

# Yo Cambio







# Yo Cambio



Universidad  
del Cauca

Diplomado en Design Thinking  
**Documento final del trabajo de grado**  
**“Yo Cambio”**

**Integrantes:**

Peter José Rincón  
Yilber Augusto Cupitra  
Claudia Arcos Salazar  
Luis Carlos Astudillo

Universidad del Cauca  
Departamento de Diseño Gráfico  
Popayán, Cauca  
2016

# Indice

<b>Planteamiento del problema</b> .....	<b>1</b>
<b>Stakeholders</b> .....	<b>3</b>
<b>Objetivos</b> .....	<b>6</b>
<b>Metodología</b> .....	<b>7</b>
<b>Propuesta creativa</b> .....	<b>14</b>
<b>Resultados obtenidos</b> .....	<b>19</b>
<b>Conclusiones</b> .....	<b>24</b>
<b>Observaciones</b> .....	<b>25</b>
<b>Recomendaciones</b> .....	<b>26</b>
<b>Recomendaciones</b> .....	<b>27</b>
<b>Agradecimientos</b> .....	<b>29</b>
<b>Anexos</b> .....	<b>30</b>
<b>Bibliografía</b> .....	<b>45</b>

# Planteamiento del problema

Mafia y aceite son palabras que escuchamos día a día, pero el término “mafias del aceite” nos resulta un tanto extraño, aunque desde el 2008 **ASOGRASAS** (*Asociación colombiana de aceites y grasas comestibles*) viene realizando una serie de denuncias en las cuales expone a grupos de personas de diferentes partes del territorio nacional, quienes recolectan de forma ilegal residuos de aceite de cocina provenientes de restaurantes y cafeterías de barrios populares de las grandes y medianas ciudades (Redacción Eltiempo.com, 2013) con el fin de comercializarlo sin tener en cuenta las normas legales de salubridad, sometiendo este producto a un proceso de limpieza con sustancias químicas como el cloro para su blanqueamiento, además de re envasarlo en recipientes reutilizados, haciéndolo no apto para el consumo humano.

Estas mafias se caracterizan por ofrecer a los comerciantes incautos una especie de trueque consistente en cambiar el aceite usado de cocina por aceite “nuevo” de su producción en bidones o pomos sin marca o etiqueta, o la modalidad de compra del aceite, la cual resulta ser la más común debido a que los comerciantes reciben una pequeña suma de dinero a cambio de deshacerse de este residuo el cual se

expande por medio de la piratería a través de los departamentos fronterizos. (Betancourt, C. 2014).

La eliminación de este residuo en los desagües conlleva al taponamiento de cañerías y sistemas de alcantarillado de las ciudades que en últimas desembocan en los ríos y mares (Rojas, J. 2015) fuentes hídricas utilizadas para el riego en plantaciones, crianza de animales y el consumo humano. Además de lo anterior el consumo frecuente de aceite reusado produce en el organismo complicaciones en el sistema digestivo, específicamente en el estómago, intestino grueso, hígado y sistema circulatorio razones por las cuales se convierte en un factor de alerta sanitaria a largo plazo puesto que estos procesos se realizan en sitios no tecnificados y por personal no calificado.

Descubrir una forma correcta de cerrar el ciclo de este residuo por medio de usos alternativos tales como el biodiesel (Revista semana, 2014), jabones, materia prima para cosméticos, entre otros, impulsó a este grupo a desarrollar la presente investigación; apoyados en el pensamiento del Design Thinking reflejando el trabajo social pilar fundamental del diseñador gráfico.

# MAPA MENTAL

ENTENDER EL DESAFIO



Mapa mental realizado para la primera etapa Entender el Desafío.

# Stakeholders

Dentro de este proceso inicial, se pueden encontrar varios actores quienes desarrollan papeles importantes dentro de este proyecto que después de un proceso de concientización, análisis y decantación se escogieron seis (6) que son los siguientes:

## • El morocho (usuario):

### **Características demográficas:**

Hombre de 40 años, padre de 3 hijos menores de edad conviviendo durante 20 años en unión libre con su pareja quien es ama de casa, viven en el estrato dos (2) en una vivienda de un asentamiento (casa en madera y cerca de un paso hídrico) de la comuna 7 al suroccidente de la ciudad Popayán. Con estudios de básica primaria se desempeña como coterero (cargador de granos y abarrotos en graneros) y su pasatiempo es jugar futbol los días domingos.

### **Características emotivas:**

Persona que trabaja a diario para llevar sustento a su hogar, generalmente trabaja de coterero, albañil o como él lo indica, de lo que salga; el dinero no alcanza para muchas cosas, así que depende de comprar los alimentos más baratos que ofrezcan en la tienda, razón por la cual, compra aceite en bolsa, por ser el más barato.

## • Don Pacho (El dueño del restaurante):

### **Características demográficas:**

Hombre de 40 años, padre de dos hijos (uno estudiante de bachillerato, otro de universidad) lleva quince (15) años de casado con su pareja quien es socia del restaurante y cocinera, viven en el estrato dos (2) de la ciudad de Popayán, su vivienda está ubicada cerca del asentamiento (casa de dos pisos en ladrillo, primer piso el restaurante), comuna siete (7) al suroccidente de la ciudad, tiene estudios de secundaria, dueño del restaurante más conocido del lugar, su pasatiempo es jugar futbol los domingos.

### **Características emotivas:**

Persona que compra materia prima para su restaurante tales como alimentos, baterías de cocina, elementos de aseo y todo lo relacionado con la misma, pero los productos como alimentos y aceite son comprados en graneros al por mayor, así el precio del aceite es aún más económico de los normal, comprometiendo la calidad de los mismos. Utiliza aceite económico para generar más ingresos asegurando los ingresos de su negocio y el de su familia. Los residuos diarios que genera el restaurante se desechan por el sifón del platero (lavaplatos) desconociendo la importancia del manejo correcto de este residuo.

• **Doña Carmen (La dueña de la tolda de fritos):**

**Características demográficas:**

Mujer de 58 años, madre cabeza de familia de 5 hijos, sin pareja actual, estrato dos (2), vive en un asentamiento (casa de madera, 1 piso) de la comuna cinco (5) al suroccidente de la ciudad, tiene estudios de básica primaria, es la dueña de la tolda más conocida del lugar (solo vende los domingos) y sus pasatiempo es ver televisión.

**Características emotivas:**

Mujer que busca en la venta de frito el sustento de su familia, sin apoyo de una pareja ni entradas extras de dinero, vende los domingos cerca de la cancha de fútbol sus productos, espera siempre poder vender para comprar de nuevo sus materias primas de venta e invierte en aceite económico para que las ganancias sean aún mayores. Reutiliza constantemente el aceite con nuevo, razón por la cual no genera residuos.

• **Don Jaime (El tendero):**

**Características demográficas:**

Hombre de 46 años, padre de dos hijas (estudiantes de secundaria y universidad) ha vivido durante veinte (20) años en unión libre, su pareja trabaja como comerciante independiente, son de estrato tres (3), vivienda propia (casa de dos pisos en ladrillo), comuna nueve (9) al suroccidente de la ciudad, estudios de secundaria, arrendatario del local 17 en la entrada de la plaza de mercado “la 13”, su pasatiempo es ver televisión.

**Características emotivas:**

Mujer que ve reflejado en su local comercial su esfuerzo y el de su familia, la independencia económica ayuda para la vivienda y la educación de sus hijas. Vende una gran variedad de productos de la canasta familiar, concentrándose en los más populares y los que más demanda tienen, entre ellos aceites empacados en bolsas muy utilizados en los restaurantes y ventas de frito de la plaza de mercado.

• **CRC:**

La CRC tiene por objeto la ejecución de las políticas, planes, programas y proyectos sobre el medio ambiente y recursos naturales, así como dar cumplida y oportuna aplicación a las disposiciones legales vigentes sobre su disposición, administración, manejo y aprovechamiento conforme a las regulaciones, pautas y directrices expedidas por el Ministerio de Ambiente Vivienda y Desarrollo Territorial.

• **Patrullero Pérez:**

La Policía Nacional es un cuerpo armado permanente de naturaleza civil, a cargo de la nación, cuyo fin primordial es el mantenimiento de las condiciones necesarias para el ejercicio de los derechos y libertades públicas, y para asegurar que los habitantes de Colombia convivan en paz.



# MAPA STAKEHOLDERS



**PATRULLERO PEREZ**  
EL TOMBO



**CRC**



**DON JAIME**  
EL TENDERO



**DOÑA CARMEN**  
LA DUEÑA DE LA TOLDA DE FRITOS



**DON PACHO**  
EL DUEÑO DEL RESTAURANTE



**EL MOROCHO**  
EL RECICLADOR

## Mapa de Stakeholders

**Grupo de interés de la investigación.**  
Personajes creados por el grupo con el fin de entender los personajes a investigar.



### **Objetivo General**

Crear conciencia sobre el impacto nocivo en la salud por el consumo de aceite reusado.

### **Objetivos específicos**

Informar a la comunidad sobre los efectos nocivos de reutilizar el aceite.

Concientizar a la comunidad sobre la importancia de darle un buen tratamiento a este residuo.

Prevenir a la comunidad sobre la práctica ilegal de reciclar, limpiar y revender el aceite usado, generando interés en el proceso final de los residuos del aceite.

Mostrar a la comunidad las alternativas que existen para cerrar el ciclo del aceite de cocina usado.

# Metodología

Dentro de los métodos de recopilación de información en el pensamiento de Design Thinking se encuentra la empatía como la base de un proceso de diseño centrado en el ser humano, sumado a la observación, la interacción y la entrevista como herramienta de acercamiento a los actores.

La observación encubierta recopila información y permite el análisis de los actores, escenarios y acciones sin interferir en su desarrollo cotidiano. Al observar a los stakeholders interactuar entre ellos, en este caso, con nuestro objeto de estudio (como lo piden, lo compran, que marcas son las más vendidas) y la importancia que tiene el aceite vegetal de cocina para su entorno y por ende para nuestro proyecto. En donde la acción de observar “un día en la vida de...” en el cual se realizó un acompañamiento a los stakeholders.

Además se realizó un registro fotográfico del espacio donde los stakeholders se desenvuelven con el fin de entender el “que”, “como” y “porque” del proyecto, este registro puede ser propio (en lo óptimo) o ajeno, dado el caso en que las imágenes no estén al alcance del equipo de investigación. En esta etapa se aplicaron las tres preguntas sobre todos y cada uno de los elementos visuales del registro.

La entrevista es la reunión de dos o más personas que de manera verbal se realizan preguntas las cuales buscan dar respuesta a un tema específico. Así se configuran como evidencias las fotografías, videos, audios, escritos o todo lo que pueda sustentar las respuestas del entrevistado de esta forma se buco ser imparciales al no condicionar las respuestas con sugerencias.

La metodología inicial se basó en formular preguntas informales para “romper el hielo” con los entrevistados y así crear un ambiente de confianza al referirnos sobre hechos cotidianos y de esta manera llevar al entrevistado al tema de interés al utilizar preguntas formales. Los entrevistados aceptaron ser grabados durante la entrevista de esta forma describieron sus experiencias lo cual permitió al grupo prestar atención a detalles del lenguaje no verbal como silencios, meditaciones y respuestas con monosílabos, de esta forma se evidencian perfiles y patrones de comportamiento frente al tema de los diferentes stakeholders.

Ver material sobre entrevistas en los anexos digitales.

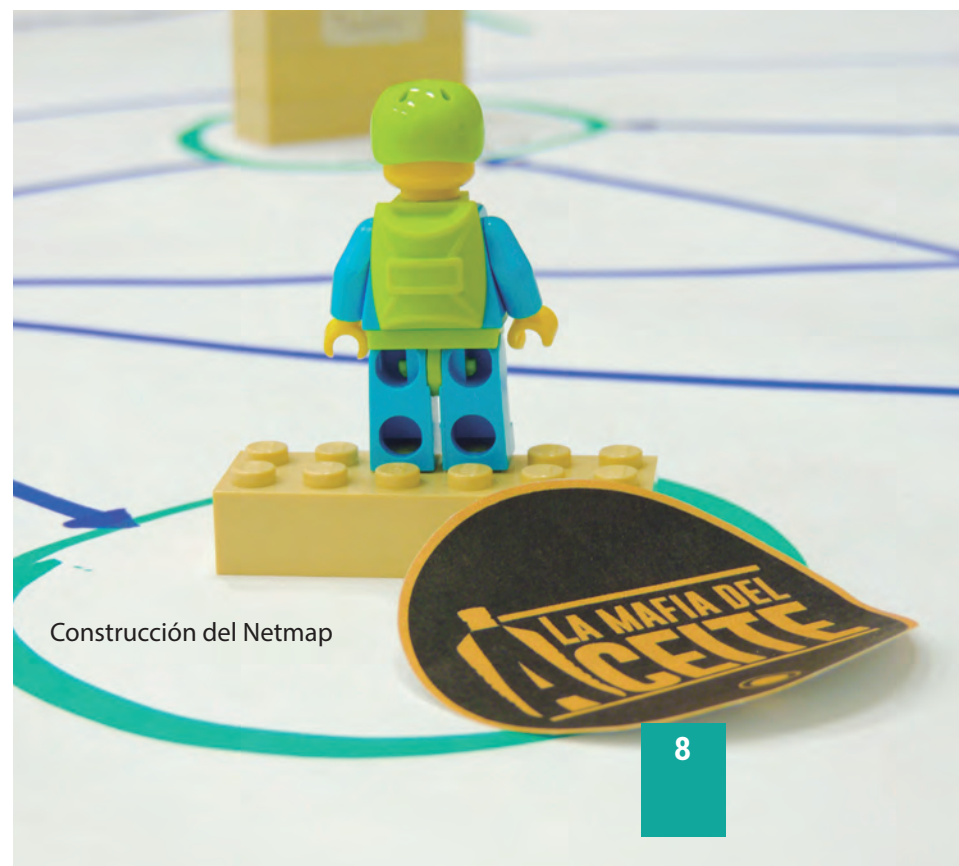
Se realizaron entrevistas directas como por ejemplo la dueña del granero en la plaza de mercado de la trece (13), a una recicladora de la plaza de mercado, el dueño de un restaurante, al ingeniero ambiental de la empresa BIOSECOL y una usuaria de cocina promedio. Además se contactaron vía telefónica a los representantes de la CRC y la policía nacional. De esta forma podemos afirmar que nuestros stakeholders fueron muy variados.

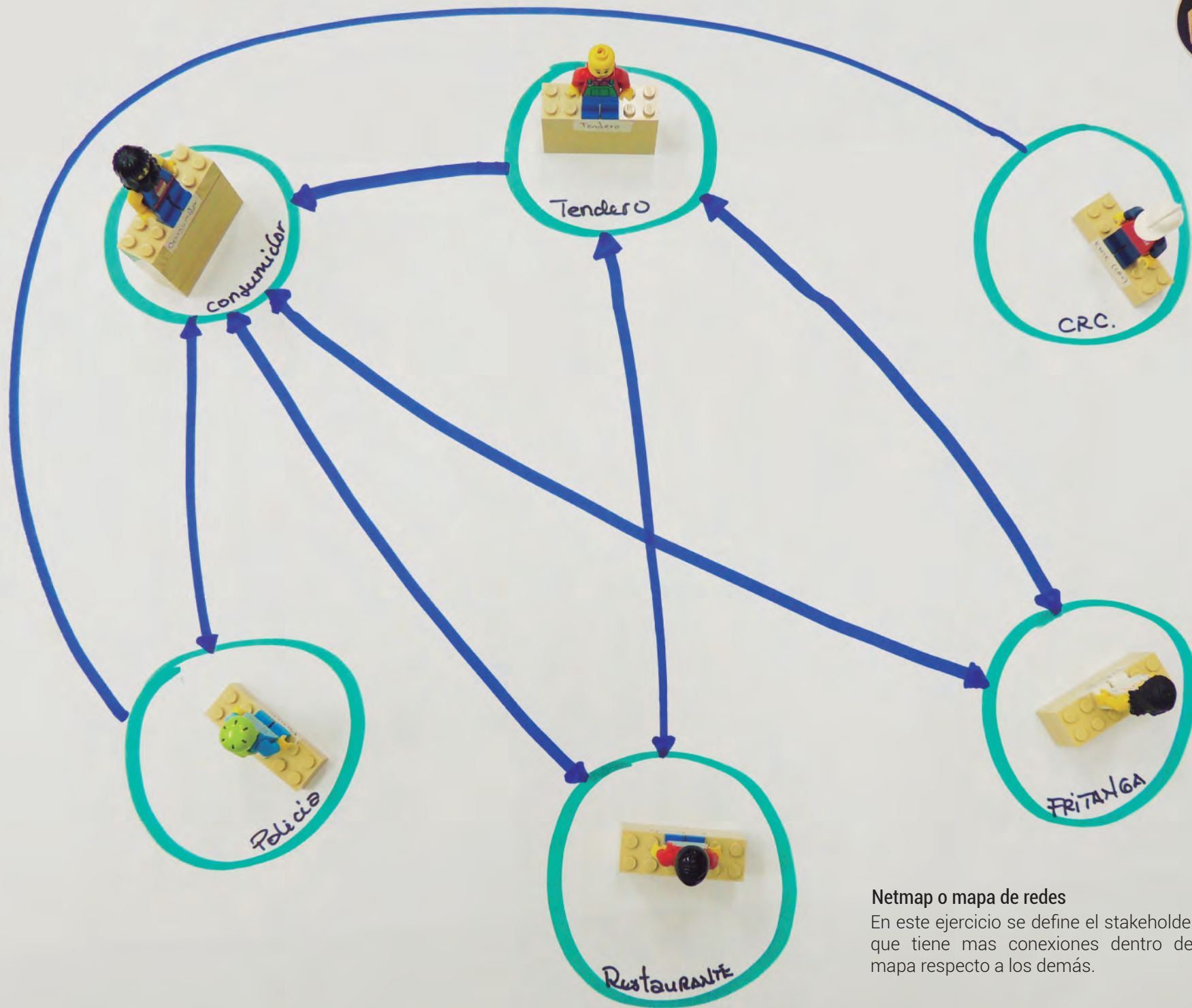
Los resultados obtenidos de estas entrevistas fueron enriquecedores al partir de un imaginario que fue confrontado con la información obtenida por medio de nuestros entrevistados, la cual nos permitió descubrir mayores datos que hasta el momento se desconocían. Luego de cotejar toda esta información y realizar los ajustes necesarios al proyecto se construyó el “netmap” que nos sugiere encontrar a el actor (stakeholder) más importante o el que tiene mayor influencia respecto a los demás, que para nuestro caso es el tendero ya que posee el mayor número de conexiones dentro del mapa identificadas por el desarrollo de su actividad comercial, que le permite distribuir el aceite que llega a los hogares de los demás stakeholders.

El perfil que identifica al tendero se construyó con base en toda la información recopilada hasta el momento, desarrollando el mapa de empatía es decir el grupo debía pensar como el, ¿que ve?, ¿qué siente?, ¿Qué hace? , ¿Qué piensa? con el fin de entender el contexto en el que nuestro stakeholder está inmerso para luego corroborarlo mediante la validación; después de construir dicho perfil se formula un

punto de vista sobre la situación de este personaje. Basándonos en el reto de diseño el cual constituye la guía más importante para empezar a generar la propuesta creativa.

Para hacer realidad este proyecto, se propone una comunidad con usuarios reales de los cuales se habían definido previamente los perfiles, lo cual permitía validar la idea del proyecto, es así como se inicia la búsqueda de un entorno acorde a las necesidades del proyecto, luego de una extensa búsqueda se encontró un barrio en el cual sus líderes se preocupan por el bienestar de sus habitantes y están prestos a apoyar proyectos que los impacten positivamente, siendo este el caso del Asentamiento Lisboa de la Ciudad de Popayán.





**Netmap o mapa de redes**

En este ejercicio se define el stakeholder que tiene mas conexiones dentro del mapa respecto a los demás.



**Punto de Vista** El tendero necesita concientizarse por la calidad del aceite que adquiere porque la calidad debe ser prioridad antes que el precio.

**Mapa de empatía**  
Se crea un perfil del stakeholder escogido en el netmap.

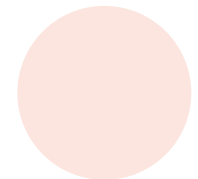
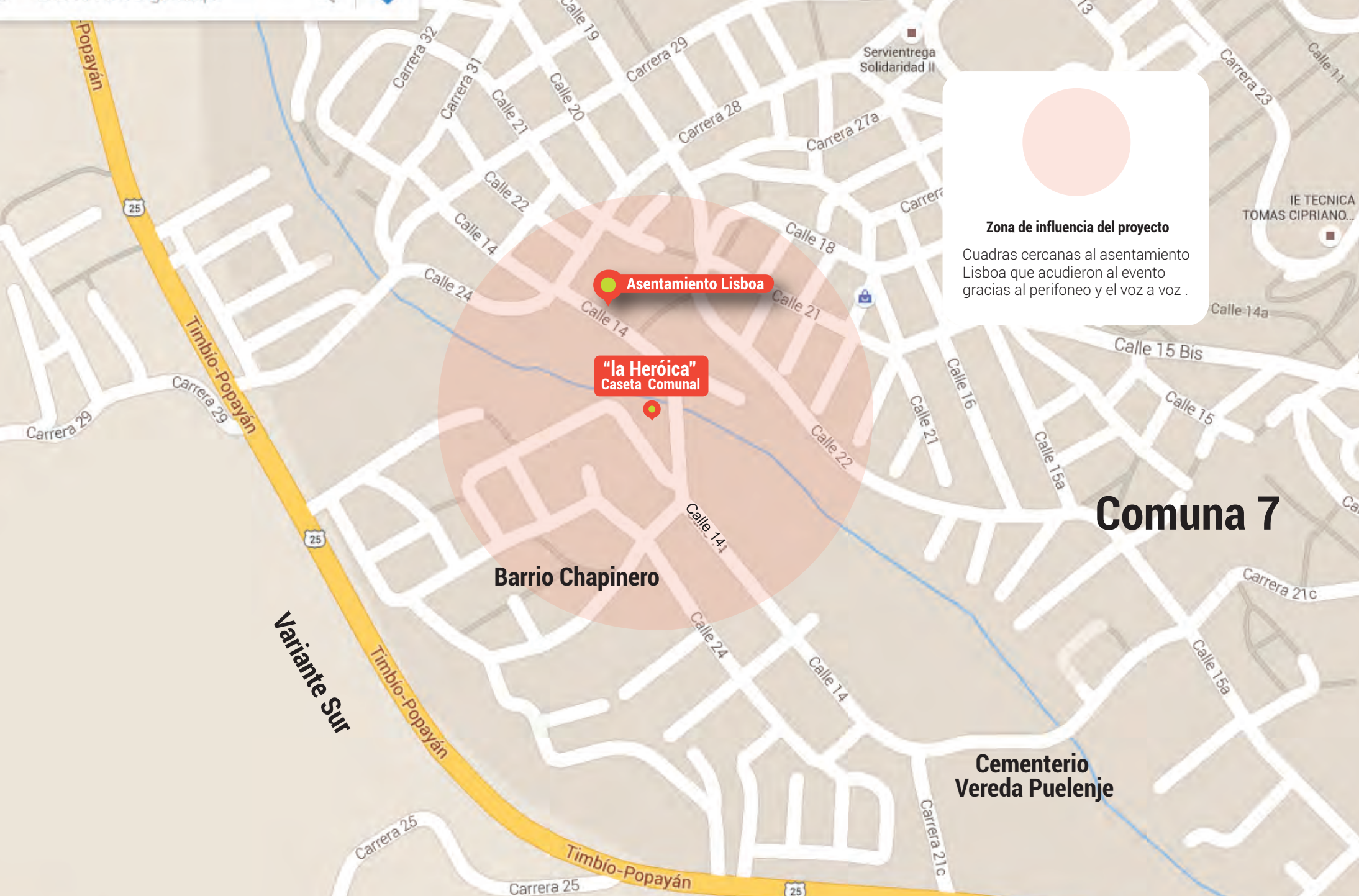
El asentamiento Lisboa está ubicado en la comuna siete (7) sobre el sector del barrio chapinero en la variante sur de la ciudad, creado a inicios del año 2002 conformado por más de 30 familias que viven en estado de vulnerabilidad debido a su condición de asentamiento y en algunos casos de familias que viven en extrema pobreza. Aledaño a Lisboa se encuentran otros asentamientos y barrios que conforman esta comuna; tales como: Nuevo futuro, Cañaveral, Linda Payanesa, Los Olivos, La libertad, San Francisco, Quebrada Pubus, Primero de Febrero, Triunfemos por la Paz, Veinte de Enero, Barrio Independencia, Barrio Colombia 2 Etapa, Asentamiento Nueva Florida, Asentamiento 11 de Febrero, Asentamiento Villa España, Barrio Santo Domingo, Barrio Palmas 2, Asentamiento 1 de Abril, Asentamiento Gustavo Restrepo, Barrio la Unión, Barrio Villa Occidente, Barrio Corsocial.

Las familias que habitan en este sector de la ciudad son en su mayoría humildes y trabajadoras, están regidas por líderes y lideresas comunales como doña Aura Sol Camayo del asentamiento Lisboa quien amablemente accedió a brindar la ayuda necesaria para llevar a cabo la validación de este proyecto.

Se realizaron dos reuniones dentro del asentamiento con el fin de familiarizarnos con sus habitantes y los colaboradores que con gran interés se ofrecieron para que el evento se desarrollara sin contratiempos informándonos de algunos elementos desconocidos, como: el servicio de electricidad de la caseta comunal, mesas, sillas, perifoneo aportados por la comunidad, entre otros elementos.



Fotografía de interior del Asentamiento Lisboa



**Zona de influencia del proyecto**

Cuadras cercanas al asentamiento Lisboa que acudieron al evento gracias al perifoneo y el voz a voz .

**Asentamiento Lisboa**

**"la Heróica"  
Caseta Comunal**

**Barrio Chapinero**

**Comuna 7**

**Cementerio Vereda Puelenje**

**Asentamiento Lisboa**

Imagen obtenida de Google maps  
Sector del Barrio Chapinero y Asentamiento Lisboa de Popayán en la comuna 7





El interés del grupo se centró en indagar el tratamiento que se le daba en los hogares a el aceite usado, punto fundamental para corroborar nuestra premisa inicial sobre el desconocimiento que existe del tema, posteriormente se contextualizó a los asistentes de aquella reunión, sobre nuestro proyecto, a quienes les intereso el mismo y comenzaron a compartir sus anécdotas sobre el aceite.

Algunos no usan aceite vegetal sino grasa animal (manteca de cerdo) la que extraen del tocino la cual almacenan y utilizan posteriormente en la preparación de sus alimentos. Otras personas nos expresaron que no desechan el aceite y lo reutilizan hasta que este se torna de un color oscuro y se sedimenta lo cual es una señal clara para desecharlo por el fregadero o se empaca en bolsas o recipientes que posteriormente arrojan en cualquier lugar o en la basura con residuos ordinarios.

Luego de analizar esta información dedujimos que esta comunidad cumplía con los requerimientos para llevar a cabo nuestro proyecto, pues estaban realizando prácticas inadecuadas de eliminación de este residuo. Por lo cual encontramos un punto de partida para intervenir con nuestro proyecto y empezar a generar conciencia sobre esta problemática y cambiar estas costumbres.

Caseta comunal "La Heroína"  
Asentamiento Lisboa

## Propuesta Creativa

“Yo Cambio” es el resultado de la aplicación del pensamiento del Design Thinking donde el contacto personal, compartir la información y esperar la retroalimentación son las bases para nuestra actividad, la cual nace de la pregunta ¿Por qué cambiar?

Para poder consolidar la propuesta creativa de “Yo Cambio” debíamos tener en cuenta los requerimientos de diseño o “design scope” o requerimientos de diseño, una herramienta fundamental en el proceso de creación de nuestra estrategia la cual nos ayudó a definir paso a paso la estructura de nuestra validación.

La comunidad del contexto a impactar participaran en dos actividades principales: charla de concientización sobre el manejo de residuos del aceite usado donde los usuarios recibirán esta información, generarán preguntas y se les entregara un volante que contiene información complementaria y posteriormente se realizara el intercambio (trueque) de este residuo por jabón desengrasante el cual contiene como uno de sus principales ingredientes el aceite usado y los usuarios llevaran en recipientes el aceite recolectado que ya no utilicen, donde un integrante de nuestro equipo hará la recepción de este, almacenándolo adecuadamente.

Fuera de lo anterior, habrá material audiovisual de apoyo en el que se refleja una campaña de concientización con usuarios reales.

¿Quiénes van a cambiar? Son nuestros stakeholders, la razón de nuestro proyecto, donde cada uno cumple una función importante dentro de su comunidad, como los tenderos (personas que provee de diferentes aceites a su comunidad, además, serán los encargados de promocionar el evento desde su lugar de trabajo, ya que son estos los puntos de encuentro de la comunidad; Amas de casa, son las encargadas de la economía familiar, además de ser quien prepara los alimentos, las cuales se espera sirvan de ejemplo ante la comunidad; Restaurante y cafetería, es uno de nuestros aliados estratégicos, ya que por su actividad comercial lo obliga a utilizar en mayor medida el aceite, de igual forma es quien genera un mayor número de residuos, por esta razón se busca incentivar el uso adecuado de las buenas prácticas de almacenamiento y posterior eliminación de este residuo.

La comunidad del contexto a impactar participaran en dos actividades principales: charla de concientización sobre el manejo de residuos del aceite usado donde los usuarios recibirán esta información, generarán preguntas y se les entregara un volante que contiene información complementaria y posteriormente se realizara el intercambio (trueque) de este residuo por jabón desengrasante el cual contiene como uno de sus principales ingredientes el aceite usado y los usuarios llevaran en recipientes el aceite recolectado que ya no utilicen, donde un integrante de nuestro equipo hará la recepción de este, almacenándolo adecuadamente.

Fuera de lo anterior, habrá material audiovisual de apoyo en el que se refleja una campaña de concientización con usuarios reales.

¿Quiénes van a cambiar? Son nuestros stakeholders, la razón de nuestro proyecto, donde cada uno cumple una función importante dentro de su comunidad, como los tenderos (personas que provee de diferentes aceites a su comunidad, además, serán los encargados de promocionar el evento desde su lugar de trabajo, ya que son estos los puntos de encuentro de la comunidad; Amas de casa, son las encargadas de la economía familiar, además de ser quien prepara los alimentos, las cuales se espera sirvan de ejemplo ante la comunidad; Restaurante y cafetería, es uno de nuestros aliados estratégicos, ya que por su actividad comercial lo obliga a utilizar en mayor medida el aceite, de igual forma es quien genera un mayor número de residuos, por esta razón se busca incentivar el uso adecuado de las

buenas prácticas de almacenamiento y posterior eliminación de este residuo.

Dentro de las labores previas existe una serie de actividades como la búsqueda de la comunidad, el contacto con los líderes comunitarios (en este caso fue una lideresa), la convocatoria previa con otros líderes y lideresas de la comunidad para presentar el proyecto y buscar su apoyo, la elección del lugar donde se realizará la actividad y las fechas (las cuales, se modificaron constantemente por diferentes festividades) el número promedio de asistentes y el llamamiento voz a voz para recordarles la actividad que se va a realizar.

Contamos con insumos tales como material POP, camisetas distintivas equipo “Yo Cambio”, camisetas para identificar a líderes y lideresas comunitarias, caseta comunal, mesas, sillas, refrigerios, jabón líquido, envases para jabón, televisor, portátil, sonido, cámara fotográfica, recipientes para la recolección del aceite, lapiceros y hojas evaluativas.

Después de conversaciones, replanteo y cambios, contamos con un RRHH variado, con el que cubrimos en gran parte las inquietudes de la comunidad sobre este tema en particular y ellos son: Equipo “Yo Cambio” donde tenemos a primera mano la información sobre el proyecto y conocemos las problemáticas de contaminación de esta comunidad realizaremos la invitación, guía del recorrido, trueque de los productos, registro de asistencia y de evaluaciones; La Corporación Entorno y su representante, el ingeniero

ambiental Rubén Santacruz el cual está encargado de realizar la charla sobre los problemas de contaminación que genera el desecho incorrecto de los residuos de aceite; la CRC aportará apoyo educativo desde uno de sus proyectos sociales, además de vincularse con nosotros gracias al evento de la semana del cambio (evento institucional) en el marco del día mundial de la educación ambiental; en Logística contamos con un transporte de piaggio, refrigerios, ubicación de los usuarios e instalación y manejo de equipos en la parte técnica y por último el registro que se realizará del evento (camarógrafo y el editor).

El “worflow” es una producción gráfica acorde al proyecto donde se enuncia cada actividad y sus indicadores, es decir el detalle del evento.

Como diseñadores gráficos emprendimos la creación de una estrategia comunicativa la cual consta de elementos impresos y audiovisuales los cuales se anexan a continuación.

Ver anexos del documento



# Yo Cambio

## Workflow



1

### ¿Porque Cambiar?

#### Descripción:

Charla por parte de personal capacitado a los miembros de la comunidad para contextualizar sobre el problema y los efectos nocivos de los aceites de cocina como residuos peligrosos.

9:15 a.m. Capacitación por parte de la corporación ENTORNO acerca del correcto manejo de los aceites de cocina usados y las alternativas que existen para su eliminación y cierre de ciclo.

10:00 a.m. "yo cambio"

Intercambio de los residuos de aceite de cocina por jabón líquido para loza.

Presentación de material audiovisual alusivo a la capacitación con el fin de reforzar la idea y contextualizar a los que recién lleguen y quieran enterarse del evento.



Número de asistentes a la charla (cuantitativo).

3

#### Actividades previas

Invitación previa e identificación de la comunidad

3 tiendas como puntos de promoción.

Repartir volantes y perfoneo de la actividad

Invitar amas de casa y restaurantes,

(de 15 a 20 personas).

Solicitud de espacio (caseta comunal).

#### llamamiento:



Número de personas interesadas en asistir (cuantitativo).

2

### ¿Quienes van a cambiar?

#### Stakeholders

**Tenderos:** como referentes de la comunidad, serán los encargados de promocionar el evento desde su lugar de trabajo (tienda) ya que estas son puntos clave de encuentro de la comunidad.

**Amas de casa:** se encargaran de dar el ejemplo ante su comunidad, sensibilizarla sobre los efectos nocivos del aceite usado en la salud de su hogar.

**Restaurantes - cafeterías:** aliado estratégico para la continuidad de esta iniciativa y modelo a seguir por buenas prácticas de eliminación de estos residuos.

#### Fue útil?



los asistentes recuerdan y aplican la información suministrada. (cualitativo)

#### Equipo "Yo Cambio"

RR HH

#### Ingeniero ambiental

Rubén Santa Cruz.

Corporación ENTORNO.

CRC:

Apoyo educativo

#### Logística:

Transportador. (piaggio)

Ubicación de los usuarios

Refrigerios.

Instalación y manejo de quipos (técnico).

#### Registro:

Camarógrafo

Editor

#### Insumos

Material P.O.P. (usuarios)

Camisetas distintivas grupo "yo cambio"

Camisetas para identificar líderes

comunitarios.

Caseta comunal.

Mesas, sillas (alquiler).

Refrigerios.

Jabón líquido.

Envases para jabón.

Televisor / Video beam

sonido.

Cámara fotográfica.

Bolsas para recolección de aceite.

lapiceros.

Hojas evaluativas.

# Yo Cambio

¿No sabes qué hacer con ese aceite vegetal usado de tu casa?

EL ACEITE DE COCINA USADO



SE CONVIERTE EN:

EN JABON PARA LAVAR LOZA



Tráelo al salón comunal "La Heroica" este Martes 26 de enero, de 10am hasta el mediodía para que lo cambies por jabón líquido desengrasante.

Invita:  
Grupo de investigación "Yo Cambio"  
Universidad del Cauca

Perifoneo previo a el evento, entregando material POP en tiendas, restaurantes y comunidad

## Resultados obtenidos



**Actividad 1**  
Charla por parte del Grupo  
"Yo Cambio"

### **Descripción del evento "Yo Cambio"**

Nuestra actividad se realizó el día 26 de enero del presente año, en el salón comunal "la heroica" (suroriente de la ciudad) de 9 de la mañana hasta casi la 1 de la tarde, donde asistieron madres cabeza de familia, trabajadores informales y niños.

La invitación al evento se reforzó en horas de la mañana, en las tiendas, restaurante casero y en casa de madres comunitarias, se proyectaba un poco más de asistencia, pero por ser día de semana se cumplió al menos con la proyección. Cabe anotar que la actividad fue pospuesta por razones de la comuna en un par de ocasiones más.

Descripción actividad #1 "Hablemos del cambio" (charla). La charla "Hablemos del cambio" fue realizada por el equipo de "Yo Cambio" con el apoyo de Liliana Paz, Representante de la CRC.

Fecha: 26 de enero del presente año

Lugar: salón comunal "la heroica" (suroriente de la ciudad)

Tiempo de ejecución: 40 minutos

Descripción actividad #2 “Yo cambio, tú cambias” (trueque o intercambio).

Los asistentes después de llenar los listados de asistencia, diferenciales semánticos y las preguntas de profundización, realizaron uno a uno el intercambio del aceite (algunos dejaban el recipiente, otros los conservaban) y dependiendo de la cantidad de aceite que entregaron, se les daba a cambio el jabón líquido desengrasante.

Fecha: 26 de enero del presente año

Lugar: salón comunal “la heroica” (suroriente de la ciudad)

Tiempo de ejecución: 30 minutos

Indicadores de evaluación:

Se evaluaron cuatro (4) ejes desarrollados en la macro actividad donde se buscó la evaluación general tanto cualitativa como cuantitativa, así:

Indicador	Previos	Obtenidos
Personas que asistieron al evento	15	30
Personas que participaron en la actividad #1	14	30
Personas que participaron en la actividad #2	14	19
Litros de aceite recolectados	3,5	17,5

### Indicadores cuantitativos

#### Evento “Yo Cambio”

Estos indicadores aportan datos importantes sobre la respuesta de la comunidad hacia el evento.



## Diferenciales semánticos



### Resultados de los diferenciales semánticos

La técnica del diferencial semántico creado por Charles Osgood, George Suci y Percy Tannenbaum en 1957, se desarrolla proponiendo una lista de adjetivos escritos en formatos acordes a los usuarios, donde se relacionan con sus conceptos propuestos y entre ambos adjetivos se presenta una escala de -n, 0 y n, (ejm. -3, -2, -1, 0, 1, 2, 3) y los usuarios deben seleccionar uno de estos valores, evaluando la satisfacción de la actividad específica.

Previamente se realizó entre los integrantes del equipo de “Yo cambio” la aplicación del diferencial semántico para tener una visión general de posibles respuestas a los usuarios, las cuales después de ponderarlas arrojaron los siguientes resultados:

**Diferencial Semántico  
Actividad 1**

El equipo de “Yo Cambio” califica la actividad pensando en que estos seran los resultados.

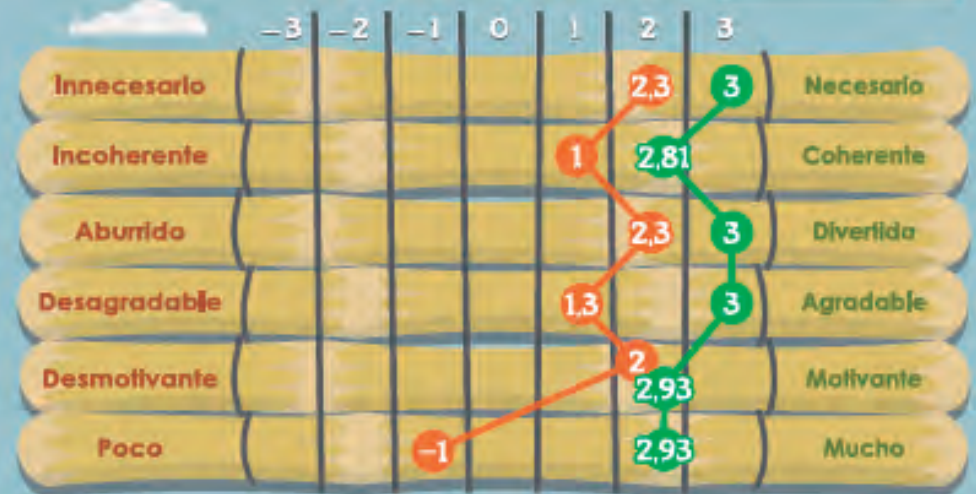


# Diferencial semántico

## Actividad #1 "Hablemos de cambio"



## Actividad #2 "Yo cambio, tú cambias"



Realizamos con dieciséis (16) personas que llevaron a cabo el ejercicio de la aplicación de los diferenciales semánticos, dando como resultado la siguiente tabla:

### Diferencial Semántico Actividad 1

Los usuarios califican la actividad en una escala creada por el grupo, esta se compara con los resultados previos del grupo con la calificación final de los usuarios.

Yo cambio

Indicadores del equipo "Yo cambio"  
Indicadores de los usuarios en las actividades

## Conclusiones



La realización del evento al interior de la comunidad fue un éxito, los indicadores fueron mayores de los esperados, sobresaliendo en la actividad número 1 “charla” que para los asistentes resulto ser “recordable” y “agradable” y en la actividad número 2 fue “Agradable” y que la cantidad de aceite recolectada fue “significativa”.

Observamos que los resultados obtenidos fueron satisfactorios, ya que nuestra proyección inicial resultaba en cierto modo escéptica, por la información previa, al no dimensionar el impacto que tendría la propuesta en la comunidad, quizás por el temor generado al realizar este tipo de proyectos por primera vez.

Acercarse y generar confianza con los líderes es primordial, debido a que no toda la comunidad estará siempre de acuerdo con este tipo de iniciativas, razón por la cual es importante conocerla de antemano para lograr efectividad buscada.

El conocimiento de la comunidad permite dirigir de forma concreta la estrategia, la estética y así definir la manera correcta y eficaz de comunicar nuestra idea para lograr que sea aceptada, recordada y aplicada.

El diseño gráfico como herramienta comunicativa es de vital importancia en este tipo de proyectos, a nivel visual la comunidad respondió bien al material diseñado para ellos.



## Observaciones

Cabe anotar que el proyecto “Yo Cambio” fue aceptado por la CRC en el marco del día mundial de la educación ambiental celebrado entre los días 25 a 29 de enero en la ciudad de Popayán, donde participaron entidades gubernamentales y privadas tales como Policía Nacional Ambiental, Centro Comercial Campanario, bancos de la ciudad, Ejército Nacional entre otros, la campaña se denominó igual que nuestro proyecto “Yo Cambio” y abarco toda la ciudad con exhibiciones, actividades lúdicas y charlas educativas, eventos donde el equipo de “yo Cambio” estuvo presente.

El proyecto en su fase de validación tuvo traspies, debido a que algunos de los colaboradores por diferentes motivos decidieron no participar, dificultades que se sortearon de manera oportuna y razón por la cual el proyecto cobro vida gracias a la gestión de nuestro equipo humano.

### **Mimo**

Actividad lúdica a cargo de la CRC.

## Recomendaciones

Este proyecto tiene continuidad gracias al interés que se le presta a la salud, al prevenir la reutilización, fomentar el reciclaje, evitar el re envasado y reventa del desecho peligroso. Enseñándole a la comunidad a no consumir más de dos veces su aceite de cocina y el gran aporte que se le hace a la conservación del medio ambiente promoviendo el cierre del ciclo de este desecho.

“Yo cambio” es apenas el comienzo de un gran proyecto a nivel ambiental que se necesita en la ciudad de Popayán y en el departamento del Cauca, pero aún se encuentran muchos vacíos los cuales en esta primera etapa no se pudieron abarcar, por esta razón esta idea continua en crecimiento y el equipo de trabajo se encuentra realizando alianzas estratégicas que le permitan consolidar, mejorar e implementar este trabajo de manera profesional, como un modelo de recolección de este residuo peligroso con el apoyo de las autoridades ambientales a nivel regional, utilizando al diseño gráfico como el arma más poderosa para llegar a la comunidad.

Uno de los logros más importantes durante la validación de esta idea fue vincular a la Corporación Autónoma Regional

del Cauca CRC y a la Policía Nacional Ambiental, al incluir dentro de sus actividades de educación ambiental el aceite usado de cocina como desecho peligroso que debe ser recolectado y correctamente tratado para cerrar su ciclo.

La CRC por medio de su representante Liliana paz, asistente de dirección, se comprometió realizar la recolección de los residuos el viernes 19 de Febrero de 2016, ya que hubo varios inconvenientes en el proceso legal de la recolección de estos residuos.

CORNARE el equivalente a la CRC en el departamento de Antioquia nos recibió amablemente y nos compartió procesos y anécdotas del proceso que se lleva a cabo con fundaciones que trabajan cerrando el ciclo de este residuo mediante la fabricación de jabones para ropa obtenidos de aceites de cocina residuales.

# Reflexiones

Con la metodología del “design thinking” el desarrollo de un problema de diseño se convierte en un reto mucho más interesante, acercarse de una manera más humana y directa hacia el objetivo del proyecto hace que esta disciplina tenga sentido.

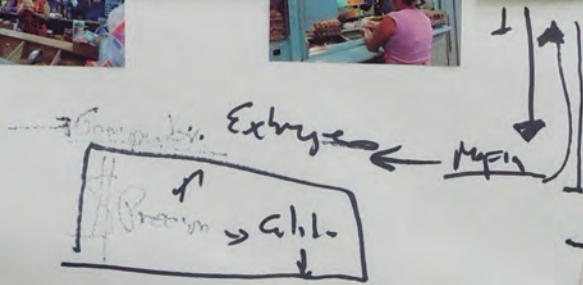
Explorar y usar diferentes métodos de investigación enriquecen el proceso de indagación, desde el primer momento en que se aborda un problema con design thinking la creatividad empieza a surgir y permite proyectar miles de posibles soluciones que son tenidas en cuenta con el fin de generar una estructura sólida que permita encontrar una posible solución a la situación objeto de estudio.

El design thinkin aborda los sentimientos de los usuarios permitiendo al investigador en cierta manera vivir un poco la vida de sus stakeholders, pensar como ellos para tratar de dar solución desde su perspectiva. La práctica y la constante exploración son los componentes más importantes de esta disciplina, no se trata de estar sentado tras un ordenador buscando formular ideas en documentos y gráficos que sustenten una tesis, esta metodología te permite salir y sumergirse en el mundo real.

Recolectar los datos necesarios para atacar el problema desde la raíz mediante una estrategia innovadora cuidadosamente planificada, tanto así que en el momento de validar un proyecto de design thinking se debe estar lo suficientemente confiado para interactuar con los usuarios finales; pero el proceso no termina en la validación, en el design thinkin como en otras metodologías nunca habrá una solución definitiva al planteamiento de un problema, por el contrario, permite continuar planteando soluciones que suplen algunos vacíos que arrojo la validación de la primera idea, el design thinking se alimenta constantemente al usar la creatividad y la innovación como combustible para abordar de manera enérgica y fluida problemas de cualquier tipo, ya sean sociales, culturales, económicos entre otros.

En este caso el proyecto “yo cambio” está enmarcado en la temática de emprendimiento social, ya que el grupo toma como objeto de estudio una problemática que afecta a una determinada comunidad, en este caso nos preocupa el destino que se le da a un desecho considerado peligroso y altamente contaminante con el cual estamos familiarizados al ser un producto de consumo diario y de primera necesidad como lo es el aceite de cocina o aceite vegetal.

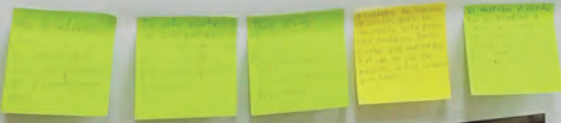
# ECONOMÍA



# IMPACTO AMBIENTAL



# EDUCACIÓN



# PROBLEMAS DE SALUD



El design thinking para nuestro proyecto fue esencial, ya que nos permitió discernir y pulir nuestra propuesta depurando muchas otras ideas, nuestro proyecto empezó a forjarse indagando sobre las llamadas mafias del aceite o carteles del aceite existentes en algunas zonas de nuestro país pero luego nos dimos cuenta de que el problema en realidad no era la mafia o el cartel, el problema era el desconocimiento por parte de los usuarios sobre qué hacer con estos residuos, si botarlo, venderlo, guardarlo o seguirlo usando, también nos pudimos dar cuenta de que parte de ese reconocimiento responde a ciertos imaginarios populares como secretos de la abuela que se aplican en algunos casos para economizar el aceite entre otros, algunas personas saben que ese aceite residual se guarda en un contenedor y se mantiene sellado pero no saben cuál es el cierre del ciclo adecuado para este residuo, otras personas lo venden a empresas que recolectan de manera ilegal este residuo (en Popayán no existe una ruta de recolección de aceite usado) y es aquí donde el design thinking nos da las herramientas necesarias para actuar e influir en el modo de pensar de las personas haciendo que vean más allá de la contaminación los problemas de salud que puede causar el consumo de este residuo ya sea en el hogar o el aceite que revenden después de limpiarlo con procesos químicos que aumentan su peligrosidad.



## Agradecimientos

Agradecemos el apoyo de nuestros tutores en el diplomado, al aporte de nuestros entrevistados, a nuestro amigo “Azul” por realizar el contacto con la señora Aura, a la señora Aura por ser una lideresa abanderada de los proyectos que van en pro de su comunidad, a nuestros compañeros del diplomado que con sus aportes, apoyaron el desarrollo de esta idea, a la CRC por aportar conocimiento y servicio para nuestro proyecto, a nuestras familias por tener paciencia en el desarrollo de esta actividad y a todas aquellas personas que intervinieron de una u otra forma.



**Yo Cambio**  
¿No sabes qué hacer con ese  
aceite vegetal usado de tu  
casa?

EL ACEITE  
DE COCINA  
USADO

SE CONVIERTE  
EN:

EL SABÓN  
PARA LAVAR  
LOSA

Tráelo al salón comunal  
"La Heroica"  
este Martes 26 de enero, de 10am hasta el  
mediodía para que lo cambies por jabón  
líquido desengrasante.

Invita:  
Grupo de investigación "Yo Cambio"  
Universidad del cauca

4281  
HAY  
Chorisos

## Anexos



# Material impreso "Yo Cambio"



**Etiqueta adhesiva**



**Identificar el productos con la marca del proyecto.**

Jabón líquido desengrasante fabricado con aceite vegetal usado, sirve para desengrasar cualquier superficie ideal para pisos, maquinaria, loza, etc.



# Yo cambio

## Diferenciales Semánticos

¿Cómo le pareció a usted la información de la charla “Hablemos del cambio”?

	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Información Confusa								Información Clara
Aburrido								Interesante
Olvidadizo								Recordable
Desmotivante								Motivante
Rechazada								Invitada
Desagradable								Agradable

¿Cuál fue su nivel de satisfacción de la actividad del trueque “yo cambio, tú cambias”?

	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Innecesario								Necesario
Incoherente								Coherente
Aburrido								Divertido
Desagradable								Agradable
Desmotivante								Motivante
Poco								Mucho

!Muchas gracias por sus respuestas!

Formato diferenciales semánticos para usuarios.

Tamaño carta

Entregado a los usuarios después del evento para que lo evalúen según las variables ahí propuestas.

# Yo cambio

## Preguntas de profundización

¿Que le pareció la actividad?

---

¿Por que?

---

---

¿Participaría de nuevo en actividades iguales?

---

¿Por que?

---

---

¿Alguna sugerencia o comentario?

---

---

---

!Muchas gracias por sus respuestas!

**Formato preguntas de profundización para usuarios.**

Tamaño carta

Preguntas básicas sobre la actividad con el fin de que los usuarios sean mas subjetivos.

# Yo cambio

## ¿Qué haces con el aceite de cocina usado?

Tirar por el lavaplatos el aceite de cocina usado no es una elección correcta. Este aceite se mezcla con los restos del detergente y, además de generar toda clase de bacterias, poco a poco va tapando las cañerías hasta obstruirlas. Es un riesgo y un peligro para el medio ambiente. Únete a nuestra campaña para hacer una correcta eliminación de este peligroso residuo... Unidos logramos cambios positivos.

*Toma nota de todo lo que ocurre precisamente con el aceite de cocina usado:*

- El aceite de cocina usado daña las cañerías. Al mezclarse con detergentes en las tuberías, genera bacterias peligrosas. Es entonces cuando aparece el mal olor y los brotes de cucarachas o ratones en nuestra cocina.
- El aceite, como todos sabemos, no se mezcla con el agua. Los animales que se ven afectados por el aceite arrojado a los ríos acaban muriendo poco a poco.
- También hemos de tener en cuenta los altos costes de reparar las cañerías obstruidas.

### **Flyers informativos.**

Tamaño media carta

Con el fin de contextualizar a la comunidad recordar aspectos importantes del proyecto.

# Yo cambio

¿No sabes qué hacer con ese  
aceite vegetal usado de tu  
casa?

EL ACEITE  
DE COCINA  
USADO



SE CONVIERTE  
EN:



EN JABON  
PARA LAVAR  
LOZA



Tráelo al salón comunal  
“La Heroica”  
este Martes 26 de enero, de 10am hasta el  
mediodía para que lo cambies por jabón  
líquido desengrasante.

Invita:  
Grupo de investigación “Yo Cambio”  
Universidad del Cauca

**Poster promocional.**

Tamaño 1/4 de pliego

Reforzar la invitación al evento ubicandolos  
estratégicamente en tiendas, restaurantes y  
cafeterías del sector.



## Registro fotográfico







Momento de la entrega de aceite usado por parte de los usuarios.



Yo  
Cambio

### Diferenciales Semánticos

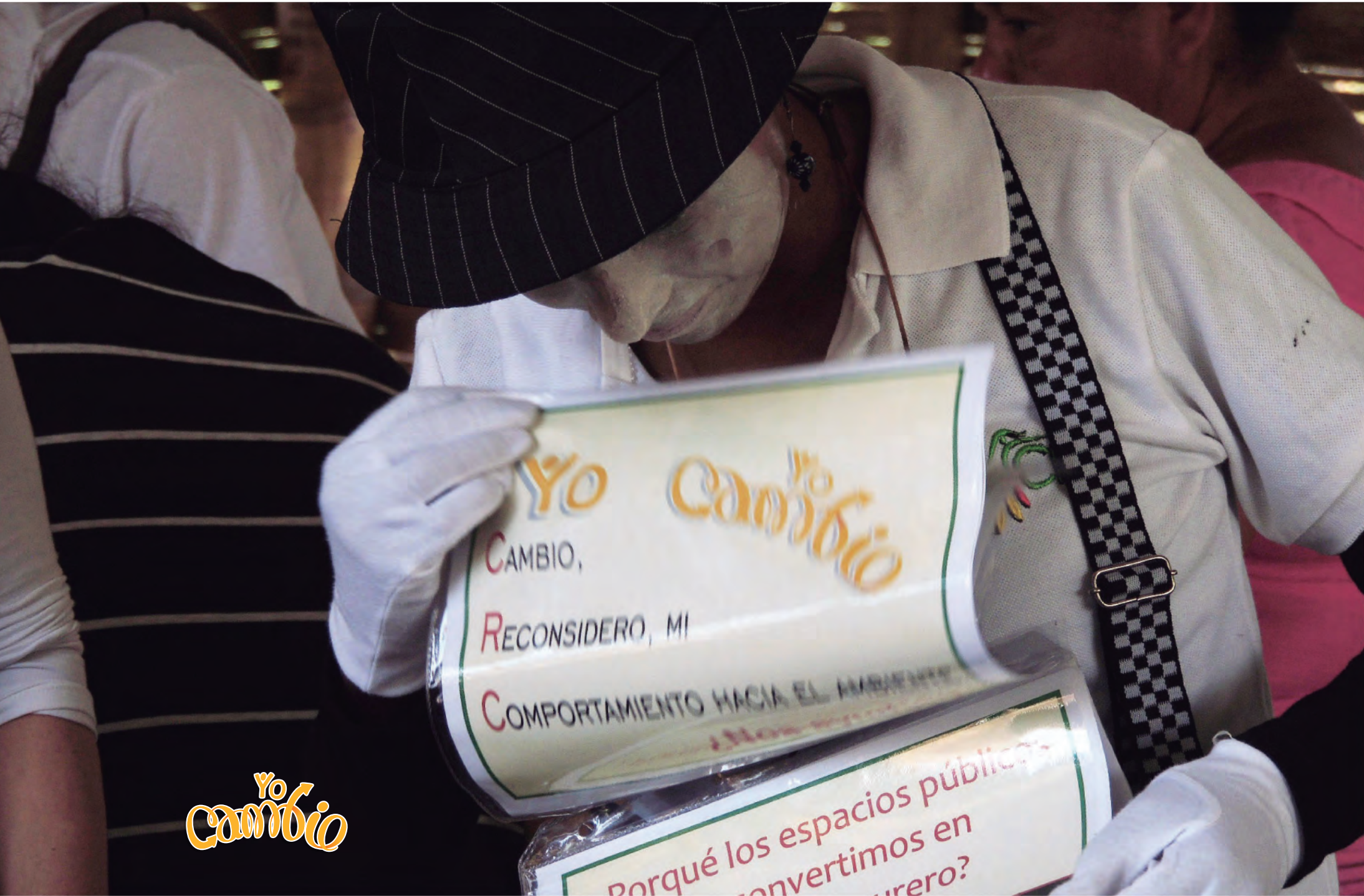
Usuarios asistentes al evento.  
diligenciando los formatos  
para la calificación del evento



Yo  
Cambio

**El cambio**

Momento del "trueque" de aceite usado por jabón líquido desengrasante.



Yo  
Cambio

### Educación ambiental

#### Mimo de la CRC

Actividad lúdica para los asistentes al evento sobre manejo de residuos ordinarios.



### **Pintucaritas**

**Los niños estuvieron presentes en el evento**  
Los niños de la comunidad disfrutando y aprendiendo del evento.



### Jabón "Yo Cambio"

#### Material de entrega

Jabón desengrasante entregado a los usuarios a cambio de su aceite de cocina usado.

Yo  
cambio



### Recolección de residuos

**Los usuarios entregaron sus residuos de aceite usado**  
Muchas personas recolectaron suficiente aceite para participar del evento.



## Bibliografía

1. Redacción Eltiempo.com, 2013, Mercado negro de aceite, un riesgo en su mesa, [Consultado el 12/12/2015]. Disponible en: [http://www.eltiempo.com/Multimedia/especiales/responsabilidad-social7/ARTICULO-WEB-NOTA\\_INTERIOR\\_MULTIMEDIA-12581710.html](http://www.eltiempo.com/Multimedia/especiales/responsabilidad-social7/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_MULTIMEDIA-12581710.html)
2. César Augusto Betancourt Restrepo, 2014. El contrabando se metió en la cocina. [www.elmundo.com](http://www.elmundo.com). [Consultado el 12/12/2015]. Disponible en: <http://www.elmundo.com/portal/resultados/-detalles/?idx=238304&idprevia=1#.VsTOFfnhC9g>
3. Juan Fernando Rojas T. 2015. Aceite de cocina usado, el otro econegocio de Socya. [www.elcolombiano.com](http://www.elcolombiano.com). [Consultado el 14/12/2015]. Disponible en: <http://www.elcolombiano.com/aceite-de-cocina-usado-el-otro-econegocio-de-socya-1-AK1862266>
4. Revista Semana, 2014. Aceite de cocina usado como combustible, [Consultado el 12/12/2015]. Disponible en: <http://sostenibilidad.semana.com/medio-ambiente/articulo/aceite-cocina-usado-como-combustible/32085>
5. Cartelaceitepirata canal de youtube 2010. El Cartel del Aceite Pirata 1 y 2 disponible en: <https://www.youtube.com/channel/UClilzyVuinkUJA96eVZrddw>
6. Blog Cocreanet.es. Pensamiento de diseño – Design Thinking – para cambiar el mundo: innovación social. disponible en: <http://www.cocreanet.es/design-thinking-innovacion-social/>