

Estrategia promocional para producto de chocolatería artesanal.

Daniela Díaz Cancino

Universidad de Valparaíso

Escuela de Diseño

2010

Agradecimientos:

Juan Mena (Profesor guía)

Allan Browne Escobar (Profesor asesor)

Gloria P. González H. (Directora corporación TUKUYPAJ)

Alicia González Varela (Administradora y educadora corporación TUKUYPAJ)

Índice

Introducción.....	6
Capítulo I “Construcción de la hipótesis”.....	7
Título	8
Problemática.....	8
Motivación personal.....	8
Fundamento del proyecto.....	10
Descripción de la hipótesis	10
Objetivos.....	11
Objetivos Generales.....	11
Objetivos Particulares.....	11
Sistema de comunicación.....	12
Estrategia.....	13
Actores.....	13
Medio.....	13
Receptor.....	13
Análisis FODA.....	14
Capítulo II “Antecedentes”.....	16
Datos demográficos de Valparaíso.....	17
Discapacidad mental.....	19
Deficiencia mental leve o discreta.....	20
Deficiencia mental moderada.....	21
Deficiencia mental Severa o grave.....	22
¿Qué es el empaque?.....	25
Ejemplos.....	27
Afiches.....	28
Proyecto similar en Chile “TAD”.....	29

Misión; Bases metodológicas.....	29
Programa de transición; Rompiendo la rutina.....	31
Integración a la comunidad; Admisión.....	32
Aporte del TAD; Financiamiento; Servicios; Productos.....	33
Clientes.....	34
Conclusión.....	35
Capítulo III “Marco de Referencia”	36
Ámbito espacial	37
Ámbito co-disciplinario.....	37
Corporación TUKUYPAJ.....	38
Actividades recreativas que realiza TUKUYPAJ.....	45
Locales de venta de la corporación.....	54
Clientes permanentes.....	54
Clientes que no han renovado pedidos.....	54
Centro de ventas.....	55
Folletos con que trabaja TUKUYPAJ.....	56
Etiquetas que han utilizado.....	58
Competencia en el mercado.....	60
Estudio de mercado.....	63
Conceptualización.....	69
Propuesta Conceptual.....	69
Propuesta Formal.....	69
Capítulo V “Descripción Técnica del Proyecto”	70
Definición del Proyecto.....	71
Rediseño del logotipo.....	72
Tipografía.....	72
Colores.....	73

Criterios del empaque.....	77
Procesos del teñido del papel.....	78
Vistas del producto.....	79
Grilla del módulo.....	97
Doble papel interior.....	98
Armado de la cinta.....	100
Criterios de diseño de trípticos.....	101
Autoadhesivos módulos.....	105
Pendón informativo de venta.....	106
Capítulo VI “Plan de Gestión del Proyecto.....	107
Financiamiento.....	108
Fondo concursable para el desarrollo de la sociedad civil.....	109
Fondo del Fonadis.....	111
Costos del Proyecto.....	113
Conclusión.....	116
Bibliografía.....	118

Introducción

Actualmente no hay chocolaterías artesanales que tengan un posicionamiento claro y fuerte dentro de la ciudad de Valparaíso, por lo que mi competencia más directa será chocolaterías industrializadas, como por ejemplo chocolates Parés o chocolates Sausalito; sabiendo de antemano que ambas empresas poseen una gran cantidad de clientes, no deseo competir con ellas directamente, ya que al trabajar indus-

trialmente los costos son menores, lo que no me favorece al querer competir en precios, por lo que haré destacar el carácter de chocolatería artesanal, apuntando así a otro tipo de público, uno más interesado en calidad, novedad, que le preste más valor al carácter de único que tienen los productos realizados a mano.

Capítulo I

Construcción de la hipótesis

En este capítulo se muestra la parte teórica del proyecto, las bases formales de su desarrollo.

Título

Estrategia promocional para producto de chocolatería artesanal.

Problemática

La problemática radica en que esta corporación (TUKUYPAJ-CHILE) no recibe ningún tipo de ayuda financiera. En estos momentos solo se sustenta de sus ventas, porque dejó de recibir la ayuda de TUKUYPAJ- BELGICA, con la que partió; esta ayuda iba decreciendo en el tiempo y ya terminó.

El único sustento que poseen es la venta de sus productos, lo que en estos momentos no alcanza para gastos en publicidad y promoción, lo que los llevó a que la corporación cayera en un letargo, y no renovara en productos ni en promoción, esto los llevó a perderse en el mercado, conociéndolos solo sus clientes frecuentes.

(1) TUKUYPAJ, palabra quecha que significa "juntos"

A su vez implica que al no conocerse en la ciudad, reciben pocos pedidos y sus ventas son bajas.

Motivación Personal

Considero que por mucho tiempo se ha dejado de lado y discriminado a las personas con discapacidad: en muchos aspectos como por ejemplo el afectivo (donde no siempre se preocupan de las necesidades especiales de cada discapacidad); además de carencias de espacios en la vía pública (hay pocos lugares adaptados para discapacitados y los lugares señalados para ellos, como por ejemplo los estacionamientos, no siempre se respetan); tampoco se respetan sus derechos a vivir y desempeñarse dignamente especialmente en el ámbito laboral.

A los discapacitados se les dan muy pocas oportunidades de aprender y demostrar lo que pueden hacer; además parece existir un estigma social en contra de ellos de no

poder hacer las cosas bien, ya que se los compara íntegramente con las personas a las que llamamos “normales”. Sin embargo estoy convencida que cada persona tiene el derecho y que la sociedad tiene el deber de entregar instancias donde ellos puedan medir sus aptitudes y sentirse capaces y útiles para el mundo donde viven.

Es por esto que he decidido apoyar desde un ámbito profesional a la Corporación TUKUYPAJ⁽¹⁾ – CHILE, la cual, como se ha dicho, es una corporación de integración y capacitación para discapacitados intelectuales, siendo esta una puerta abierta para que estas personas se integren a la sociedad.

Fundamento del proyecto

La corporación Tukuypaj es una empresa que posee tres centros, uno de chocolatería artesanal, un jardín de rosas y un centro de rehabilitación para bebés y niños. El centro de chocolatería artesanal (con el que trabajo en mi tesis) inserta social y laboralmente a personas adultas con discapacidad mental.

Actualmente esta corporación está “dormida” ante el mercado, ya que no es conocida en la ciudad, ni como corporación de ayuda social ni como empresa de chocolatería. Los únicos lugares donde conocen y han oído hablar de esta corporación son los lugares donde ellos han ido a ofrecer directamente sus productos, como colegios, oficinas, intendencia, etc.

Mi objetivo apunta a promocionar este centro de chocolatería a través de sus productos, mostrarlos de una manera más atractiva, para así empezar a darla a conocer y como consecuencia a un mediano y largo plazo poder aumentar el número de clientes y así las ventas de la corpora-

ción, con el fin de que se mantenga abierto por un largo tiempo más.

Descripción del proyecto

El proyecto consta de:

- Rediseño del logotipo:

Simplificar el logotipo, con el fin de hacerlo más recordable y cercano al cliente.

- Diseño de un empaque para la línea de bombones:

Diseñar un empaque más llamativo visualmente para invitar al cliente a comprarlo y disfrutar de este rico chocolate, o bien usar este producto como un regalo original para toda ocasión.

- Pendón informativo:

Pendón que de cuenta de lo que es este empaque (bombones) e informe su relación, color-sabor de relleno.

- Rediseño de bombones:

El rediseño de los bombones parte de la idea de diferenciarlos del resto de las chocolaterías artesanales, ya que en las distribuidoras por lo general no hay mucha variedad de moldes; otro punto era evitar incurrir en grandes gastos para modificar la forma del bombón, es por esto que pensé en cambiar la forma con los que ya habían; se escogió la pirámide por ser una forma simple que simboliza algo poderoso, como es la fortaleza y durabilidad; decidí partirla en dos mitades para poder seguir con la idea *juntos*, de *unión*, cosa que al unir las dos mitades logremos la fortaleza; cosa que pretende inculcar Tukuypaj.

Objetivos:

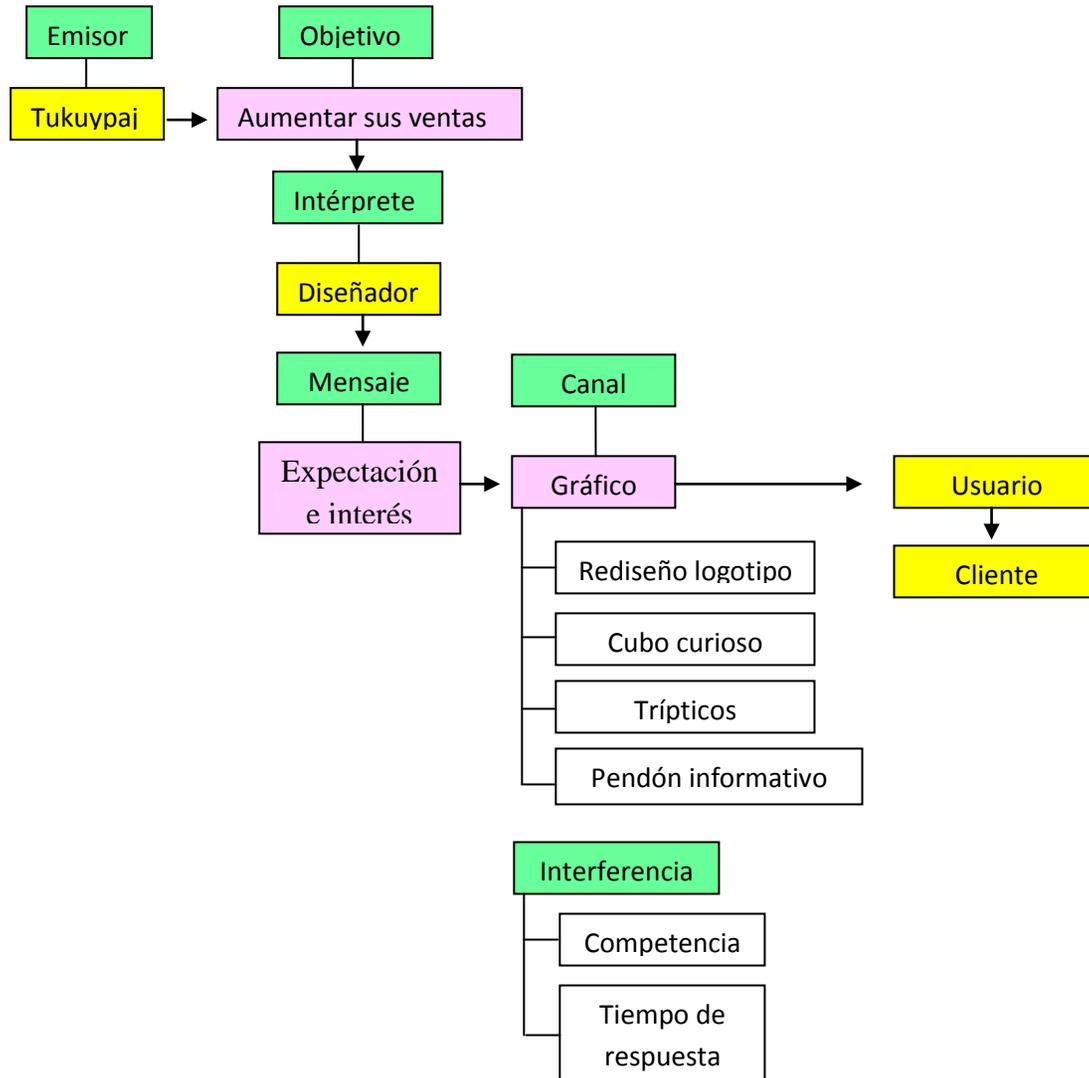
Generales:

- Promocionar el producto de la corporación Tukuypaj dentro de Valparaíso, a través de una presentación que despierte interés en el usuario para degustar el producto y comprobar su buena calidad.

Particulares:

- Despertar la curiosidad por el producto, mediante lo llamativo y atípico de su empaque.
- Una vez conocido el producto, lo atractivo radicará en un aspecto lúdico resultado de la combinación de varios módulos y/o empaques.

Sistema de comunicación



Estrategia

Una estrategia tiene que ver con dirigir un proceso tomando decisiones óptimas para lograr un fin. Mi estrategia partirá en los módulos pequeños, donde en su embalaje vendrá incorporado un tríptico informativo y de propaganda, donde se promocionará comprar los 8 módulos para poder formar el cubo curioso y/o comprarlo ya formado. A su vez dentro del embalaje del cubo curioso vendrá otro tríptico que promocionará lo que es el centro de chocolatería artesanal de Tukuypaj, lo que hará más conocida a la corporación aumentando sus ventas y así poder lograr el fin de colaborar con la integración de los discapacitados al área laboral de nuestro país.

Actores

El emisor intelectual seré yo, como diseñadora de todos los productos del sistema.

El emisor eficiente será un fondo concursable del Fonadis⁽²⁾ o el Fondo para el desarrollo de la sociedad civil.

Medio

El medio será gráfico: rediseño logotipo, empaque, pendón.

El receptor:

Ciente: Mi cliente será TUKUYPAJ-CHILE, específicamente la señora Gloria Patricia González, autora y directora de la corporación.

Usuarios: Mi usuario objetivo apunta a proveedores, puesto que así no se necesita contar con un negocio propio, ahorrando este dinero. Específicamente las panaderías y pastelerías, esto ya que son un lugar donde transita mucha gente a diario, se venden productos del mismo rubro (alimenticio), además el chocolate se relaciona mucho con la pastelería y ésta a su vez con satisfacer placeres momentáneos, como son las golosinas.

(2) Fonadis: Fondo nacional de la Discapacidad

Análisis FODA

Fortalezas:

- El hecho de ser una chocolatería artesanal, le da un plus, por lo que esto conlleva; ser un producto trabajado a mano, cada uno es exclusivo, es decir un chocolate más personal, no industrializado.
- Buena calidad del chocolate, ya que éste posee entre un 65% y un 70% de cacao, lo que le brinda un sabor más refinado.

Debilidades:

- Factores del Producto; Los productos no poseen un diseño propio, lo que no les permite diferenciarse mayormente de su competencia.
- Los productos no poseen un packaging representativo, lo que les quita fuerza.
- No poseen una gran cartera de clientes.

Oportunidades:

- Factores demográficos; El hecho de ser una ciudad-puerto, y patrimonio de la humanidad, conlleva en que hay un gran flujo de personas, como por ejemplo los turistas nacionales y extranjeros, lo que favorece ya que hay mayor posibilidades de vender un producto de buena calidad, barato y novedoso.

Amenazas:

- Prestigio de la Corporación, puesto que esta corporación no es muy conocida, y aun no posee posicionamiento en el mercado.
- Poco interés de las empresas o negocios, por adquirir productos de una empresa desconocida o poco conocida.

Como conclusión después de ver el FODA, puedo decir que tanto las fortalezas como las oportunidades que posee la corporación, se seguirán manteniendo en el tiempo, ya que hasta el momento no posee muchas oportunidades y la que tiene seguirá manteniéndose por mucho tiempo, ya que al ser Valparaíso una ciudad patrimonial seguirá atrayendo a mucha cantidad de personas. En cuanto a las tres debilidades, dos de ellas serán abarcadas por mi proyecto, lo que solucionará en gran medida estas debilidades y si todo funciona bien, en un corto a mediano plazo la tercera debilidad podrá ir mejorando.

En cuanto a las amenazas se refiere, al ver que las empresas no se están interesando en comprar productos a empresas poco conocidas o desconocidas, he apuntado a que mis usuarios sean personas particulares, a ser presentado a toda aquella persona que asista a una panadería en el centro de Valparaíso, para así abarcar un amplio margen de clientes potenciales y con esto comenzar a hacer sentir el nombre de la corporación, hacer que empiece a sonar en el inconsciente colectivo de la población. Al momento en que esto ocurra se comenzará a crear un prestigio para la corporación, lo que llevará a un posicionamiento de ésta en el mercado.

Capítulo II

Antecedentes

En este capítulo se muestra la información relevante que sustenta el desarrollo de la propuesta, de manera directa o indirecta.

Datos demográficos de Valparaíso:

Valparaíso es una ciudad puerto del litoral central, y capital de la provincia del mismo nombre.

Limita al sur con la comuna de Casablanca, al norte con Viña del Mar y Quilpué, al oeste con el Océano Pacífico y al este con Quilpué y Casablanca.

Según los datos recolectados en el Censo del año 2002, la comuna posee una población de 275.982 habitantes distribuidos en una superficie de 401,6 km², de los cuales 140.765 son mujeres y 135.217 son hombres.

Valparaíso acoge al 17,92% de la población total de la región. Un 0,30% (841 habitantes) corresponde a población rural y un 99,70% (275.141 habitantes) a población urbana.

En esta comuna se encuentra la sede del Congreso Nacional de Chile, además de otras reparticiones estatales, como la Comandancia en Jefe de la Armada de Chile, la Subsecretaría de Pesca, el Servicio Nacional de Pesca, el Servicio

Nacional de Aduanas, y el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

Valparaíso se caracteriza por ser una ciudad que resbala desde los cerros hacia el mar. Son numerosos los cerros de la ciudad, y muchos de ellos presentan particularidades que no se repiten en otros.

Valparaíso está dividido esencialmente en 2 partes: el Plan y los Cerros. El Plan está a su vez tradicionalmente dividido entre el sector de El Almendral, donde residen gran parte de los servicios públicos, el Congreso Nacional y empresas de Valparaíso, y el sector Puerto, donde se sitúan bares, hoteles que alojaron originalmente a marineros, además de las instalaciones del puerto, diversas sedes bancarias y el Servicio Nacional de Aduanas. En los cerros se destacan las construcciones coloniales ubicadas en el Barrio Barón, el sector Bellavista, el Casco Patrimonial y Playa Ancha. Junto con esto, los Paseos y Miradores como Mirador Portales, Mirador Esperanza,

Paseo Gervasoni, Paseo Atkinson y Paseo Dimalow, forman parte de este conjunto de puntos turísticos de la ciudad; pues son ideales a la hora de ver de manera panorámica la ciudad puerto. Estos paseos toman mayor importancia durante las festividades de Año Nuevo, compitiendo quien posee la mejor vista panorámica.

Valparaíso será sede del evento cultural más importante del mundo el Forum Universal de las Culturas Valparaíso 2010.



Mirador Portales



Mirador Esperanza



Paseo Gervasoni



Paseo Gervasoni

Discapacidad mental

¿Qué es la Discapacidad Mental?

Es importante destacar que el desarrollo cognitivo de las personas con discapacidad intelectual, sigue las mismas pautas de el resto de las personas. Éstas logran acceder a los procesos de generalización (aprendizaje) cuyos efectos influyen sobre los demás comportamientos y permiten ampliar sus posibilidades de desarrollo.

La persona con discapacidad intelectual es un ser humano poseedor de valores profundos y grandes potencialidades, que es necesario estimular, desarrollar e integrar dentro de la comunidad de los intelectualmente más afortunados.

Una de las formas de clasificar a la persona con deficiencia mental es a través de los niveles de capacidad expresada en un número de Coeficiente Intelectual (C.I).

Discapacidad Leve o Discreta	CI 52-67 a 70
Discapacidad Moderada	CI 36-51 a 50-55
Discapacidad Severa o grave	CI 20-35 a 35-40



Personas discapacitadas



Personas discapacitadas

Características de cada una de estas discapacidades:

a) Deficiencia mental leve o discreta

- Puede adquirir adecuadamente habilidades motoras muy similares a sus pares no discapacitados, por presentar un retraso mínimo en áreas sensitiva-motora.
 - Posee una adecuada comunicación y nivel de sociabilidad.
 - Puede desarrollar habilidades básicas en matemáticas, lectoescritura y vocacional.
 - Generalmente posee un bajo nivel de autoestima.
 - Puede desarrollar destrezas sociales y de comunicación hasta lograr una auto-dependencia, pero comúnmente puede necesitar guía o ayuda cuando se encuentran con pequeñas dificultades económicas y sociales.
- Puede aprender conocimientos académicos, hasta cubrir la enseñanza elemental.
 - Es capaz de desempeñarse en un trabajo comunitario, sobre todo cuando se requieren tareas rutinarias.
 - Su aspecto físico generalmente es completamente normal.



Persona con discapacidad mental leve

b) Deficiencia mental moderada

- Posee un lenguaje básico. Puede hablar y aprender a comunicarse.
 - Se maneja relativamente bien con habilidades cotidianas.
 - Maneja conceptos simples de números.
 - Presenta problemas de atención memoria, reconocimiento y generalización de las habilidades aprendidas.
 - Tiene una disposición social pobre, pero puede beneficiarse de enseñanzas sociales y ocupacionales, así como lograr el auto cuidado personal.
 - Improbables progresos académicos más allá de la primera enseñanza.
 - Buen desarrollo motor.
 - Puede llegar a viajar (sólo en áreas que le son familiares).
 - Puede lograr su automantenimiento en trabajo no calificado o semicalificado en condiciones de trabajo protegido.
- Necesita supervisión y guía cuando se encuentra con pequeñas dificultades económicas y sociales.
 - Su aspecto puede ser normal, sin embargo, el lenguaje pobre o torpeza en algunas áreas denotan su condición.



Persona con discapacidad mental moderada



Personas con discapacidad mental moderada

c) Deficiencia mental Severa o grave

- Severo retraso en el aprendizaje.
- Presenta desordenes neuromusculares mostrando poco control de su cuerpo, torpeza en sus movimientos y en el acto de caminar.
- Presenta defectos visuales, auditivos y del habla.
- Retardo en el crecimiento y en la madurez.
- Desórdenes de comunicación.
- A veces sufre de auto-agresión.
- Presenta un comportamiento apropiado, sobre todo cuando la intervención no es tardía. Se benefician de la enseñanza de hábitos.
- Desarrollo motor pobre, lenguaje mínimo, aunque puede llegar a balbucear y a emitir palabras sueltas.



Niño con discapacidad mental severa



Niño con discapacidad mental severa



Personas con discapacidad mental severa

En Chile hay 2.068.072 discapacitados, es decir, un 12,9% de la población chilena. La mayoría de ellos manifiesta lo que se cataloga como "discapacidad leve": 1.150.133 personas tienen problemas para realizar actividades cotidianas (vestirse, asearse, estudiar, alimentarse, trabajar, comunicarse, etc.) pero se mantienen independientes y no requieren la ayuda de otros.

Dentro del 100% de personas que poseen alguna discapacidad, 301.591 poseen discapacidad intelectual, o sea un 9%.

PcD POR SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA		
	Frecuencia	%
NSE Bajo	817.158	39,51%
NSE Medio	1.145.836	55,41%
NSE Medio alto y Alto	105.078	5,08%
Total	2.068.072	100%

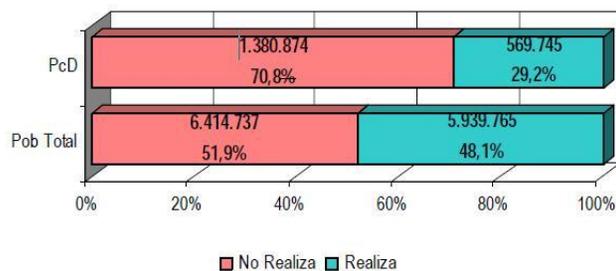
- En la población con condiciones socioeconómicas bajas la discapacidad es el doble de frecuente que en la población con condiciones socioeconómicas no bajas

- Mejorando las condiciones socioeconómicas de las personas con discapacidad de bajas condiciones socioeconómicas, se reduciría el impacto de la discapacidad en un 48%
- Si se mejoran las condiciones socioeconómicas de la población en general se reduciría el impacto en un 18%



Discapacitados mentales de diversos estratos sociales en escuela de verano.

Personas con discapacidad y porcentaje de ellas que realiza un trabajo remunerado. Distribución Porcentual. ENDISC CHILE 2004



PcD: Persona con discapacidad

Pob Total: Población Total

- Mientras 1 de cada 2 personas en la población total realiza trabajo remunerado, sólo 1 de cada 3 personas con discapacidad lo realiza.
- Mejorando las oportunidades de empleo para las personas con discapacidad que no trabajan, se reduciría el impacto de la discapacidad en un 39%



Personas con discapacidad que trabajan

¿Qué es el empaque?

Definición según wikipedia:

El **embalaje** es un recipiente o envoltura que contiene productos temporalmente y sirve principalmente para agrupar unidades de un producto pensando en su manipulación, transporte y almacenaje.

Dentro del establecimiento comercial, el embalaje puede ayudar a vender la mercancía mediante su diseño gráfico y estructural

Actualmente hay una gran competencia con las empresas del mismo rubro, por lo que se hace estrictamente necesario aplicar un buen diseño para poder diferenciarse y ser preferido de entre otros, en las vitrinas.

Para los envases existen diferentes estrategias:

- Envases idénticos o con características muy comunes para los productos de una misma línea, facilitando la asociación y la promoción. (Siempre que la calidad sea buena).
- Envases con un uso posterior, que permiten, una vez consumido el producto, su utilización para otros fines. Esta estrategia también se la utiliza temporalmente con fines de promoción.
- Envases múltiples, en los cuales se ofrecen varias unidades, iguales o complementarias, con un precio menor al de la suma de las compras individuales. También el envase múltiple se utiliza para presentar un surtido para regalo, a un precio superior justificado por la presentación adecuada a un regalo.

Encontré algunas citas que me parecieron importantes para definir mi empaque; son las siguientes:

- *Las tendencias en el mundo de los envases son al fin y al cabo un fiel reflejo de la sociedad en general. Hace veinte años tenía prioridad el comportamiento de los envases en la máquina, los liners automatizados y las soluciones prácticas.*

Hace diez años la gente comenzó a requerir más información. Después vino la reducción del peso, y en la actualidad todo el mundo presta especial atención al impacto del proceso en el medio ambiente. “Los asuntos medioambientales se encuentran ahora en primera línea y, siempre que sea posible, desarrollamos envases de cartoncillo, un recurso basado en fibra renovable, al objeto de sustituir los materiales fósiles”, dice Matthias Welp.

- *Cuando se crea un envase, son muchos los parámetros a tener en cuenta. La funcionalidad es algo que siempre debe existir, mientras que la sensación de “juau!” pasa a un primer plano en el momento que se ve el envase y se coge con las manos. Además, cuando éste se abre, deberá transmitir también un mensaje de sorpresa, explica Génebaud Gérardal, diseñador en Studio Gérardal.*

- *“Muchos fabricantes se concentran en elaborar el mejor producto posible, pero consideran el envase esencialmente como un coste adicional más”, dice Bengt Bussler. Él les anima a considerarlo desde otro punto de vista. “El envase es esencial para establecer una marca. Siendo muy importante tanto su atractivo como su capacidad de comunicar claramente el contenido, facilitando de esta forma la decisión de compra por parte del cliente. También debe ser funcional y adecuado. Finalmente, el producto debe tener una alta calidad: esto es axiomático.*

Cumpliendo con todos estos criterios, se ganará la confianza del cliente”.

Ejemplos de embalaje de diversos tipos de chocolates



Marca: Hotel Chocolat,
Reino Unido



EnvaPack; Revista online del envase, empaque y
embalaje: publicado el miércoles 22 de abril. 2009



Chocolate Raffaello, de
Ferrero. Polaco.



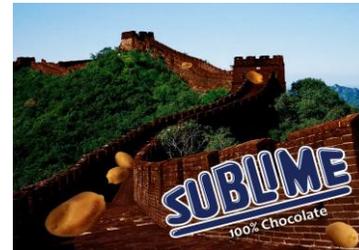
Afiches de chocolates

Presento afiches de empresas, para ver como ellos se presentan, que recursos

usan para impactar y presentarse ante el público.



La vieja aldea: Fábrica y venta de chocolate artesanal y productos relacionados, situada en San Martín de los Andes, Neuquén, Argentina.



Campaña donde se presenta la marca de chocolates Sublime alrededor del mundo, representando los lugares mas SUBLIMES hechos de 100% Chocolate.



La imagen habla por sí misma, un café caliente y el chocolate suave y cremoso de Ferrero ... una delicia con descuento incluido.



Fábrica di Chocolate es una empresa brasileña, Se especializa en la elaboración de chocolates finos y puros.

Proyecto similar en Chile

Talleres de adaptación y desarrollo (T.A.D.)

Es una corporación privada sin fines de lucro, creada el 8 de abril de 1976, por Angélica García Huidobro Jaraquemada, junto a un grupo de apoderados que tenían en común, hijos con discapacidad intelectual y/o problemas en el desarrollo. Estos jóvenes habían finalizado sus estudios y la sociedad no les ofrecía alternativas de capacitación o inserción laboral. Es por esto que la creación de TAD se convirtió en una necesidad primordial para poder continuar con el desarrollo personal y profesional de estos jóvenes y adultos mayores.

Muchas son las personas que han permitido que TAD permanezca y pueda cumplir con su misión durante casi 4 décadas.

Actualmente la Corporación cuenta con un ex grupo de profesionales especialistas en el tema de discapacidad y lo más importante es que están comprometidos con los jóvenes y adultos mayores, (más de 60 alumnos desde los 15 años.)



Misión

Nuestra misión es facilitar el proceso de capacitación - adaptación e integración socio-laboral de los adolescentes, adultos y adultos mayores con discapacidad intelectual o problemas del desarrollo. Como estrategia utilizamos programas alternativos y flexibles que se ajusten principalmente a las necesidades individuales.

Bases Metodológicas

La metodología de TAD esta basada en la Planificación Educativa Individual (PEI) que es una adaptación de lo que se realiza en Estados Unidos en el área educativa.

La directora ejecutiva de la corporación, Rosario Valdés Bunster, adaptó el PEI y creó el Plan Laboral individual (PLI) que postula la autodeterminación, es decir, que el joven participe activamente en la decisión de sus metas tanto laborales

como sociales a lo largo de su capacitación comprometiéndose a cumplirlas.

Nuestros productos compiten en el mercado en relación precio y calidad. Todos cuentan con resolución Sanitaria del Servicio Nacional de Salud y también están inscritos en EAN Chile, código de barra del centro de comercio electrónico.

A los jóvenes se les realizan una serie de test, psicológicos, calidad de vida, laboral, sicomotor, entrevista personal, etc. De acuerdo con esos resultados se elabora el PLI que es la hoja de ruta para su capacitación.

TAD Empresa especial

En la Corporación se realizan diferentes tipos de trabajos en los talleres: Repostería, Plásticos, Bolsas de Polietileno, Envasado y Armado, Muebles con Mosaico, Artesanías en General, Armado de Piezas Industriales y Envases para Merchandising, entre otros.

Se producen y se venden mensualmente entre 2 y 3 toneladas de bolsas de polietileno de diferentes tamaños, colores y grosores y más de 12.000 alfajores.



Personas de T.A.D,
trabajando en las
distintas áreas.

Sus productos compiten en el mercado en relación precio y calidad. Todos cuentan con resolución Sanitaria del Servicio Nacional de Salud y también están inscritos en EAN Chile, código de barra del centro de comercio electrónico.



Programa de transición

Este está orientado a jóvenes de 15 a 26 años, provenientes de escuelas especiales de programas de integración de colegios regulares y otros.

El objetivo es estimular el desarrollo de competencias funcionales cognitivas, sociales y laborales en cada joven (expresión oral y escrita, resolución de conflictos, actualidad, computación, afectividad-sexualidad, entre otros). Para así facilitar una gradual y eficiente incorporación al mundo laboral.



Rompiendo la rutina

Se ofrecen diferentes talleres optativos para un mayor desarrollo personal:

- Folklore
- Pintura
- Música
- Catequesis
- Teatro
- Computación
- Artes marciales
- Arte terapia
- Músicoterapia



Personas de T.A.D,
Realizando actividades
recreativas

Integración a la comunidad

Integración Parcial o móvil: En esta modalidad se ofrecen dos servicios: empaquetadores en los supermercados y servicio de cafetería y coctelería. Van a la empresa que contrato los servicios con un supervisor de TAD .

También existen jóvenes integrados en TAD que realizan funciones de júnior y secretariado.

Integración Total: Se han integrado más de 40 jóvenes al mercado laboral con una permanencia de 5 a 6 años, al insertarse se desligan de la supervisión diaria del TAD, sin embargo se realiza un seguimiento cada dos años, para ver como han ido evolucionando. Las empresas que participan en este tipo de integración en su mayoría son de servicios, es por esto que la capacitación va dirigida a esa área.

- Líder
- Jumbo
- Aeropuerto
- Ticinco Baile entretenido
- Macdonalds
- Empresas Familiares

Admisión

Proceso de admisión: Se realiza una evaluación psicológica y una entrevista con la directora, para nosotros es vital el respeto y la autodeterminación, por esto los alumnos antes de ser aceptados van de oyentes a los talleres para ver si se sienten cómodos y quieren seguir viniendo, si es así serán aceptados, finalmente son ellos los que deciden y no los padres. La idea es que ellos estén felices y participen con entusiasmo.



Personas de T.A.D,
trabajando en empresas
externas.

Aporte del TAD

- Capacitación e inserción al mundo laboral, a cada uno se le busca su destino.
- Múltiples talleres optativos para el desarrollo personal.
- Seguro accidente clínica Santa María
- Más de 30 años de experiencia única en el país.
- Referente en Chile y el Mundo.
- Centro de Práctica Profesional: Univ. Católica de Valparaíso, Univ. Mayor, Univ. Central, Univ. de Los Andes, UCINF, DUOC, IPP, entre otras.

Financiamiento

Los apoderados deben cancelar: matrícula la que incluye seguro de accidentes en Clínica Santa María y 10 cuotas correspondientes a la colegiatura del año.

- Jornada completa
- Jornadas parciales

Servicios

Se envasan y arman artículos eléctricos, artículos industriales, papelería, productos de laboratorio y perfumería, merchandising, entre otros.

En el taller de repostería se elaboran los productos que serán servidos por los jóvenes de TAD en eventos, reuniones, congresos, lanzamientos de productos, etc.

Productos

- Alfajores rellenos con manjar, frambuesa, manjar lúcuma y bañados en Chocolate, totalmente artesanales sin preservantes, ni químicos, también canapés, tapaditos, tortas.
- Bolsas de polietileno de diferentes tamaños, colores y grosores.
- Artesanías en general (llaveros, mosaicos, accesorios, etc.)



Integrantes de TAD

Cientes

- Dos grandes cadenas de supermercado
- Cafeterías
- Instituciones Públicas
- Distribuidores Mayoristas
- Colegios de Santiago
- Particulares
- Bombas de Bencina
- Clínicas de Santiago
- Kioskos



Conclusión

Si comparamos a esta Corporación con lo que es TUKUYPAJ en estos momentos, podríamos decir que ésta es mucho más beneficiosa para los discapacitados, ya que les brinda más posibilidades en cuanto a trabajos y también más actividades recreativas. Pero la gran diferencia que poseen estas dos corporaciones y que muy probablemente sea la causa de esta diferenciación tan grande es que, en esta corporación es obligación el pago de las mensualidades por parte de los apoderados de los discapacitados, lo que permite desarrollar todas estas actividades; en cambio TUKUYPAJ, si bien plantea a los apoderados de los discapacitados que quieren formar parte de la corporación que se debe pagar una mensualidad o por lo menos colaborar mensualmente, esto no es siempre posible, ya que la mayoría son de bajos recursos, lo que no les permite cumplir siempre con esta petición, quedando TUKUYPAJ con toda la responsabilidad económica de sustentar los talleres y los gastos que estos implican.

Si bien esto le juega muy en contra en la parte económica a la Corporación TUKUYPAJ, creo que mientras la corporación pueda seguir funcionando de esta manera, no le cerrará las puertas a ninguna persona que desee ingresar y formar parte de la corporación, sin ser la mensualidad un requisito para poder mantenerse dentro, sino que solo el compromiso y las ganas de sentirse útil, de estas personas, para su familia y parte de la sociedad, la corporación les dará la oportunidad de trabajar y recibir un pago por esto.

Es por esto que si bien TUKUYPAJ les brinda menos beneficios, creo que estos son igualmente importantes, por el aporte social que estos representan, el hecho de acoger a aquellos que no son aceptados en gran parte de estos lugares, solo por un cuento económico.

Capítulo IV

Marco de Referencia

En este capítulo se presentan antecedentes más cercanos, algo más próximo que se involucra en el proyecto.

Ámbito espacial:

- Los empaques tendrán una cobertura a nivel ciudad (Valparaíso), ya que se ofrecerán a concesión a las panaderías y pastelerías del centro de la ciudad.
- El rediseño de la marca tendrá una cobertura local, ya que momentáneamente no poseen papelería, lo que sería el segundo paso para sacar del letargo y hacer más conocida a esta corporación.

Ámbito co-disciplinario:

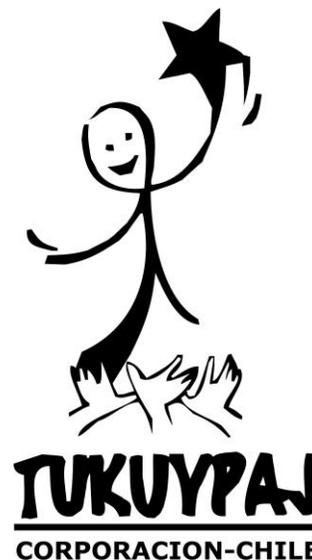
- Para este proyecto necesitaré la colaboración de un diseñador gráfico, que en este caso será el profesor Octavio Muñoz, quien me ayudará a dar forma al logotipo y pendón; la Directora de TUKUYPAJ y Educadora diferencial con especialidad en retardo mental, que será la señora Gloria González; y a la educadora Alicia González Varela.

Corporación TUKUYPAJ – Chile

- Antecedentes de la corporación
 - Razón Social ONG (organización no gubernamental) Corporación de Desarrollo y Mejoramiento de la Calidad de Vida de la Personas discapacitadas
 - ONG Corporación TUKUYPAJ - Chile
 - RUT 73.245.600 – 7
 - Teléfono (32) 2595702
 - Fax (32) 2219165 - (32) 2595702
 - E-mail Tukuypaj@chilesat.net

- Historia de la Corporación:

La corporación TUKUYPAJ - CHILE surgió en 1996 por iniciativa de la directora Gloria González, luego de un viaje que realizó a Bélgica donde conoció la experiencia del trabajo de rehabilitación que se realiza con las personas discapacitadas, lo cual quiso replicar en esta zona al volver a Chile. Diseñó el proyecto "De Integración Ocupacional y Social de Jóvenes y Adultos que presentan Discapacidad Intelectual Leve".



Logo actual de la Corporación

Se puso en marcha en nuestro país, en específico en la V Región, con la colaboración de TUKUYPAJ - Bélgica, (creada en Bélgica en el año 1994) y el apoyo del Gobierno Belga de Flandes, en Marzo de 1996. El apoyo recibido contempló un subsidio durante 3 años por el 75% total del monto del proyecto, se prolongó por un período de tres años más donde el porcentaje fue del 60%; y fue disminuyendo gradualmente; hasta acabarse, actualmente ya no recibir su aporte.

La constitución legal de la Corporación, como entidad benéfica de derecho privado, sin fines de lucro, fue reconocida, en Octubre de 1995 según Decreto del Ministerio de Justicia N°988.

El proyecto implementado, partió en el año 1996, con el Centro de Integración y Capacitación para discapacitados intelectuales, ubicado en Valparaíso, posterior a este Centro, en el año 1997, se creó con el apoyo del Servicio de Salud Viña del Mar - Quillota (terreno en comodato), un segundo Centro de Integración y Capacitación para discapacitados intelectuales ubicado en la comuna de Villa Alemana. Actualmente estos centros se encuentran funcionando en forma diaria, atendiendo de manera integral a jóvenes y adultos con discapacidad intelectual.

En el año 1998 la Corporación TUKUYPAJ, implementa el desarrollo de otra línea de trabajo dentro de la rehabilitación, orientada al desarrollo de un Centro de Estimulación y Rehabilitación de niños y jóvenes con discapacidad cerebro-motora y multi-déficit.

En la comuna de Villa Alemana, específicamente en Peñablanca, se encuentra actualmente, el Centro implementado y funcionando en forma diaria, atendiendo a niños y jóvenes. Este proyecto ha contado con el apoyo, en Infraestructura física y aporte financiero del Servicio de Salud Viña del Mar – Quillota.

- Directorio de la Corporación:

La corporación cuenta con un directorio conformado por profesionales de diversas áreas:

-La Gestión está a cargo de su Directora: Srta. Gloria Patricia González H.

El equipo técnico está conformado por un grupo de profesionales y técnicos multidisciplinario:

- Educadoras Diferenciales con especialidad en retardo mental
- Kinesiólogo
- Asistente Social
- Monitores de rehabilitación
- Asesorías de profesionales

- Misión de la Corporación:

La Corporación Tukuypaj pretende proporcionar una respuesta alternativa a la problemática social de la discapacidad intelectual y motora, caracterizada por: Ser rehabilitadora, promoviendo la vida independiente y participativa en la esfera social y económica, conforme a las capacidades reales y potenciales de cada persona, y por ende contribuir a mejorar y elevar la calidad de vida de las personas con discapacidad intelectual y motora, a fin de lograr un proceso efectivo y real de integración y equidad social.

- Programas que posee la Corporación:

1. Programa destinado a discapacidad intelectual: Este programa se conforma por una serie de áreas.

- Programa de Capacitación
- Plan de integración al mercado laboral competitivo
- Unidades Productivas (Centros)
- Programa de habilidades y preparación social

- Programa de apoyo a la familia
- Comunidad de vida

Estas áreas se trabajan en dos Centros orientados a la Integración, Capacitación y Producción:

- I. El Centro de Integración y Capacitación en Masas Horneadas, Chocolates y confites ubicado en Valparaíso, pasaje Dimalow N°110 Cerro Alegre. Fono-Fax: 2595702
- II. El Centro de Integración y Capacitación, donde el proceso terapéutico y rehabilitados se realiza a través del cultivo de rosas y hortalizas, ubicado en Villa Alemana, calle Cien Aguilas N°285. Fono: 2534708.

- Objetivos básicos del programa de discapacidad intelectual:
 - Capacitar y formar laboralmente a personas con discapacidad intelectual, con el fin de mejorar su calidad de vida, la accesibilidad

a la rehabilitación y reinserción socio-laboral y permitirles participar de un proceso terapéutico y rehabilitador dentro de su familia y comunidad.

- Desarrollar conductas y actitudes que permitan a los jóvenes y adultos con discapacidad intelectual incorporarse en forma adecuada y asertiva al mundo laboral, sea éste en entidades del sector privado, público y/o en forma autónoma o protegida.
- Favorecer el conocimiento de uno mismo, de las propias necesidades y del rol que cada uno desempeña en la familia y en la sociedad, aceptación de las limitaciones, constatación de las capacidades.
- Favorecer el desarrollo de habilidades y destrezas sociales.
- Incrementar las posibilidades de las personas con discapacidad para acceder a las más variadas formas de ocio y recreación, facilitando el acceso a las actividades existentes dentro de la red pública y el medio social ordinario.

- Atender y orientar a las familias y a los propios usuarios de cara a la integración social.

- Modelo de formación:

El modelo de formación y capacitación laboral de sus beneficiarios se basa en la metodología de "*Aprender Haciendo*", que se basa en el procedimiento lógico de enseñar un trabajo, y considera los siguientes pasos:

- Entregar información de cómo hacer un trabajo.
- Demostración práctica de cómo se hace el trabajo.
- Realización del trabajo.

El método pretenderá entregar una enseñanza aprendizaje adaptados a las necesidades del Sistema Técnico de producción, correspondiente a un puesto concreto y limitado.

El modelo de Formación laboral: contempla el dominio de varias actividades productivas, desarrollo

de destrezas, desarrollo de habilidades e internalización de hábitos de trabajo.

La formación personal - social: contempla el desarrollo de conductas sociales adaptativas al medio laboral, favorecer el autoconocimiento, aceptación de las limitaciones y constatación de las capacidades.

La Corporación Tukuypaj - Chile capacita y forma a sus beneficiarios mediante el trabajo. Los Centros de la Corporación constituyen un ambiente laboral en el cual se desempeñan actividades productivas como en cualquier empresa.

Las actividades productivas desarrolladas son:

- Producción de masas horneadas.
- Producción de Chocolates y confites.
- Producción de Rosas.

La venta de estos productos es una importante fuente de financiamiento para los Centros - Unidades Productivas de Valparaíso y Villa Alemana. El desafío es poder lograr el autofinanciamiento.

- Hábitos Laborales que desarrolla esta actividad:

- Asistencia y Puntualidad
- Relaciones laborales adecuadas.
- Nivel de calidad y productividad aceptable.
- Constancia y cuidado del puesto de trabajo.

2. Programa destinado a discapacidad cerebro motora y multideficit:

En éste Programa se articulan las siguientes áreas de acción:

- Diagnóstico y Orientación.
- Estimulación temprana.
- Habilitación y Rehabilitación integral ambulatoria.
- Programa de apoyo e información a los padres.
- Actividades de recreación y tiempo libre.

Estas áreas se trabajan en el Centro de Estimulación y Rehabilitación para Niños y Jóvenes con Daño Cerebro Motor y Multideficit, ubicado en Peñablanca, calle

Sargento Aldea N° 660, Comuna de Villa Alemana, en terreno y construcción cedidos en comodato por el Servicio de Salud Viña del Mar - Quillota. Su teléfono es: (32) 532066.

Objetivos básicos del programa de discapacidad cerebro motora y multidéficit:

- Proporcionar atención y contribuir a mejorar la calidad de vida de los niños/as y jóvenes con daño cerebro-motor y multidéficit, mediante el tratamiento integral del niño/a y/o Joven y su grupo familiar.
- Contribuir a la integración y aceptación de las personas afectadas en su grupo familiar y la sociedad en su conjunto.

Metodología de rehabilitación:

La habilitación y rehabilitación se desarrolla mediante un plan educativo individual, elaborado en base a las evaluaciones realizadas y el uso de técnicas alternativas en lo kinésico, pedagógico y de terapia ocupacional. Se aplican métodos de estimulación

sensorial (Snoezelen); promover relaciones personales, conciencia del propio cuerpo (Sherborne); Hidroterapia, Hipoterapia, entre otros.

Etapas del programa de rehabilitación:

Etapas Pre-diagnóstica:

- Evaluación kinésica
- Evaluación Social
- Evaluación Psicológica
- Evaluación Pedagógica

2. Etapa Diagnóstica:

- Plan Educativo Individual (PEI)

3. Etapa de Tratamiento

- Taller Personalizado:

1. Kinésico
2. Cognitivo
3. Comunicación alternativa

- Taller Grupal:

1. Hipoterapia
2. Hidroterapia
3. Sherborne
4. Snoezelen
5. Familia

4. Etapa de Seguimiento
5. Evaluación
6. Trabajo con la familia
 - Entrevista inicial.
 - Consejería individual y grupal.
 - Taller Terapéutico
 - Organización de los familiares
 - Visita Domiciliaria
 - Atención Telefónica
7. Sensibilización hacia la comunidad
 - Sensibilización directa por medio de reuniones de difusión con las redes de comunales.
 - Difusión a través de folletos y afiches.

- Lo que la Corporación ofrece al discapacitado intelectual:

En relación a los jóvenes y Adultos-Jóvenes:

- Apoyo al Joven y Adulto-Joven con discapacidad en su inserción laboral.

En Relación a la Empresa:

- Apoyo al Empresario y/o Jefatura directa.
- Asesoría en manejo de situaciones.
- Adaptaciones del puesto de trabajo.

En Discapacidad Cerebro Motora y Multideficit:

- Habilitación y rehabilitación de niños/as y jóvenes, mediante el desarrollo de un Plan Educativo Individual, elaborado según evaluaciones multidisciplinarias (Kinésicas, sociales, psicológicas y pedagógicas) y el uso de técnicas alternativas como Hipoterapia, Hidroterapia, Sherborne (3), Snoezelen (4).

Actualmente la corporación recibe a niños del Sename, contando con dos de ellos y enseñándoles el oficio de trabajar en una chocolatería.

(3) Método Sherborne: la filosofía del movimiento humano, a concentrarse en sí mismo para ser consciente de lo que sucede en su cuerpo.

(4) Snoezelen: Estimulación multisensorial

Actividades recreativas que realiza TUKUYPAJ



Celebración del 18 de Septiembre.



Se les permitió una cabalgata a cada uno los integrantes de la corporación.



Paseando en caballo



Cantando el himno nacional e izando la bandera.

Actividades recreativas que realiza TUKUYPAJ



Equipo de fútbol de la Corporación, Campeonato de futbol, en La Granja.



Grupo de personas de TUKUYPAJ que participaron en el paseo en el jardín Botánico.

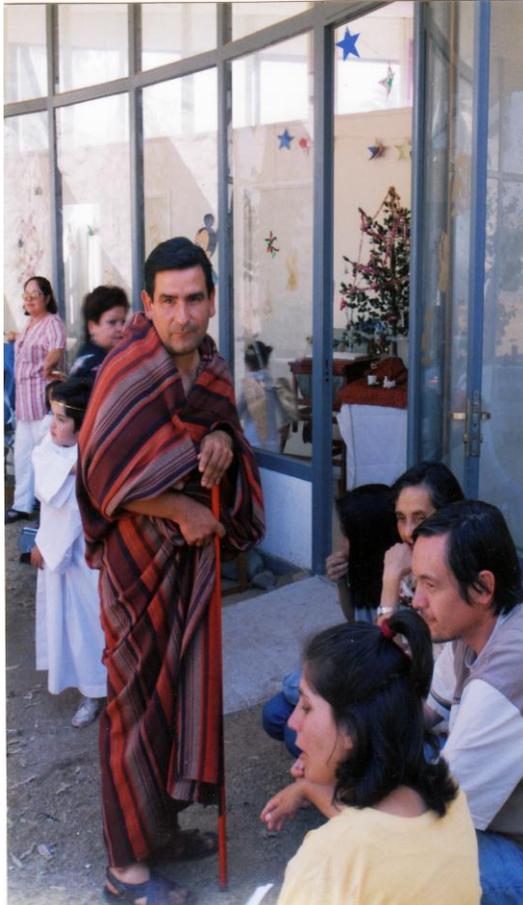


Partido de futbol, recreativo, en la Visita al Jardín Botánico.



Realizando diversas actividades de coordinación con pelota.

Actividades recreativas que realiza TUKUYPAJ



Celebración de Navidad.

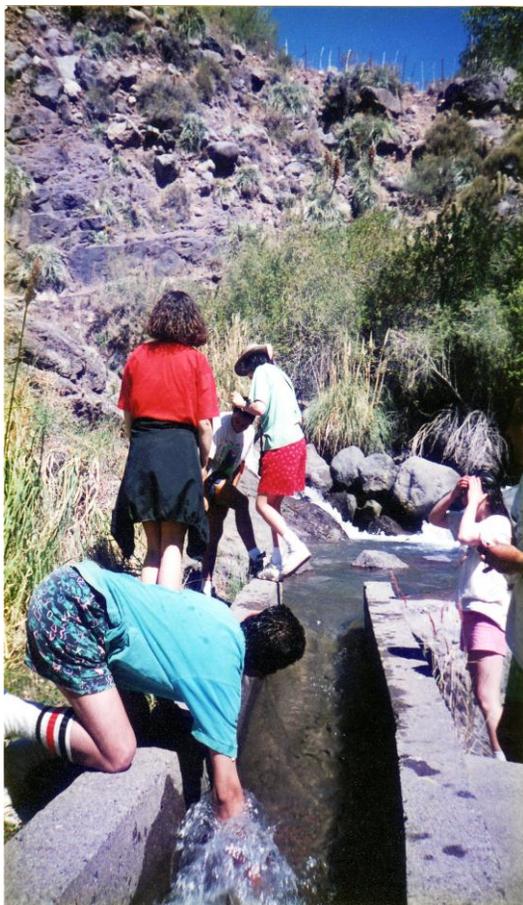


Personas de TUKUYPAJ disfrazadas, para representar el pesebre.



Realización de una misa, para celebrar navidad.

Paseo de recreación, visitando la naturaleza, con todo el grupo



Paseo realizado con todo el grupo de TUKUYPAJ, donde comparten con la naturaleza.



Realizando una caminata por el cerro, con todo el grupo de TUKUYPAJ.

La corporación es parte de la vida de estas personas, no solo les brinda trabajo; sino que aporta en actividades recreativas, celebran en fechas especiales, donde todos se juntan a compartir.

Fotografías del Centro de Estimulación y Rehabilitación de niños y jóvenes con discapacidad cerebro-motora y multidéficit.



Grupo de personas que componen el centro de estimulación temprana.



Haciendo ejercicios, padres con sus hijos



Celebrando el 18 de Septiembre con los niños del centro de estimulación temprana.



Haciendo ejercicios, en base a la hipoterapia.

Fotografías del centro de Flores “Jardín de María”



Regando el hurto



Enseñando a los discapacitados a plantar



Grupo de personas que componen el “Jardín de María”



Dentro de huerto, aprendiendo a trabajar la tierra.

Fotografías del centro de chocolatería y proceso de fabricación.



Proceso de sellado y puesto de etiqueta de las bolsas de dulces sueño dorado.



Ordenado de cuchiflís, después del baño del chocolate y secado de éste.



Proceso de relleno de cuchiflís, con manjar



Proceso de armado de alfajores, colocación del manjar.

Fotografías del centro de chocolatería y proceso de fabricación.



Realización de bombones.



Realización de bombones.



Realización de bombones.



Maestro de cocina que enseña y supervisa a los discapacitados.

Fotografías del centro de chocolatería y proceso de fabricación.



Empaque de dulces “malvas”, y etiquetado de éstas, el maestro de cocina también participa y supervisa.



Embaladora de dulces “sueño dorado”.



Productos ya envasados y ordenados para contabilizar y guardar

- Locales de venta de la corporación
 - Centro de chocolatería de la corporación TUKUYPAJ (pasaje Dimalow N°110 Cerro Alegre)
 - Patio de comidas de Ripley Valparaíso.
 - Ventas esporádicas en la calle, como por ejemplo en las protestas pacíficas

- Clientes permanentes del centro de chocolatería

Colegio Champagnat	- (Cafetería del colegio)	(Villa Alemana)
Intendencia	- (Hall)	(Valparaíso)
Restaurant	- (“El desayunador”)	(Dimalow)
Andrés Silva Huerta	- (Negocio “don Andrés”)	(Calle Condell)
Javier Alonso	- (“El Chilenito”)	(Plazuela San Luis)
Perla Bravo	- (Gimpert, Cafetería de Univ. Católica)	(Av. Brasil)
Cristian Valencia	- (Ventas particulares)	(Quillota)

Centro de ventas, ubicado en el Patio de comidas de Ripley Valparaíso



Kiosco de TUKUYPAJ, atendido por Carolina, joven perteneciente a la Corporación.



Vista panorámica del sector donde se encuentra ubicado el kiosco de TUKUYPAJ dentro del patio de comidas de Ripley Valparaíso

Folletos con que trabaja TUKUYPAJ

¿Hay algo
más dulce
que el
amor?.



En la V Región de nuestro país, funciona TUKUYPAJ, una Corporación sin fines de lucro, creada en 1996 con el fin de mejorar la calidad de vida de jóvenes discapacitados.

Este noble objetivo es llevado a cabo, desde entonces, a través de la fabricación de los más deliciosos chocolates artesanales, para lo cual TUKUYPAJ cuenta ya con dos centros de aprendizaje y producción de las tradicionales fórmulas de la chocolatería, y un tercero orientado a la estimulación y rehabilitación a niños y jóvenes con daño motor.

En Valparaíso funcionan las unidades de Masis Horneadas, etapa inicial de los jóvenes en su proceso de capacitación, además de las unidades de chocolates y confites.

En Villa Alemana se encuentra el segundo Centro de Integración y Capacitación para Jóvenes con necesidades especiales, donde el proceso terapéutico y rehabilitador se realiza a través del cultivo de rosas y hortalizas.

Con el fin de apoyarles a ser agentes activos y participativos de la sociedad, la Corporación cuenta también con una Comunidad de Vida, integrada por estudiantes de la Universidad y personas beneficiarias del Centro de Integración de Valparaíso.

La comunidad es un modelo de aprendizaje social basado en una rica integración empática y participativo/creativa con los estudiantes universitarios, quienes a su vez se enriquecen con su desarrollo personal y profesional, creando simultáneamente lazos de independencia, colaboración y solidaridad con los jóvenes del proyecto, quienes se descubren como personas valiosas.



En Peñablanca se ubica el Centro de Estimulación y Rehabilitación para niños y jóvenes con daño motor.

Con nuestros años de experiencia queremos invitarle a participar en este gran desafío que es lograr el autofinanciamiento de las unidades de producción.

Ofrecemos a usted tres instancias de colaboración:

- *Donaciones de implementación en general (muebles, equipos, etc.)*
- *Ser socio permanente, colaborando con una cuota mensual voluntaria, que se traduce en una dulce sorpresa.*
- *Adquiriendo chocolates y flores.*

Centro Chocolates
(32) 595702, Valparaíso.

Centro Rosas
(32) 534708, Villa Alemana.



Este volante ha demandado un gran esfuerzo, si usted no puede ayudar ahora, regálole a alguien que sí pueda.

¿Cómo puede colaborar?

Trabajo como voluntario

- Voluntarios para talleres
- Voluntarios diversas tareas de acompañamiento.
- Profesionales voluntarios

Aportes Económicos y otros

- Siendo socio cooperador.
- Entregando donaciones eventuales en dinero o bienes materiales.
- Solicitando Coronas de Caridad y Castillos de Felicitación para cumpleaños o novios.
- Prefiriendo nuestros productos (chocolates, caramelos y arreglos florales).
- Donando papel para reciclaje



TUKUYPAJ
CORPORACION CHILE

Auspician:
Corporación TUKUYPAJ - Bélgica
Ministerio de Salud - Servicio de Salud Vía del Mar - Quiliza

TUKUYPAJ

CORPORACION CHILE

"¡Juntos" en Quechua

Te invita a crecer y a soñar



Somos una Organización No Gubernamental sin fines de lucro, que trabaja en la V Región, y fue creada el 3 de Octubre de 1995, según Decreto N°988, del Ministerio de Justicia.

Su Misión

Proporcionar una respuesta alternativa a la problemática social de la discapacidad intelectual y motora, caracterizada por:

• Ser rehabilitadora;

Promover la vida independiente y participativa en la esfera social y económica conforme a las capacidades reales y potenciales;

Propender a mejorar y elevar la calidad de vida de las personas con discapacidad intelectual y motora, a fin de lograr un proceso efectivo y real de integración y equidad social.

Discapacidad Intelectual

Áreas de Acción

- Programa de capacitación
- Plan de integración al mercado laboral competitivo
 - Unidades productivas - centros
- Programa de habilidades y preparación social
 - Programa de apoyo a la familia
 - Comunidad de vida

Centro de Integración y Capacitación en Masas Horneadas, Chocolates y Confites.

Ubicado en Valparaíso, Pje Dimatow N°110 Cerro Alegre (Salida Ascensor Reino Victoria)

Centro de Integración y Capacitación en Cultivo de Rozas y Hortalizas.

Ubicado en Villa Alemana, Penablanco, calle Cien Aguilas N°285

Perfil del Joven o Adulto que Ingresa :

- Tener un grado de discapacidad intelectual
- Ser mayor de 18 años.
- No afecto a trastornos psiquiátricos.
- Motivación propia por capacitarse y compromiso familiar.



INSCRIPCIONES ABIERTAS

Valparaíso: Fono: 595702 - Villa Alemana: Fono: 534708

Discapacidad Cerebro Motora y Multifuncit

Áreas de Acción

- Diagnóstico y orientación.
- Estimulación temprana.
- Rehabilitación y rehabilitación integral ambulatoria.
 - Terapias alternativas
 - Integración educacional
- Programa de apoyo o información a los padres.
 - Actividades de recreación y tiempo libre.

Centro de Estimulación y Rehabilitación para Niños y Jóvenes con Daño Cerebro Motor y Multifuncit

Ubicado en Villa Alemana, Penablanco, Calle Sargento Afoa N°660 (Terreno Hospital de Penablanco)

Perfil del Beneficiario:

- Niños y/o jóvenes portadores de daño neurológico leve, moderado y/o severo (multifuncit).



INSCRIPCIONES ABIERTAS

Fono: 532066 - E-mail: tukuypaj@netmail.com - tukuypajchile@gmail.com

Etiquetas que ha utilizado TUKUYPAJ en sus productos



Delicias Tukuypaj

COCADA

INGREDIENTES:
 LECHE, GLUCOSA, COCO,
 CHOCOLATE, AZUCAR.

Pje. Dimalow 110 - C° Alegre - Valparaiso
 Fono: 595702
 Res.: 000875 - 31/03/98

Fecha Elab.:

Tiempo de Duración: 90 Días

TUKUYPAJ
 CORPORACION CHILE

Tukuypaj significa juntos,
 es una corporación de
 ayuda al mejoramiento de
 la calidad de vida de la
 persona discapacitada.

INFORMACION NUTRICIONAL

Porción: 1 Unidad (127 g.)

Uni. 127 g 100 g

Energía (k. Cal)	635.16	633.89
Proteínas (g)	12.2	9.6
Grasas Total (g)	11.5	9.05
Grasas Saturadas (g)	1.95	1.53
Grasas Monoinsaturadas (g)	4.2	3.3
Grasas Poliinsaturadas (g)	5.1	4.01
Colesterol (Mg)	0	0
H. de C. Disponibles (g)	114.04	89.79
Sodio (Mg)	163.58	128.80



Mini folleto con el que van los bouquet de rosas



Etiqueta con la que iban las hortalizas



Autoadhesivo que va en cajas de cartón y papel transparente.

Competencia en el mercado

Directa: (por ser de Valparaíso)

En Valparaíso mi principal competencia es Chocolates Pares, de los ex-dueños de Chocolates Sausalito.

Esta se encuentra ubicada en Condell 1221, Valparaíso.

Esta empresa trabaja con los conceptos de *Calidad, Variedad, Precio, Cantidad, Identidad y Experiencia.*

Su idea matriz, es *“Endulzar la Vida con Alegría y Satisfacción”*; es decir, un nuevo concepto de Retail (ventas por menor o al público) de golosinas y chocolates *que no se centra en los dulces propiamente tal, sino en cómo éstos se transforman en una experiencia para los consumidores.*



Local de chocolates Pares, Valparaíso

Indirecta: (por estar en Viña)

En Viña del Mar mi competencia es mayor, ya que están los famosos Chocolates Sausalito, con una gran trayectoria, enorme prestigio y posicionamiento en la región.

Chocolates Sausalito

Esta empresa existe desde 1974. Su objetivo principal es mantener y mejorar la calidad de la variada gama de productos al servicio de sus clientes; su concepto matriz es mantener un cálido ambiente familiar y cordial.

Posee cuatro locales en Viña ubicados en:

- *Av. Marina 1732*
- *Mall Marina Arauco, primer nivel*
- *Viña Shopping, local 126*
- *Quinta 284 / Esquina Viana*



Varsoviene

Se caracteriza por sus calugas, bombones, galletas y alfajores. Se encuentran en Chile desde 1954.

Ubicada en Avda. 5 Norte 305.



Havanna:



Son “cafeterías especializadas”, es decir locales confortablemente ambientados donde el cliente puede disfrutar de la calidad premium de los productos Havanna mientras comparte momentos gratificantes. Conocida por sus cafés y alfajores desde hace varios años, Havanna es una marca prestigiosa y reconocida a nivel mundial.

Ubicada en Mall Marina Arauco, Módulo B-48 (2 Nivel)



Si miro estrictamente a mi competencia, podría decir que ninguno de estos locales lo es directamente, ya que en rigor, ninguna de estas empresas es una chocolatería artesanal, como lo es Tukuypaj.

Estudio de Mercado (encuesta):

Sujeto encuestado: Panaderías y pastelerías del centro de Valparaíso.

Objetivo de la encuesta: Saber si mi usuario tendrá una buena acogida a recibir un producto nuevo; y cuantificar la cantidad de personas que verían expuesto este producto.

Cantidad de locales encuestados: 13

Preguntas realizadas:

1.- ¿Venden productos relacionados con chocolate?

SI ¿Cómo cuáles?

No ¿Por qué? ¿venderían?

2.- ¿Venden productos que sirvan para regalo? ¿qué, de que tipo?

3.- ¿Estos productos van dirigidos a adultos o a niños?

4.- ¿Venden productos a concesión?

Si

No ¿Por qué? ¿lo harían?

5.- ¿Colaborarían ustedes con una empresa de personas discapacitadas que se dedican al rubro de la chocolatería artesanal, cumpliendo las normas de sanidad y comerciales?

6.- ¿Usted conoce o ha oído hablar de la corporación Tukuypaj, ubicada en Valparaíso subida Cumming?

7.- ¿Poseen otras sucursales en Valparaíso?

8.- ¿Qué cantidad de personas atienden diariamente? Aprox.

9.- ¿Qué porcentaje de personas es la que se repite a diario?

Respuestas de la encuesta

Preguntas	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Local 1	SI	SI	ADULTOS	SI	SI	NO	/	110	80%	88 p. repiten	22 p. distintas
Local 2	SI	SI	IGUAL	NO	SI	NO	2	100	70%	70 p. repiten	30 p. distintas
Local 3	SI	SI	ADULTOS	NO	QUIZÁS	NO	2	100	30%	30 p. repiten	70 p. distintas
Local 4	SI	SI	IGUAL	NO	QUIZÁS	NO	3	/	80%	/	/
Local 5	SI	NO	IGUAL	NO	NO	NO	/	/	/	/	/
Local 6	NO	SI	IGUAL	NO	NO	NO	/	/	/	/	/
Local 7	SI	NO	IGUAL	NO	SI	NO	2	200	60%	120 p. repiten	80 p. distintas
Local 8	SI	SI	IGUAL	NO	QUIZÁS	NO	2	125	80%	100 p. repiten	25 p. distintas
Local 9	SI	SI	ADULTOS	/	/	/	/	/	/	/	/
Local 10	NO	SI	IGUAL	/	QUIZÁS	NO	2	100	60%	60 p. repiten	40 p. distintas
Local 11	SI	SI	IGUAL	NO	QUIZÁS	NO	2	100	80%	80 p. repiten	20 p. distintas
Local 12	SI	SI	IGUAL	SI	SI	NO	7	95	15%	15 p. repiten	80 p. distintas
Local 13	SI	NO	IGUAL	SI	SI	NO	2	125	75%	94 p. repiten	31 p. distintas

Resumen: Primer caso

Personas que se repiten por día	Personas diferentes por día
88	22
70	30
30	70
120	80
100	25
60	40
80	20
15	80
94	31
suma total 657	suma total 398

$$398 \times 22 = 8756 \text{ personas}$$

$$657 + 8756 = 9413 \text{ personas.}$$

Las personas que no se repiten diariamente suman un total de 398 en 9 de los locales, si a esta cifra la multiplicamos por 22 días (app, días hábiles de un mes), para obtener un promedio de gente mensual; obtenemos un total de 9413 personas, que serían las personas que transitan y compran al mes en

estas panaderías, y que no son fieles a un local.

Si a estas 8756 personas “nómades” le sumamos las 657 personas que durante todo el mes van al mismo local, tenemos un total de 9413 persona que verían mi producto, considerando solo los locales encuestados (no el total de los locales).

Segundo caso

Personas que se repiten por día	Personas diferentes por día	Cantidad de locales
88	22	1
140	60	2
60	140	2
240	160	2
200	50	2
120	80	2
160	40	2
105	560	7
188	62	2
suma total 1301	suma total 1174	

$$1174 \times 22 = 25828 \text{ personas}$$

$$1301 + 25828 = 27129 \text{ personas.}$$

Las personas que no se repiten diariamente suman un total de 1301 (considerando el número de personas que compra en cada panadería multiplicado por la cantidad de locales que tienen), en 9 de los locales, si a esta cifra la multiplicamos por 22 días (app, días hábiles de un mes), para obtener un promedio de gente mensual; obtenemos

un total de 25828 personas, que serían las personas que transitan y compran al mes en estas panaderías, y que no son fieles a un local.

Si a estas 25828 personas “nómades” le sumamos las 1301 personas que durante todo el mes van al mismo local, tenemos un total de 27129 persona que verían ⁶⁶ el producto.

Región de Valparaíso posee 275.982 personas; la ciudad de Valparaíso posee el 17,92% de esa población; por lo tanto la ciudad de Valparaíso posee 49.456 personas.

Si consideramos que la ciudad de Valparaíso posee un total de 49456 personas, según el censo del año 2002, puedo afirmar que:

49.456 p.100%

9.413 p.X%

Considerando el primero de los casos expuestos, puedo decir que un 19% de la población de Valparaíso, vería mi producto expuesto en las vitrinas de las panaderías y pastelerías del centro de Valparaíso.

49.456 p.100%

27.129 p.X%

Considerando el segundo de los casos expuestos, puedo decir que un 54,85% de la población de Valparaíso, vería mi producto expuesto en las vitrinas de las panaderías y pastelerías del centro de Valparaíso.

Conclusión:

Mi sujeto encuestado fueron las panaderías, pues como he nombrado antes, apunté a trabajar a concesión para así poder ahorrar el dinero de un local y a su vez poner los productos en unas vitrinas muy concurridas por la gente, en un ambiente alimenticio.

El objetivo de hacer esta encuesta era saber si estos nuevos productos tendrían una buena acogida por parte de los dueños, para trabajar con ellos; de la encuesta obtuve como resultado que efectivamente la gran mayoría sí aceptaría probar con estos nuevos productos en su local, y que según los resultados obtenidos en un corto plazo ver si esta concesión pudiese seguir por un tiempo indefinido.

Otro de los resultados interesantes obtenidos por la encuesta fue saber cuanta gente vería este producto, lo cual me arrojó que en el peor de los casos el 19% de la población de Valparaíso vería mi producto al mes y en el mejor de los casos un 54,85% lo haría; lo cual irá bajando al segundo mes, ya que más de la mitad de la gente se repite diariamente, pero así también esta gente puede atraer a más gente a probar este producto y así aumentar las ventas de la corporación y de las panaderías, ya que al ir a comprar estos bombones, puede también adquirir cosas como pan por ejemplo, ya que este es un producto que nunca está de más y que por lo general es comprado a diario por todas las familias.

Conceptualización:

Propuesta conceptual:

Propongo invitar al usuario a comprobar esta buena calidad, a través de los conceptos de expectación e interés presentes en el sistema gráfico.

Propuesta formal:

Propongo transmitir estos conceptos, a través de una forma y su reflejo, las cuales al ensamblarse forman un todo que genere multiformas.

Capítulo V

Descripción técnica del proyecto

En este capítulo se muestra el diseño mismo del proyecto, con imágenes y textos definitivos.

Definición del Proyecto

Mi proyecto consta de cuatro elementos:

- Primero: Está constituida por el rediseño del logo corporativo.
- Segundo: Un empaque compuesto por módulos cúbicos, cada módulo contiene 2 productos. Estos módulos pueden ser vendidos por unidad o ensamblados, formando un todo más complejo. El máximo de ensambles por empaque son de ocho módulos (4 módulos derechos y 4 módulos izquierdos) para formar este empaque multiformas.
- Tercero: Dos trípticos uno que acompaña al módulo en su embalaje, el cual promociona al cubo curioso, ya sea para formarlo o comprarlo formado; y el otro tríptico acompaña al cubo curioso dentro de su embalaje, éste promociona a la Corporación y sus otros muchos productos.
- Cuarto: Un pendón informativo. Este promociona el cubo, muestra su contenido y explica el por que de los colores y su relación con su contenido.

Rediseño del Logotipo

Tipografía: Cooper

La elección de esta tipografía se debe a que cumple básicamente los requisitos de:

- Tiene una visualidad “orgánica”, no tan rígida, pero ordenada, lo que la hace atractiva y coherente con mis conceptos.
- Posee proporción extra expandida, el cual permite que al ocuparla pueda sobreponer las letras, sin perder una buena lectura.
- Posee seríf, lo que ayuda a mantener una visualidad ordenada.
- Buena legibilidad, al imprimirla en un cuerpo pequeño, se alcanza a entender, pues su ojo medio (núcleo) no son tan pequeños.

**A B C D E F G H I J K L M N
Ñ O P Q R S T U V W X Y Z**

Fuente Cooper

tipografía _____ ultra condensada

tipografía _____ extra condensada

tipografía _____ condensada

tipografía _____ normal

tipografía _____ expandida

tipografía _____ extra expandida

Proporciones de letras

Colores: El logotipo debe mostrar íntegramente a la empresa a la cual representa, y pensando en tukuyupaj como una empresa de ayuda social, necesito colores cálidos representen

cercanía y unificación, pero que a su vez estén saturados para que se vean sólidos y seguros. Al usar dos colores necesito complementariedad, es por esto que anaranjado y café son buenas opciones.

A un color:



C = 50%
M = 73%
Y = 61%
K = 53%



C = 35%
M = 27%
Y = 26%
K = 0%



C = 53%
M = 42%
Y = 40%
K = 7%

A dos colores:



C = 50%
M = 73%
Y = 61%
K = 53%



C = 0%
M = 58%
Y = 87%
K = 0%



C = 1%
M = 36%
Y = 66%
K = 0%



C = 95%
M = 83%
Y = 82%
K = 90%

Evolución de la marca



Cambio de nombre:

Después de rediseñar el logo con el fin de simplificarlo para hacerlo más recordable, noté que el mayor problema no era el icono sino el nombre; ya que al ser un nombre en un idioma por my pocos conocido, como es el quechua, fonéticamente largo, difícil de pronunciar y más aun de recordarlo, lo que lo hace lejano al cliente.

Es por esto que he decidido cambiar el nombre por su traducción al español el cual es “Juntos”; esto no solo lo hace más recordable y cercano al cliente, sino que además lleva una carga más significativa, puesto que este nombre representa a una corporación de integración social para personas con discapacidad mental, lo que se puede interpretar como *“todos juntos como sociedad lograremos este fin de integración”*.

Juntos

Juntos

Criterios del empaque:

Material: Papel Stardream, terminación nacarado, color blanca, teñida con anilinas vegetales.

El papel posee un tratamiento de teñido para darle los colores deseados, puesto que este tipo de cartulina no viene en los colores que necesito. Los colorantes usados son de carácter vegetal (los que se utilizan en pastillaje de tortas) para así evitar algún carácter toxico que pudiesen tener al estar en contacto directo con el producto.

Forma: Su forma cúbica responde a la necesidad de su funcionalidad (poder formar el cubo curioso). Sus intervenciones cumplen la función de atractivo visual (para los consumidores que quieren probar cosas nuevas), los cuales se incrementan al hacer una gráfica monocromática lisa y oscurecer el color en los segmentos que posee profundidad.

Otra de las ventajas de su forma cúbica es, que es fácilmente apilable por lo que el embalaje de los empaques se hace sencillo, facilitando su traslado.

Dimensiones: Cubo de 4x4x4cm. (armado)

Colores y su significado: El color del empaque varía según el relleno del bombón que lleva en su interior. Todos poseen una terminación nacarada, lo que los hace tomar un carácter mas elegante.

Verde = Relleno de menta

Blanco = Relleno de almendra

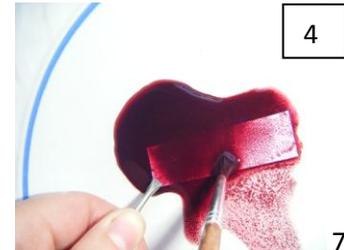
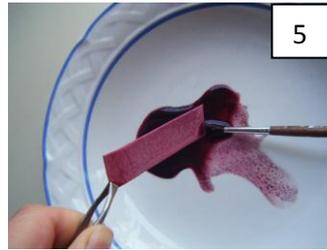
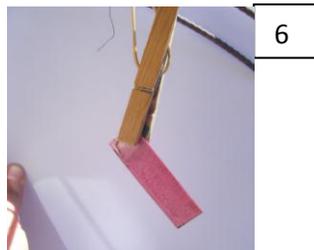
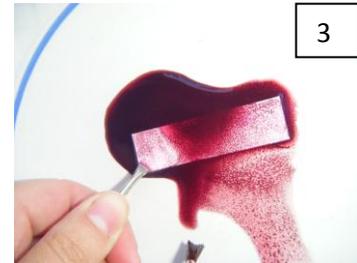
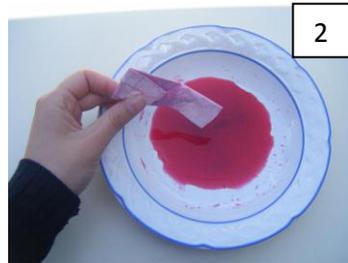
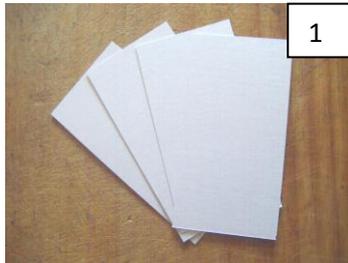
Rojo = Relleno de guinda

Amarillo = Relleno de Wisky

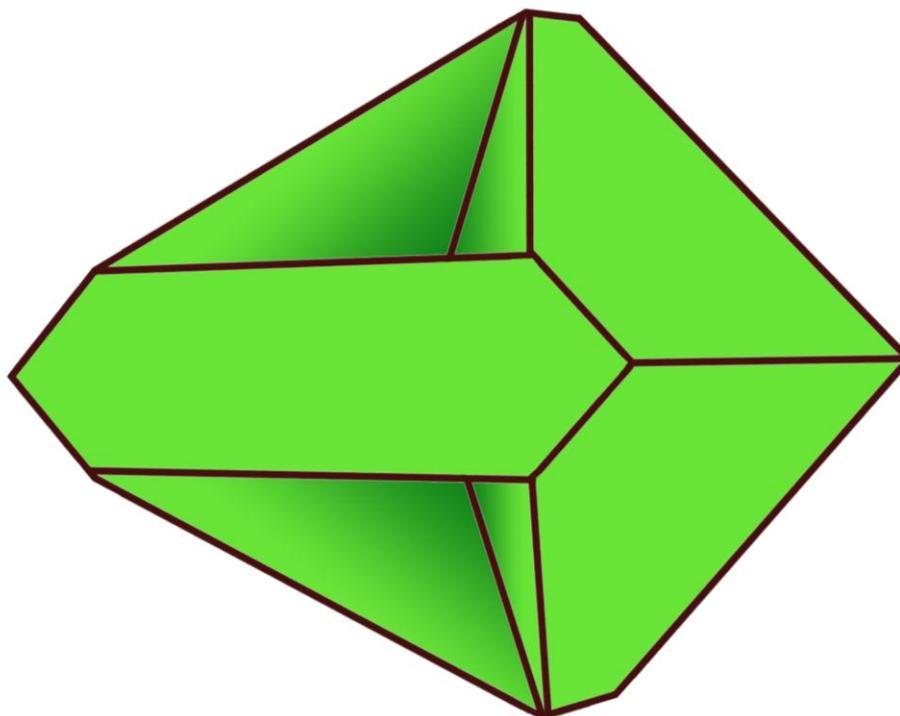
Anaranjado = Relleno de crema naranja

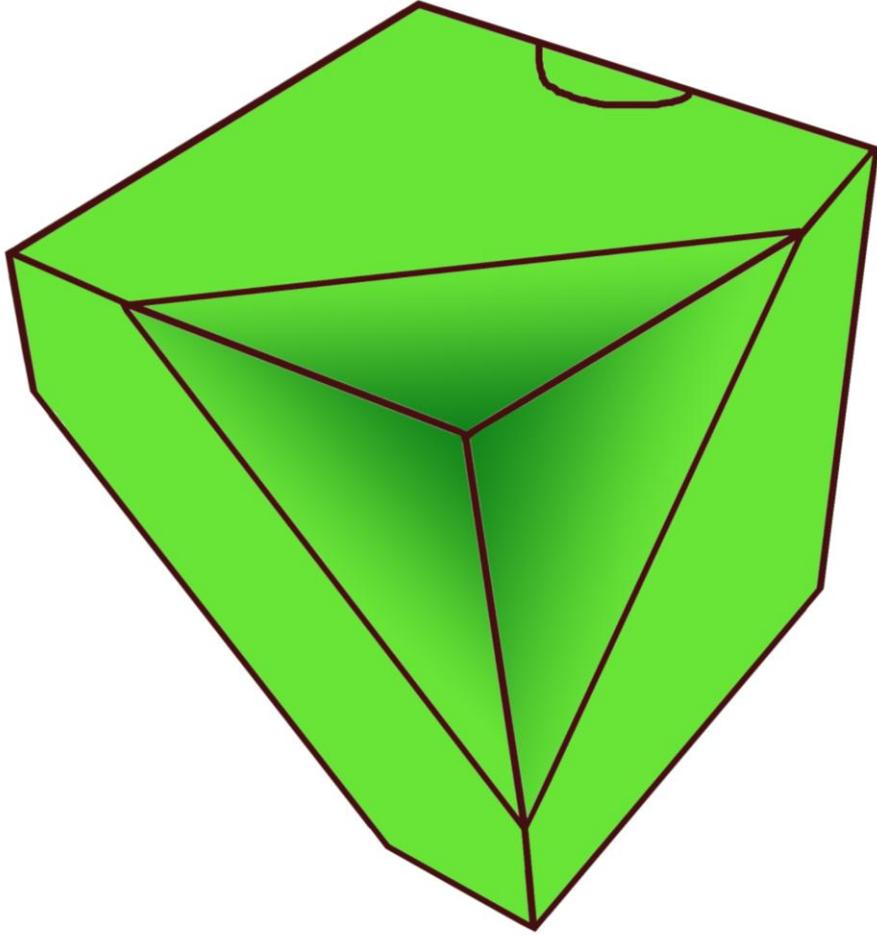
Proceso del teñido del papel:

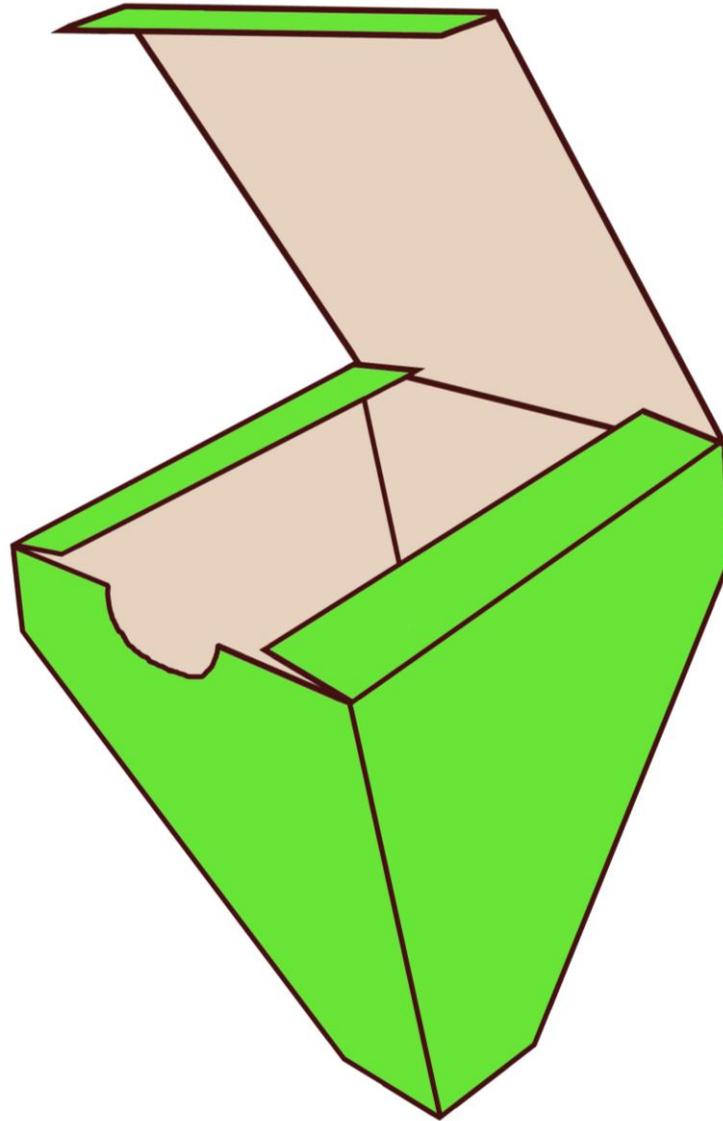
- Preparar las anilinas: Diluir un sobre de anilina en 100 cc. de agua fría, mover hasta disolver completamente las anilinas y dejar un color uniforme.
- Esparcir este líquido en una superficie plana que lo pueda contener.
- Sumergir el tozo de papel que deseamos teñir en el líquido por 90 seg., ya que más tiempo humedece demasiado el papel y comienza a deformarse.
- Voltear por lo menos una vez el papel y estar constantemente moviendo el líquido con un pincel sobre el papel, para evitar manchas en alguna de las superficies
- Hacer una prueba en un pedacito de papel, para ver si da como resultado el color deseado.
- Luego de los 90 seg. Retirar, dejar estilar y secar colgado a la sombra.
- Estando seco, descolgar y usar.

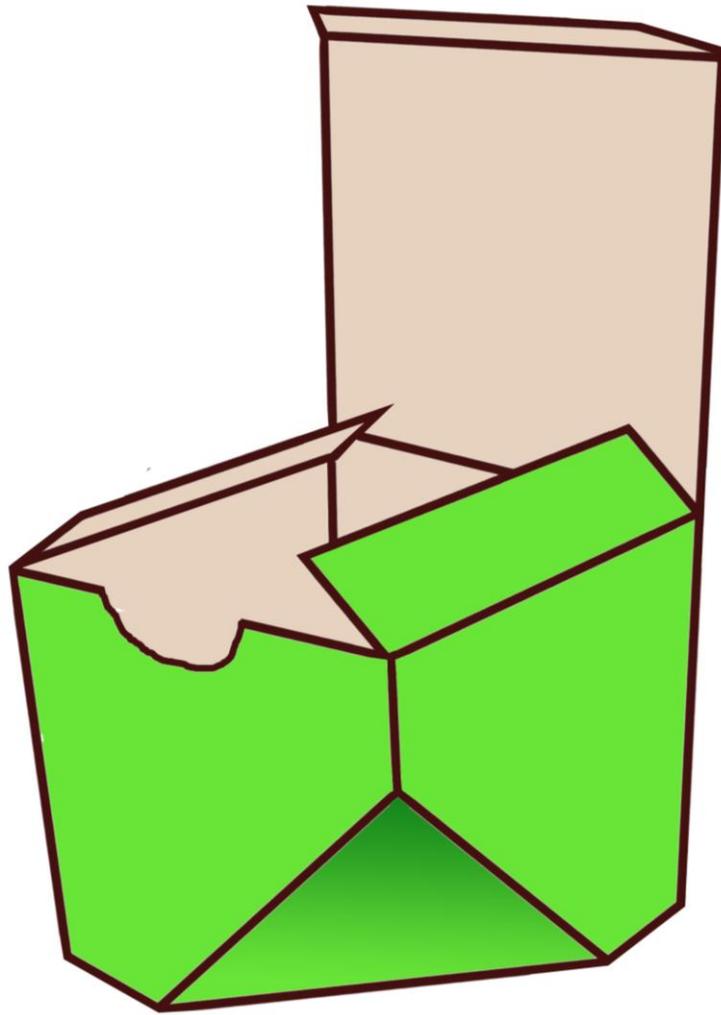


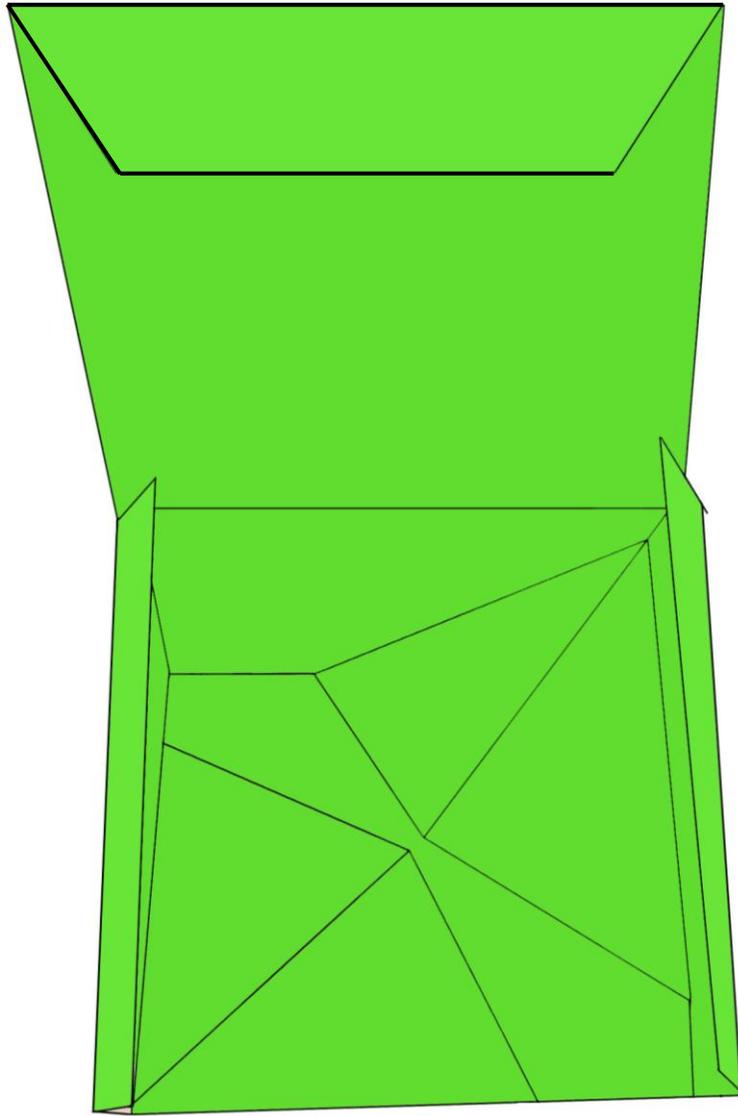
Vistas del producto

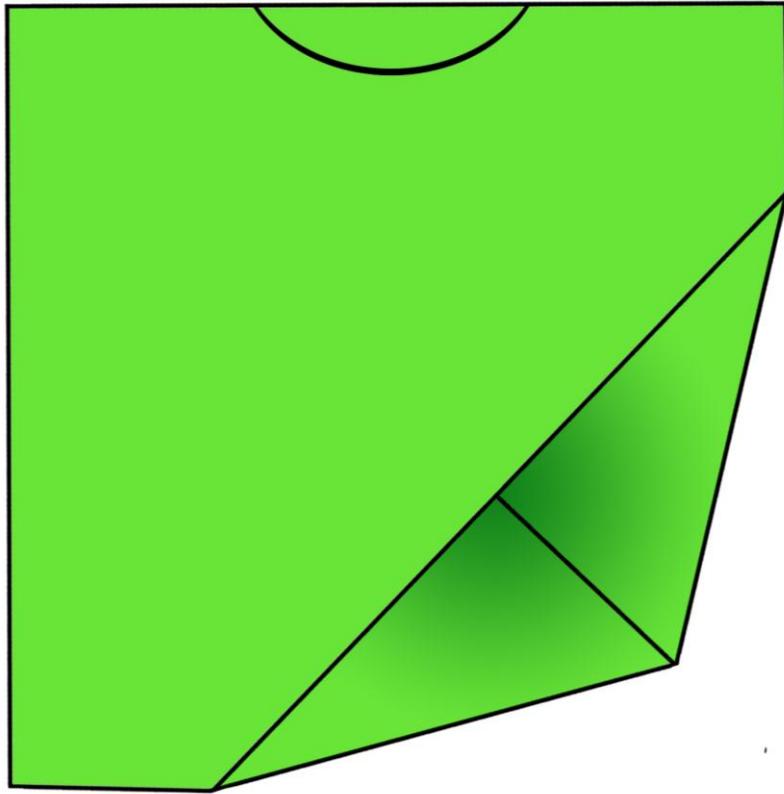


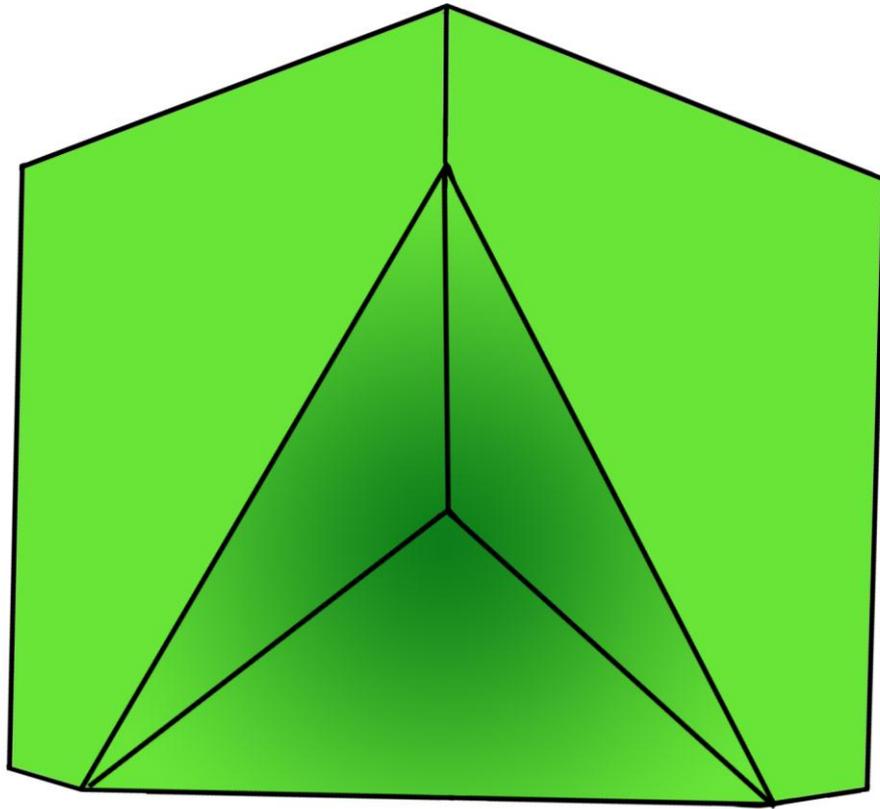


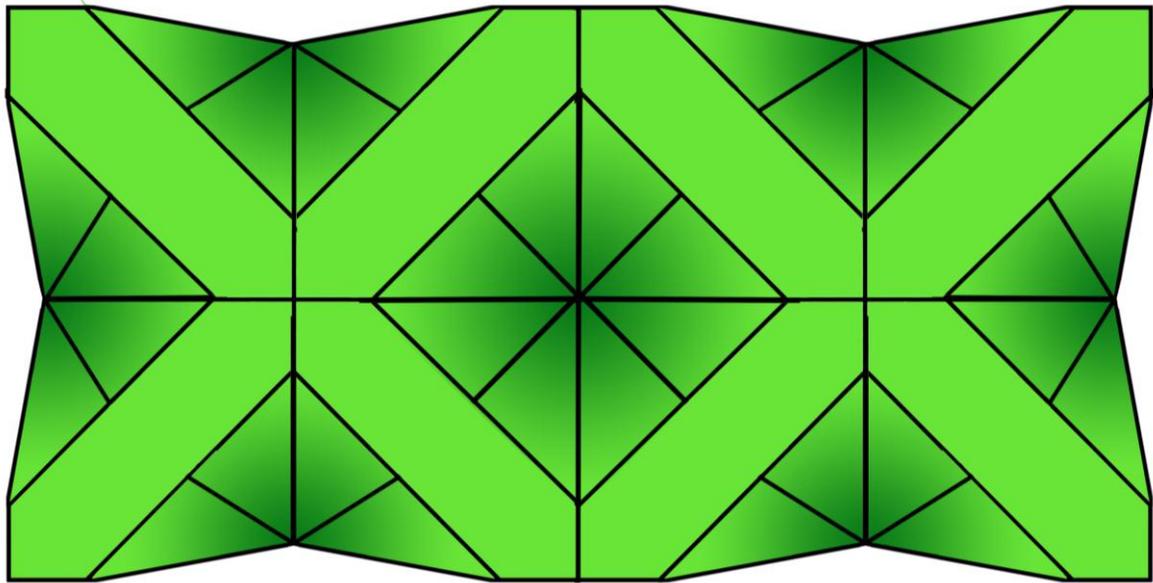


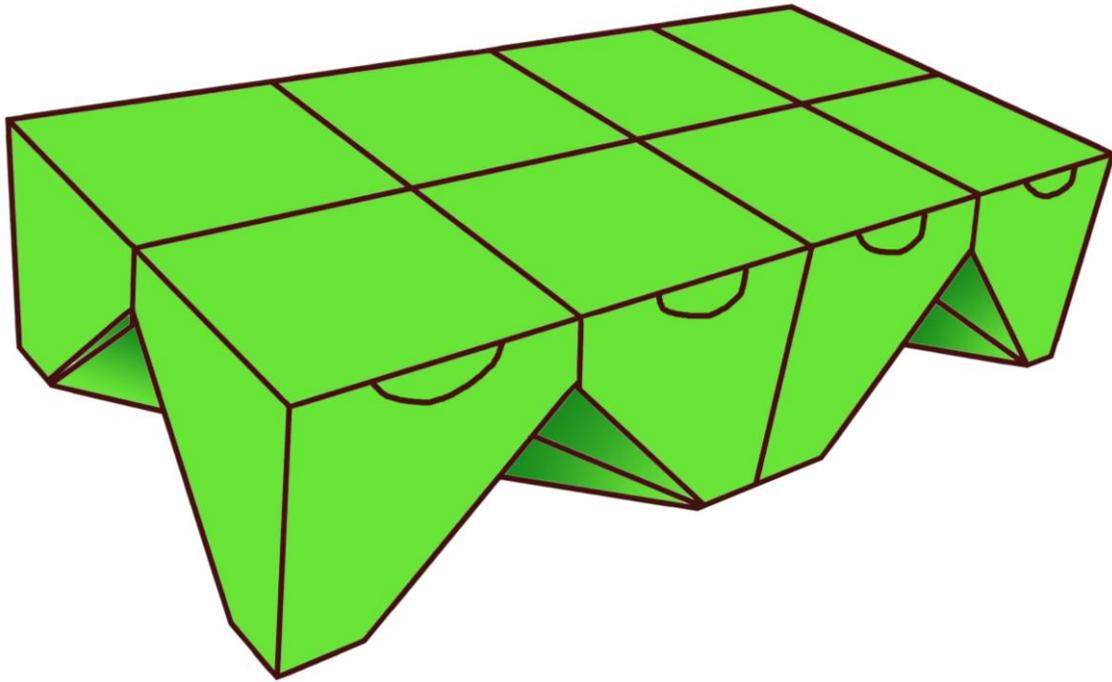


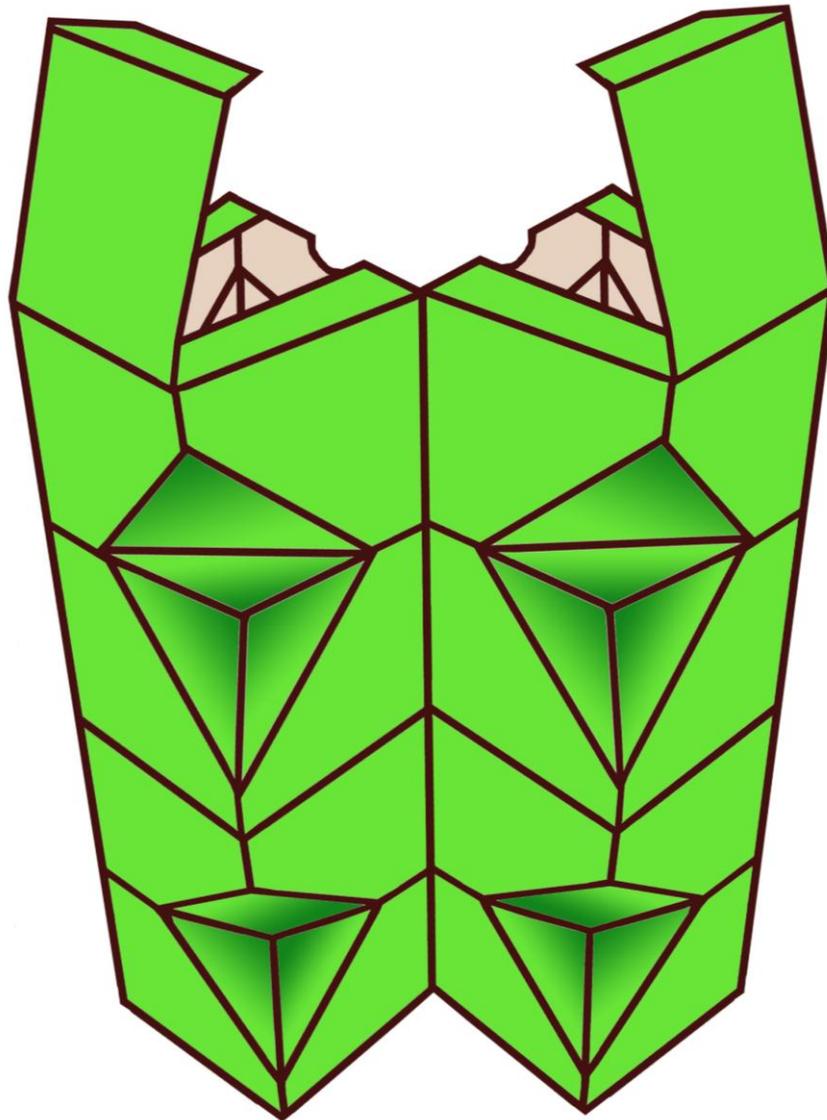


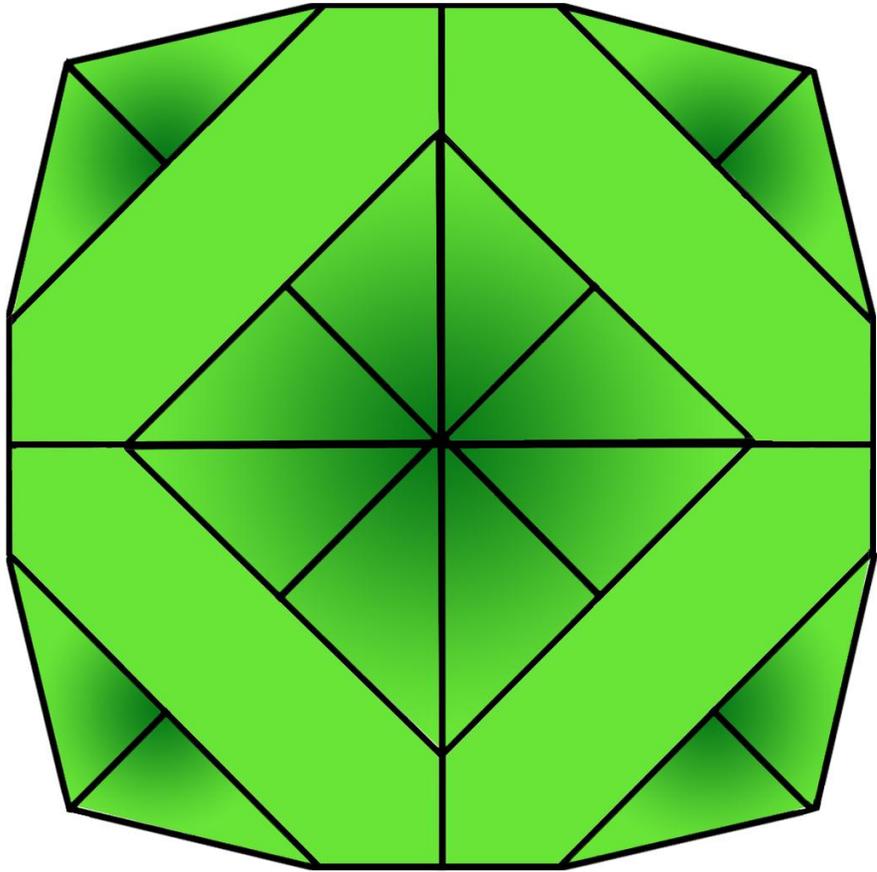


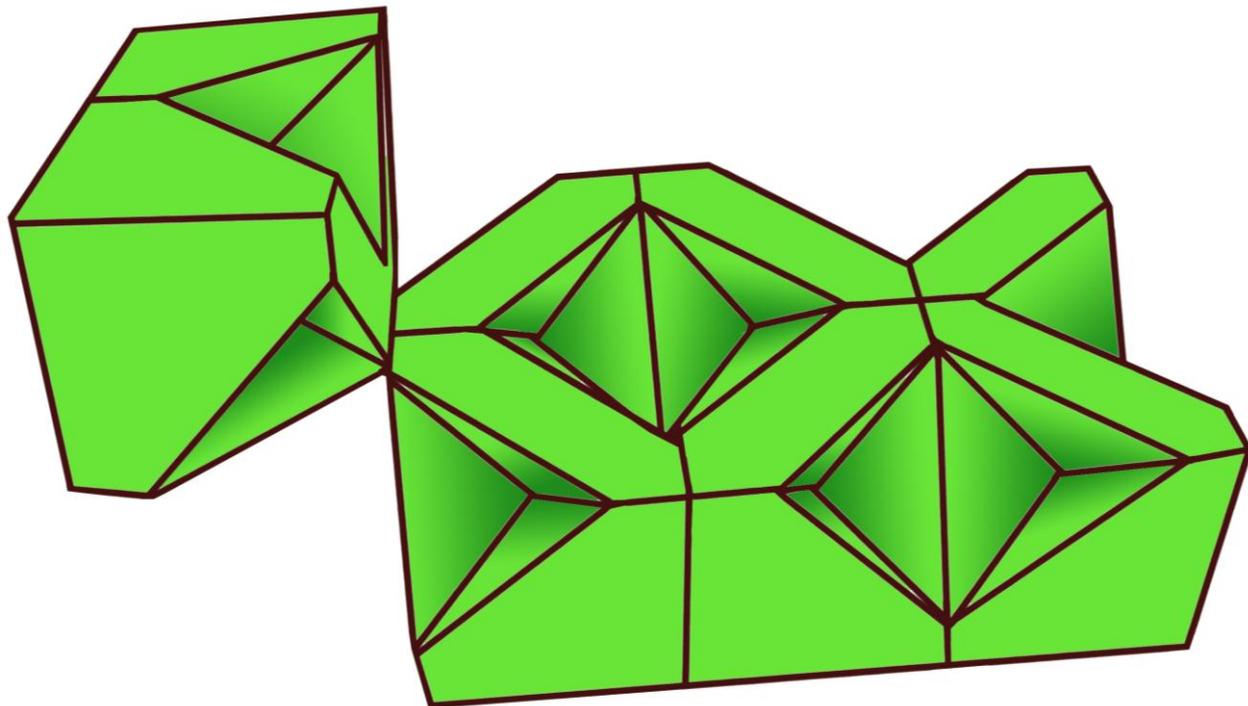


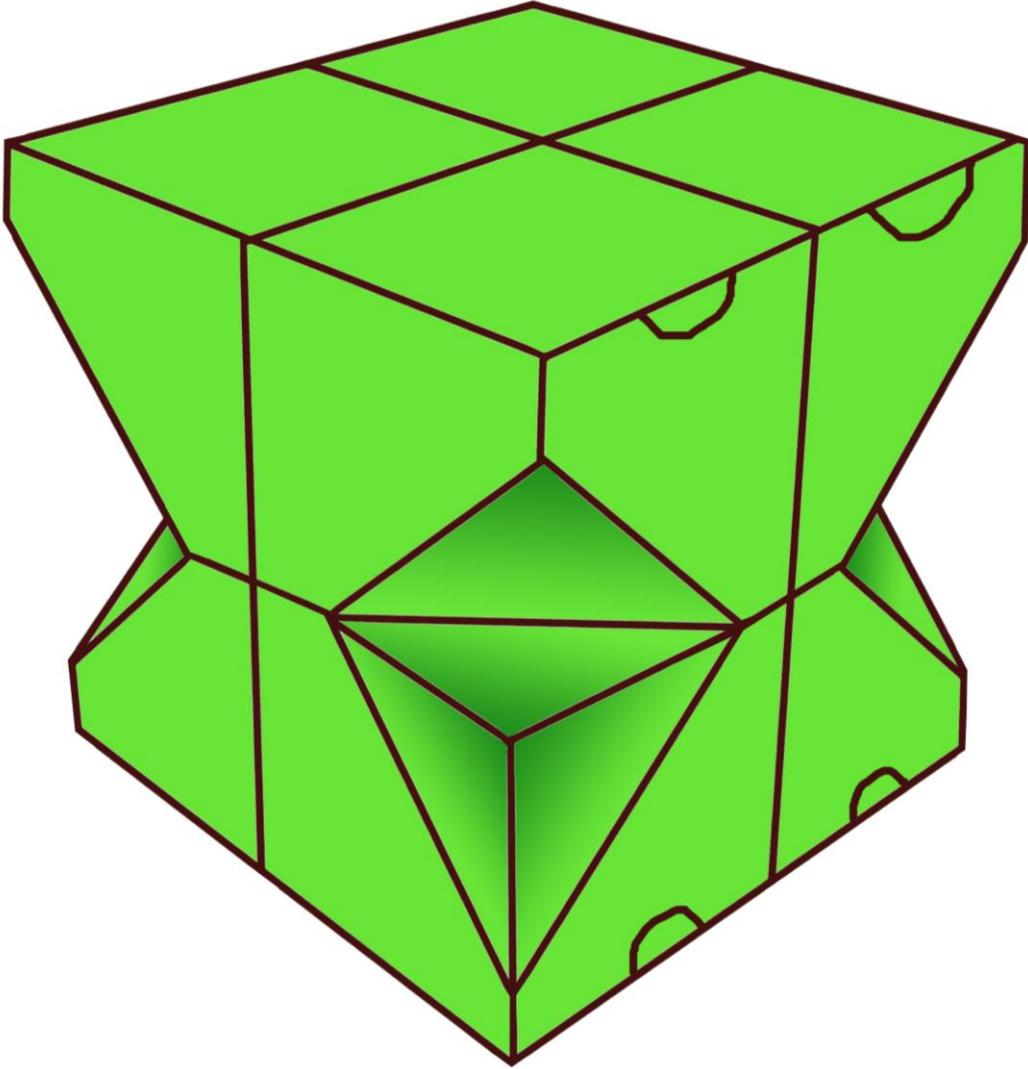


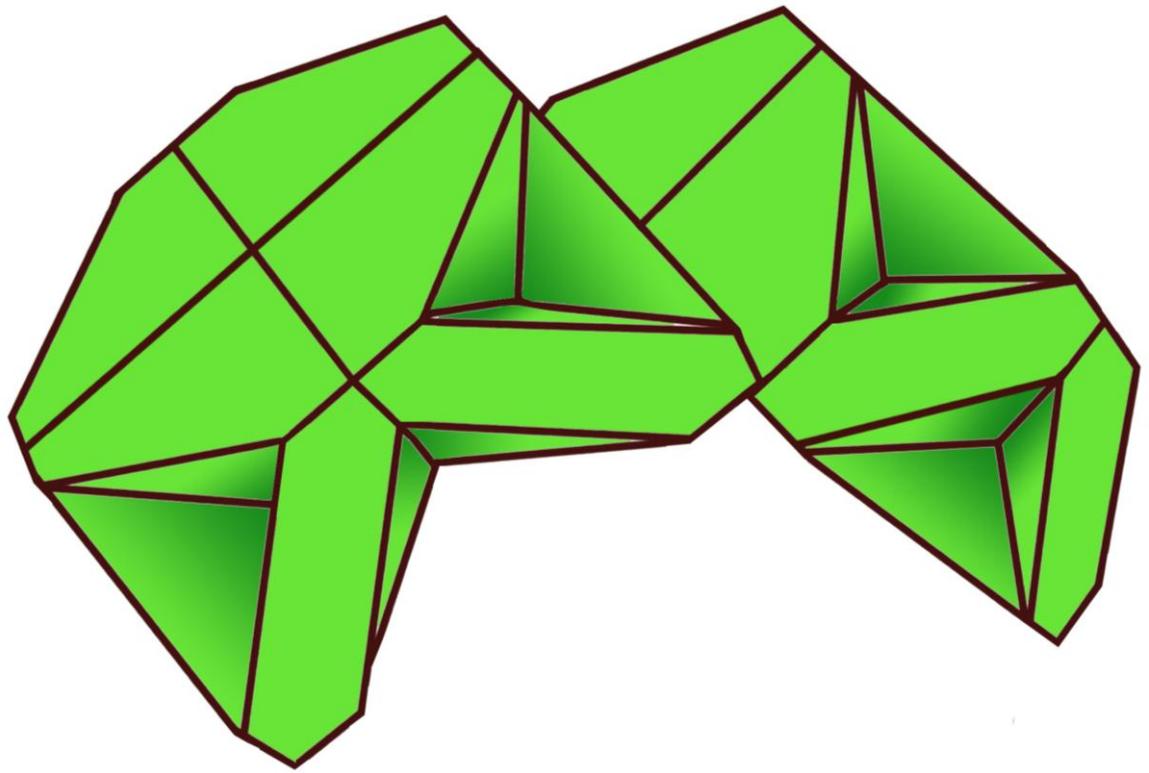


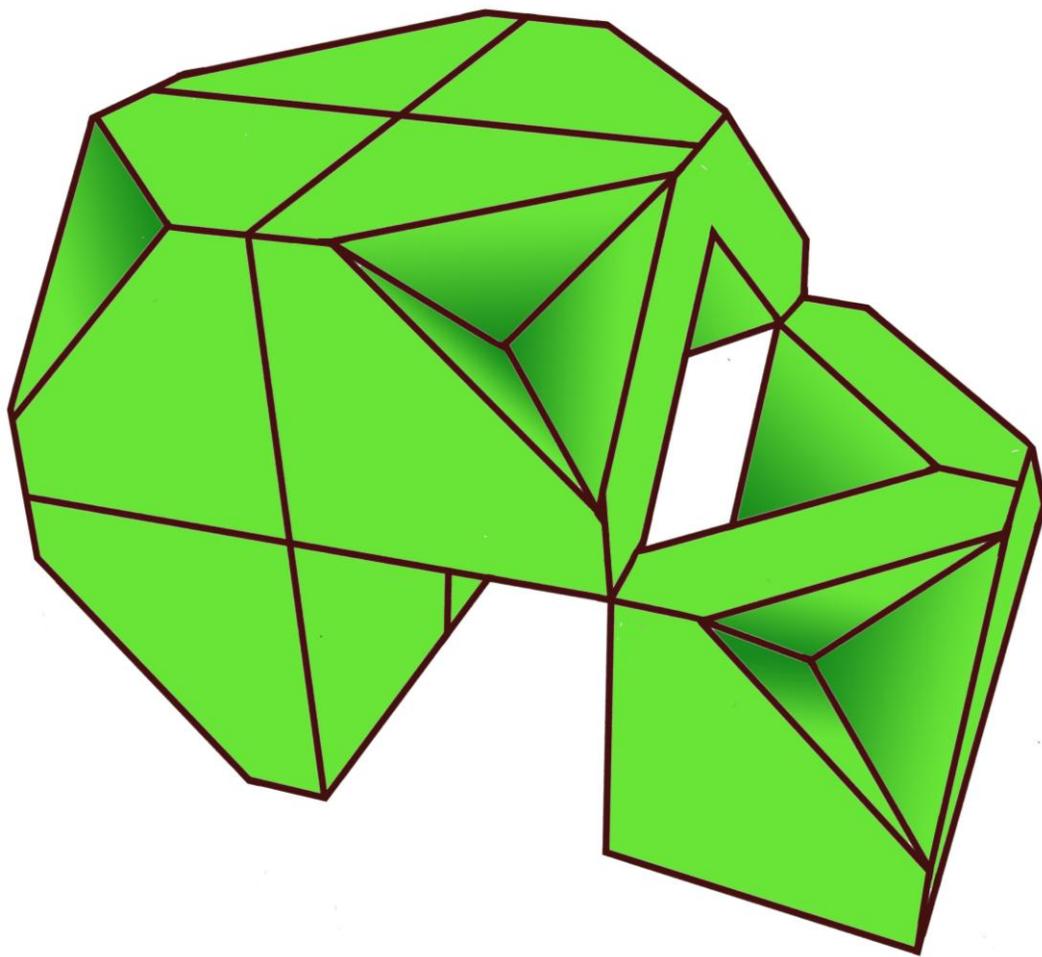


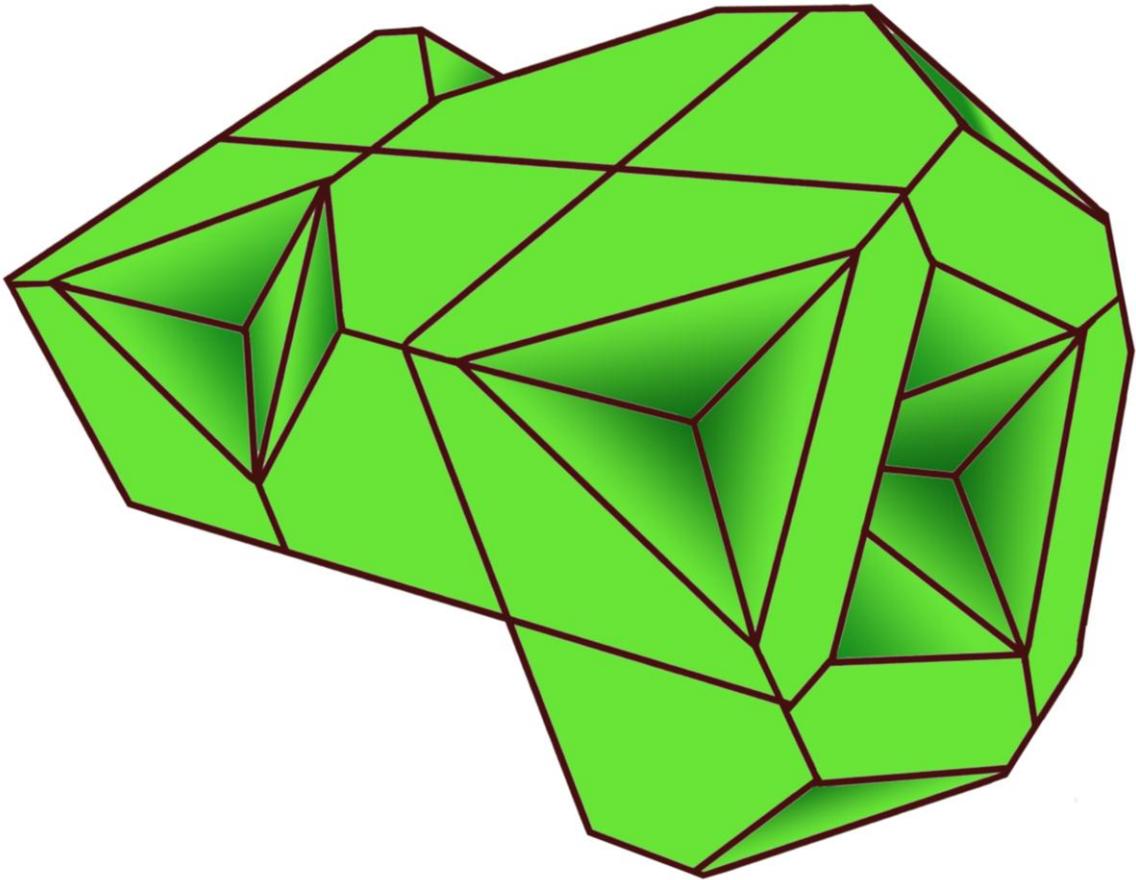


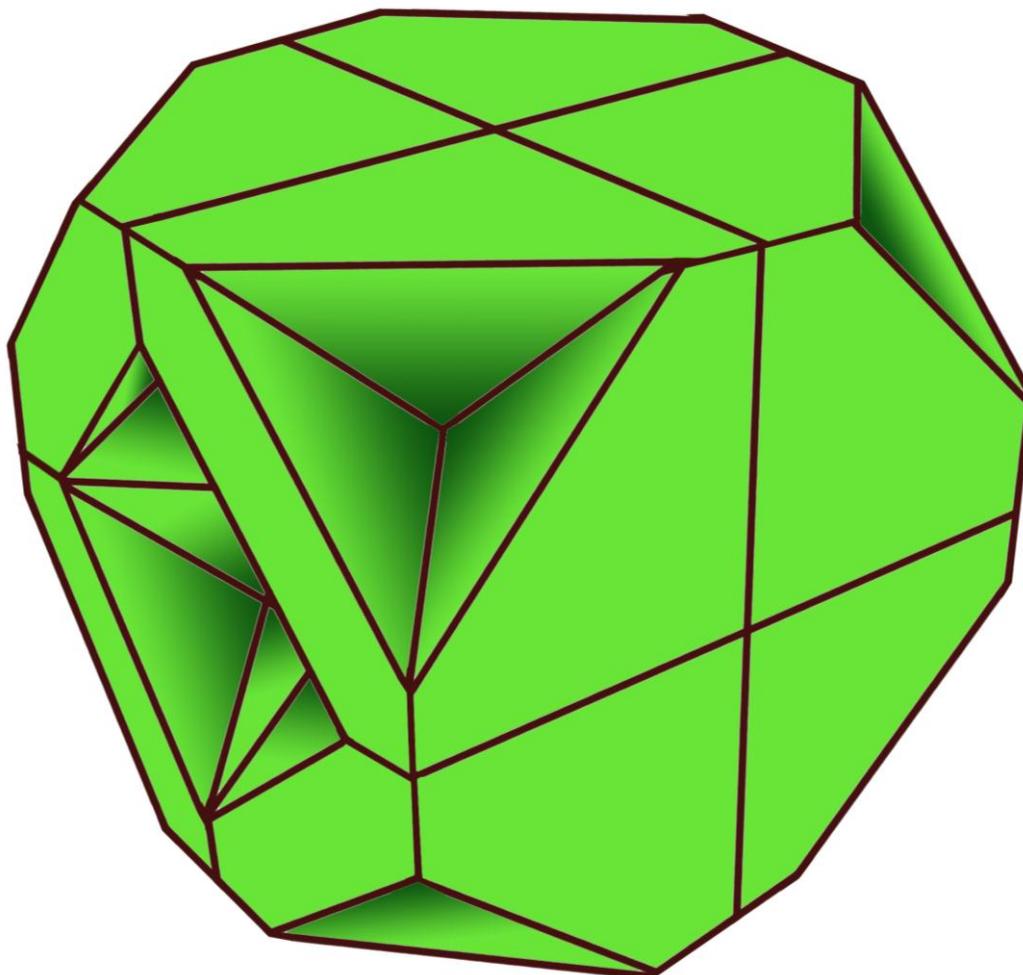


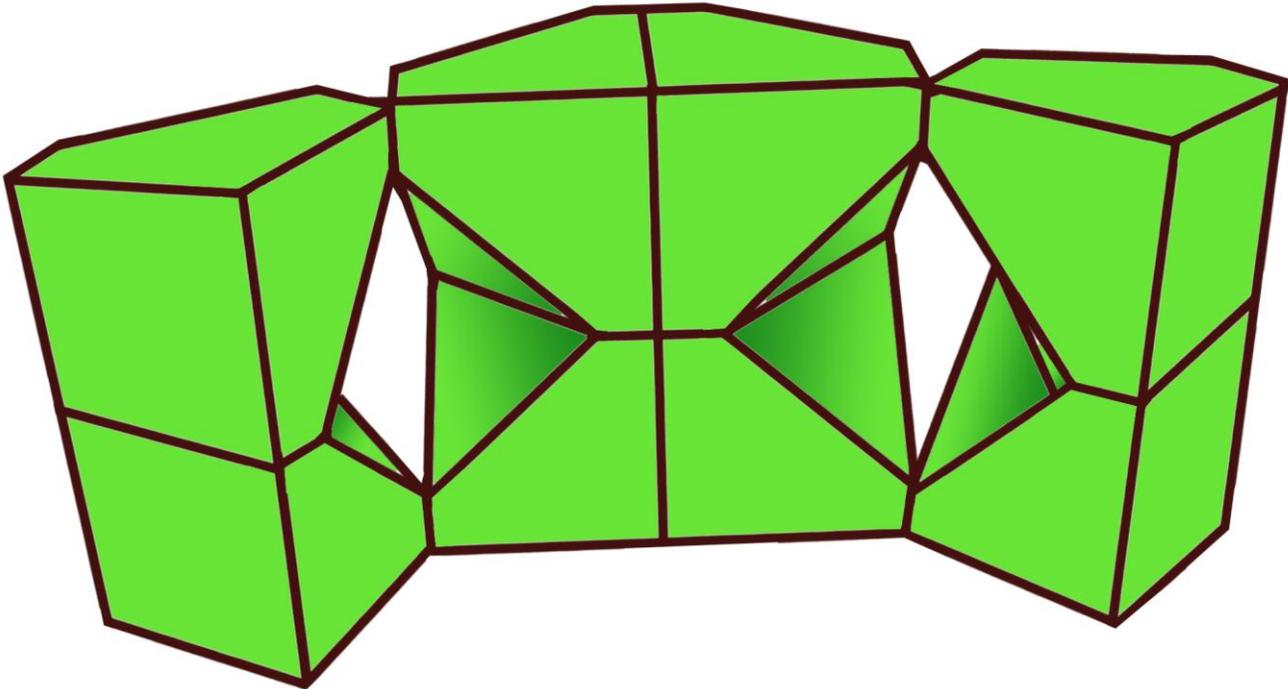




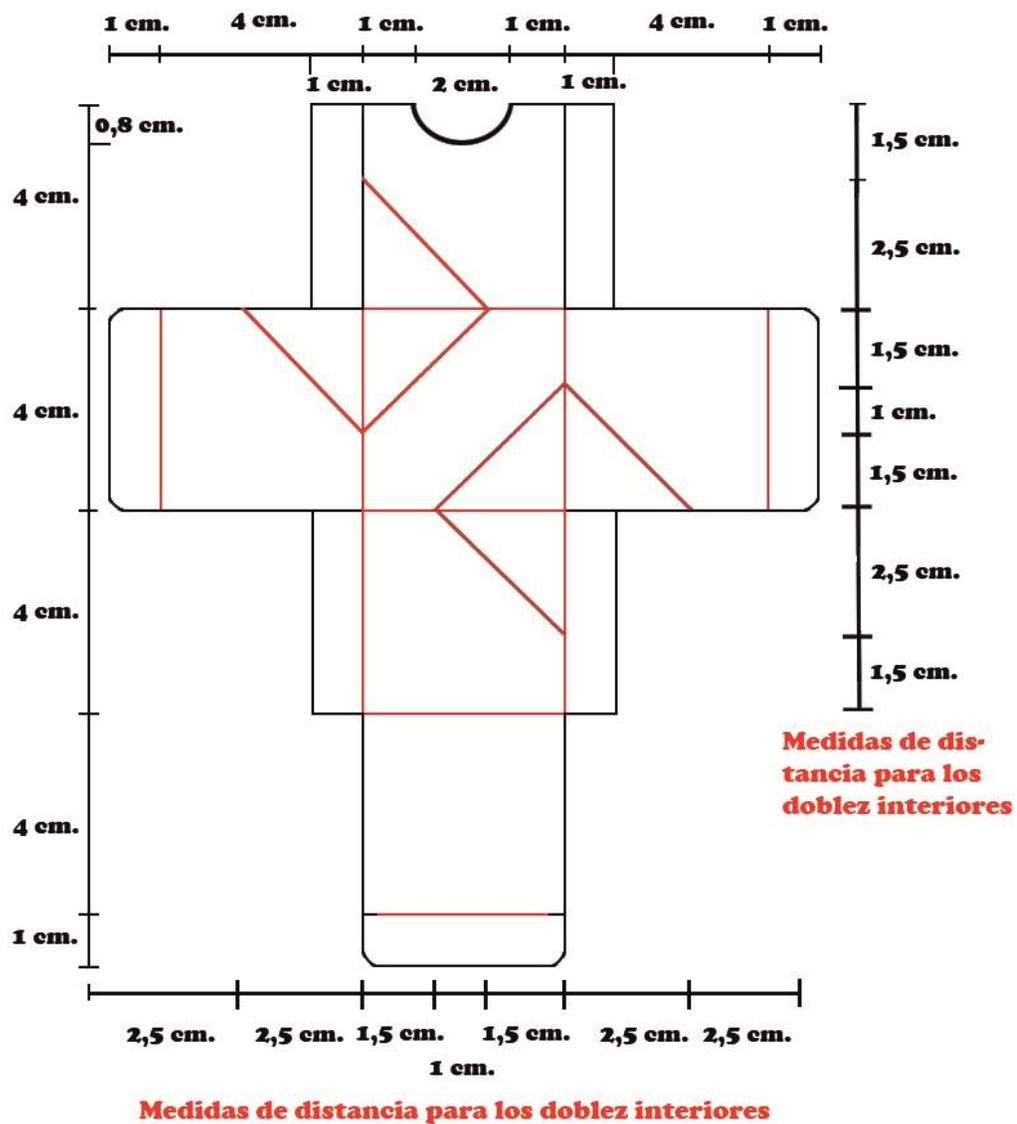






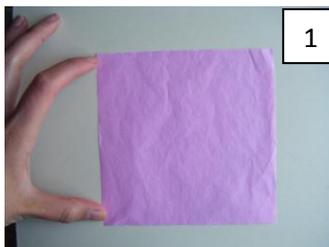


Grilla de un módulo

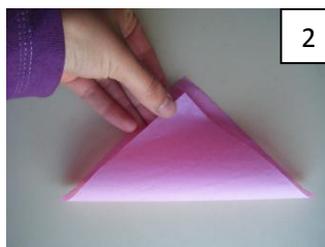


Papel interior:

Doblado del papel



1
Cortar trozo de papel de 12,5x12,5 cm.



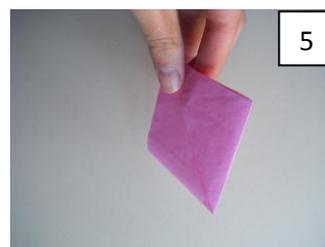
2
Doblar a la mitad.



3
Tomar una de la puntas y llevarla al centro.



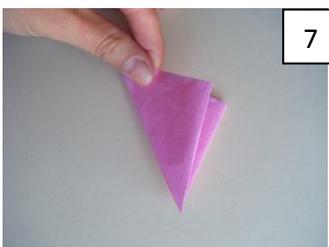
6
Apoyar la pieza sobre la superficie.



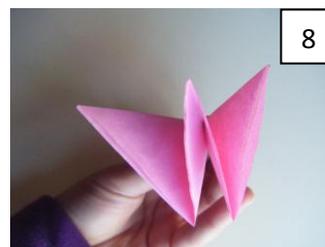
5
Tomar la pieza de la punta superior y girar.



4
Tomar la otra punta y repetir la operación.



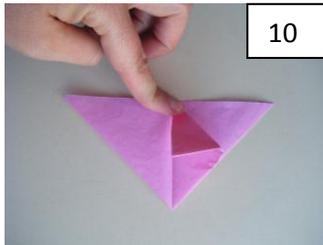
7
Doblar la pieza por la mitad.



8
(Vista superior de cómo debe verse).

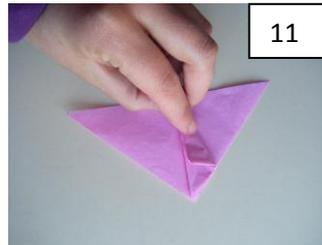


9
Apoyar en superficie y tomar la aleta central.



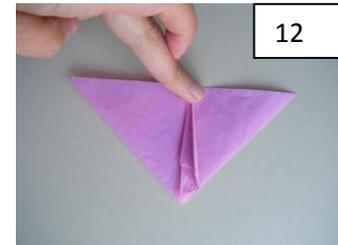
10

Doblar la pieza por la mitad, hacia abajo.



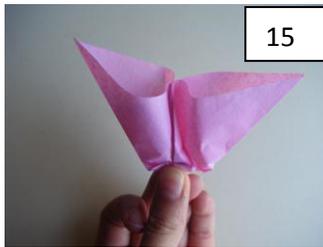
11

Doblar la pieza nuevamente.



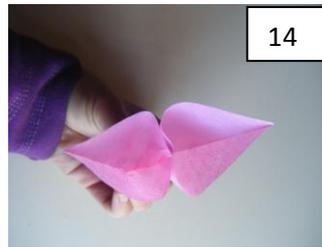
12

Doblar la pieza por última vez.



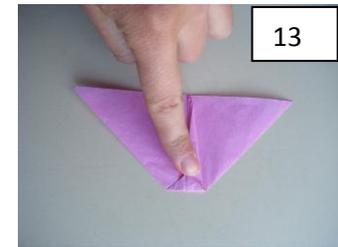
15

Así debe verse.



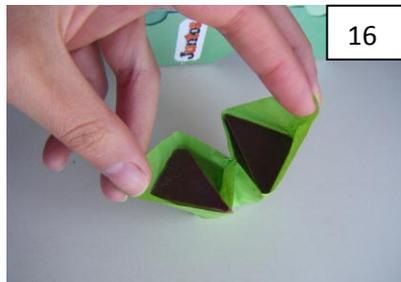
14

Abrir los triángulos que se forman.



13

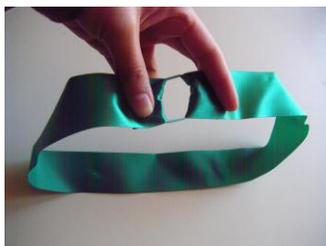
Doblar la punta de abajo dos veces.



16

Colocar los chocolates en el interior de cada orificio y colocar dentro del empaque.

Armado de la cinta:



Cortar la cinta de 35 cm. Cocer elástico en sus dos puntas.



Usar un molde para moños de cinta de 7 pts



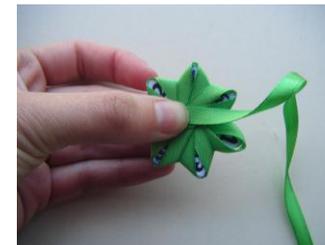
Pasar la cinta por los números del 1 al 7.



Una vez retirada, cocer en el centro.



Afirmar desde el centro la cinta y retirar.



Al llegar al nº 7, repetir la operación de 1 al 7.



Cocerla a uno de los extremos de la otra cinta



(Vista superior de cómo debe verse).



Terminada y puesta sobre el empaque.

Criterios de diseño para los folletos que acompañan a los módulos.

Criterios Formales:

Impreso N°1: Será un tríptico

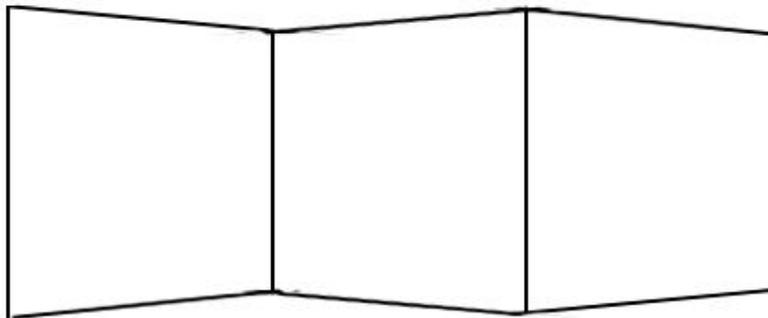
Formato: 5 X 15 cms. abierto.

Este tamaño surge del tamaño del empaque al que acompaña, ya que éste es de 4 X 4 X 4 cm.; además de tener que poseer una buena legibilidad para su entendimiento.

Tipografía:

- Título: Times new roman, cuerpo 8,5 pts.
- Cajas: Times new roman, cuerpo 6 pts.

Color: Blanco y negro.



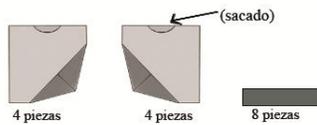
Tríptico 1

Armado del cubo curioso

Artículos que necesita para el armado:

- 4 Módulos con el hundido derechos y 4 módulos con el hundido izquierdos
- 16 autohadesivos

¡¡ Seguir estrictamente las instrucciones de armado !!



Ubicar las cajas de tal modo que queden los sacados hacia afuera

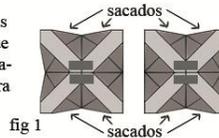


fig 1

Agrupar y unir los cuatro primeros módulos, luego los otros 4 (fig 1).
Pegar autohadesivos por ambos lados del vértice.

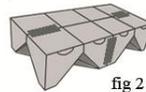


fig 2

Poner ambas fig. con los autohadesivos para abajo y juntas (fig 2)

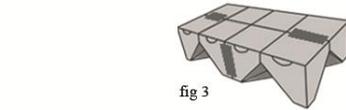
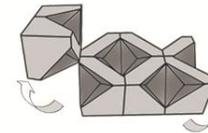


fig 3

Voltear y poner autohadesivo al otro lado (fig 3)

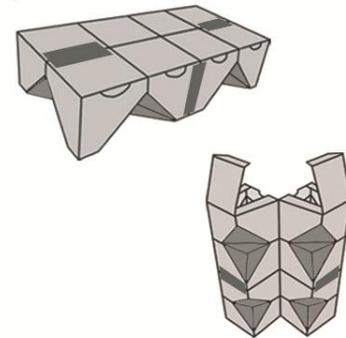
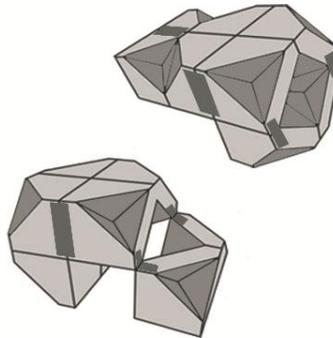
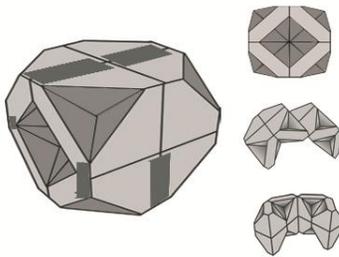


Voltear y subir ambas mitades (fig 4)

fig 4

¡ LISTO!

Juega y disfruta con tu CUBO CURIOSO



Criterios Formales:

Impreso N°2: Será un tríptico

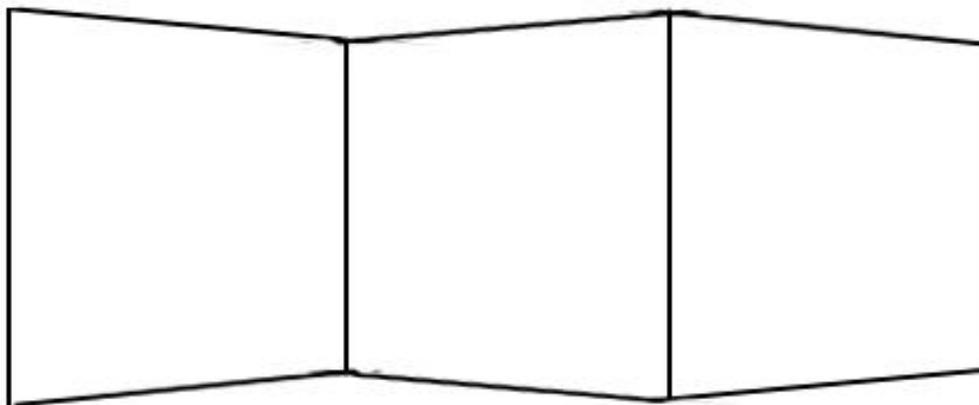
Formato: 8 X 24 cms. abierto.

Este tamaño surge del tamaño del empaque al que acompaña, ya que éste es de 8 X 8 X 8 cm.; demás de tener que poseer una buena legibilidad para su entendimiento.

Tipografía:

- Título: Times new roman, cuerpo 14 pts.
- Cajas: Times new roman, cuerpo 12 pts.

Color: Cuatricromía.



Tríptico N°2



- * **Bombones**
- * **Choc. macizos**
- * **Choc. huecos**
- * **Choc. con sorpresas**

Hola, somos la corporación Juntos y te invitamos a que conozcas nuestras instalaciones, productos y lo especial de nuestra producción; tenemos una gran variedad de chocolates y dulces para toda ocasión.
Estamos ubicados en pasaje Dimalow N°110 Cerro Alegre; o llamanos al fono: 2595702.

LO ESPERAMOS



- * **Malvas**
- * **Gomitas**
- * **Sustancias**
- * **Arroces dulces**

Corporación
Juntos



Autoadhesivos unión de módulos:



Tarjeta empaque



Frontal



Posterior

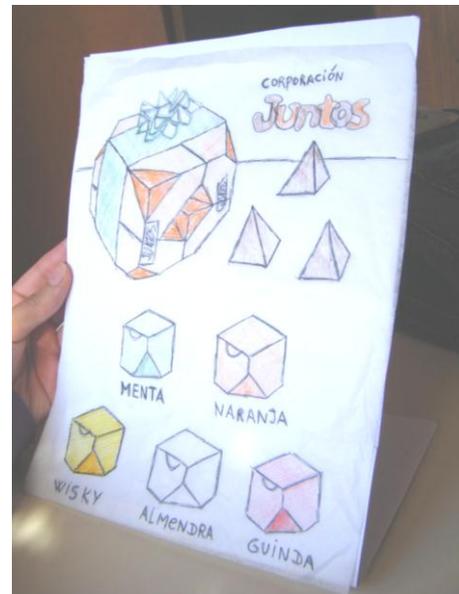
Pendón informativo de venta

Criterios Formales:

Tamaño: 20x25 cms.

Material: Poliester (pendón)

Uso: Este pendón será utilizado en los stand inmediatamente a un lado del producto, con el fin de promocionarlo y dar cuenta de la relación existente entre el color del empaque y el sabor del relleno de los bombones en su interior.



(Croquis referencial del pendón)

Capítulo VI

Plan de Gestión del Proyecto

En este capítulo se establece de donde se obtendrá el capital de dinero para llevar a cabo el proyecto.

4.1 Financiamiento

Este proyecto surge como iniciativa personal a raíz del tema de integración social de las personas con discapacidad, llegando así a la corporación TUKUYPAJ, la cual trabaja con este tema, enseñando un oficio y el hábito que significa tener y mantener un trabajo.

Teniendo en cuenta que mi trabajo será una asesoría de diseño a esta corporación,

que es de bajos recursos económicos, mi única opción de financiamiento es optar a un fondo concursable, o bien, solicitar a la corporación que ellos como entidad postulen a estos mismos fondos.

Teniendo en cuenta el área de desarrollo del proyecto y las condiciones, el proyecto puede postular a los siguientes fondos:

Fondo concursable para el desarrollo de la sociedad civil

El Ministerio Secretaría General de Gobierno a través de la División de Organizaciones Sociales, D.O.S. y el Consejo del Fondo para el Desarrollo de la Sociedad Civil, ha puesto en marcha este fondo. Este está orientado a fortalecer las capacidades de las organizaciones de la sociedad civil y contribuir a su desarrollo como un actor relevante para el ejercicio de la democracia, la participación ciudadana y el mejoramiento de la calidad de vida de la población.

¿Quiénes pueden postular?

Esta iniciativa financiará diferentes proyectos, especialmente aquellos de capacitación, voluntariado y fortificación de redes de cooperación entre organizaciones. Los proyectos podrán ser locales, intercomunales, interregionales y nacionales, con montos que van desde mínimo \$2.500.000 y un máximo de \$12.500.000

Al Fondo podrán postular las juntas de vecinos y demás organizaciones comunitarias territoriales y funcionales regidas por la Ley N° 19.418; las asociaciones y comunidades indígenas regidas por la Ley N° 19.253 y las corporaciones y fundaciones de derecho privado cuyo ámbito de acción sea de interés público y se orienten a la promoción y trabajo a favor de personas con discapacidad, mujeres, niños y jóvenes; la defensa del medio ambiente; la asistencia social, el voluntariado, los DD.HH. y la cooperación para el desarrollo, etc.

Para la presentación de proyectos, se requiere de una organización titular y al menos dos organizaciones co-ejecutoras. La entidad titular deberá poseer su personalidad jurídica vigente y encontrarse inscrita tanto en el Registro de Receptores de Fondos Públicos como en el Portal Ciudadano (www.registros19862.cl y www.portalciudadano.cl)

En la Región de Valparaíso, las propuestas y antecedentes se recibirán en la Secretaría Regional Ministerial de Gobierno, ubicada en Melgarejo 669 piso 16, Intendencia

Regional de Valparaíso (teléfonos 250940, 253405). Para mayores consultas e información de este Fondo de la Sociedad Civil, visite las páginas

- www.portalc Ciudadano.cl
- www.participemos.cl

Tipos de proyectos a presentar

En esta convocatoria se podrá presentar cualquier iniciativa que ajustándose a las bases y cuya ejecución no se extienda más allá de los cuatro meses- se oriente al fortalecimiento de la sociedad civil y a la promoción, en general, del bien común.

En términos generales, las iniciativas deben enmarcarse en 3 líneas:

a) capacitación de representantes y asociados de organizaciones de interés público,

b) actividades asociativas y

c) acciones de voluntariado.

En las tres líneas de proyectos, se podrán presentar iniciativas de carácter local-comunal, con un monto máximo de dos millones de pesos; inter comunal-regional, con organizaciones domiciliadas en más de una comuna, de una misma región o de regiones contiguas, por un máximo de tres millones; inter-regional, con organizaciones de al menos tres regiones contiguas, con un máximo de seis millones y nacionales, y; nacional, con organizaciones de, al menos, ocho regiones, vinculadas a una acción común, por un monto de hasta doce millones de pesos.

Fondo del Fonadis

Características generales:

El Fondo Nacional de la Discapacidad (FONADIS) contempla financiamiento para proyectos en las siguientes áreas:

1. Prevención de discapacidades o deficiencias físicas, sensoriales, mentales y psíquicas.
2. Rehabilitación integral de personas con discapacidad.
3. Equiparamiento de oportunidades, orientadas a asegurar la participación plena de las personas con discapacidad.

Objetivos:

Mejorar la calidad vida de las personas con algún tipo de discapacidad, integrándolas a los procesos sociales y civiles que experimenta nuestra sociedad.

Procedimiento de acceso:

Para el Municipio:

- Presentando proyectos.

- Coordinando acciones con organizaciones de la sociedad civil u otros servicios públicos.

Para la Comunidad:

- Participando a través de sus organizaciones.
- Acudiendo al municipio para solicitar apoyo.

Requisitos:

- Contar con personalidad jurídica.

Documentación Requerida:

- Proyecto y su justificación.
- Completar formulario de presentación.

Fechas:

- Presentación de antecedentes y/o inscripciones es en ABRIL de cada año.

Aspectos financieros:

Monto total del Programa:

\$ 1.921.649.000.-

Fuente de Financiamiento: FONADIS

Monto por Proyecto:

\$ 10.000.000.- máximo.

Información de referencia:

Responsable del Programa: Fondo
Nacional de la Discapacidad (FONADIS)

Unidad a Cargo: Dirección Manuel Montt

#1007, Santiago.

Teléfono(s): 2254265 Fax 2234119 -

2234196

Página Web: www.fonadis.cl

E-mail: fonadis2@reuna.cl

Costos del Proyecto

Costos estimativos por cada cubo curioso:

Pliego papel stardream (72 x 100 cm.)	\$ 1190; caben 30 módulos
Pliego papel volantín (69 x 50 cm.)	\$ 70; caben 20 piezas
Pliego papel autoadhesivo (100 x 70 cm.)	\$ 600; caben 1300 piezas app.
Cinta doble contacto	\$ 330; caben 63 módulos app.
Metro cinta género 25 mm.	\$ 180; 35 cms. por cubo
10 mts. Cinta género 7 mm.	\$ 100; 1 mts por cubo
50 grs. Elásticos pequeños	\$ 380; 1 por cubo
Anilina	\$ 200; 20 módulos
200 grs. Bolsas	\$ 680; 125 unidades app.
Alambre	\$ 500
Bombón	\$ 90 c/u; 16 unidades
Tinta impresora	\$ 22000; 4 colores

Precio unitario:

Pliego papel stardream (72 x 100 cm.)	\$ 320
Pliego papel volantín (69 x 50 cm.)	\$ 28
Pliego papel autoadhesivo (100 x 70 cm.)	\$ 8
Cinta doble contacto	\$ 42
Metro cinta género 25 mm.	\$ 63
10 mts. Cinta género 7 mm.	\$ 10
50 grs. Elásticos pequeños	\$ 2
Anilina	\$ 10
Bolsa	\$ 5
Alambre	\$ 5
Bombón	\$ 1440
Tinta impresora	\$ 100
Mano de obra de las cintas	\$ 100

Total precio costo de una caja curiosa con folleto y embalaje: \$ 2.133 app.

Detalle de productos	Precio unitario	Total
Asesoría de diseño a la Corporación TUKUYPAJ		
Proyecto	\$ 200.000 mensuales	\$ 2.000.000
Producción		
Caja curiosa	\$ 2.133 ; 110 cubos	\$234.630
Mano de obra externa	\$100 cubo	\$11.000

Total del proyecto: \$2.245.630

Considerando que entregaremos a concesión 10 cajas (dos cubos de cada sabor) por cada panadería que nos dijo que sí aceptarían el producto.

Conclusión

Si el proyecto se realiza de manera integral, consiguiendo financiamiento para el proyecto éste tendría un efecto positivo para la Corporación TUKUYPAJ, ya que su centro de chocolatería artesanal podría adquirir prestigio en Valparaíso, y así mostrarse como una empresa seria dentro de la ciudad, pudiendo con esto lograr por fin un posicionamiento, lo que le ampliaría su cartera de clientes y su nombre estaría en la cabeza de los clientes y de los potenciales clientes.

Mi empaque se diseñó básicamente bajo la idea de “regalar”, de ver los bombones como un regalo, como un producto que se comparte.

Uno de los objetivos de este empaque de cubo curioso, es que luego de consumir su contenido, este perdure un tiempo más en

las manos del usuario, esto ayudará a que más personas puedan verlo y poder interesarse en él para adquirirlo; así también otros pueden interesarse en la empresa que los fabrica y querer conocerlos, lo cual ayuda a que puedan conocer la amplia gama de otros productos que produce este centro.

Si este novedoso empaque logra llamar la atención de los consumidores y hacer que estos compren el producto ya sea para consumirlo o para usarlo de regalo, lograremos subir las ventas, aumentando las ganancias, pero a su vez iremos posicionando el nombre de la empresa en las cabezas de los usuarios, lo que ayuda a los futuros productos de Tukuypaj a que cuando salgan al mercado tengan de principio una buena acogida, pues ya conocerán la buena calidad de los productos y la seriedad de la empresa.

O sea, si aumentamos las ventas, Tukuypaj crece; si Tukuypaj crece tendrá más capacidad para recibir a personas discapacitadas mentales que quieran incorporarse al mundo laboral, y mientras más personas entren a capacitarse, más personas discapacitadas se sentirán útiles y así ayudaremos todos a la integración social.

Bibliografía

Libros:

- Manual para la incorporación de personas con necesidades especiales a la biblioteca pública.
Autora: Alejandra Moreno, Bibliotecóloga; Coautora: María Alejandra Balbontín, Educadora diferencial con mención en deficiencia mental. Diciembre 2001
- Creación, diseño y producción de libros; Andrew Haslam; Primera edición en lengua española 2007.

Páginas Web:

- http://www.quiminet.com/ar3/ar_zgtRsDFRsDF-definicion-de-envase-ensado-empaque-y-embalaje.htm
- <http://www.envapack.com/prestigiosos-e-innovadores-%E2%80%93-empaques-de-papel-para-edelmann/>
- <http://www.envapack.com/caviar-ruso-a-la-francesa-en-cartoncillo-de-korsnas-white/>
- <http://www.envapack.com/%C2%BFes-mas-importante-el-envase-que-el-contenido/>
- <http://www.envapack.com/delicioso-chocolate-en-un-apetecible-envase/>
- <http://www.envapack.com/un-envase-de-amor-y-amistad/>

- <http://www.tad.cl>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Valpara%C3%ADso>
- http://www.bcn.cl/carpeta_temas/temas_portada.2005-10-24.2908836766/pdf/RESUMEN%20ESTUDIO%20NACIONAL%20DE%20DISCAPACIDAD.pdf
- <http://www.chocolatessausalito.tie.cl/>
- <http://www.pares.cl>
- <http://www.varsovienne.cl/>
- <http://www.havanna.cl/>
- www.fonadis.cl
- www.portalciudadano.cl