso. de Queso Amasado
Logro de los objetivos	<p>Objetivo:</p> <p>Transmitir a los capacitandos conocimientos generales sobre la correcta identificación de procesos y de cuellos de botella, a lo largo de la cadena de producción de los bienes y servicios</p> <p>Los logros obtenidos:</p> <p>Se trasmitió a 18 participantes las bases generales sobre la correcta identificación de procesos y de cuellos de botella, a lo largo de la cadena de producción de los bienes y servicios.</p> <p>Mejoraron las habilidades de los participantes en la identificación de cuellos de botella, así como sus posibles causas.</p> <p>Además de la transmisión de conocimientos generales de producción, se impartió las bases fundamentales y mejores prácticas actuales a lo largo</p>

	de los procesos, enfatizando la calidad total y la orientación a la satisfacción de los clientes, tanto internos como externos.
Descripción de la actividad	<p>De acuerdo a la programación de actividades, estaba previsto realizar una presentación de cada uno de los participantes, sin embargo, debido a que este curso se ejecutó a continuación de otro taller, en el cual participaron las mismas personas, se omitió este paso.</p> <p>Por otro lado, para la realización de talleres y ejercicios, se organizó grupos de acuerdo a cada emprendimiento, teniendo 5 grupos de trabajo en total.</p> <p>El taller inició a las 11:45 y culminó a las 16:30, aproximadamente</p>
Facilitador/a	Ing. Irene Quinatoa
Metodología de trabajo	<p>Para el desarrollo del curso, se utilizó una presentación de diapositivas, para transmitir los conocimientos de una manera ilustrativa, acompañados de ejercicios participativos que fomentan el trabajo en equipo.</p> <p>Adicionalmente, se utilizó papelotes y tarjetas que permitieron la aplicación de los conocimientos adquiridos.</p>
Instrumentos y material	<p>Herramientas e instrumentos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Revisión de casos prácticos ▶ Exposiciones por parte de los participantes, sobre los problemas que ellos identificaban en sus emprendimientos ▶ Exposición de Videos ilustrativos. <p>Materiales y equipos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Proyector digital ▶ Computadora Portátil ▶ Papelotes y tarjetas ▶ Marcadores ▶ Pizarrón tiza Líquida ▶ Borrador
Lecciones aprendidas	<p>Dentro herramientas e instrumentos de trabajo, el instructor debe preparar material y ejemplos que se adapten a cada uno de los emprendimientos representados en el auditorio al cual esta capacitando.</p> <p>Es imperativo capacitar no solo a los líderes de las organizaciones, sino a por lo menos 3 miembros de cada una de ellas, a fin de lograr un mayor impacto del proceso de formación.</p> <p>El proceso de capacitación resulta de mayor impacto si el instructor mo-</p>

	<p>tiva la identificación de problemas y soluciones que se puedan utilizar como insumos para la toma de decisiones.</p> <p>Para el desarrollo de prácticas o ejercicios, parte de los contenidos de la capacitación, es de vital importancia formar grupos de trabajo homogéneos, y orientar las acciones hacia la aplicación en sus propios emprendimientos, a fin de crear un sentido de propiedad del proceso del cual están formando parte.</p> <p>Con respecto al manejo de registros, es necesario hacer un correcto seguimiento de cada uno de los participantes, para lo cual se debe incluir espacios para el ingreso de datos como correo electrónico y teléfonos de contacto.</p> <p>Es necesario incluir en los registros de evaluación del evento un espacio para registrar necesidades de capacitación dentro de las organizaciones, para gestiones futuras.</p>
--	--

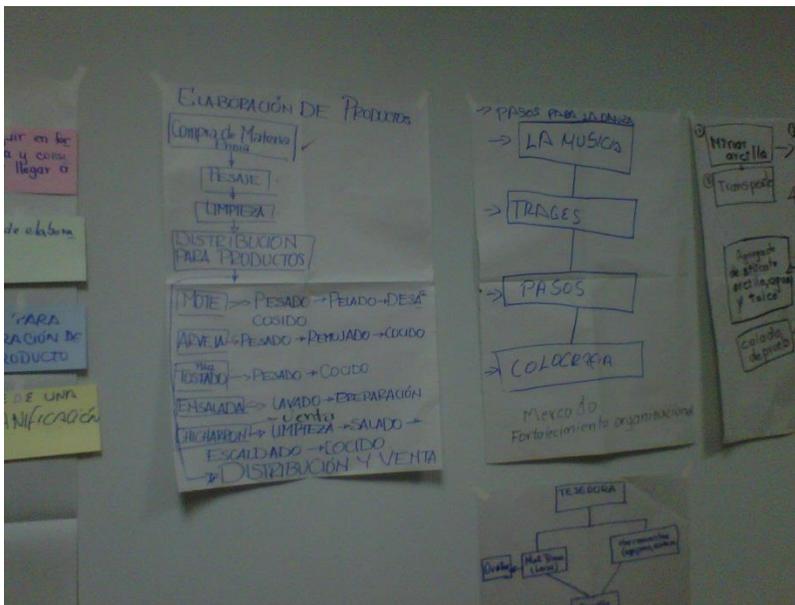
AGENDA REALIZADA

Evento	Procesos de producción
Fecha	Domingo 14 de octubre de 2012

Hora	Actividad / Tema
	Registro, Presentación, Agenda, Compromisos, Metodología
11:45 - 12:30	¿Qué es proceso? Mapeo de proceso productivos
12:30 - 13:15	Selección de procesos críticos
13:15 – 14:00	Receso
14:00 - 14:45	Diagramas de flujo
14:45 - 15:30	Identificación de cuellos de botella
15:45 - 16:30	Análisis causa – efecto
16:30	Cierre



Fotografía. Mapeo de procesos productivos



Fotografía. Elaboración de diagramas de flujo



Fotografía. Selección de procesos críticos



Fotografía. Identificación de cuellos de botella en cada emprendimiento

3.2.3. Organización

Evento	Curso de Organización
Fecha	Domingo, 21 de octubre de 2012
Lugar	Cantón Montufar, Parroquia San Gabriel, instalaciones “Casa Museo”
Participantes	14 participantes de las Organizaciones / Instituciones: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Mate caña con sabor a miel ▶ Cerámicas del Carchi ▶ Aso. Tusa Gabal

	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Los Helechos ▶ Aso. de Queso Amasado
Logro de los objetivos	<p>Objetivo: El objetivo del curso, fue proporcionar a los asistentes herramientas válidas gestión administrativa, que colaboren con la consecución de los objetivos organizacionales propuestos, así como la creación de un ambiente laboral propicio que permita el desarrollo de los miembros de la misma.</p> <p>Logros obtenidos:</p> <p>Se proporcionó a 14 participantes herramientas de gestión administrativa generales.</p> <p>Adicionalmente, los participantes aprendieron elementos para mejorar la actitud y capacidad de comunicación entre los miembros de las organizaciones.</p>
Descripción de la actividad	<p>De acuerdo al cronograma previsto, la capacitación inicio con la presentación de cada uno de los participantes. En la misma dinámica se pidió, a cada uno, una breve descripción de las organizaciones a las cuales pertenecían, así como de sus expectativas del curso.</p> <p>Por otro lado, para la realización de talleres y ejercicios, se organizó grupos de acuerdo a cada emprendimiento, teniendo 5 grupos de trabajo en total.</p>
Facilitador/a	Ing. Irene Quinatoa
Metodología de trabajo	<p>Para el desarrollo del curso, se utilizó una presentación de diapositivas, para transmitir los conocimientos de una manera ilustrativa, acompañados de ejercicios participativos que fomentan el trabajo en equipo.</p> <p>Adicionalmente, se utilizó papelotes y tarjetas que permitieron la aplicación de los conocimientos adquiridos.</p>
Instrumentos y material	<p>Herramientas e instrumentos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Revisión de casos prácticos ▶ Exposiciones por parte de los participantes, sobre las situaciones que ellos identificaban en sus emprendimientos ▶ Exposición de videos ilustrativos. <p>Materiales y equipos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Proyector digital ▶ Computadora Portátil ▶ Papelotes y tarjetas

	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Marcadores ▶ Pizarrón tiza Líquida ▶ Borrador
Lecciones aprendidas	<p>Dentro herramientas e instrumentos de trabajo, el instructor debe preparar material y ejemplos que se adapten a cada uno de los emprendimientos representados en el auditorio al cual esta capacitando.</p> <p>Es imperativo capacitar no solo a los líderes de las organizaciones, sino a por lo menos 3 miembros de cada una de ellas, a fin de lograr un mayor impacto del proceso de formación.</p> <p>El proceso de capacitación resulta de mayor impacto si el instructor motiva la identificación de problemas y soluciones que se puedan utilizar como insumos para la toma de decisiones.</p> <p>Para el desarrollo de prácticas o ejercicios, parte de los contenidos de la capacitación, es de vital importancia formar grupos de trabajo homogéneos, y orientar las acciones hacia la aplicación en sus propios emprendimientos, a fin de crear un sentido de propiedad del proceso del cual están formando parte.</p> <p>Con respecto al manejo de registros, es necesario hacer un correcto seguimiento de cada uno de los participantes, para lo cual se debe incluir espacios para el ingreso de datos como correo electrónico y teléfonos de contacto.</p> <p>Es necesario incluir en los registros de evaluación del evento un espacio para registrar necesidades de capacitación dentro de las organizaciones, para gestiones futuras.</p>

AGENDA REALIZADA

Evento	Capacitación_ Organización
Fecha	Domingo 21 de octubre de 2012

Hora	Actividad / Tema
09:00 - 09:30	Registro, Presentación, Agenda, Compromisos, Metodología
09:30 - 10:15	Formación de grupos de trabajo y línea de vida
10:15 - 11:00	Organigramas estructurales y funcionales
11:00 - 11.15	Receso

11:15 - 12:00	Planeamiento estratégico
12:00 - 12:45	Motivación y liderazgo
12:45 - 13:45	Trabajo en equipo / comunicación asertiva



Fotografía. Acción estratégica



Fotografía. Análisis de organigramas estructurales



Fotografía. Análisis de organigramas funcionales



Fotografía. Desarrollo de concepto de motivación



Fotografía. Dinámica de trabajo en equipo

3.2.4. Diseño de marca y producto con enfoque patrimonial

Evento	Capacitación específica: Diseño de marca y producto con enfoque patrimonial
Fecha	Domingo 28 de octubre de 2012
Lugar	Cantón Montufar, Parroquia San Gabriel, instalaciones “Casa Museo”
Participantes	14 participantes de las Organizaciones / Instituciones: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Asociación de Ceramistas del Carchi ▶ Asociación Tusa Gabal ▶ Asociación de Queso Amasado ▶ Mate caña con sabor a miel ▶ GAD Montufar
Logro de los objetivos	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Transferir herramientas efectivas para el mejoramiento de la calidad del producto y su marca ▶ Aplicar las herramientas a cada emprendimiento de acuerdo a sus necesidades específicas <p>Logros alcanzados:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Se capacitó a 14 personas en diseño de marca y diseño de producto considerando los atributos patrimoniales. Se trataron temas tales como: Concepto de marca, fortalezas patrimoniales para el uso en la marca, posicionamiento de marca, Fortalezas patrimoniales como elementos para el argumentario de ventas, estudio de mercado, posicionamiento, diseño de producto. ▶ Se aplicaron las herramientas provocando un proceso de reflexión para el mejoramiento del diseño de producto. ▶ Se logró un buen ambiente de trabajo y la cooperación sinérgica

	entre los diferentes emprendimientos
Descripción de la actividad	El taller se desarrolló sin dificultades. Aprovechando que los asistentes conocen de los atributos patrimoniales de sus productos se trabajó en visualizar la potencialidad de los mismos para el diseño de sus marcas e innovación de productos.
Facilitador/a	Ing. Eduardo Portero
Metodología de trabajo	Se procedió a la presentación del evento, los asistentes y la agenda. Se trabajaron 8 temas, cada uno con un ejercicio de aplicación de 15 a 30 minutos. Se prepararon presentaciones por parte de los emprendimientos que luego fueron socializadas en plenaria. Se trabajó con numerosos ejemplos de marca e isotipos para que los participantes identifiquen los elementos fundamentales de las marcas.
Instrumentos y material	Herramientas e instrumentos <ul style="list-style-type: none"> ▶ Presentación ▶ Internet para identificar buenas prácticas Materiales y equipos: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Proyector digital ▶ Computadora Portátil ▶ Marcadores ▶ Pizarrón tiza Líquida ▶ Borrador ▶ Papelotes
Lecciones aprendidas	Existen importantes elementos patrimoniales para el diseño de una marca territorial, de empresa y de producto en la zona.

AGENDA REALIZADA

Evento	Capacitación Específico: Diseño de marca y producto con enfoque patrimonial
Fecha	Domingo 28 de octubre de 2012

Hora	Actividad / Tema	Método	Herramienta	Responsable
09:00 09:30	Registro Presentación Agenda Compromisos Metodología	Presentación		Organizadores Facilitador Participantes

09:30 10:15	¿Qué es la marca? Elementos y estrategias para posicionar la marca	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes	Facilitador Participantes
10:15 11:00	Fortalezas o características patrimoniales de los emprendimientos para la marca	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Fichas de evaluación	Facilitador Participantes
11:00 11.15	Receso			

Hora	Actividad / Tema	Método	Herramienta	Responsable
11:15 12:00	Estudio de mercado Características, ventajas y beneficios para el cliente	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
12:00 12:45	Fortalezas patrimoniales	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Organizadores Facilitador Participantes
12:45 13:15	Clínica de Ventas	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
13:15 14:00	Cierre			

Hora	Actividad / Tema	Método	Herramienta	Responsable
14:00 15:00	Características, Ventajas y Beneficios	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
15:00 15:45	La marca y el posicionamiento	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes

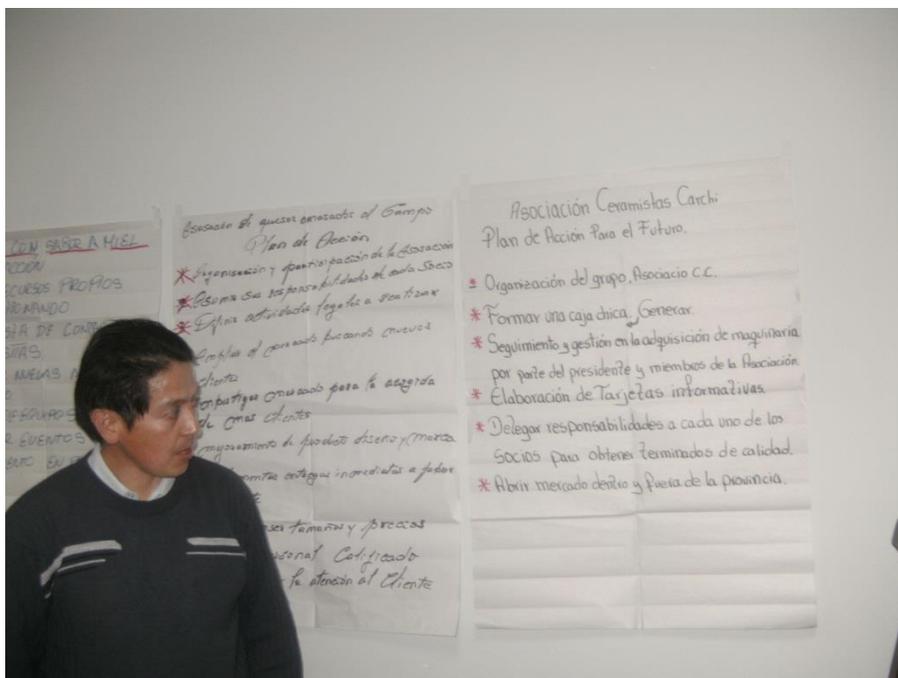
15:45 16:30	Identidad de marca	Presentación Trabajos en grupo	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
16:30 17:00	Cierre			



Fotografía: Presentación



Fotografía: Aplicación de conceptos a los emprendimientos



Fotografía: Presentación de Ceramistas del Carchi

3.2.5. Cultura Pasto

Evento	Talleres de capacitación sobre Cultura Pasto
Fecha	27 y 28 de octubre de 2012
Lugar	San Gabriel, Huaca.
Participantes	Asociación Tusa Gabal Asociación Ceramistas del Carchi Restaurante “Los Helechos”
Logro de los objetivos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacitación sobre la historia del grupo Pasto desde la época prehispánica hasta el presente. 2. Capacitación sobre la iconografía de la cerámica pasto, sus características, su significación y su utilización en la producción artesanal. 3. Capacitación sobre la iconografía de la cerámica Pasto, sus características, su significación y su utilización en la producción de cerámica.
Descripción de la actividad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Exposición sobre la historia del grupo Pasto desde la época prehispánica hasta el presente. 2. Presentación sobre la iconografía de la cerámica pasto de las tres fases: Capulí, Piartal y Tusa. 3. Discusión, análisis y sugerencias de los problemas de uso de la iconografía en los tejidos y la cerámica actual. 4.

Facilitador	Cristóbal Landazuri
Metodología de trabajo	Presentación visual (power point) Trabajo con todo el grupo Revisión de bibliografía especializada
Instrumentos y material	Computadora, proyector, papelógrafos, marcadores, formatos de trabajo, cartillas, esferos, cámara fotográfica, grabadora.
Observaciones	<p>Asociación Tusa Gabal</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Grupo valora la importancia de incorporar a su producción elementos de su cultura tomados de la cerámica prehispánica. ▶ La utilización de motivos de la cerámica pasto en los tejidos o en otras artesanías requiere de diseños especializados. ▶ En este proceso ayudaría mucho elaborar material impreso sobre la historia y la cultura local para difusión. ▶ Se sugiere recuperar el conocimiento tradicional sobre el uso de telar. <p>Asociación Ceramistas del Carchi</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ El grupo tiene un conocimiento sobre la cerámica y la cultura Pasto. Ya utiliza algunos elementos iconográficos en la cerámica que elabora ▶ Grupo valora la importancia de incorporar a su producción elementos de su cultura tomados de la cerámica prehispánica. ▶ La utilización de motivos de la cerámica pasto en la cerámica actual requiere de diseños especializados. ▶ En este proceso ayudaría mucho elaborar material impreso sobre la historia y la cultura local para difusión y en apoyo para la actividad que realiza <p>Restaurante “Los Helechos”</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ El grupo no tiene conocimientos sobre la cultura Pasto ▶ Grupo quiere utilizar elementos de la iconografía pasto en el diseño del espacio del restaurante. Algo ya tiene incorporado en el diseño actual. Se sugirió incorporara elementos actuales de la cultura Pasto, tradiciones y leyendas. ▶ No está previsto incorporar la gastronomía tradicional local en su oferta de servicios. ▶ Su interés en lo cultural y patrimonial es tangencial.

AGENDA REALIZADA

Fecha: 27 y 28 de Octubre de 2012

Lugar: San Gabriel y Huaca

Hora: 14h30 a 18h30

Objetivos: Contribuir a los emprendimientos a través del conocimiento de la Cultura del Grupo Pasto y la aplicación y uso de su etnografía en las labores que estos desarrollan.

Programación

14h30 Exposición sobre la historia del grupo Pasto

15h30 Iconografía de la cerámica pasto de las tres fases

16h30 Discusión, análisis y sugerencias de los problemas de uso de la iconografía en los tejidos y la cerámica actual.

18h10 Refrigerio y cierre



Fotografía: Emprendimiento Los Helechos 1



Fotografía: Emprendimiento Los Helechos 2



Fotografía: Emprendimiento Tusa Gabal



Fotografía: Emprendimiento Ceramistas del Carchi

3.2.6. Intercambio de experiencias

Evento	Intercambio de Experiencia entre Productores de Ladrillos de San Gabriel y Fabricantes de Tejas de Ibarra
Fecha	25 de octubre de 2012
Lugar	Ibarra, barrio El Tejar

Participantes	Milton Ichau José Chaspuengal (Enmprendedor) Segundo Chaspuengal (Emprendedor) Fredín delgado (Municipio de Montufar) Jorge Luis García Gómez
Logro de los objetivos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Intercambio de experiencias entre productores de tejas y ladrillos. 2. Conocimiento del proceso y requerimientos de producción de tejas transmitido. 3. Representantes de microempresas de ladrillos motivados e interesados en desarrollar la línea de producción de tejas.
Descripción de la actividad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reunión preparatoria. 2. Traslado a la fábrica de tejas. 3. Explicación a los dueños de los alcances de la iniciativa. 4. Conversatorio entre participantes, intercambio de experiencias. 5. Conocimiento del proceso y requerimientos de producción. 6. Retroalimentación de los participantes.
Facilitador	Jorge Luis García Gómez
Metodología de trabajo	<p>Visita dirigida en la que un grupo de productores de ladrillos pertenecientes al Cantón Montufar viajaron a Ibarra para reunirse con una empresa familiar dedicada a la producción artesanal de tejas.</p> <p>La metodología fue eminentemente interactiva y constó de dos momentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ En primera instancia los emprendedores tanto de San Gabriel como de Ibarra compartieron un espacio de diálogo, en el que intercambiaron sus orígenes, sus experiencias y sus conocimientos en materia de comercialización y producción. ▪ En una segunda instancia, se realizó una visita guiada a los lugares de producción para conocer la cadena de valor del proceso productivo.
Instrumentos y material	Cartillas, esferos, cámara fotográfica, grabadora.
Observaciones	<p>La actividad generó un gran interés para los participantes.</p> <p>Los participantes se encuentran altamente motivados para iniciar la producción de tejas en San Gabriel.</p> <p>Existió una gran predisposición por parte de los productores de tejas para compartir sus conocimientos.</p> <p>Los productores de San Gabriel quedaron en realizar una pequeña muestra de tejas producidas por ellos para ver la posibilidad de que puedan participar en el proceso de remodelación de las casas republicanas promovido por el MCP en San Gabriel-</p>

AGENDA REALIZADA

Fecha: 25 de Octubre de 2012

Lugar: Ibarra

Hora: 09h30 a 13h30

Objetivos

- ▶ Realizar una actividad de intercambio de experiencias entre fabricantes de ladrillos del Cantón Montufar y artesanos productores de tejas de la provincia de Imbabura.
- ▶ Conocer los hitos históricos que definen el desarrollo de la producción de tejas en la provincia de Imbabura.
- ▶ Conocer los aspectos productivos y comerciales relacionados con el oficio de la producción de tejas.
- ▶ Conocer las principales dificultades y/o limitaciones que tiene el oficio de la fabricación de tejas y las estrategias implementadas para superarlas.

Convocados

1. Milton Ichau
2. Manuel Sánchez
3. José Chaspuengal
4. Segundo Chaspengal

Agenda

06h00 Encuentro / Salida de San Gabriel

09h00 Encuentro / Desayuno en Terminal Terrestre de Ibarra

09h40 Salida rumbo a emprendimiento Sr. Milton Ichau

10h00 Reunión de intercambio de experiencias

11h00 Conocimiento del proceso productivo

11h30 Visita a emprendimientos similares

12h30 Almuerzo de integración

13h30 Retorno



Fotografía: Encuentro entre productores de Tejas y Ladrillos



Fotografía: Encuentro entre productores de Tejas y Ladrillos



Fotografía: Encuentro entre productores de Tejas y Ladrillos

3.2.7. Gestión Patrimonial

Evento	Taller: Emprendimientos Patrimoniales
Fecha	01 de noviembre de 2012
Lugar	San Gabriel
Participantes	Emprendimientos Patrimoniales Seleccionados en la primera fase: 1. Asociación “Paraíso de Emprendedores” 2. Queseras “La delicia” 3. Casa Artesanal “Las 7 puertas” 4. Ceramistas del Carchi 5. Los Helechos 6. Agrupación “Mate Caña con Sabor a Miel”
Logro de los objetivos	Los objetivos planteados fueron alcanzados a cabalidad. El facilitador cubrió la temática planteada inicialmente; y, por otro lado existió una buena respuesta por parte de los representantes de cada emprendimiento.
Descripción de la actividad	La dinámica del taller se desarrolló a partir de la presentación de diapositivas manteniendo una comunicación directa con los representantes de cada emprendimiento. Prevaleció la horizontalidad en el trato durante los talleres, de modo de resolver cualquier inquietud presentada en el momento mismo de la exposición. Se buscó que éste sea un espacio de mutuo aprendizaje.
Facilitador/a	Andrés D. Montalvo S. – Técnico – Plan Vive Patrimonio
Metodología de trabajo	El taller fue desarrollado de acuerdo al siguiente esquema y orden: ✓ Módulos Teóricos: 1. Introducción ▶ Ejes temáticos: 2. Definiciones conceptuales de patrimonio cultural, patrimonio natural y emprendimientos. ▶ Patrimonio Natural: Definiciones Ejemplos prácticos ▶ Patrimonio Cultural: Definiciones Ejemplos prácticos Valoración del Patrimonio Cultural ▶ Emprendimientos Patrimoniales: Definiciones

	<p>3. Proceso del Emprendimiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Proceso ▶ Contenido de plan de negocios <p>4. Tipos de emprendimientos.</p> <p>5. Enfoques en el desarrollo de emprendimientos con contenidos patrimoniales.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Interculturalidad ▶ Derechos Humanos ▶ Género ▶ Diversidad ▶ Plurinacionalidad ▶ Organización ▶ Participación ▶ Liderazgo ▶ Economía Popular y Solidaria ▶ Circuito económico solidario <p>✓ Presentación de Ejercicios Prácticos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Experiencias exitosas 2. Jambi Kiwa
Instrumentos y material	<p>Los instrumentos y materiales utilizados para la ejecución del taller fueron los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Presentación ppt. 2. Material didáctico 3. Dinámicas de socialización
Observaciones	<p>El grupo se mostró muy motivado por los temas desarrollados en el taller</p>

AGENDA REALIZADA

Fecha: 01 de noviembre de 2012

Lugar: San Gabriel

Hora: 09h30 a 13h30

Objetivos

- ▶ Desarrollar conocimientos y habilidades referentes a patrimonio cultural.
- ▶ Consolidar ideas en los emprendedores seleccionados para fortalecer la gestión cultural en el territorio donde se desenvuelven.
- ▶ Sensibilizar a los emprendedores respecto de su participación activa en el conocimiento, identificación, protección, salvaguardia y conservación del patrimonio cultural.
- ▶ Reforzar conocimientos de los contenidos correspondientes a propuestas y planes de negocio de los diferentes emprendimientos patrimoniales.

Programación

08h00	Introducción
08h15	Definiciones conceptuales de patrimonio cultural, patrimonio natural y emprendimientos.
09h00	Proceso del Emprendimiento.
09h45	Tipos de emprendimientos.
10h30	Enfoques en el desarrollo de emprendimientos con contenidos patrimoniales
11h15	Refrigerio
11h35	Presentación de Ejercicios Prácticos
13h00	Almuerzo



Fotografía. Taller Gestión Patrimonio San Gabriel 1



Fotografía. Taller Gestión Patrimonio San Gabriel 2

3.3. Cantón Espejo

3.3.1. Marketing

Evento	Marketing y ventas
Fecha	Viernes 12 de octubre de 2012
Lugar	Cantón Espejo, Parroquia El Ángel, instalaciones Asociación de Artesanos
Participantes	7 participantes de las Organizaciones / Instituciones: <ul style="list-style-type: none"> ▶ San Francisco ▶ El Pajonal ▶ Artesanías Lidia
Logro de los objetivos	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Transferir herramientas efectivas para un mejoramiento de las capacidades de mercadeo y ventas ▶ Aplicar las herramientas a cada emprendimiento de acuerdo a sus necesidades específicas <p>Logros alcanzados:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Se capacitó a 7 personas en proceso de ventas, conocimiento del producto, mezcla de mercadotecnia, binomio producto mercado y estudios de mercado. ▶ Se aplicaron las herramientas provocando un proceso de reflexión para el mejoramiento de las prácticas ▶ Se logró un buen ambiente de trabajo y la cooperación sinérgica entre los diferentes emprendimientos
Descripción de la actividad	<p>El taller se desarrolló con total normalidad. Las asistentes demostraron una excelente actitud y predisposición para el trabajo. Las participantes de Artesanías Lidia manifestaron que no podía participar en todo el taller por cuanto tenían comprometidas otras actividades en la tarde.</p> <p>Se utilizaron técnicas de presentación con apoyo audiovisual, presentaciones, visualización, etc.</p>
Facilitador/a	Ing. Wilson Andrade Miranda
Metodología de trabajo	<p>Se procedió a la presentación del evento, los asistentes y la agenda.</p> <p>Se trabajaron 8 temas, cada uno con un ejercicio de aplicación de 15 a 30 minutos.</p> <p>Se prepararon presentaciones por parte de los emprendimientos que luego fueron socializadas en plenaria.</p>
Instrumentos y material	<p>Herramientas e instrumentos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Presentación ▶ Internet para identificar buenas prácticas

	Materiales y equipos: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Proyector digital ▶ Computadora Portátil ▶ Marcadores ▶ Pizarrón tiza Líquida ▶ Borrador ▶ Papelotes ▶ Puntero láser ▶ Globos
Lecciones aprendidas	<p>Existe un importante conocimiento de los aspectos técnicos de la producción en los tres emprendimientos presentes.</p> <p>El mayor interés que tienen es mejorar y/o aprender técnicas de mercadeo, en particular diseño de marca y producto conforme la demanda del mercado.</p> <p>Los emprendimientos tienen productos de buena calidad.</p>

AGENDA REALIZADA

Evento	Marketing y ventas
Fecha	Viernes 12 de octubre de 2012

Hora	Actividad / Tema	Método	Herramienta	Responsable
09:00 09:30	Registro Presentación Agenda Compromisos Metodología	Presentación		Organizadores Facilitador Participantes
09:30 10:15	El Proceso de Ventas: Conocimiento de la empresa	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
10:15 11:00	Conocimiento del producto	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
11:00 11.15	Receso			

Actividad / Tema	Método	Herramienta	Responsable
------------------	--------	-------------	-------------

11:15		Presentación	Power Point	Facilitador
12:00	Relación producto – beneficios	Trabajo en grupos	Papelotes Lluvia de ideas	Participantes
12:00	Conocimiento del sector y la competencia	Presentación		Organizadores Facilitador Participantes
12:45	Marketing Mix:	Presentación	Power Point	Facilitador
13:15	Precio Plaza Producto Promoción	Trabajo en grupos	Papelotes Lluvia de ideas	Participantes
13:15 14:00	Receso			

Hora	Actividad / Tema	Método	Herramienta	Responsable
14:00 15:00	Marketing Mix: Continuación	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
15:00 15:45	Binomio Producto – Mercado	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	
15:45 16:30	Elementos para realizar un Estudio de mercado	Presentación Trabajos en grupo	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
16:30 17:00	Cierre			



Fotografía. Taller, visualización con tarjetas



Fotografía1. Aplicación de conceptos de marketing, trabajo en grupos



Fotografía. Ejercicio Técnicas de Ventas

3.3.2. Producción y Organización

Evento	Procesos de producción
Fecha	Viernes, 19 de octubre de 2012
Lugar	Cantón Espejo, instalaciones de la Asociación de Artesanos
Participantes	6 participantes de las Organizaciones / Instituciones: <ol style="list-style-type: none"> 1. San Francisco 2. El Pajonal 3. Artesanías Lidia 4. Comuna la Libertad – Lagunas de El Voladero
Logro de los objetivos	<p>Objetivo:</p> <p>El objetivo del curso, fue transmitir los conocimientos generales sobre la correcta identificación de procesos y de cuellos de botella, a lo largo de la cadena de producción de los bienes y servicios</p> <p>Los logros obtenidos:</p> <p>Se trasmitió a 6 participantes las bases generales sobre la correcta identificación de procesos y de cuellos de botella, a lo largo de la cadena de producción de los bienes y servicios.</p> <p>Mejoraron las habilidades de los participantes en la identificación de cuellos de botella, así como sus posibles causas.</p> <p>Además de la transmisión de conocimientos generales de producción, se</p>

	<p>impartió las bases fundamentales y mejores prácticas actuales a lo largo de los procesos, enfatizando la calidad total y la orientación a la satisfacción de los clientes, tanto internos como externos.</p>
Descripción de la actividad	<p>La capacitación inicio con la presentación de cada uno de los participantes, mediante la utilización de tarjetas. En la misma dinámica se pidió, a cada uno, una breve descripción de las organizaciones a las cuales pertenecían, así como de sus expectativas del curso.</p> <p>Por otro lado, para la realización de talleres y ejercicios, se organizó grupos de acuerdo a cada emprendimiento, teniendo 3 grupos de trabajo en total (Aso. San Francisco, Grupo el Pajonal y Comuna la Libertad)</p> <p>A las 11 de la mañana, en el mismo lugar de capacitación, se dispuso de 15 minutos, para proporcionar a cada asistente un refrigerio, para posteriormente continuar con la temática propuesta hasta las 13:15.</p>
Facilitador/a	Ing. Irene Quinatoa
Metodología de trabajo	<p>Para el desarrollo del curso, se utilizó una presentación de diapositivas, para transmitir los conocimientos de una manera ilustrativa, acompañados de ejercicios participativos que fomentan el trabajo en equipo.</p> <p>Adicionalmente, se utilizó papelotes y tarjetas que permitieron la aplicación de los conocimientos adquiridos.</p>
Instrumentos y material	<p>Herramientas e instrumentos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Revisión de casos prácticos ▶ Exposiciones por parte de los participantes, sobre los problemas que ellos identificaban en sus emprendimientos ▶ Exposición de Videos ilustrativos. <p>Materiales y equipos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Proyector digital ▶ Computadora Portátil ▶ Papelotes y tarjetas ▶ Marcadores ▶ Pizarrón tiza Líquida ▶ Borrador
Lecciones aprendidas	<p>Dentro herramientas e instrumentos de trabajo, el instructor debe preparar material y ejemplos que se adapten a cada uno de los emprendimientos representados en el auditorio al cual esta capacitando.</p> <p>Es imperativo capacitar no solo a los líderes de las organizaciones, sino a por lo menos 3 miembros de cada una de ellas, a fin de lograr un mayor impacto del proceso de formación.</p> <p>El proceso de capacitación resulta de mayor impacto si el instructor motiva la identificación de problemas y soluciones que se puedan utilizar como insumos para la toma de decisiones.</p> <p>Para el desarrollo de prácticas o ejercicios, parte de los contenidos de la capacitación, es de vital importancia formar grupos de trabajo homogéneos, y orientar las acciones hacia la aplicación en sus propios emprendimientos.</p>

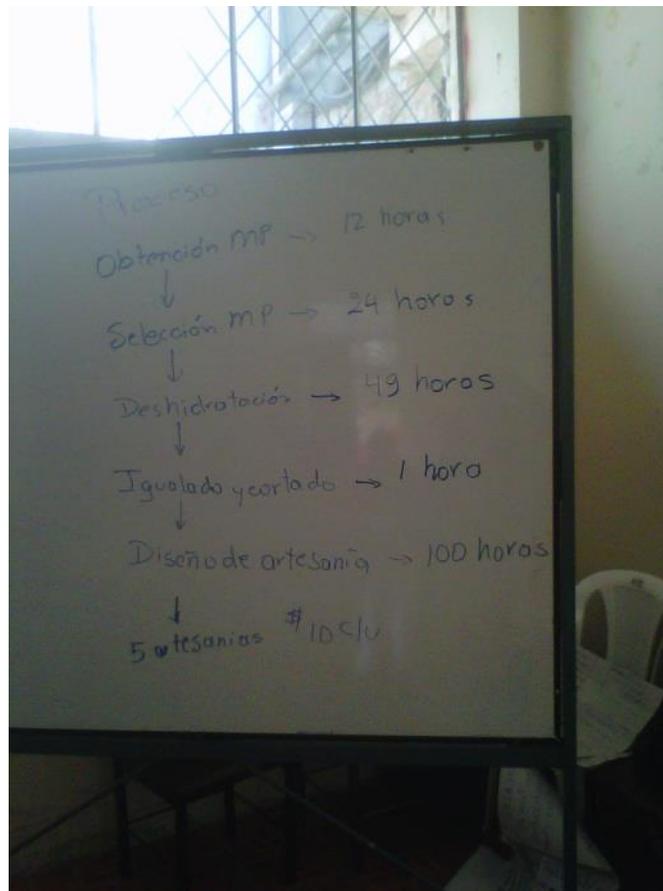
	<p>dimientos, a fin de crear un sentido de propiedad del proceso del cual están formando parte.</p> <p>Con respecto al manejo de registros, es necesario hacer un correcto seguimiento de cada uno de los participantes, para lo cual se debe incluir espacios para el ingreso de datos como correo electrónico y teléfonos de contacto.</p> <p>Es necesario incluir en los registros de evaluación del evento un espacio para registrar necesidades de capacitación dentro de las organizaciones, para gestiones futuras.</p>
--	--

AGENDA REALIZADA

Evento	Procesos de producción
Fecha	Viernes, 19 de octubre de 2012
Hora	Actividad / Tema
09:00 - 09:30	Registro, Presentación, Agenda, Compromisos, Metodología
09:30 - 10:15	¿Qué es proceso? Mapeo de proceso productivos
10:15 - 11:00	Selección de procesos críticos
11:00 - 11.15	Receso
11:15 - 12:00	Diagramas de flujo
12:00 - 12:45	Identificación de cuellos de botella
12:45 - 13:15	Análisis causa – efecto
13:15	Cierre



Fotografía. Identificación de procesos de producción



Fotografía. Identificación de procesos críticos.



Fotografía2. Identificación de cuellos de botella en cada emprendimiento

Evento	Curso de Organización
Fecha	Viernes, 19 de octubre de 2012
Lugar	Cantón Espejo, instalaciones de la Asociación de Artesanos
Participantes	6 participantes de las Organizaciones / Instituciones: <ul style="list-style-type: none"> ▶ San Francisco ▶ El Pajonal ▶ Artesanías Lidia ▶ Comuna la Libertad – Lagunas de El Voladero
Logro de los objetivos	<p>Objetivo: El objetivo del curso, fue proporcionar a los asistentes herramientas válidas gestión administrativa, que colaboren con la consecución de los objetivos organizacionales propuestos, así como la creación de un ambiente laboral propicio que permita el desarrollo de los miembros de la misma.</p> <p>Logros obtenidos:</p> <p>Se proporcionó a 6 participantes herramientas de gestión administrativa generales.</p> <p>Adicionalmente, los participantes aprendieron elementos para mejorar la actitud y capacidad de comunicación entre los miembros de las organizaciones.</p>
Descripción de la actividad	De acuerdo a la programación de actividades, estaba previsto realizar una presentación de cada uno de los participantes, sin embargo, debido a que este curso se ejecutó a continuación de otro taller, en el cual participaron las mismas personas, se omitió este paso.

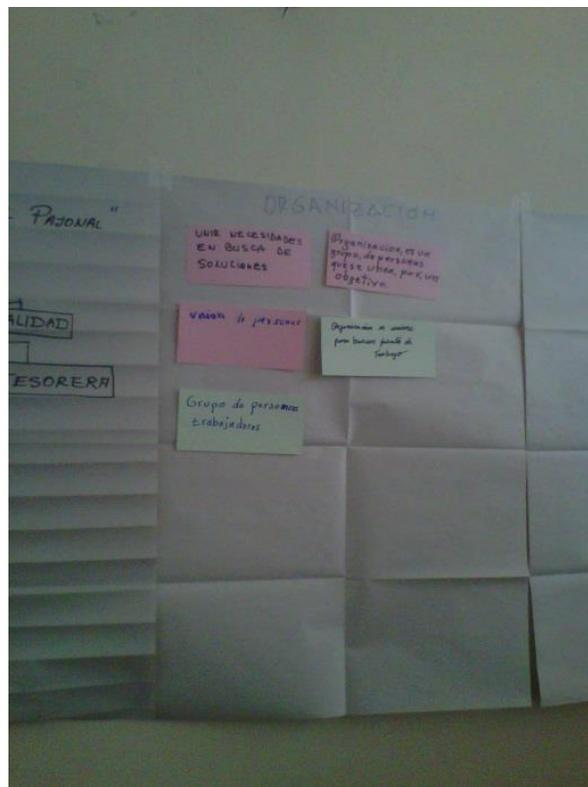
	<p>Por otro lado, para la realización de talleres y ejercicios, se organizó grupos de acuerdo a cada emprendimiento, teniendo 3 grupos de trabajo en total (Aso. San Francisco, Grupo el Pajonal y Comuna la Libertad)</p> <p>El taller inició a las 13:45 y culminó a las 17:45, aproximadamente</p>
Facilitador/a	Ing. Irene Quinatoa
Metodología de trabajo	<p>Para el desarrollo del curso, se utilizó una presentación de diapositivas, para transmitir los conocimientos de una manera ilustrativa, acompañados de ejercicios participativos que fomentan el trabajo en equipo.</p> <p>Adicionalmente, se utilizó papelotes y tarjetas que permitieron la aplicación de los conocimientos adquiridos.</p>
Instrumentos y material	<p>Herramientas e instrumentos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Revisión de casos prácticos ▶ Exposiciones por parte de los participantes, sobre las situaciones que ellos identificaban en sus emprendimientos ▶ Exposición de videos ilustrativos. <p>Materiales y equipos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Proyector digital ▶ Computadora Portátil ▶ Papelotes y tarjetas ▶ Marcadores ▶ Pizarrón tiza Líquida ▶ Borrador
Lecciones aprendidas	<p>Dentro herramientas e instrumentos de trabajo, el instructor debe preparar material y ejemplos que se adapten a cada uno de los emprendimientos representados en el auditorio al cual esta capacitando.</p> <p>Es imperativo capacitar no solo a los líderes de las organizaciones, sino a por lo menos 3 miembros de cada una de ellas, a fin de lograr un mayor impacto del proceso de formación.</p> <p>El proceso de capacitación resulta de mayor impacto si el instructor motiva la identificación de problemas y soluciones que se puedan utilizar como insumos para la toma de decisiones.</p> <p>Para el desarrollo de prácticas o ejercicios, parte de los contenidos de la capacitación, es de vital importancia formar grupos de trabajo homogéneos, y orientar las acciones hacia la aplicación en sus propios emprendimientos, a fin de crear un sentido de propiedad del proceso del cual están formando parte.</p> <p>Con respecto al manejo de registros, es necesario hacer un correcto se-</p>

	<p>guimiento de cada uno de los participantes, para lo cual se debe incluir espacios para el ingreso de datos como correo electrónico y teléfonos de contacto.</p> <p>Es necesario incluir en los registros de evaluación del evento un espacio para registrar necesidades de capacitación dentro de las organizaciones, para gestiones futuras.</p>
--	--

AGENDA REALIZADA

Evento	Capacitación_ Organización
Fecha	Viernes 19 de octubre de 2012

Hora	Actividad / Tema
	Registro, Presentación, Agenda, Compromisos, Metodología
13:45 – 14:30	Formación de grupos de trabajo y línea de vida
14:30 – 15:30	Organigramas estructurales y funcionales
15:30 – 16:30	Motivación y liderazgo
16:30 – 17:45	Trabajo en equipo / comunicación asertiva



Fotografía. Definición de organización



Fotografía. Análisis de organigramas estructurales



Fotografía. Análisis de organigramas funcionales



Fotografía. Análisis de organigramas funcionales



Fotografía. Dinámica de trabajo en equipo

3.3.3. Diseño de marca y producto con enfoque patrimonial

Evento	Capacitación específica: Diseño de marca y producto con enfoque patrimonial
Fecha	Viernes 26 de octubre de 2012
Lugar	Cantón Espejo, Parroquia el Ángel, instalaciones Asociación de Artesanos
Participantes	3 participantes de las Organizaciones / Instituciones: <ul style="list-style-type: none"> ▶ El Pajonal ▶ Artesanías Lidia

	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Comuna La Libertad – Lagunas de El Voladero
Logro de los objetivos	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Transferir herramientas efectivas para el mejoramiento de la calidad del producto y su marca ▶ Aplicar las herramientas a cada emprendimiento de acuerdo a sus necesidades específicas <p>Logros alcanzados:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Se capacitó a 3 personas en diseño de marca y diseño de producto considerando los atributos patrimoniales. Se trataron temas tales como: Concepto de marca, fortalezas patrimoniales para el uso en la marca, posicionamiento de marca, Fortalezas patrimoniales como elementos para el argumentario de ventas, estudio de mercado, posicionamiento, diseño de producto. ▶ Se aplicaron las herramientas provocando un proceso de reflexión para el mejoramiento del diseño de producto. ▶ Se logró un buen ambiente de trabajo y la cooperación sinérgica entre los diferentes emprendimientos
Descripción de la actividad	<p>El taller se desarrolló sin dificultades. Aprovechando que los asistentes conocen de los atributos patrimoniales de sus productos se trabajó en visualizar la potencialidad de los mismos para el diseño de sus marcas e innovación de productos.</p>
Facilitador/a	Ing. Eduardo Portero
Metodología de trabajo	<p>Se procedió a la presentación del evento, los asistentes y la agenda. Se trabajaron 8 temas, cada uno con un ejercicio de aplicación de 15 a 30 minutos. Se prepararon presentaciones por parte de los emprendimientos que luego fueron socializadas en plenaria. Se trabajó con numerosos ejemplos de marca e isotipos para que los participantes identifiquen los elementos fundamentales de las marcas.</p>
Instrumentos y material	<p>Herramientas e instrumentos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Presentación ▶ Internet para identificar buenas prácticas <p>Materiales y equipos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Proyector digital ▶ Computadora Portátil ▶ Marcadores ▶ Pizarrón tiza Líquida ▶ Borrador ▶ Papelotes
Lecciones aprendidas	Existen importantes elementos patrimoniales, particularmente vinculado al patrimonio natural, para el diseño de una marca territorial, de empresa

	y de producto en la zona.
--	---------------------------

AGENDA REALIZADA

Evento	Capacitación Específico: Diseño de marca y producto con enfoque patrimonial
Fecha	Viernes 26 de octubre de 2012

Hora	Actividad / Tema	Método	Herramienta	Responsable
09:00 09:30	Registro Presentación Agenda Compromisos Metodología	Presentación		Organizadores Facilitador Participantes
09:30 10:15	¿Qué es la marca? Elementos y estrategias para posicionar la marca	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes	Facilitador Participantes
10:15 11:00	Fortalezas o características patrimoniales de los emprendimientos para la marca	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Fichas de evaluación	Facilitador Participantes
11:00 11.15	Receso			

Hora	Actividad / Tema	Método	Herramienta	Responsable
11:15 12:00	Estudio de mercado Características, ventajas y beneficios para el cliente	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
12:00 12:45	Fortalezas patrimoniales	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Organizadores Facilitador Participantes

12:45 13:15	Clínica de Ventas	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
13:15 14:00	Almuerzo			
14:00 15:00	Características, Ventajas y Beneficios	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
15:00 15:45	La marca y el posicionamiento	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
15:45 16:30	Identidad de marca	Presentación Trabajos en grupo	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
16:30 17:00	Cierre			



Fotografía: Taller



Fotografía: Ejercicio de análisis de atributos y beneficios de producto aplicado



Fotografía: Muestra de producto artesanal elaborado con paja de páramo

3.4. Cantón Mira

3.4.1. Marketing

Evento	Marketing y ventas
Fecha	Domingo 14 de octubre de 2012
Lugar	Cantón Mira, Parroquia Mira, instalaciones GAD Mira
Participantes	11 participantes de las Organizaciones / Instituciones: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Asociación Raíces Negras ▶ Asociación Manos Productivas ▶ Refugio Oshun – Conamune Carchi ▶ Gotitas de esperanza
Logro de los objetivos	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Transferir herramientas efectivas para un mejoramiento de las capacidades de mercadeo y ventas ▶ Aplicar las herramientas a cada emprendimiento de acuerdo a sus necesidades específicas <p>Logros alcanzados:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Se capacitó a 11 personas en proceso de ventas, conocimiento del producto, mezcla de mercadotecnia, binomio producto mercado y estudios de mercado. ▶ Se aplicaron las herramientas provocando un proceso de reflexión para el mejoramiento de las prácticas ▶ Se logró un buen ambiente de trabajo y la cooperación sinérgica entre los diferentes emprendimientos
Descripción de la actividad	<p>El taller se desarrolló con total normalidad. Las asistentes demostraron una excelente actitud y predisposición para el trabajo.</p> <p>Se realizó una degustación del Tardón Mireño y de las Mermeladas preparadas por el grupo Gotitas de Esperanza. Se exhibieron productos artesanales de Refugio Oshun.</p> <p>La agenda fue cumplida en su totalidad.</p>
Facilitador/a	Ing. Wilson Andrade Miranda
Metodología de trabajo	<p>Se procedió a la presentación del evento, los asistentes y la agenda.</p> <p>Se trabajaron 8 temas, cada uno con un ejercicio de aplicación de 15 a 30 minutos.</p> <p>Se prepararon presentaciones por parte de los emprendimientos que luego fueron socializadas en plenaria.</p>
Instrumentos y material	<p>Herramientas e instrumentos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Presentación ▶ Internet para identificar buenas prácticas <p>Materiales y equipos:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Proyector digital ▶ Computadora Portátil ▶ Marcadores ▶ Pizarrón tiza Líquida ▶ Borrador ▶ Papelotes ▶ Puntero láser ▶ Globos
Lecciones aprendidas	<p>Existe un importante conocimiento de los aspectos técnicos de la producción en los cuatro emprendimientos presentes. El Tardón Mireño es un producto con dos años en el mercado y se halla en proceso de obtener registro sanitario.</p> <p>Los grupos artesanales Oshum y Raíces negras trabajan temas de barro y manifiestan que su mayor dificultad es el mercado. Igual ocurre con Gotitas de esperanza y sus mermeladas.</p> <p>El mayor interés que tienen es mejorar y/o aprender técnicas de mercadeo, en particular diseño de marca y producto conforme la demanda del mercado, ya que manifiestan que han recibido capacitación para la fase productiva desde diversas instancias.</p> <p>Los emprendimientos tienen productos de buena calidad e indican haber recibido capacitación en temas de producción.</p>

Evento	Marketing y ventas
Fecha	Viernes 12 de octubre de 2012

Hora	Actividad / Tema	Método	Herramienta	Responsable
09:00 09:30	Registro Presentación Agenda Compromisos Metodología	Presentación		Organizadores Facilitador Participantes
09:30 10:15	El Proceso de Ventas: Conocimiento de la empresa	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
10:15 11:00	Conocimiento del producto	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
11:00 11.15	Receso			

Actividad / Tema	Método	Herramienta	Responsable	
11:15	Presentación	Power Point	Facilitador	
12:00	Relación producto – beneficios	Trabajo en grupos	Papelotes Lluvia de ideas	Participantes
12:00	Conocimiento del sector y la competencia	Presentación	Organizadores Facilitador Participantes	
12:45	Marketing Mix:	Presentación	Power Point	Facilitador
13:15	Precio Plaza Producto Promoción	Trabajo en grupos	Papelotes Lluvia de ideas	Participantes
13:15 14:00	Receso			

Hora	Actividad / Tema	Método	Herramienta	Responsable
14:00 15:00	Marketing Mix: Continuación	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
15:00 15:45	Binomio Producto – Mercado	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	
15:45 16:30	Elementos para realizar un Estudio de mercado	Presentación Trabajos en grupo	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
16:30 17:00	Cierre			



Fotografía3. Presentación del trabajo grupal en plenaria



Fotografía. Aplicación de conceptos de marketing, Mensaje de venta



Fotografía. Aplicación de conceptos de marketing, trabajo en grupos

3.4.2. Producción y Organización

Evento	Procesos de producción
Fecha	Sábado, 13 de octubre de 2012
Lugar	Cantón Mira, instalaciones del GAD Municipal de Mira
Participantes	Nelly Madera Rosa Campués Montserrat Navarrete Ángel Ruiz Elisa Borja Inés Folleco Olga Maldonado Mery Calderón María Clide
Logro de los objetivos	<p>Objetivo:</p> <p>El objetivo del curso, fue transmitir los conocimientos generales sobre la correcta identificación de procesos y de cuellos de botella, a lo largo de la cadena de producción de los bienes y servicios</p> <p>Los logros obtenidos:</p> <p>Se trasmitió a 9 participantes las bases generales sobre la correcta identificación de procesos y de cuellos de botella, a lo largo de la cadena de</p>

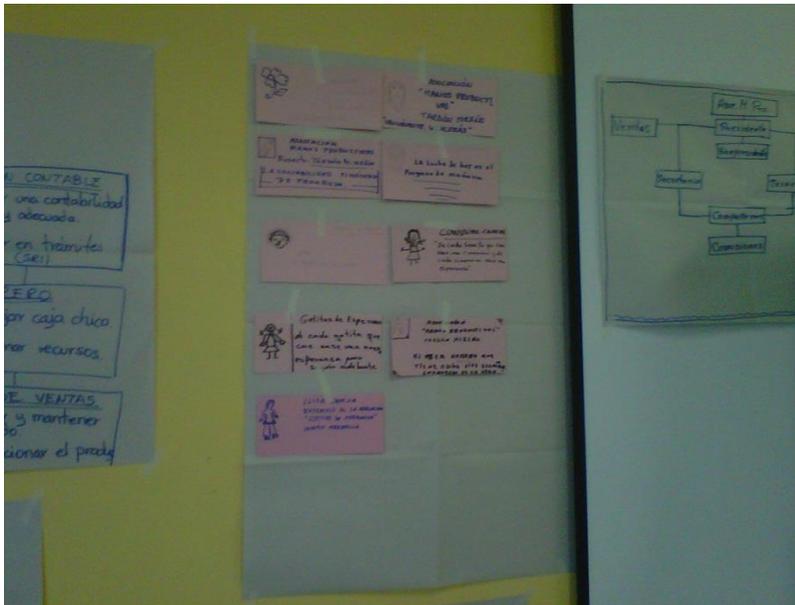
	<p>producción de los bienes y servicios.</p> <p>Mejoraron las habilidades de los participantes en la identificación de cuellos de botella, así como sus posibles causas.</p> <p>Además de la transmisión de conocimientos generales de producción, se impartió las bases fundamentales y mejores prácticas actuales a lo largo de los procesos, enfatizando la calidad total y la orientación a la satisfacción de los clientes, tanto internos como externos.</p>
Descripción de la actividad	<p>De acuerdo al cronograma previsto, la capacitación inicio con la presentación de cada uno de los participantes, mediante la utilización de tarjetas. En la misma dinámica se pidió, a cada uno, una breve descripción de las organizaciones a las cuales pertenecían, así como de sus expectativas del curso.</p> <p>Por otro lado, para la realización de talleres y ejercicios, se organizó grupos de acuerdo a cada emprendimiento, teniendo 3 grupos de trabajo en total (Aso. Manos productivas, Aso. Gotitas de Esperanza y Aso. Raíces Negras)</p> <p>A las 11 de la mañana, en el mismo lugar de capacitación, se dispuso de 15 minutos, para proporcionar a cada asistente un refrigerio, para posteriormente continuar con la temática propuesta hasta las 13:15.</p>
Facilitador/a	Ing. Irene Quinatoa
Metodología de trabajo	<p>Para el desarrollo del curso, se utilizó una presentación de diapositivas, para transmitir los conocimientos de una manera ilustrativa, acompañados de ejercicios participativos que fomentan el trabajo en equipo.</p> <p>Adicionalmente, se utilizó papelotes y tarjetas que permitieron la aplicación de los conocimientos adquiridos.</p>
Instrumentos y material	<p>Herramientas e instrumentos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Revisión de casos prácticos ▶ Exposiciones por parte de los participantes, sobre los problemas que ellos identificaban en sus emprendimientos ▶ Exposición de Videos ilustrativos. <p>Materiales y equipos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Proyector digital ▶ Computadora Portátil ▶ Papelotes y tarjetas ▶ Marcadores ▶ Pizarrón tiza Líquida

	► Borrador
Lecciones aprendidas	<p>Es imperativo capacitar no solo a los líderes de las organizaciones, sino a por lo menos 3 miembros de cada una de ellas, a fin de lograr un mayor impacto del proceso de formación.</p> <p>El proceso de capacitación resulta de mayor impacto si el instructor motiva la identificación de problemas y soluciones que se puedan utilizar como insumos para la toma de decisiones.</p> <p>Para el desarrollo de prácticas o ejercicios, parte de los contenidos de la capacitación, es de vital importancia formar grupos de trabajo homogéneos, y orientar las acciones hacia la aplicación en sus propios emprendimientos, a fin de crear un sentido de propiedad del proceso del cual están formando parte.</p> <p>Con respecto al manejo de registros, es necesario hacer un correcto seguimiento de cada uno de los participantes, para lo cual se debe incluir espacios para el ingreso de datos como correo electrónico y teléfonos de contacto.</p>

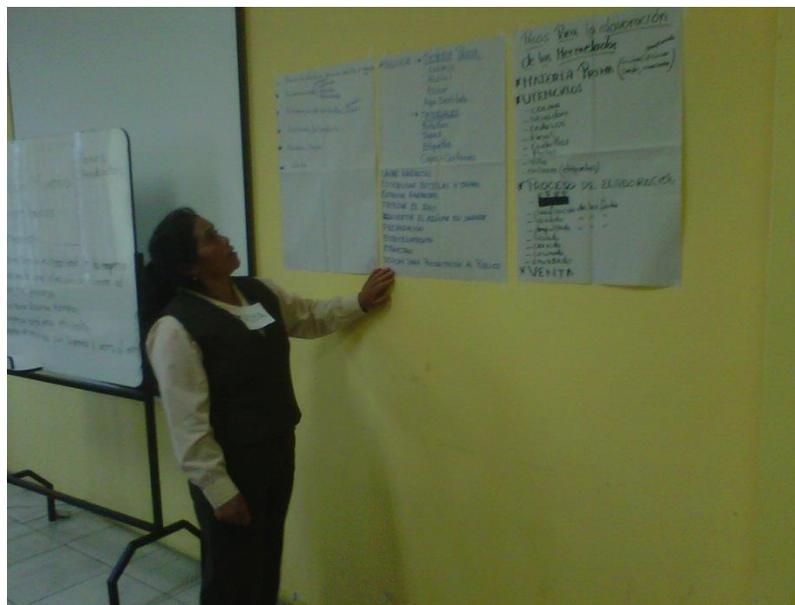
AGENDA REALIZADA

Evento	Capacitación_ Producción
Fecha	Sábado 13 de octubre de 2012

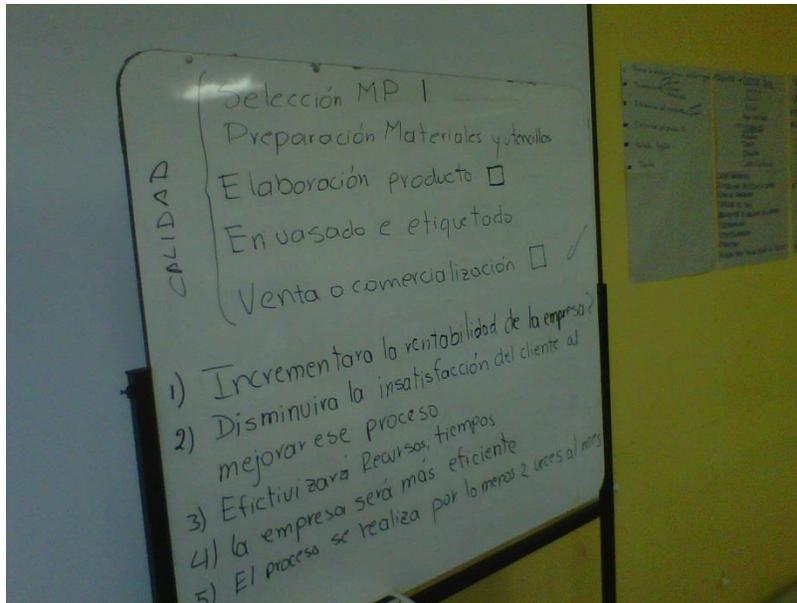
Hora	Actividad / Tema
09:00 - 09:30	Registro, Presentación, Agenda, Compromisos, Metodología
09:30 - 10:15	¿Qué es proceso? Mapeo de proceso productivos
10:15 - 11:00	Selección de procesos críticos
11:00 - 11.15	Receso
11:15 - 12:00	Diagramas de flujo
12:00 - 12:45	Identificación de cuellos de botella
12:45 - 13:15	Análisis causa - efecto
13:15	Cierre



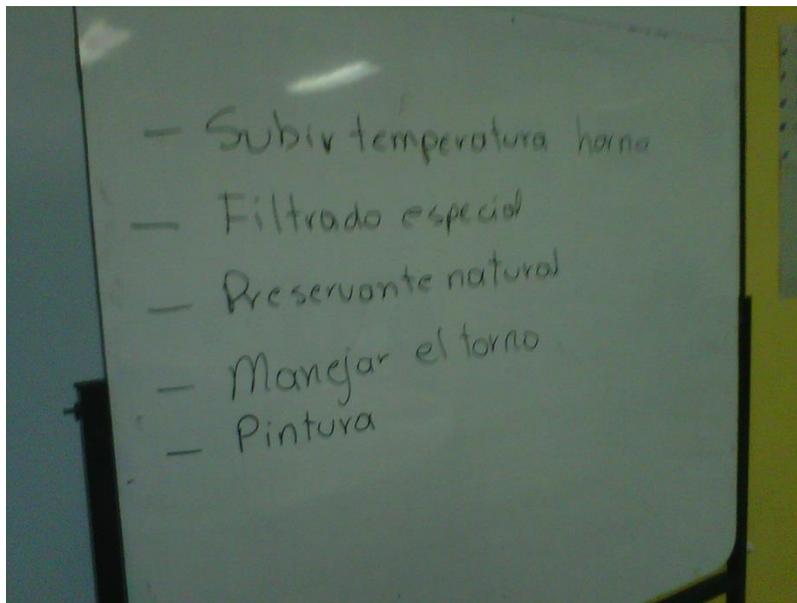
Fotografía. Presentación de participantes



Fotografía. Identificación de procesos



Fotografía. Identificación de procesos críticos.



Fotografía. Identificación de cuellos de botella en cada emprendimiento



Fotografía. Analisis Causa efecto de cuellos de botella



Fotografía. Analisis Causa efecto de cuellos de botella

Evento	Curso de Organización
Fecha	Sábado, 13 de octubre de 2012
Lugar	Cantón Mira, instalaciones del GAD Municipal de Mira
Participantes	Nelly Madera Rosa Campués Montserrat Navarrete Ángel Ruiz Elisa Borja Inés Folleco Olga Maldonado

	Mery Calderón María Clide
Logro de los objetivos	<p>Objetivo:</p> <p>El objetivo del curso, fue proporcionar a los asistentes herramientas válidas gestión administrativa, que colaboren con la consecución de los objetivos organizacionales propuestos, así como la creación de un ambiente laboral propicio que permita el desarrollo de los miembros de la misma.</p> <p>Logros obtenidos:</p> <p>Se proporcionó a 9 participantes herramientas de gestión administrativa generales.</p> <p>Adicionalmente, los participantes aprendieron elementos para mejorar la actitud y capacidad de comunicación entre los miembros de las organizaciones.</p>
Descripción de la actividad	<p>De acuerdo a la programación de actividades, estaba previsto realizar una presentación de cada uno de los participantes, sin embargo, debido a que este curso se ejecutó a continuación de otro taller, en el cual participaron las mismas personas, se omitió este paso.</p> <p>Por otro lado, para la realización de talleres y ejercicios, se organizó grupos de acuerdo a cada emprendimiento, teniendo 3 grupos de trabajo en total (Aso. Manos productivas, Aso. Gotitas de Esperanza y Aso. Raíces Negras)</p> <p>El taller inició a las 13:45 y culminó a las 17:45, aproximadamente</p>
Facilitador/a	Ing. Irene Quinatoa
Metodología de trabajo	<p>Para el desarrollo del curso, se utilizó una presentación de diapositivas, para transmitir los conocimientos de una manera ilustrativa, acompañados de ejercicios participativos que fomentan el trabajo en equipo.</p> <p>Adicionalmente, se utilizó papelotes y tarjetas que permitieron la aplicación de los conocimientos adquiridos.</p>
Instrumentos y material	<p>Herramientas e instrumentos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Revisión de casos prácticos ▶ Exposiciones por parte de los participantes, sobre las situaciones que ellos identificaban en sus emprendimientos ▶ Exposición de videos ilustrativos.

	<p>Materiales y equipos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Proyector digital ▶ Computadora Portátil ▶ Papelotes y tarjetas ▶ Marcadores ▶ Pizarrón tiza Líquida ▶ Borrador
Lecciones aprendidas	<p>Es imperativo capacitar no solo a los líderes de las organizaciones, sino a por lo menos 3 miembros de cada una de ellas, a fin de lograr un mayor impacto del proceso de formación.</p> <p>El proceso de capacitación resulta de mayor impacto si el instructor motiva la identificación de problemas y soluciones que se puedan utilizar como insumos para la toma de decisiones.</p> <p>Para el desarrollo de prácticas o ejercicios, parte de los contenidos de la capacitación, es de vital importancia formar grupos de trabajo homogéneos, y orientar las acciones hacia la aplicación en sus propios emprendimientos, a fin de crear un sentido de propiedad del proceso del cual están formando parte.</p> <p>Con respecto al manejo de registros, es necesario hacer un correcto seguimiento de cada uno de los participantes, para lo cual se debe incluir espacios para el ingreso de datos como correo electrónico y teléfonos de contacto.</p> <p>Es necesario incluir en los registros de evaluación del evento un espacio para registrar necesidades de capacitación dentro de las organizaciones, para gestiones futuras.</p>

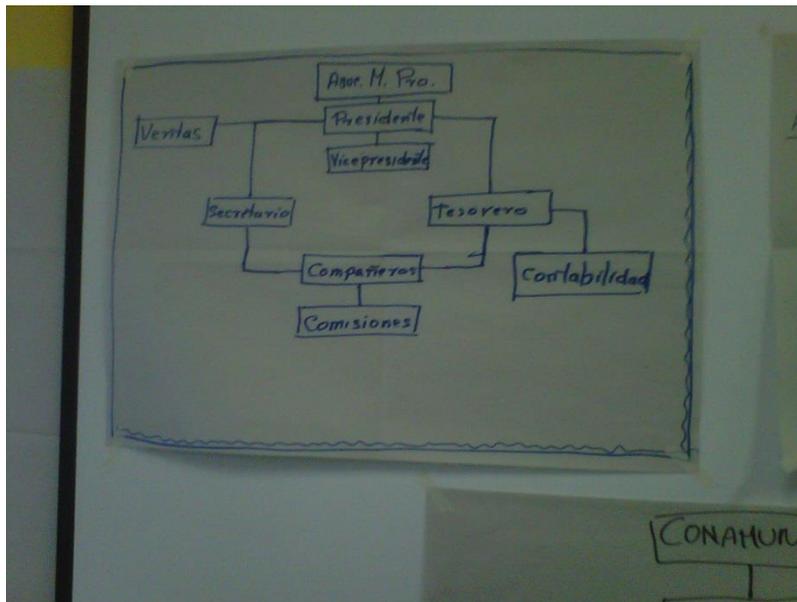
AGENDA REALIZADA

Evento	Capacitación_ Organización
Fecha	Sábado 13 de octubre de 2012

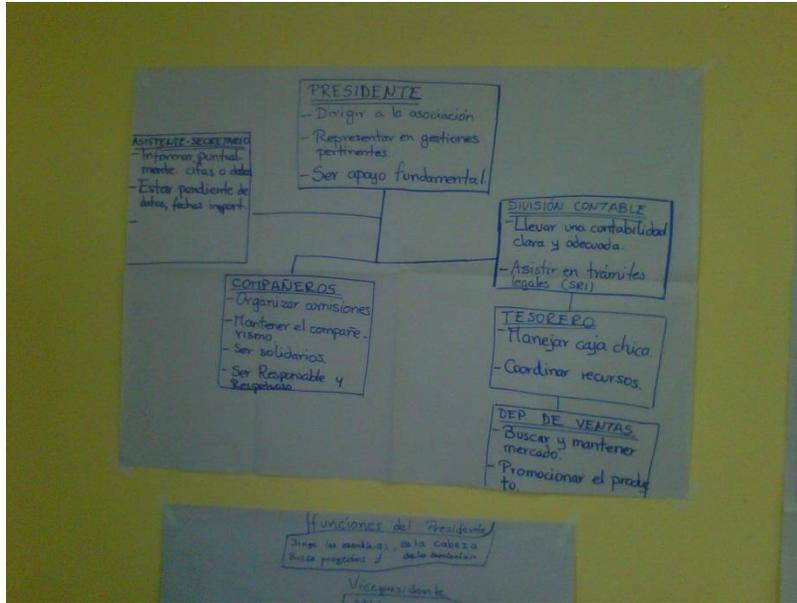
Hora	Actividad / Tema
	Registro, Presentación, Agenda, Compromisos, Metodología
13:45 – 14:30	Formación de grupos de trabajo y línea de vida
14:30 – 15:30	Organigramas estructurales y funcionales
15:30 – 16:30	Motivación y liderazgo



Fotografía. Definición de organización



Fotografía. Análisis de organigramas estructurales



Fotografía. Análisis de organigramas funcionales



Fotografía. Dinámica de trabajo en equipo



Fotografía. Dinámica de trabajo en equipo



Fotografía. Desarrollo de conceptos sobre motivación

3.4.3. Diseño de marca y producto con enfoque patrimonial

Evento	Capacitación específica: Diseño de marca y producto con enfoque patrimonial
Fecha	Sábado 27 de octubre de 2012
Lugar	Cantón Mira, Parroquia Mira, instalaciones del GAD Mira
Participantes	6 participantes de las Organizaciones / Instituciones: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Asociación Raíces Negras ▶ Refugio Oshum ▶ Asociación Manos Productivas

	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Gotitas de Esperanza
Logro de los objetivos	<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Transferir herramientas efectivas para el mejoramiento de la calidad del producto y su marca ▶ Aplicar las herramientas a cada emprendimiento de acuerdo a sus necesidades específicas <p>Logros alcanzados:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Se capacitó a 6 personas en diseño de marca y diseño de producto considerando los atributos patrimoniales. Se trataron temas tales como: Concepto de marca, fortalezas patrimoniales para el uso en la marca, posicionamiento de marca, Fortalezas patrimoniales como elementos para el argumentario de ventas, estudio de mercado, posicionamiento, diseño de producto. ▶ Se aplicaron las herramientas provocando un proceso de reflexión para el mejoramiento del diseño de producto. ▶ Se logró un buen ambiente de trabajo y la cooperación sinérgica entre los diferentes emprendimientos
Descripción de la actividad	<p>El taller se desarrolló con normalidad. Aprovechando que los asistentes conocen de los atributos patrimoniales de sus productos se trabajó en visualizar la potencialidad de los mismos para el diseño de sus marcas e innovación de productos. Se realizó una clínica de ventas para reforzar el tema comercial, principal pedido de éste y todos los cantones. Se atendió a una problemática surgida en el transcurso de la semana con la Asociación Manos Productivas, debido a la competencia desleal e ilegal de un licor que adoptó un nombre similar.</p>
Facilitador/a	Ing. Eduardo Portero
Metodología de trabajo	<p>Se procedió a la presentación del evento, los asistentes y la agenda. Se trabajaron 8 temas, cada uno con un ejercicio de aplicación de 15 a 30 minutos. Se prepararon presentaciones por parte de los emprendimientos que luego fueron socializadas en plenaria. Se trabajó con numerosos ejemplos de marca e isotipos para que los participantes identifiquen los elementos fundamentales de las marcas.</p>
Instrumentos y material	<p>Herramientas e instrumentos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Presentación ▶ Internet para identificar buenas prácticas <p>Materiales y equipos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Proyector digital ▶ Computadora Portátil ▶ Marcadores ▶ Pizarrón tiza Líquida ▶ Borrador

	▶ Papelotes
Lecciones aprendidas	Existen importantes elementos patrimoniales, particularmente vinculado al patrimonio natural, para el diseño de una marca territorial, de empresa y de producto en la zona.

AGENDA REALIZADA

Evento	Capacitación Específico: Diseño de marca y producto con enfoque patrimonial
Fecha	Sábado 27 de octubre de 2012

Hora	Actividad / Tema	Método	Herramienta	Responsable
09:00 09:30	Registro Presentación Agenda Compromisos Metodología	Presentación		Organizadores Facilitador Participantes
09:30 10:15	¿Qué es la marca? Elementos y estrategias para posicionar la marca	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes	Facilitador Participantes
10:15 11:00	Fortalezas o características patrimoniales de los emprendimientos para la marca	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Fichas de evaluación	Facilitador Participantes
11:00 11.15	Receso			
11:15 12:00	Estudio de mercado Características, ventajas y beneficios para el cliente	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
12:00 12:45	Fortalezas patrimoniales	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Organizadores Facilitador Participantes

12:45 13:15	Clínica de Ventas	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
13:15 14:00	Almuerzo			
14:00 15:00	Características, Ventajas y Beneficios	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
15:00 15:45	La marca y el posicionamiento	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
15:45 16:30	Identidad de marca	Presentación Trabajos en grupo	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
16:30 17:00	Cierre			



Fotografía: Taller



Fotografía: Trabajo en grupo

3.4.4. Gestión Patrimonial

Evento	Taller: Emprendimientos Patrimoniales
Fecha	31 de octubre de 2012
Lugar	Mira / El Ángel
Participantes	<p>Emprendimientos Patrimoniales Seleccionados en la primera fase:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Artesanías Gotitas de Esperanza 2. Refugio Oshum 3. Asociación Raíces Negras 4. Asociación Manos Productivas “Tardón Mireño” 5. Asociación de Artesanas “El Pajonal” 6. Lagunas del Voladero 7. Comuna “San Francisco” 8. Artesanías “Lidia”
Logro de los objetivos	Los objetivos planteados fueron alcanzados a cabalidad. El facilitador cubrió la temática planteada inicialmente; y, por otro lado existió una buena respuesta por parte de los representantes de cada emprendimiento.
Descripción de la actividad	<p>La dinámica del taller se desarrolló a partir de la presentación de diapositivas manteniendo una comunicación directa con los representantes de cada emprendimiento.</p> <p>Prevaleció la horizontalidad en el trato durante los talleres, de modo de resolver cualquier inquietud presentada en el momento mismo de la ex-</p>

	<p>posición.</p> <p>Se buscó que éste sea un espacio de mutuo aprendizaje.</p>
Facilitador/a	<p>Andrés D. Montalvo S. – Técnico – Plan Vive Patrimonio</p>
Metodología de trabajo	<p>El taller fue desarrollado de acuerdo al siguiente esquema y orden:</p> <p>✓ Módulos Teóricos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción <ul style="list-style-type: none"> ▶ Ejes temáticos: 2. Definiciones conceptuales de patrimonio cultural, patrimonio natural y emprendimientos. <ul style="list-style-type: none"> ▶ Patrimonio Natural: Definiciones Ejemplos prácticos ▶ Patrimonio Cultural: Definiciones Ejemplos prácticos Valoración del Patrimonio Cultural ▶ Emprendimientos Patrimoniales: Definiciones 3. Proceso del Emprendimiento. <ul style="list-style-type: none"> ▶ Proceso ▶ Contenido de plan de negocios 4. Tipos de emprendimientos. 5. Enfoques en el desarrollo de emprendimientos con contenidos patrimoniales. <ul style="list-style-type: none"> ▶ Interculturalidad ▶ Derechos Humanos ▶ Género ▶ Diversidad ▶ Plurinacionalidad ▶ Organización ▶ Participación ▶ Liderazgo ▶ Economía Popular y Solidaria ▶ Circuito económico solidario <p>✓ Presentación de Ejercicios Prácticos</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Experiencias exitosas 4. Jambi Kiwa
Instrumentos y	<p>Los instrumentos y materiales utilizados para la ejecución del taller fue-</p>

material	<p>ron los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Presentación ppt. 5. Material didáctico 6. Dinámicas de socialización
Lecciones aprendidas	<ol style="list-style-type: none"> a. Existió una baja asistencia a los talleres por parte de representantes de los emprendimientos convocados, que puede responder a la exigencia propia del trabajo de cada emprendimiento o a factores externos. Frente a esta dificultad, y buscando la disminución de su impacto se podría reforzar la convocatoria con cartas de invitación personalizadas de modo de crear un mayor compromiso de los emprendedores.

AGENDA REALIZADA

Fecha: 31 de octubre de 2012
Lugar: Mira y Ángel
Hora: 09h30 a 13h30

Objetivos

- ▶ Desarrollar conocimientos y habilidades referentes a patrimonio cultural.
- ▶ Consolidar ideas en los emprendedores seleccionados para fortalecer la gestión cultural en el territorio donde se desenvuelven.
- ▶ Sensibilizar a los emprendedores respecto de su participación activa en el conocimiento, identificación, protección, salvaguardia y conservación del patrimonio cultural.
- ▶ Reforzar conocimientos de los contenidos correspondientes a propuestas y planes de negocio de los diferentes emprendimientos patrimoniales.

Programación

08h00 Introducción
08h15 Definiciones conceptuales de patrimonio cultural, patrimonio natural y emprendimientos.
09h00 Proceso del Emprendimiento.
09h45 Tipos de emprendimientos.
10h30 Enfoques en el desarrollo de emprendimientos con contenidos patrimoniales
11h15 Refrigerio
11h35 Presentación de Ejercicios Prácticos
13h00 Almuerzo



Foto: Taller Gestión Patrimonial Mira



Foto: Taller Gestión Patrimonial Mira

3.4.5. Cultura Pasto

Evento	Taller sobre Cultura Pasto
Fecha	3 de noviembre 2012
Lugar	Mira, Carchi
Participantes	Asociación Artesanías Gotitas de Esperanza

	Asociación Manos productivas Tardón Mireño Asociación de Guardas Ambientales Lagunas del Voladero Artesanías Lidia
Logro de los objetivos	Capacitación sobre la historia y la cultura del pueblo Pasto. Capacitación sobre aspectos generales de la historia y la cultura afro del Valle del Chota. Conocimientos de algunos rasgos de la cultura Pasto que pueden ser utilizados en los emprendimientos.
Descripción de la actividad	Presentación de las distintas asociaciones participantes en el Taller. Presentación sobre la historia y la cultura pasto y afro de la región de El Ángel – Mira, para todos los grupos asistentes. Presentación de conclusiones y recomendaciones sobre el componente cultural como valor agregado en los emprendimientos.
Facilitador	Cristóbal Landázuri N.
Metodología de trabajo	Trabajo con todo el grupo de once participantes. Presentación del tema. Participación de los asistentes a lo largo de la presentación, sobre ampliación de los temas, aportes, participación de experiencias y recomendaciones.
Instrumentos y material	Presentación en PowerPoint sobre la historia y la cultural del pueblo pasto y algunos rasgos de la cultura afro.
Lecciones aprendidas	Hay muy poco conocimiento sobre la cultura pasto, su historia y su realidad actual. Incluso algunos grupos no se identifican como parte de la cultura pasto.
Observaciones	La asociación <i>Guardias Ambientales Lagunas del Voladero</i> fueron los interesados en conocer sobre la historia y la Cultura Pasto. Se recomendó incorporara elementos de la historia de la zona como un elemento para reforzar la actividad turística. La asociación <i>Artesanías Lidia</i> , está interesada en utilizar elementos de la iconografía de la cultura pasto prehispánica en los objetos que produce, pero necesitan capacitación en el tema. A la asociación <i>Productiva el Tardón Mireño</i> , le interesa un mayor conocimiento de la cultura pasto, pero no se visualiza sus posibles aplicaciones en el emprendimiento. A la asociación <i>Gotitas de Esperanza</i> , le interesó conocer la historia regional y ven en la tradición y la historia oral del pueblo afro elementos para apoya su emprendimiento. En términos generales los grupos participantes son muy diversos en sus emprendimientos, y la incorporación o utilización de elementos de la iconografía y la historia local despertó interés pero se requiere una mayor información y capacitación.

AGENDA REALIZADA

Fecha: 03 de noviembre de 2012

Lugar: Mira

Hora: 14h30 a 18h30

Objetivos: Contribuir a los emprendimientos a través del conocimiento de la Cultura del Grupo Pasto y la aplicación y uso de su etnografía en las labores que estos desarrollan.

Programación

14h30 Exposición sobre la historia del grupo Pasto

15h30 Iconografía de la cerámica pasto de las tres fases

16h30 Discusión, análisis y sugerencias de los problemas de uso de la iconografía en los tejidos y la cerámica actual.

18h10 Refrigerio y cierre



Foto: Taller Cultura Pasto Emprendimientos Mira y Espejo



Foto: Taller Cultura Pasto Emprendimientos Mira y Espejo



Foto: Taller Cultura Pasto Emprendimientos Mira y Espejo



Foto: Taller Cultura Pasto Emprendimientos Mira y Espejo

3.5. Cantón Tulcán

3.5.1. Marketing, Producción y Organización / Diseño de paquete turístico

Evento	
Fecha	FECHA DE INICIO: 12 de octubre de 2012 FECHA DE FIN: 13 de octubre de 2012 GRUPO: Comunidad Paraíso Chilma Bajo
Lugar	Escuela de la Comunidad
Participantes	En las capacitaciones asistieron entre 8 y 10 participantes los mismos que variaron en los dos días, existiendo más género masculino que femenino. Dentro del Grupo formo parte un Docente de la Escuela
Logro de los objetivos	Conocimiento del Proceso de Ventas Turísticas. Relación producto – beneficios y conocimiento del sector y la competencia Marketing Mix: Precio, Plaza, Producto, Promoción Necesidades del Consumidor La venta Elaboración de Marca Chilma Bajo
Descripción de la actividad	Antecedentes: El grupo fue presentado por Ing. Martin Goyes. La única expectativa del grupo fue de capacitarse en Marketing Turístico para poder vender sus

	<p>paquetes turísticos y atender bien a sus respectivos clientes. En cuanto a su nivel de educación es básico.</p> <p>Resumen del Desarrollo del Evento:</p> <p>La capacitación enfocado al marketing Turístico se desarrolló con normalidad en dos fases bien marcadas:</p> <p>1era Fase: Comprende el primer día donde se realizó técnicas de sensibilización y concientización para codificar los procesos subjetivos de aprendizaje motivando al conocimiento basado en necesidades de desarrollo personal y económico de la Comunidad</p> <p>2da Fase: Que comprende el segundo día el grupo se transformó en un equipo de trabajo orientando al compañerismo para poder sacar su Marca como destino.</p>
Facilitador/a	Tecn. Myriam Quezada
Metodología de trabajo	La metodología que se utilizó fue constructivista con una convivencia práctica, para llegar a conclusiones y conceptos sencillos para una mejor comprensión.
Instrumentos y material	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Infocus ▶ Computadora Portátil ▶ Papelotes ▶ Marcadores ▶ Pizarrón tiza Líquida
Lecciones aprendidas	<p>Resultados tangibles:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Presentación personal. ▶ Tener una buena presentación de sus productos turísticos. ▶ Diseñar su marca turística <p>Resultados intangibles:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Intereses de superación personal. ▶ Cambio de mentalidades. ▶ Autoestima, desarrollo de pensamiento positivo. ▶ Desarrollo de habilidades y destrezas. ▶ Conclusiones: ▶ Los participantes están capacitados para elevar la fuerza de ventas en su labor diaria generando una imagen personal excelente al igual que los productos. ▶ Diseño de las actividades a realizar en un paquete Turístico.

AGENDA REALIZADA

Evento	Capacitación Marketing
--------	------------------------

Fecha	12 y 13 de Octubre
-------	--------------------

Hora	Actividad / Tema	Método	Herramienta	Responsable
09:00 09:30	Registro Presentación Agenda Compromisos Metodología	Presentación		Organizadores Facilitador Participantes
09:30 10:15	El Proceso de Ven- tas: Conocimiento de la empresa	Presentación Trabajo en gru- pos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
10:15 11:00	Conocimiento del producto	Presentación Trabajo en gru- pos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
11:00 11.15	Receso			

	Actividad / Tema	Método	Herramienta	Responsable
11:15		Presentación	Power Point	Facilitador
12:00	Relación producto – beneficios	Trabajo en grupos	Papelotes Lluvia de ideas	Participantes
12:00 12:45	Conocimiento del sector y la competen- cia	Presentación		Organizadores Facilitador Participantes
12:45 13:15	Marketing Mix: Precio Plaza Producto Promoción	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
13:15 14:00	Receso			

Hora	Actividad / Tema	Método	Herramienta	Responsable
14:00 15:00	Marketing Mix: Continuación	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
15:00 15:45	Binomio Producto – Mercado	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	
15:45 16:30	Elementos para realizar un Estudio de mercado	Presentación Trabajos en grupo	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
16:30 17:00	Cierre			



Foto: Trabajo en equipo



Foto: Presentación del grupo



Foto: Refrigerio grupo Comunidad Chilma- bajo

3.5.2. Marketing, Producción y Organización / Diseño de paquete turístico

Evento	
Fecha	FECHA DE INICIO: 20 de octubre de 2012 FECHA DE FIN: 21 de octubre de 2012 GRUPO: Comunidad Paraíso y Legado Pasto ,Chilma Bajo
Lugar	Escuela Consejo Provincial de la Comunidad Chilma bajo
Participantes	En las capacitaciones existieron 11 participantes los mismos que variaron en los dos días, existiendo más género masculino que femenino.

	<p>DÍA 20 DE OCTUBRE: Hombres: 8 Mujeres: 3 Total: 11</p> <p>DÍA 21 DE OCTUBRE Hombres: 7 Mujeres: 4 Total: 11</p> <p>Dentro del Grupo formo parte un Docente de la Escuela</p>
Logro de los objetivos	<p>Conocimiento del Proceso Organizacional. Producción Elaboración de paquetes Turísticos</p>
Descripción de la actividad	<p>Antecedentes: La expectativa del grupo fue capacitarse Conocimiento del proceso Organizacional y Producción Turística para poder ofertar sus paquetes turísticos. En cuanto a su nivel de educación fue básico-medio. Resumen del Desarrollo del Evento: La capacitación enfocado a la Organización y Producción Turística se desarrolló con normalidad en dos fases bien marcadas: 1era Fase: Comprende el día sábado donde se realizó técnicas de aprendizaje, sensibilización y motivando al conocimiento basado en necesidades de desarrollo personal, económico y social de la Comunidad. Además se tuvo la presencia del Antropólogo Guillermo Landázuri, quien realizo una charla práctica en el campo con la Historia de la cultura Pasto y la identificación de los bohíos pertenecientes a los Caciques de unos 700 años. 2da Fase: Que comprende el domingo, el grupo de trabajo estaba orientando al compañerismo para poder detallar sus paquetes.</p>
Facilitador/a	Tecn. Myriam Quezada
Metodología de trabajo	La metodología que se utilizo fue constructivista con una convivencia práctica, para llegar a conclusiones y conceptos sencillos para una mejor comprensión
Instrumentos y material	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Infocus ▶ Computadora Portátil ▶ Papelotes ▶ Marcadores ▶ Pizarrón tiza Líquida

Lecciones aprendidas	<p>Resultados tangibles:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Presentación personal. ▶ Tener una buena presentación de sus paquetes turísticos. ▶ Diseñar sus paquetes. <p>Resultados intangibles:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Desarrollo de habilidades y destrezas. ▶ Intereses de superación personal. ▶ Cambio de mentalidades. ▶ Autoestima, desarrollo de pensamiento positivo. ▶ Conclusiones: ▶ Los participantes están capacitados para elaborar sus paquetes turísticos dependiendo de cada uno de los grupos, sean estos a nivel cultural y natural como en el caso de los que necesitan poner su museo in situ así como los que tienen el sendero de la Cultura Pasto. ▶ Diseño de las actividades a realizar en un paquete Turístico.
----------------------	---

Evento	Capacitación Organización y Producción
Fecha	20 y 21 de Octubre

Día 20 de octubre del 2012

Hora	Actividad / Tema	Método	Herramienta	Responsable
09:00 09:30	Registro Presentación Agenda Compromisos Metodología	Presentación		Organizadores Facilitador Participantes
09:30 10:15	Formación de grupos de trabajo y línea de vida	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes	Facilitador Participantes
10:15 11:00	Organigrama	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Fichas de evaluación	Facilitador Participantes
11:00 11.15	Receso			

Hora	Actividad / Tema	Método	Herramienta	Responsable
11:15 12:00		Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
12:00 12:45	Motivación	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Organizadores Facilitador Participantes
12:45 13:15	Trabajo en equipo	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
13:15 14:00	Cierre			

Día 21 de octubre del 2012

Hora	Actividad / Tema	Método	Herramienta	Responsable
09:00 09:30	Registro Presentación Agenda Compromisos Metodología	Presentación		Organizadores Facilitador Participantes
09:30 10:15	¿Qué es proceso? Mapeo de procesos productivos	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes	Facilitador Participantes
10:15 11:00	Selección de procesos críticos	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Fichas de evaluación	Facilitador Participantes
11:00 11.15	Receso			
11:15 12:00	Diagramas de flujo	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes

12:00 12:45	Identificación de cuellos de botella	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Organizadores Facilitador Participantes
12:45 13:15	Análisis causa – efecto	Presentación Trabajo en grupos	Power Point Papelotes Lluvia de ideas	Facilitador Participantes
13:15 14:00	Cierre			



Fotografía: Paisaje donde se encuentran los Bohíos.



Fotografía: Petroglifos cultura Pasto

HISTORIA

- = Chilma Bajo.
- 8 Término etimológico: Papas del monte.
- 90 años de creación
- 9 Altura s.n.m. 2027
- Temperatura. 12-16 °C
- Población. 240 habitantes
- 11 Presencia de bosque primario
- Zona rica en ruinas arqueológicas.
- Suelos fértiles.
- 12 Presencia de flora y fauna
- Actividades: Agricultura y ganadería.
- 13 Clima: Cálido húmedo.

ORGANIZACIÓN PLANIFICACIÓN

Directiva comunitaria

↓

Organizaciones locales

- Bancos comunitarios
- Asociaciones
- Junta de Agua
- clubes deportivos y ecológicos

Toda la comunidad.

- Comisiones de acuerdo a sus actitudes.

PROC

- Gastronomía
- Sitios
- Orquídeas
- Gran
- Lam
- Obs
- Cal
- Pe
- N
- L

Fotografía: Trabajo en equipo Historia y Organización de la Comunidad

Finca Integral 1 - día 1

8:00H Desayuno

9:00H visita a F. Int. (plantas)
Box Lunch (Refrigerio)

11:00H visita (animales Domestica)

12:00H Almuerzo

13:00H Descanso

13:30H Siembra de Productos

15:30H Refrigerio

16:00H Chamiza

18:00H Asco Paschal.

20:00H Cena o mediendo.

Menu

DESAYUNO

- D. Continental - Chocolate
- D. Americano - H2O / Leche
- D. Campestre - Tortillas Tostadas, Moya, Tamate, Huevo, Taxo, Huevas N.

Almuerzo

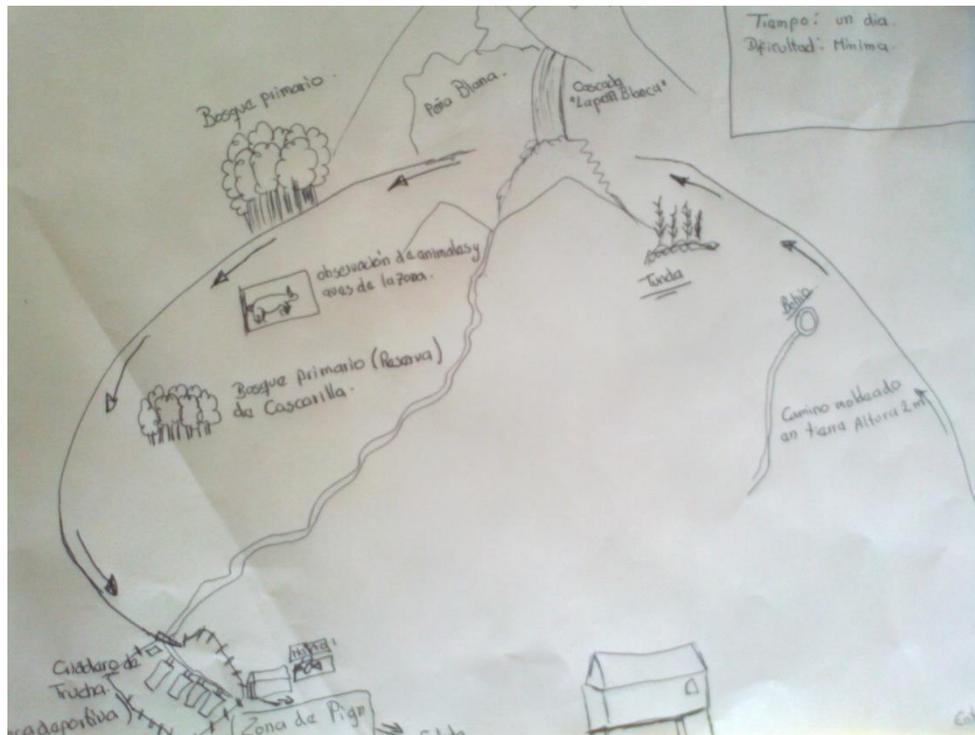
- Sopa Gallina
- Ensalada (Corgano)
- Parrillada x arroz
- Cuy Asado x Carnes
- Concha x Ceviche
- Palmito x Jugos
- Postre
- Frucha
- Tilapia
- Caracota
- vacuno

Merienda: Sopa verduras - Haito - Arroz tica queso

Refrigerio - Frutas - maizana

Refrigerio - Mojado - Tortillas - Tante - Empanadas - Tilgillo

Fotografía: Diseño de Actividades a Realizar en el producto Finca Integral.



Fotografía: Presentación del borrador

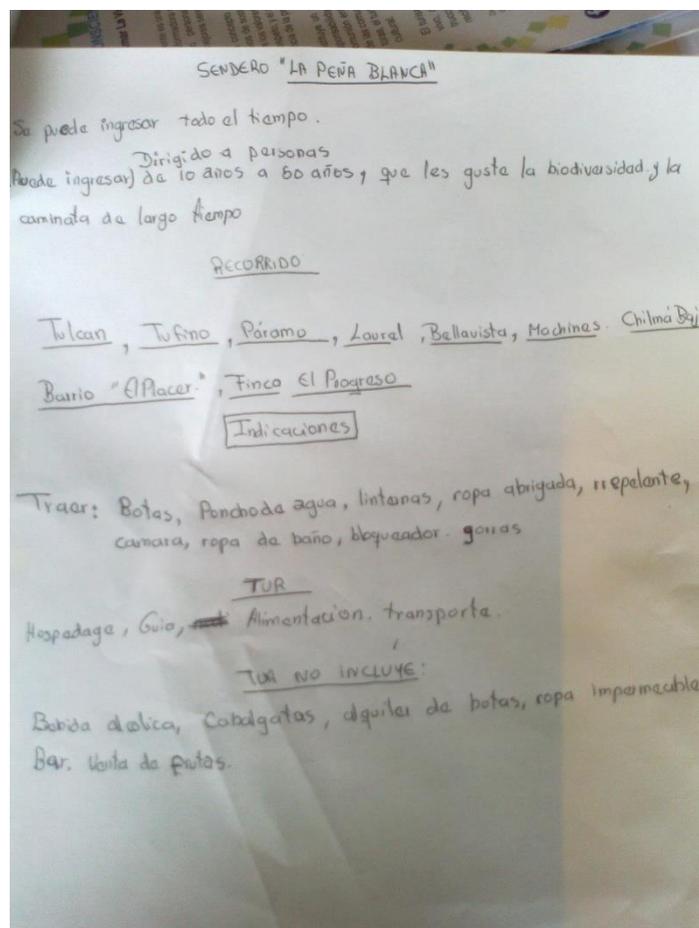


Foto: Presentación del Sendero La Peña con su respectivo grupo.

3.5.3. Cultura Pasto

Evento	Talleres de capacitación sobre Cultura Pasto
Fecha	20 de octubre de 2012
Lugar	Chimal Bajo
Participantes	Asociación Paraíso de Emprendedores
Logro de los objetivos	<ol style="list-style-type: none"> 4. Capacitación sobre la historia del grupo Pasto desde la época prehispánica hasta el presente. 5. Capacitación sobre las evidencias arqueológicas o cultura material de los pueblos pastos, sus características, su importancia y algunas significaciones culturales. 6. Capacitación sobre la iconografía de la cerámica Pasto, sus características, su significación y su utilización en la producción de cerámica.

Descripción de la actividad	<p>5. Exposición sobre la historia del grupo Pasto desde la época prehispánica hasta el presente.</p> <p>6. Presentación sobre la iconografía de la cerámica pasto de las tres fases: Capulí, Piartal y Tusa.</p> <p>7. Visita y constatación de las evidencias de la cultura material pasto: petroglifos, terrazas y bohíos repartidos en la ruta turística de Chila Bajo.</p> <p>8. Reunión para comentar y analizar la utilización de las evidencias arqueológicas en la actividad turística, su manejo, su significación cultural y su conservación. Presentación de material sobre la iconografía de la cultura Pasto prehispánica</p>
Facilitador	Cristóbal Landazuri
Metodología de trabajo	<p>Presentación visual (power point)</p> <p>Trabajo con todo el grupo</p> <p>Revisión de bibliografía especializada</p>
Instrumentos y material	Computadora, proyector, papelógrafos, marcadores, formatos de trabajo, cartillas, esferos, cámara fotográfica, grabadora.
Observaciones	<p>Asociación Paraíso de Emprendedores</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ El componente cultural es principal atractivo de turismo de Chilma, en ese sentido el conocimiento de la cultura Pasto prehispánica es fundamental y además habría que incorporar la historia más contemporánea de la Comunidad Chilmá y de la región desde inicios del siglo XX. ▪ Elaborar material impreso sobre la historia y la cultura local para difusión entre los visitantes.

AGENDA REALIZADA

Fecha: 20 de Octubre de 2012

Lugar: Maldonado

Hora: 09h30 a 13h30

Objetivos: Contribuir a los emprendimientos a través del conocimiento de la Cultura del Grupo Pasto y la aplicación y uso de su etnografía en las labores que estos desarrollan.

Programación

09h30 Exposición sobre la historia del grupo Pasto
10h30 Iconografía de la cerámica pasto de las tres fases
11h30 Refrigerio
11h50 Recorrido por ruinas y vestigios – explicación in situ
13h30 Almuerzo y cierre



Fotografía: Asociación Paraíso de Emprendedores 1



Fotografía: Asociación Paraíso de Emprendedores 2

4. LOGROS E IMPACTOS DEL PROCESO DE FORTALECIMIENTO

El trabajo ha sido efectuado a cabalidad de acuerdo con la planificación establecida originalmente. A continuación se presenta una tabla resumen:

No.	Cantón	Tema	Fecha	Facilitador	Horas
1	Montufar	Marketing	07/10/2012	Wilson Andrade	8
2	Montufar	Producción	14/10/2012	Irene Quinatoa	8
3	Montufar	Organización	21/10/2012	Irene Quinatoa	6
4	Montufar	Diseño de marca y producto con enfoque patrimonial	28/10/2012	Eduardo Portero	8
5	Montufar	Cultura Pasto	27/10/2012	Cristobal Landazuri	8
6	Montufar	Gestión Patrimonial	01/11/2012	Andrés Montalvo	4
7	Huaca	Cultura Pasto	28/10/2012	Cristobal Landazuri	4
8	Espejo	Marketing	12/10/2012	Wilson Andrade	10
9	Espejo	Producción	19/10/2012	Irene Quinatoa	8
10	Espejo	Diseño de marca y producto con enfoque patrimonial	26/10/2012	Eduardo Portero	8
11	Mira	Producción	13/10/2012	Irene Quinatoa	9
12	Mira	Marketing	14/10/2012	Wilson Andrade	9
13	Mira	Diseño de marca y producto con enfoque patrimonial	27/10/2012	Eduardo Portero	8
14	Mira	Gestión Patrimonial	31/10/2012	Andrés Montalvo	4
16	Mira	Cultura Pasto	03/11/2012	Cristóbal Landazuri	4
17	Tulcán	Marketing, Producción y Organización / Diseño de paquete turístico	13/10/2012 14/10/2012	Myriam Quezada	8 7
18	Tulcán	Marketing, Producción y Organización / Diseño de paquete turístico	20/10/2012 21/10/2012	Myriam Quezada	6 7
19	Tulcán	Cultura Pasto	20/10/2012	Cristobal Landazuri	4
Total Horas Capacitación					138

En términos de satisfacción de los participantes se ha logrado una puntuación global del 98% lo cual demuestra un alto estándar de calidad y la pertinencia de los temas y contenidos.

Respecto a los impactos generados a partir del proceso de fortalecimiento, estos pueden organizarse en generales y específicos.

En el primer grupo se destacan los siguientes alcances e impactos:

- ▶ Los emprendimientos aprendieron a diseñar técnicamente mediante el uso de diagramas de flujo sus procesos de producción, identificando para cada caso en particular las entradas, salidas, recursos y controles.
- ▶ Al diagramar sus procesos de producción los emprendimientos identificaron de manera clara y objetiva sus cuellos de botella, que en la mayor parte de casos resultó ser la venta y el acceso a los mercados.
- ▶ Los emprendimientos aprendieron a formular un organigrama institucional, definiendo para ello roles, funciones y niveles jerárquicos.
- ▶ Se logró motivar a los integrantes de los emprendimientos para continuar con sus oficios pese a las adversidades y se fomentó el trabajo en equipo como un medio para la consecución de resultados.
- ▶ Los emprendimientos se comprometieron a buscar el establecimiento de alianzas estratégicas con las autoridades de los GAD Cantonales y Provinciales a fin de promover la venta de sus productos en ferias y eventos locales.
- ▶ En los casos de los emprendimientos de “El Pajonal”, “Artesanías Lidia” y “Comuna San Francisco” se facilitó el contacto con la Galería de Arte Olga Fisch y se ha conseguido una cita con la responsable de compras.
- ▶ Se fortaleció el discurso de venta mediante la identificación de argumento y la adaptación del mismo a los escenarios locales.
- ▶ Se realizaron clínicas de ventas en las que se implementaron los nuevos discursos desarrollados por los emprendimientos.
- ▶ Los integrantes de los emprendimientos establecieron como estrategia prioritaria para incrementar sus ventas, la participación en ferias locales.
- ▶ Los emprendimientos ubicados en Mira acordaron el reunirse conjuntamente con las autoridades del Cantón para solicitar la instalación de un letrero en la Panamericana que atraiga a los turistas.

En el segundo grupo se destacan los siguientes alcances e impactos:

Asociación de Artesanas "El Pajonal"

- ▶ Se estableció una potencial alianza comercial con las otras iniciativas de artesanías en Mira para la búsqueda de mercados y ampliar la red de contactos.
- ▶ Se reforzaron los argumentos de venta, en torno a la belleza de las artesanías y a que la materia prima obtenida no afecta al páramo
- ▶ Se realizarán reuniones entre los grupos que elaboran las artesanías para fortalecer el producto y posicionarlo en el mercado turístico.
- ▶ Planificarán estrategias con la comuna San Francisco para establecer sitios de venta comunitarios de sus productos artesanales y alimenticios a turistas que van a la laguna
- ▶ Adoptarán una estrategia comercial conjunta en cuanto a precios y calidad

Grupo de guardas ambientales "Lagunas del Voladero"

- ▶ Liderará reuniones en su comuna para definir estrategias con grupos artesanales de la zona y generar una mayor atracción turística a las lagunas

- ▶ Planteará con los habitantes de la comuna actividades para organizar sitios de recepción y atención a turistas que visitan las lagunas
- ▶ Definirán productos alimenticios para la venta a turistas que generen ingresos adicionales a la comunidad, bajo normas culturales y ecológicas

Comuna "San Francisco"

- ▶ Se establecieron algunos elementos para el desarrollo de una red de contactos con organizaciones del sector público y de las ONG.
- ▶ Se socializó una iniciativa territorial que pretende generar un circuito turístico - cultural - comercial

Artesanías "Lidia"

- ▶ Se fomentó una alianza con la Asociación de Artesanas "El Pajonal", a fin de éste emprendimiento pueda potenciar sus ventas.
- ▶ Realizarán reuniones entre los grupos que elaboran las artesanías para fortalecer el producto y posicionarlo en el mercado turístico
- ▶ Planificarán estrategias con la comuna San Francisco para establecer sitios de venta comunitarios de sus productos artesanales y alimenticios a turistas que van a la laguna

Artesanías Gotitas de Esperanza

- ▶ Se perfilaron ideas para la promoción del producto a partir de elementos que pueden ser parte de una campaña de responsabilidad social.
- ▶ Se perfilaron ideas para mejoramiento del envase de acuerdo a las necesidades del mercado debido a que podrían haber clientes que requieran presentaciones menores o que los envases sean más resistentes que los actuales.
- ▶ Se trabajó en la identificación de los procesos para la producción de mermeladas.
- ▶ Las participantes rediseñaron la etiqueta y conocieron el proceso para obtener el registro sanitario con fecha de expiración del producto.

Refugio Oshum

- ▶ Se visualizó la posibilidad de contar con un catálogo de artesanías a través de fotografías.
- ▶ Incrementarán diseños de joyas para la venta a turistas

Asociación Raíces Negras

- ▶ Se visualizó la posibilidad de contar con un catálogo de artesanías a través de fotografías
- ▶ Se identificaron dos cuellos de botella: (1) problemas durante el proceso de cocción de la cerámica, ocasionado por la baja del horno y (2) Problemas al momento de vender las artesanías.
- ▶ Se acordó que realizarán nuevos diseños de productos para la venta a turistas

Asociación Manos Productivas "Tardón Mireño"

- ▶ Se perfilaron estrategias de respuesta frente a la competencia: posicionamiento de la marca, mejoramiento de los envases y etiquetas.
- ▶ Se identificó como principal cuello de botella el proceso de filtrado del producto, causado principalmente por la falta de un emulsificante de origen orgánico
- ▶ Crearán un plan promocional basado el reconocimiento legal que tiene su producto, para evitar que la competencia les quite participación del mercado

Los Helechos

- ▶ Se comprendió la importancia de diseñar el producto conforme la necesidad del cliente y la realidad socio económica del mercado objetivo de la ciudad de Huaca. En comparación con "la carpa", principal competidor.
- ▶ Se fortaleció la idea de generar una marca en torno al nombre Los Helechos.
- ▶ Se diferenciaron dos nichos de mercado: a. personas de la localidad que buscan almuerzos rápidos y de bajo costo, de lunes a viernes; b. personas de la localidad o viajeros que buscan comida típica o parrilladas, especialmente en fines de semana.
- ▶ Se comprendió la importancia de la calidez en el trato como elemento de la calidad en el servicio.

Agrupación "Mate Caña con Sabor a Miel"

- ▶ Mejorar el aprendizaje de danzas para posicionar al grupo en el sector turístico de la provincia y posteriormente extender a otros sectores

Ceramistas del Carchi

- ▶ Se visualizó la potencialidad de mercados como Quito, donde los márgenes son mucho más grande
- ▶ Se fortaleció el diálogo de ventas rescatando elementos de la historia de la asociación, de su producto, de la cultura, etc.
- ▶ Implementarán estrategias de mercadeo para posicionar sus productos en la mente de los consumidores tanto de su sector interno como el externo (turismo).

Asociación de productores de Queso El Campo

- ▶ Se acordó la creación de una marca asociativa que cubra a todos los productores y que represente unos criterios de calidad comunes para todos.
- ▶ Los integrantes acordaron el compromiso de crear el diseño de un empaque único para su producto.
- ▶ Se promovió la idea de que el Registro Sanitario no solo es un requisito legal sino que es un atributo del producto que demandan los clientes en mercados más grandes como Ibarra y Quito.
- ▶ Se estableció el compromiso de mejorar las técnicas de seguridad e higiene industrial para posicionar un producto de calidad en su segmento de mercado

Asociación Paraíso de Emprendedores

- ▶ Elaboración de paquetes Turísticos: con un diseño a borrador.
- ▶ Diseño de programación del servicio y producto, elección de proveedores.
- ▶ Definición del Circuito y finalmente itinerarios.
- ▶ Conocimiento del Proceso Organizacional de la comunidad Chilma- Bajo.
- ▶ Las comunidades Paraíso y Legado Pasto realizaron una planificación organizacional, con sus respectivos dirigentes comunitarios y sus organizaciones locales.
- ▶ Detallaron cuál es su historia a que altura a nivel del mar se encontraban y datos generales de su comunidad.

5. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES PARA FUTUROS PROCESOS

El proceso realizado fue intenso y de corta de duración. Se pudieron apreciar algunos elementos que los ponemos a consideración:

1. Oportunidades de mejora de las emprendimientos

1.1. Asociación de Queso Amasado

Es el emprendimiento con mayor grado de desarrollo. Sus procesos productivos están claramente definidos y tienen un producto de calidad acorde a las exigencias de su mercado local. Requieren mejorar prácticas de manejo de la planta en lo referente a seguridad e higiene.

En términos patrimoniales es un proyecto con una valoración positiva por cuanto está vinculado a los saberes y tradiciones del territorio.

Existe un liderazgo bien definido y que es positivo. La mayor oportunidad de mejora que tiene este emprendimiento es el desarrollo y posicionamiento de una estrategia comercial asociada a su marca.

1.2. Asociación de Ceramistas del Carchi

Este emprendimiento cuenta con el apoyo del GAD de Montufar. No ha tenido continuidad e incluso han tenido pérdidas económicas por problemas entre los socios y una débil estrategia comercial. Su producto es de buena calidad y conocen bien el proceso de producción, pero requieren de inversión en infraestructura.

Rescata saberes artesanales y elementos culturales en el diseño.

Su mayor oportunidad de mejora es establecer una estrategia comercial hacia mercados donde tengan un mayor margen de utilidad.

El grupo tiene un conocimiento sobre la cerámica y la cultura Pasto y en su producción actual han incorporado elementos iconográficos pasto. De todos modos este conocimiento es general y no suficiente. Si el grupo sigue trabajando con iconografía pasto sin duda que necesita más capacitación sobre la significación cultural de la iconografía pasto.

Hay que anotar que si bien hay estudios sobre la cultura pasto prehispánica sin embargo en cuanto a su iconografía hay muy poco hecho y siempre hay el peligro de interpretaciones no rigurosas por las presiones del mercado y en eso hay que tener mucho cuidado.

Así mismo la producción de replicas de piezas prehispánicas pueda ayudar a frenar el tráfico y la huaquería de las piezas originales que todavía se da en la zona.

De otra parte para la utilización de estos elementos iconográficos hace falta el apoyo de un diseñador para incorporar estos elementos en su producción sobre todo en vajillas, área en la que están incursionando.

La elaboración de material impreso en apoyo a la producción cerámica puede ser de mucho apoyo para su difusión en el mercado, de tal manera que cada pieza vaya con unos pocos datos sobre los elementos iconográficos incorporados y unos pocos datos básicos sobre la cultura Pasto.

1.3. Restaurante Los Helechos

Este emprendimiento tiene importantes debilidades en términos de la capacidad de liderazgo de su promotor. Los procesos de manejo de una cocina de restaurante son conocidos por su promotor por la experiencia en un restaurante gourmet en el exterior.

En términos patrimoniales no existe claridad en el emprendimiento, pues por un lado quiere especializarse en parrilladas y por otro en almuerzos entre semana. En ese sentido la valoración es baja, salvo que se especialice en el arte culinario propio de la zona, por ejemplo: “hornado pastuso”, cuyes, queso amasado, etc.

Se identifican dos oportunidades de mejora fundamentales:

- Estrategia comercial bien definida y capacidad de mercadeo.
- Coaching personal para el emprendedor a fin de superar los paradigmas que le impiden tener éxito.

El Restaurante podría hacer un mejor diseño de su espacio con la cerámica pasto. En el diseño habría que utilizar replicas de las piezas, habría que mostrar las piezas mas representativas de cada una de las tres fases de la cultura pasto y luego se podría poner pequeñas cedulas en cada una para explicar su origen y demás datos históricos, una pequeña museografía en las paredes del Restaurante.

En este diseño se podría incorporar la historia y la cultura mas reciente de Huaca y del Carchi incorporando objetos, y diseños sobre tradiciones y leyendas locales, como la Rana Encantada o la Copa Bayas, etc.

En la decoración no habría que mezclar con elementos de ambientales de la zona (el bosque de Guanderas), sería conveniente separa los ambientes.

Sería recomendable incorporar la gastronomía local en la oferta del restaurante. Hay muchos platos y comidas típicas que puede ofrecerse y sería un gran aporte a la recuperación de la cultura local.

1.4. Asociación Tusa Gabal

Esta Asociación se dedica al tejido en lana. Rescata esta actividad artesanal. En materia productiva conocen su producción y procesos, sin embargo, los productos tienen una competencia fuerte a través de sustitutos.

Requieren una estrategia comercial para identificar un nicho de mercado que de valor a lo artesanal frente al tejido industrial que es menos costoso.

En la producción textil habría que incorporar elementos iconográficos de la cultura pasto, pero haciendo una buena selección y buscando elementos nuevos ya que en el mercado ya hay productos que usan estos rasgos, por ejemplo el sol pasto, de ahí la necesidad de buscar nuevos diseños. Esto tendría que ir acompañado del apoyo de un diseñador para conseguir prendas o productos que pueda competir en el mercado.

Otra forma de incorporar lo patrimonial puede ser recuperar todo el conocimiento del uso del telar en la producción textil. Esta técnica se está perdiendo en la zona y hay muy pocas personas que todavía la realizan. Sería conveniente organizar cursos sobre esta técnica para recuperar estos saberes con las pocas personas que todavía la practican. Esto puede implicar recuperar el propio telar así como el uso de la lana de oveja o del algodón materiales que se están dejando de utilizar en este tipo de producción.

La elaboración de material impreso en apoyo a la producción textil puede ser de mucho apoyo para su difusión en el mercado de tal manera que cada pieza vaya con unos pocos datos sobre los elementos iconográficos incorporados y unos pocos datos básicos sobre la cultura Pasto.

1.5. Mate caña con sabor a miel

Es un proyecto que rescata elementos de la cultura afroecuatoriana a través del baile. Propone realizar recorridos por la comunidad como un elemento de intercambio cultural.

Este emprendimiento está vinculado al flujo turístico. Aún no está definido con claridad el producto que tienen y el mercado objetivo.

Requieren definir estrategia comercial y generar contactos con organizaciones y empresas que puedan llevar turistas.

1.6. Asociación Manos Productivas

Esta Asociación produce el licor “Tardón Mireño”. Tienen fortalezas en el ámbito de producción y han logrado un producto de calidad acorde al mercado local y nostálgico.

Lamentablemente enfrentan una competencia desleal que les ha afecta incluso en lo organizativo.

Desde el punto de vista patrimonial, se rescata una bebida tradicional del cantón. Este tipo de producto tiene connotaciones negativas en términos del consumo nocivo de alcohol por lo que su promoción deberá estar acompañada de una campaña de consumo responsable.

Su oportunidad de mejora radica en un mejoramiento del concepto de marca y envases, así como su capacidad de mercadeo.

1.7. Gotitas de Esperanza

Este emprendimiento es de subsistencia orientado a preparar mermeladas por madres de niños con capacidades especiales. Tiene importantes debilidades como la falta de registro sanitario y un local adecuado para funcionar. El sabor y presentación de las muestras son buenos.

Requiere de apoyo para la comercialización y capital semilla. No se encuentra un mayor potencial comercial o de rescate patrimonial.

1.8. Refugio Oshum

Este emprendimiento recupera elementos de la cultura ancestral afro ecuatoriana. También es fundamental el enfoque que tienen hacia la no violencia contra las mujeres.

En términos de producción sus productos artesanales aún requieren mejorarse, pero lo fundamental es que deben focalizar su mercado y trabajar conforme los requerimientos de la demanda.

Requiere de apoyo para la comercialización y capital semilla.

1.9. Asociación Raíces Negras

Es un emprendimiento que produce artesanía de barro y arcilla utilizando diseños vinculados a la cultura. Es una actividad complementaria a la actividad agrícola de sus integrantes.

Tienen oportunidades de mejora importantes en gestión administrativa y comercialización.

1.10. Asociación El Pajonal

Este emprendimiento liderado por la Sra. Gabriela Iñiguez tiene un alto potencial por la cultura emprendedora de su lideresa, sin embargo, refleja problemas organizativos.

En el ámbito de la producción no existen mayores debilidades, han recibido capacitación técnica y conocen su proceso productivo. Han participado en ferias promocionando su producto.

Se vincula al patrimonio natural por el aprovechamiento racional de la paja de páramo, el barro y también en lo cultural por los diseños y saberes empleados.

Se requiere abrir canales de comercialización y acceder a mercados con mejores márgenes.

1.11. Artesanías Lidia

Es un emprendimiento personal. Existe un claro conocimiento de la fase productiva.

La dificultad que presenta es el acceso a mercado. Al ser un emprendimiento individual que funciona a través de personas que producen por pedido no tiene el mismo potencial que un proyecto asociativo en términos de desarrollo.

Requiere mejorar su estrategia de relacionamiento con proveedoras y clientes.

1.12. Proyecto de Turismo Comunitario Lagunas de El Voladero

La característica de este emprendimiento como tal limita el accionar y la formalización de un proceso de producción o de ventas. Es un emprendimiento que si bien por su naturaleza aprovecha los recursos del medio, no considera esencial el articular un proceso.

1.13. San Francisco

Este emprendimiento liderado por la Sra. Mariana Vásquez tiene un alto potencial por la cultura emprendedora de su lideresa.

En el ámbito de la producción no existen mayores debilidades, al contrario la Sra. Vásquez es instructora calificada por el SECAP.

Se vincula al patrimonio natural por el aprovechamiento racional de la paja de páramo y también en lo cultural por los diseños y saberes empleados.

Se requiere abrir canales de comercialización y acceder a mercados con mejores márgenes.

1.14. Maldonado

Este proyecto de turismo comunitario tiene un alto potencial por los elementos arqueológicos y de patrimonio natural con que cuenta.

Requieren definir con mayor precisión sus productos y paquetes e implementar un proceso de buenas prácticas con miras a obtener una certificación.

Se requiere inversión para mejorar las instalaciones y servicios generales de hospedaje. Es fundamental que se trabaje en la marca y su posicionamiento.

El componente cultural es principal atractivo del turismo de Chilma, en ese sentido hace falta un mayor conocimiento de la cultura pasto prehispánica. Esto implicaría una capaci-

tación más extensa a todos los miembros de la Asociación sobre la significación cultural del material encontrado y sobre la historia Pasto. Además habría que elaborar material escrito para la propia capacitación de los miembros de la Asociación, como para informar a los visitantes.

Otro aspecto que es importante es capacitar a los miembros de Asociación en la conservación de los restos materiales que están utilizando, así como, para no propiciar la destrucción (huaquería) de nuevos sitios. Esto está también ligado a la necesidad de que el sitio sea más investigado por arqueólogos, lo que se ha hecho es algo inicial.

Sería importante organizar un museo de sitio con las piezas que la propia comunidad tiene y además con replicas para dar una visión general de la arqueología del lugar y de la región

Habría que incorporar la historia más contemporánea de la Comunidad desde inicios del siglo XX hasta el presente para dar al visitante una visión de historia y continuidad de Chilma desde el año 700 hasta el presente.

2. Requerimientos de capacitación y asistencia técnica

De lo mencionado se desprende que son emprendimientos de subsistencia salvo el de Queso amasado que se puede considerar una PYME.

Según la información presentada en los talleres por los emprendedores, los procesos productivos los tienen claros y han recibido ya capacitación y asistencia técnica de diferentes fuentes.

Sus requerimientos son claros:

- Acceso a canales de comercialización
- Acceso a redes de contactos
- Información de mercado
- Diseño de estrategias comerciales innovadoras
- Diseño de marcas

En Espejo, Mira y El Ángel se expresaron criterios de que requieren apoyos para la comercialización y capital semilla para mejorar infraestructura pero en términos de producción existen fortalezas y un conocimiento suficiente.

3. Oportunidades para futuras intervenciones

3.1. Desarrollar relaciones con los GAD de los cuatro cantones y el GAD provincial para llevar adelante una estrategia de marca territorial que involucre a los emprendimientos con los que se ha trabajado este proceso.

Esquel tiene amplia experiencia en el ámbito del turismo que podría ser un importante valor añadido para realizar una Consultoría en este ámbito.

3.2. Los GAD Municipales no tienen la competencia de fomento productivo, sin embargo, es evidente que tienen mucho por hacer en ese ámbito coordinando con el GAD Provincial y los organismos desconcentrados del Gobierno Central.

Esta línea de consultoría – asistencia técnica podría ser interesante para los GAD de los cuatro cantones, a fin de que definan sus estrategias para contribuir en el fomento productivo. Hay que considerar que los Alcaldes son miembros del Consejo Provincial.

3.3. El problema que enfrentan estos emprendimientos es en un 90% de estrategia comercial. Requieren de una organización que organice la producción y la articule con los mercados de Ibarra y Quito, abriendo redes de contacto y canales comerciales.

6. BIBLIOGRAFÍA

- ▶ ESQUEL. Guía para Administrar una Empresa. 2010
- ▶ ESQUEL. Serie Imágenes de Nuestra Identidad. 2005
- ▶ MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO. Revista Nuestro Patrimonio. 2012
- ▶ MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO. Introducción al patrimonio cultural, gestión ambiental y emprendimientos patrimoniales. 2011
- ▶ CAJINA, GREGORY. Coaching para Emprender. 2010
- ▶ HAIR, JOSEPH. Investigación de Mercados. 2010
- ▶ PLAZAS, FABIO. Investigación de Mercados. 2011
- ▶ FRANKLIN, BENJAMIN. Organización de Empresas. 2004
- ▶ PARADA, ALFONSO. Mercadeo para tenderos y minoristas. 2002
- ▶ OCEANO GRUPO EDITORIAL. Enciclopedia Práctica de la pequeña y mediana empresa. 2002
- ▶ FERN, GOERGE. Cómo Negociar. 2003
- ▶ MAZO, IVAN. El Derrumbe del Imperio de las Ventas. 2002
- ▶ ESPE. Maestría en Gestión de la Calidad, Módulo: Gestión de la producción. 2008
- ▶ ESPE. Maestría en Gestión de la Calidad, Módulo: Calidad en el Servicio. 2008
- ▶ ESPE. Maestría en Gestión de la Calidad, Módulo: Ruta de la calidad. 2008
- ▶ ESPE. Maestría en Gestión de la Calidad, Módulo: Administración y Reingeniería de procesos. 2008
- ▶ ESPE. Maestría en Gestión de la Calidad, Módulo: Quality Function Deployment. 2008
- ▶ MINISTERIO COORDINADOR DE PRODUCCION, EMPLEO Y COMPETITIVIDAD. Código de conducta del Emprendedor Ecuatoriano en procesos de inversión. 2011
- ▶ ARAQUE, WILSON. Perfil del Emprendedor Ecuatoriano. 2009
- ▶ GRAHAM, FRIEND. Cómo diseñar un Plan de Negocios. 2008
- ▶ BASTIDAS, R., 2004. Mejoramiento de Procesos de la Corporación Akros. Tesis de grado previo a la obtención de Título de ingeniero comercial de Facultad de Ciencias Administrativas de la Escuela Politécnica del Ejército.
- ▶ ECHEVERRÍA JOSÉ, El lenguaje simbólico en los Andes Septentrionales, Ed. Nuestra América, Quito, 1988. (parte)
- ▶ LÓPEZ GABRIELA, Análisis pre-iconográfico de la cerámica precolombina de la provincia del Carchi, Tesis PUCE, Escuela de Antropología, Quito, 2012.
- ▶ URIBE, MARÍA VICTORIA, Asentamientos prehispánicos en el altiplano de Ipiales, Colombia. Revista Colombiana de Antropología, Vol. XXI, ICC, 1978 (parte)
- ▶ VÁSQUEZ, JOSEFINA, Balanzátegui Daniela, Cajas Oscar, Astudillo Fernando, Proyecto Chilma: Arqueología, Etnohistoria y Etnografía de un pueblo Pasto. Informe de Prospección. PUCE. GPC. 2006 (parte)