FACULTAD DE ECOLOGÍA HUMANA

TÍTULO DEL PROYECTO FINAL

Sistematización de la experiencia del proceso de negociación con auspiciantes potenciales y recaudación de fondos para ejecutar la residencia de artistas “Aquelarre” y la exposición de arte “Expo-galería Derecho al Placer”, como iniciativa del proyecto de aplicación profesional Derecho al Placer en el 2018.

Para optar al grado de:

Ingeniería en Gestión de Recursos Humanos

Elaborado por:

Eidren Meca Carriel

Equipo de guías

Juan Sebastián Mosquera

Krizia Smolij

GUAYAQUIL, ECUADOR

30/10/2018

ABSTRACT

El siguiente documento sistematiza el proceso de negociación para la recaudación de fondos del proyecto Aquelarre impulsado por Derecho al Placer. Presentado como una guía del proceso de planificación hasta la ejecución del plan de financiación, resaltando las fortalezas del proceso, perfil del líder del proceso y oportunidades de mejora con el fin de que la comisión calificadora valore el proyecto junto con los esfuerzos aplicados para que existan futuras ediciones de Derecho al Placer y que gracias a esta sistematización se puedan mejorar los procesos de financiación que se propone a continuación o reinventar completamente los métodos de recaudación y negociación a partir de las debilidades y fortalezas del proceso presentado.

Palabras clave o Keywords:

Empresa privada, comunicación asertiva, negociación, orientación al cliente, toma de decisión.

Tabla de contenido

Justificación 4

Objetivos de la sistematización 8

Reconstrucción histórica de la experiencia 10

Crítica de la experiencia 23

Aprendizajes generados 26

Autoevaluación 30

Bibliografía 33

Anexos 34

Justificación

Derecho al Placer (DAP) es un proyecto de aplicación profesional que tiene como misión lograr el empoderamiento de la mujer frente a sus derechos sexuales y de salud reproductiva en la ciudad de Guayaquil. En las últimas décadas, varios movimientos y articulaciones feministas en esta ciudad, han luchado por un modelo que visualice las problemáticas que existen por motivo de género y las elimine reconociendo la contribución de la mujer en todos los ámbitos para finalmente alcanzar la igualdad efectiva de los derechos humanos de todas las mujeres. DAP busca apoyar este tipo de organizaciones adoptando como eje principal la sexualidad de la mujer, debido a que no existe en la ciudad un movimiento o comunidad que aborde temáticas como la brecha del orgasmo en relaciones heterosexuales y masturbación de la mujer como proceso de autodescubrimiento positivo. En el 2017, el Fondo de Población de las Naciones Unidas afirmó que al facilitar el ejercicio pleno de los derechos reproductivos se reduciría la desigualdad que existe para mujeres y niñas en el ámbito educativo, económico y laboral (UNFPA, 2017). Esto lleva al movimiento DAP a luchar para que las mujeres puedan tomar la decisión más acertada en cuanto a su salud sexual, esto involucra evitar enfermedades de transmisión sexual (ETS) y embarazos no planificados; por esta razón promueve el uso de métodos anticonceptivos y de barrera si no se desea tener hijos.

No existen estudios ecuatorianos que expongan datos o testimonios sobre la realidad sexual de las mujeres en el país, sin embargo a nivel internacional, la BBC publicó un artículo que evidencia el impacto del libro “Come as you are” de la educadora especializada en sexualidad humana, Emily Nagoski, donde expone varios testimonios sexuales de mujeres que tenían dudas acerca de su sexualidad y algunas que, mediante una clase de sexualidad femenina impartida por Emily, descubrieron más de ellas mismas en un semestre que durante toda su vida. A partir de este

Best – Seller escrito por Nagoski, los medios y plataformas digitales comienzan a crear espacios para que el empoderamiento a través del placer sexual sea alcanzado gracias a la conversación que se genera por las mismas mujeres que buscan empoderarse (Lovera, 2017)

La revista Bust también se une a la importancia del placer y publica un artículo que invita a reflexionar acerca del contenido del syllabus de la educación sexual. (Schwark, 2016) “El rechazo de la sexualidad femenina y el placer en la educación sexual es perjudicial para el bienestar físico y mental de las niñas. Cuando no proporcionamos información exhaustiva para niñas sobre sus cuerpos y órganos sexuales, no podemos garantizar que reciban información responsable y médicamente precisa”. En el mismo artículo, la sexóloga Peggy Orenstein resume que "se supone que son sexys (las mujeres), se supone que deben actuar sexualmente para los niños, pero su propio placer sexual no se dice”. La expectativa de que las niñas se desempeñen sexualmente para sus parejas, pero no al revés, abre la puerta a la falta de respeto y un desequilibrio de poder (Schwark, 2016). Evidencia que corrobora la perspectiva de Orenstein en nuestro país, es el crecimiento de la violencia contra la mujer, tanto física y psicológica. Seis de cada diez mujeres (60,6%) ha experimentado algún tipo de violencia y 1 de cada 4 (25,7%) ha vivido violencia sexual, el 53,6% de estos casos involucran a sus parejas o ex parejas (INEC, 2011). Dado el crecimiento de la violencia contra la mujer, se creó la campaña “Amiga ya no estás sola”, gracias al apoyo de la Alcaldía de Guayaquil y la asambleísta Dayana Passailaigue, para infundir fuerza a las mujeres para utilizar una línea telefónica que recibe denuncias contra el maltrato y la violencia; un buen ejemplo de herramientas contra el acoso, abuso y la desigualdad.

En Guayaquil no ha existido una iniciativa que haya tenido un gran impacto a favor de la sexualidad de la mujer y cómo se la está viviendo en la ciudad, es así como aparece una oportunidad de crear una comunidad para que las mujeres tengan estos espacios de conversación

acerca de su sexualidad, aclarar inquietudes y cuestionar las ideas preconcebidas que se adquieren desde la infancia; para desaprender y aprender. DAP propone iniciar una comunidad de mujeres (inicialmente) que cree espacios de convivencia e intercambio de experiencias que permitan enriquecerlas, iniciar una discusión al respecto y que se replique entre varias mujeres de la urbe. Para lograrlo se creó una residencia llamada "Aquelarre", en honor a la reunión de "brujas" que se daba en la Edad Media, lo que originaba una condena para estas mujeres y provocaba su asesinato. El objetivo de esta residencia es inspirar a las artistas convocadas para que puedan crear una obra o pieza en honor al placer de la mujer, para lograr esta inspiración, se construyó un cronograma de actividades, conversatorios y talleres dirigidos por mujeres conocidas en el medio guayaquileño gracias a sus destrezas en el campo del arte y la ciencia. Todas las obras del producto final de esta residencia fueron expuestas en una galería de arte, gratuita y de libre acceso.

Con este proyecto promovemos la idea de que las mujeres son sujetos sexuales y no objetos sexuales, generamos conversación acerca del placer y consolidamos una comunidad donde se generen espacios de comunicación. Nuestros beneficiarios son mujeres de clase media en la ciudad de Guayaquil de 19 a 36 años con acceso a internet y medios de comunicación y que estén dispuestas a compartir experiencias personales y participar en espacios de libre expresión de derechos sexuales y reproductivos. Nuestros beneficiarios indirectos son parejas, familiares, círculos de amistad y laborales de las mujeres alcanzadas. También hay actores adicionales involucrados como la empresa privada que representa a los auspiciantes que les interesó asociar su marca con el impulso de los derechos sexuales de las mujeres en Guayaquil, influencers en redes sociales con temáticas feministas en su contenido y personajes que estén relacionados públicamente con las causas feministas. El alcance del proyecto define a DAP como un movimiento en la ciudad de Guayaquil que busca generar espacios de discusión y participación activa de mujeres interesadas en adquirir información para su propio beneficio. Estos espacios invitan a la reflexión y aprendizaje

de temáticas relacionadas al empoderamiento de la mujer frente a sus derechos sexuales y de salud reproductiva. Incluye la publicación de contenido en redes sociales para lograr interacción y recopilación de experiencias, un conversatorio en alianza estratégica con una academia relacionada a actividades de empoderamiento a través de la danza, una residencia para mujeres artistas y como cierre, un evento gratuito y abierto que muestre la colección de todas las acciones realizadas por DAP en una galería con material visual y audiovisual realizado por las artistas participantes de la residencia.

Objetivos de la sistematización

El objetivo de esta sistematización es detallar el proceso de negociación con las empresas privadas seleccionadas por el equipo de trabajo para concretar un compromiso de auspicio y recaudar fondos para la ejecución de la residencia de mujeres artistas “Aquelarre” y el evento de cierre “Expo Galería Derecho al Placer”, para asegurar buenas prácticas futuras en el desarrollo de esta arista de los proyectos de aplicación profesional.

El segundo objetivo es demostrar la efectividad de la obtención de recursos económicos, mediante el uso de competencias: comunicación eficaz, influencia y negociación y orientación al cliente, bajo la definición realizada por Martha Allez en su libro “Diccionario de competencias La Trilogía: las 60 competencias más utilizadas” (Allez, 2009). A continuación se describen cada una de las competencias seleccionadas acorde a los estudios de Allez:

- Comunicación eficaz: Capacidad para escuchar y entender al otro, para transmitir en forma clara y oportuna la información requerida por los demás a fin de alcanzar los objetivos organizacionales, y para mantener canales de comunicación abiertos y redes de contacto formales e informales, que abarquen los diferentes niveles de la organización.
- Influencia y negociación: Capacidad para persuadir a otras personas, utilizar argumentos sólidos y honestos, acercar posiciones mediante el ejercicio del razonamiento conjunto, que contemple los intereses de todas las partes intervinientes y los objetivos organizacionales. Implica capacidad para influenciar a otros a través de estrategias que permitan construir acuerdos satisfactorios para todos, mediante la aplicación del concepto ganar/ganar (Covey, 1989).

- Orientación al cliente: Capacidad para actuar con sensibilidad ante las necesidades de un cliente y/o conjunto de clientes, actuales y potenciales, externos e internos, que se pueda/n presentar en la actualidad o en el futuro. Implica una vocación permanente de servicio al cliente interno y externo, comprender adecuadamente sus demandas y generar soluciones efectivas a sus necesidades.

Con el logro de este objetivo, se asegura una correcta selección del integrante del equipo del proyecto que liderará el proceso de financiación para cumplir a cabalidad la meta trazada que cubra en su totalidad el presupuesto asignado para la fase de ejecución, evitando el desembolso de cualquier cantidad monetaria por parte de los integrantes del equipo.

Reconstrucción histórica de la experiencia

El primer paso que construye la arista de este proceso fue la construcción de la estructura de la residencia Aquelarre y la Expo Galería Derecho al Placer a profundidad. Esto significó definir a detalle los datos que constituyen la logística de un evento para definir qué representaría un costo, qué elemento era posible conseguir bajo ningún costo y cuánto era necesario recaudar en fondos, ya sea en efectivo o en producto/servicio, para cubrir totalmente todos los gastos asociados a los dos eventos mencionados. Se decidió también conseguir todo el dinero necesario mediante auspicio de la empresa privada y no mediante la venta de productos que requerían un esfuerzo adicional para el equipo, como organizar pulgueros, venta de dulces o comida, entre otras formas tradicionales de recaudar fondos son auspicios; sin embargo, la opción quedó plasmada en un plan de contingencia en caso de no alcanzar la meta del presupuesto requerido.

Quedaron así estructurados ambos eventos, la residencia Aquelarre duraría dos días y una noche en la ciudad de Guayaquil para un total de 16 personas, 10 artistas, el equipo organizador, y una comida adicional por cada tallerista o invitada acorde a la hora de su intervención, material para cada uno de los talleres que lo requerían, kit para las participantes junto con diplomas, regalos de agradecimiento para las talleristas e invitadas y cobertura total del evento por la duración total. La Expo Galería Derecho al Placer tendría la duración de dos horas y se necesitarían fondos para artículos de decoración, luces, catering, mesero/a y elementos que organicen las obras de arte para crear la atmósfera de un museo. El presupuesto obtenido acorde al detalle de todo lo necesario para lograr el éxito de los eventos, con precios acorde a la media del mercado y cotizaciones realizadas por miembros del equipo, sin perderse en los límites de lo muy caro o muy barato, fue de $2200

dólares; por lo que la meta establecida para la recaudación fue de $2500 para crear un fondo de contingencia en caso de desajustes con los precios.

Con una meta de presupuesto establecida el siguiente paso fue crear el paquete de auspicio que justificaría el por qué era la decisión más adecuada para las empresas, relacionarse con Derecho al Placer. En esta fase del proceso inicia la colaboración de figuras públicas e influencers que apoyan la causa desde su campo profesional, las cuales fueron contactadas mediante redes sociales y redes de contactos del medio artístico gracias a una de las integrantes del equipo dedicada al teatro. Al momento de ser contactadas y obtener su teléfono de contacto, se organizaba una sesión informativa virtual en el que se exponía el movimiento, el proyecto y se solicitaba su ayuda para diferentes necesidades, dirección de talleres durante la residencia, y en el caso particular de la fase de financiación, apoyo en publicación de Instagram Stories para ofrecerlo como beneficio a auspiciantes potenciales. Además de esto consideramos pertinente asegurar al auspiciante un espacio en nuestra cuenta de Instagram, así como en el evento de cierre, dándoles presencia en el banner oficial de DAP y un stand de activaciones e información. En el siguiente recuadro se observan los paquetes creados para la recaudación de fondos, las cuales quedaron sujetas a negociación:

Beneficios	Bronce	Plata	Oro	Premium
Mención en RRSS	●	●	●	●
Presencia de Marca en Encuentro		●	●	●
Presencia de Marca en Cierre			●	●
Mención en Producto Audiovisual			●	●
Mención en presentaciones				●
Mención promocional Influencers				●
Mención Especial en Cierre				●
Precio	**200**	**400**	**500**	**650**

Detalles a considerar:

- El cuadro no posee como beneficio el stand puesto que dicho inventivo fue promovido por la Universidad Casa Grande cuando la fase de negociación había culminado, de modo que solamente se socializó con los auspiciantes quienes se interesaron por los paquetes oro y Premium
- Los precios de cada paquete fueron creados para tener un número máximo de 10, en un escenario en el que todos ellos quisieran solamente el paquete bronce.

- Las influencers que aceptaron trabajar con el movimiento fueron: Doménica Menessini, Luciana Grassi, Susi Hidalgo, Bárbara Fernándes y Scarlett Ortiz.

Cuando el documento de presentación y beneficios para auspiciantes potenciales estaba terminado y era identificable gracias a los logos diseñados para los eventos, la fase próxima consistió en la búsqueda de auspiciantes potenciales, contacto y negociación con cada uno de ellos, para esto, fue necesario seleccionar a una persona del equipo que respondiera a ciertas competencias que llevarían al equipo a cumplir su objetivo financiero.

El equipo de trabajo decidió que una experiencia corporativa en el que una persona desarrolla competencias como comunicación efectiva, tiene las bases para un acercamiento y relacionamiento adecuado, especialmente cuando se es parte de varios grupos de socialización de procesos y buenas prácticas de Talento Humano en los cuales consigues conectarte con los equipos de gestión humana de varias compañías del medio. Recursos Humanos es un departamento que da soporte y servicio a todas las áreas de la organización, lo que significa que a través de este equipo de personas puedes llegar a comunicarte con empleados y directivos de la organización que desees. A demás de esta ventaja, hoy en día una de las funciones que se ha agregado al portafolio de servicios de las consultoras y áreas de talento humano, es la construcción y desarrollo de la llamada “Marca Corporativa”, lo que lleva a los integrantes del equipo de recursos humanos a especializarse en marketing, y además, desarrollar competencias en el día a día, como la influencia y negociación, para lograr que sus clientes internos asignen parte de su presupuesto a trabajar la imagen corporativa de la compañía en eventos como ferias laborales y congresos, presentando las marcas correctas en el contexto correcto, según el beneficio de la marca con el grupo objetivo de determinado evento.

Bajo estos argumentos se designa a la persona encargada de contactar a las empresas privadas que tengan un alto potencial de convertirse en auspiciante del proyecto, asistir a una reunión de negociación, realizar un seguimiento para obtener el resultado de la decisión y concretar el compromiso de auspicio con la organización, mostrándose orientado 100% al cliente (auspiciantes). En el caso de DAP, el integrante fue seleccionado a través de un análisis de perfil, de modo que se escoge a la estudiante en Gestión de Recursos Humanos, por su experiencia de 2 años en empresas multinacionales, un alto nivel de relacionamiento en el medio corporativo y orientación al cliente gracias al modelo de negocio en el que ha laborado, en el cual las áreas de la organización se vuelven "clientes internos". Una vez que el proceso de negociación ya tiene un líder a cargo, la dinámica con el equipo de trabajo se limita a informes diarios del estado del proceso de negociación con cada empresa seleccionada y en el caso de existir decisiones relevantes, socializar la situación con los demás miembros del equipo.

Para la selección de las empresas se realizó una investigación de empresas privadas que hayan perseguido un objetivo similar al de DAP mediante una campaña o empresas que fabriquen y/o comercialicen productos que sean utilizados por nuestras beneficiarias directas, se consideraba también que el equipo tenga un contacto inmediato con la compañía mediante terceros o de forma directa. En el caso que dicha investigación no hubiera direccionado al equipo a los auspiciantes correctos, se procedía a realizar una segunda investigación, como acción complementaria se publicaron en Instagram y LinkedIn anuncios que convocaban a marcas cuyo grupo objetivo sean mujeres para conocer una propuesta y convertirse en auspiciantes de un proyecto de la Universidad Casa Grande. Como resultado de la primera investigación quedan como candidatos aptos para negociación: Med Jhonson Nutrition, Veris, Cormín, hotel Castell, Andrés Cups, Protisa y Cerveza Republic. A este listado se suman Ibemstore, y Rejuvenes, quienes contactaron al equipo organizador a través de redes sociales.

La estrategia para dirigirnos a cada una de estas empresas fue relacionar su giro del negocio con la causa e investigar su cultura organizacional para determinar si la propuesta se presentaría como iniciativa del movimiento Derecho al Placer o si únicamente se hablaría del proyecto residencia "Aquelarre" por el impacto que podía tener el concepto de "placer". Se detallará la justificación de la selección y el proceso de contacto, negociación y toma de decisión de forma cronológica.

Cormín: Es una compañía comercial del mercado farmacéutico desde 1986, actualmente la empresa comercializa anticonceptivos en su línea ginecológica de modo que se consideró coherente presentar el proyecto considerando el empoderamiento de la salud sexual a través de la planificación familiar. Se obtuvo el contacto a través de un contacto que el equipo tenía en una empresa de producción de material de publicidad y se contactó vía telefónica a Xavier Espinoza, Product Manager de la línea ginecológica, el cual se mostró interesado en la iniciativa del proyecto y así se pactó una reunión presencial de la cual se dejó un respaldo vía correo electrónico.

La reunión tomó lugar en el edificio Cormín, y se presentó el proyecto junto con los beneficios. Xavier afirmó que el tema de las influencers era complicado para la industria farmacéutica puesto que existía una normativa que le prohíbe a esta industria promocionar este tipo de medicamento a través de redes sociales, entonces se propuso un cambio de este punto por la realización de una charla de salud sexual y reproductiva con uno de los médicos de su red médica por parte de Laboratorios Farmacéuticos Chile. Se sugirió realizarlo en la Universidad Casa Grande y la Universidad de Guayaquil, puesto que DAP había conseguido apoyo en redes sociales por parte de la Asociación Femenina Universitaria de esta institución, inclusive también se ofreció un espacio en el programa virtual de Susi Hidalgo a uno de sus médicos para realizar un segmento de salud sexual y reproductiva. El plan de Xavier fue optar por el paquete de beneficios Oro del plan de auspiciantes, el cual iba a solicitar a través de su superior, el Gerente General de Cormín. Dos semanas después, finalmente, la petición fue negada con un mensaje que decía "lamentablemente

no podremos participar ya que estamos recortando presupuestos. Y bueno inversiones adicionales están fuera de nuestro radio en este momento".

Veris: La líder de auspicios contactó a Veris a través de una red de talento humano del que formaba parte Juan Sebastián Portilla, Asistente de Talento Humano de Veris, quien direccionó el contacto directamente con Halima Abdel, Category Manager de Veris; se la contactó vía correo y se programó una reunión presencial, en la cual Halima se mostró interesada en tener una oportunidad de darle relevancia a su equipo de ginecólogos de los centros médicos de Veris, considerando que nunca antes se había realizado una campaña de motivación hacia las mujeres que las invite a reflexionar sobre la importancia de tener un médico de confianza. Se reforzó este interés comunicando que dentro de la investigación que DAP realizó al inicio del proyecto, se detectó que las mujeres confiaban mucho en sus amigas al momento de decidirse por un tratamiento médico en lugar de tener un ginecólogo/a de confianza. Halima adicionalmente, revisó la cuenta de Instagram de Derecho al Placer, comentó lo ordenada y limpia que se veía en cuanto a estética y redacción; sin embargo, consideró que utilizar la palabra orgasmo era un lenguaje "fuerte" para su grupo objetivo, y consultó si DAP era un movimiento a favor de la despenalización del aborto, puesto que tampoco querían asociar su marca con movimientos que apoyen causas como el aborto. DAP no es un movimiento a favor de la despenalización o a favor de la prohibición del aborto, el equipo decidió no manifestar una postura ante este tema, lo cual fue explicado a Halima. Ella comentó que iba a coordinar una reunión con el Gerente de Marketing para plantear la propuesta, en primera instancia, optarían por el paquete Oro. La decisión final de Veris fue un no vía correo electrónico, en el que Halima explica que como último veredicto luego de un análisis no se consideró una buena idea asociar su marca con DAP porque una parte importante de su población son familias y "podría causar un impacto negativo para ellos".

Hotel Castell: Este hotel se encuentra en la avenida Miguel H. Alcívar que posee un alto movimiento en redes sociales y tiene más de 10 años en el servicio de hotelería y restaurante. En sus redes sociales han manifestado mediante publicaciones un apoyo a la igualdad y a los derechos de la mujer, se obtuvo el contacto a través de un miembro del equipo que conocía a Vanessa Peña, asistente de ventas, quien trabajaba directamente con la Gerente de ventas, Linda Campoverde. La cita para la presentación del proyecto se realizó en el hotel y la idea que se planteó fue que se entregara la totalidad del auspicio en servicios hoteleros, los cuales incluían habitaciones para 15 personas y el uso de una sala de capacitación por los dos días. Se manifestó la posibilidad de convertirse en el auspiciante mayoritario y denominar al Hotel Castell como "La Casa Aquelarre, Sede Oficial", adicional se ofreció los servicios de uno de los integrantes del equipo que posee una cámara profesional para generar el contenido que informaría a sus seguidores de la residencia de artistas. Linda Campoverde es una mujer partidaria de los movimientos que buscan la igualdad entre hombres y mujeres, y en el momento de la reunión de presentación de la propuesta informó que Hotel Castell entregaría la totalidad de todos los servicios hoteleros valorados en $1003,99. Hotel Castell se convierte en el primer auspiciante de la residencia Aquelarre luego de entregar formalmente su carta de compromiso una semana posterior a la reunión.

Cerveza República: La marca de cerveza artesanal Cerveza República, creada por Erick Balcázar, cuyo contacto fue obtenido a través de uno de los miembros del equipo que lo conoce personalmente, fue el tercer posible auspiciante en recibir la presentación del proyecto y beneficios preparados para los auspiciantes. El discurso que se utilizó con la marca, fue creando una oportunidad de apoyar el placer de la mujer en Guayaquil desde la parte culinaria, y atacando el prejuicio que establece que la cerveza es una bebida para hombres. Adicional, se explotó el

beneficio con influencers, puesto que este emprendimiento no había mostrado estrategias orientadas al mercado femenino. A pesar del gran interés que el dueño de la marca tenía hacia el proyecto, expuso que actualmente la marca se encontraba en una difícil situación económica por una inversión que se realizó para el levantamiento de un bar en la ciudad de Guayaquil y que más bien hubiera preferido utilizar recursos de este negocio adicional en promocionar la apertura con esta campaña, dándole un mensaje positivo a las mujeres a través de la página de Instagram de DAP. Cerveza República firma el compromiso de ser auspiciante Bronce para el proyecto, debido a que el valor se ajustaba al presupuesto que llevaba para publicidad en ese momento.

Protisa: El contacto con Protisa fue breve, se dialogó vía telefónica con Harold Rodas, Product Manager de la multinacional CMPC, Protisa en Ecuador. Comentó que su presupuesto no es flexible para inversiones a mitad de año y que la marca Lady Soft, no veía un beneficio importante en relacionarse con los derechos sexuales y reproductivos de las mujeres. Debido al real desinterés de ambas partes en negociar, la relación con Protisa no fue más allá de una llamada telefónica. Se consideró dedicarle el esfuerzo total a la negociación con un producto diferente que represente empoderamiento de una forma diferente a lo convencional en el tema de la menstruación.

Andrés Cups: El equipo organizador había pensado que si se esperaba tener un auspiciante que esté relacionado con el tema de la menstruación, debía ser Andrés Cups, este artículo representaba el empoderamiento de la salud, mientras que la toalla sanitaria representaba una industria alejada de objetivos ecológicos o de salud íntima. Andrés Cups es una compañía que se dedica a la importación y venta de copas menstruales como método alternativo para retener el flujo sanguíneo durante el periodo menstrual. Ghislaine Espinoza, dueña de la marca, contestó un mensaje que fue enviado a través de redes sociales con su número de teléfono personal. Se convocó una reunión

junto a Ghislaine y su socio de negocio, Andrés Espinoza. Para el negocio con Andrés Cup se destacó el beneficio que tendrían al ser auspiciante Premium y tener un stand en la Universidad Casa Grande, mostrando los resultados que se habían obtenido en redes durante la semana de contenido que se trató de la menstruación y los distintos métodos o artículos que se utilizan durante este periodo alrededor del mundo; las seguidoras se mostraron interesadas en conocer más datos sobre la copa menstrual. Andrés Cups nunca había tenido presencia en Universidades, de modo que Ghislaine manifestó que este era su más grande interés, para obtener más que un interés, se propuso un stand durante la "Expo Galería Derecho al Placer" para que las mujeres que acudan a la galería, puedan obtener la información que tanto deseaban. Ghislaine hizo una contra propuesta en donde manifestaba que nos daría $550 en producto; esta fue una decisión que se tomó de forma grupal con el equipo de trabajo, puesto que requería un esfuerzo adicional dedicado a la venta de copas menstruales, valoradas en $35, no lucía como una tarea sencilla, especialmente cuando aún existe un tabú alrededor de la introducción de elementos en la vagina por motivos higiénicos o incluso médicos. A pesar de las dificultades, se decidió confiar en el interés que mostraban las seguidoras en redes sociales por el producto, ajustar el precio a $30 y mostrarlo como un descuento que podías obtener al comprar la copa menstrual únicamente a través de la página de Derecho al Placer. Se realizó publicaciones en redes sociales y el todo el equipo se comprometió a la venta de las copas, fue un éxito y se vendió el total de veinte copas menstruales por $30 cada uno obteniendo $500 en efectivo. A pesar de que en este paso del proceso de obtención de recursos con Andrés Cup se trabajó en equipo. La venta total representaba para Andrés Cups una promoción en redes que los beneficiaría adicionalmente, puesto que se iría anunciando cuántas copas menstruales quedaban disponibles para destacar el éxito del producto, por esta razón la líder de recaudación asumió un porcentaje de responsabilidad mayor, vendiendo el 70% de las ventas realizadas que incluían entregas en lugares estratégicos de la ciudad de Guayaquil.

Med Jhonson Nutrition: La compañía acababa de ser absorbida por R&B, quienes trajeron a su portafolio de productos a Durex, la marca de preservativos para hombre. Durex se encontraba lanzando una campaña en redes sociales cuyo mensaje decía “Con Durex ambos ganan”, motivando a las mujeres a que no olviden de la importancia de su placer a la hora de una relación sexual; además, Durex busca que mediante el empoderamiento de la salud sexual, sean las mujeres quienes compren los preservativos y no esperar a que el hombre sea siempre quien deba estar listo, esto representaba una oportunidad para Derecho al Placer. Gracias a la red de contactos del área de Recursos Humanos se tomó contacto con Madeleine Guzmán, Asistente administrativa de Med Jhonson, se le dio vía telefónica una sesión informativa breve del proyecto para obtener el correo electrónico de la persona que maneja Durex; días después, Madeleine envió un mensaje en el que detallaba el correo de Stevens Gallardo, Brand Manager de Durex para Ecuador, quien hace base en la sede peruana de la multinacional. Contestó de forma inmediata el correo electrónico en el que se le solicitaba una videoconferencia para presentar el proyecto. La fecha fue cambiada tres veces, debido a que Stevens tenía reuniones constantes de último momento, y una agenda ajustada, era necesario mantener contacto y realizar seguimiento para concretar la reunión virtual. Se realizó una llamada vía whatsapp en el que Stevens separó 15 minutos de una reunión con sus directivos para poder recibir información completa del proyecto, era necesaria una comunicación clara, directa y energética para aprovechar al máximo el poco tiempo del que se disponía. Stevens dijo que era él quien tomaba las decisiones en cuanto a la marca y que se considerara cerrado el trato en el que la decisión final fue que Durex sea auspiciante Premium de los eventos. Con unos ajustes a la propuesta, los cuales fueron debidamente socializados con el Brand Manager, el cual estaban relacionados con no ofrecer condones a los estudiantes durante la galería de arte, esta era una disposición de la Universidad Casa Grande. Stevens aceptó las condiciones luego de sugerir entregar artículos que eviten el estrés, así fue como se fabricaron pelotas anti estrés que llevaban el

logo de la marca y una frase “Evita el estrés con Durex”. El día siguiente a la reunión, fue enviada la carta de compromiso de auspiciante firmada.

Ibemstore: Mediante el anuncio solicitando empresas interesadas en auspiciar un proyecto de la Universidad Casa Grande en LinkedIn, se tomó contacto con Eva Ibañez, propietaria del negocio, dedicado a la venta de artículos de uso femenino como carteras, y demás accesorios. Cuando Eva revisó las propuestas con los beneficios manifestó que no se encontraba interesada por el momento porque los precios de los paquetes no eran convenientes para su negocio, sólo aceptaría si el equipo aceptaba recibir $200 en producto, la decisión final del equipo organizador fue no aceptar la contraoferta de Eva, puesto que vender carteras, billeteras, entre otros accesorios, no era simbólico para el movimiento si lo comparábamos con las copas menstruales, por ejemplo; pero que sí representaba un esfuerzo extra en la venta de un producto que fácilmente se consiguen en miles de tiendas en Guayaquil.

Rejuvenes: Gracias al anuncio solicitando empresas interesadas en auspiciar un proyecto de la Universidad Casa Grande en Instagram, se tomó contacto con la Dra. Ana María Andrade, ella formaba parte de los/las médicos/as creadores/as de Rejuvenes Gineco – Estética, un centro de especialización en salud y estética femenina, quienes dar servicios para mejorar la calidad de vida de las mujeres mediante procedimientos quirúrgicos en la zona íntima. Ana María se mostró fascinada por el proyecto pero afirmó que los beneficiarios del movimiento no se encontraban ni cerca de ser su grupo objetivo, conformado por mujeres de más de 50 años.

Es importante rescatar de la experiencia que al momento de cumplir los paquetes de beneficios, en algunos casos será necesario crear una estrategia. Un ejemplo claro de este consejo para buenas

prácticas al momento de conseguir auspicios, fue la creación de #DurexChallenge, un reto en el que se reflexiona de la tarea que se le ha asignado a los hombres de ser quienes compran los condones y quienes deben tenerlos al alcance al momento de una relación sexual, una vez que se expone la idea, se invita a las mujeres a que sean parte de este llamado a la acción en redes enviando una foto, boomerang video a través de historias de Instagram con el hashtag #DurexChallenge, mostrando un condón Durex o una escena mientras lo adquieren en un establecimiento como símbolo del empoderamiento sexual de la mujer, donde toman la decisión ellas mismas de protegerse y no sentirse avergonzadas al respecto. Durante la ejecución del reto Hanne Kayser ingresa a Med Jhonson Nutrition como Brand Manager de Durex en Ecuador y se trabaja con ella los detalles audiovisuales del reto. Derecho al placer invitó a las mujeres a participar a través de un video lanzado en redes sociales, el mismo que fue enviado a las influencers para que tengan una guía en la cual apoyarse para sumarse al reto haciendo mención especial a Durex, de esta manera se cumple el tipo de negociación Ganar/Ganar, donde cumpliendo las expectativas de una de las partes se visualiza una oportunidad que es aprovechada para satisfacer las necesidades requeridas de un momento determinado (Covey, 1989).

Al momento de cerrar la negociación con Durex, los fondos marcaban $2500, es decir, la meta que incluía el fondo de contingencia fue alcanzada exitosamente antes de la apertura de la residencia de artistas, que sucedió el 15 de septiembre del 2018. Así culminó la fase de recaudación de fondos y el equipo continuó con la fase de asignación de recursos económicos y división de tareas para la organización de los dos eventos, mientras tanto, la persona encargada de la recaudación y negociaciones con los auspiciantes continuaba en contacto con cada uno de ellos para asegurar su satisfacción con el cumplimiento de los beneficios prometidos. Queda constituido así el grupo de auspiciantes de Derecho al Placer por: Hotel Castell, Durex, Andrés Cups y Cerveza República. Todos los auspiciantes recibieron los beneficios especiales que fueron ofrecidos en los

paquetes seleccionados y fueron parte del backing oficial de Derecho al Placer, el cual fue utilizado como espacio para que los visitantes de la galería puedan tomarse fotografías. La reconstrucción histórica de la recaudación de fondos y el trabajo de la persona líder del proceso de financiamiento se da por concluida desde el momento que el equipo organizador del proyecto recibe de cada uno de los auspiciantes el fondo que estaba contemplado dentro de la carta compromiso y cuando los auspiciantes reciben los beneficios prometidos del paquete seleccionado durante la etapa de negociación y toma de decisión.

Crítica de la experiencia

La experiencia de negociación con posibles auspiciantes para alcanzar la meta de recaudación de fondos lleva a quien lo realiza al desarrollo de competencias tales como la influencia, comunicación, servicio al cliente y orientación a resultados. Comprender la necesidad del cliente y ofrecerle una oportunidad de desarrollar su marca a través de un proyecto de acción social que se desprende de una temática tabú, es un reto. Si se apunta con criterio hacia los actores que se identificarán con el proyecto, se conquista una parte importante del proceso. La experiencia también ofrece ampliar la red de contactos que posees en las organizaciones privadas, y mediante la exposición que se obtiene con las líneas de mando medio y alto, se pueden generar oportunidades de comenzar una relación laboral, todo dependerá de cómo se aproveche esta exposición. Al mismo tiempo que se construye una imagen personal ante las corporaciones, se aporta de forma positiva a la concientización del problema que se trata mediante la socialización, y si el proyecto se ejecuta de forma excelente se le facilita el camino a otros proyectos que aborden la misma causa en su proceso de financiación.

El trabajo en equipo se desarrolla en cada uno de los integrantes de un proyecto como el que se presenta en este documento, la sinergia del grupo aseguró un apoyo y una respuesta rápida a todas las necesidades y situaciones adversas que se presentaban en el desarrollo de cada actividad. Un valor que se practica en las manifestaciones feministas es la sororidad, aquella estuvo presente en cada momento, tanto con el grupo, como con las seguidoras de redes que mostraban su apoyo, al igual que las talleristas de la residencia y organizaciones como Mujeres de Asfalto. La resolución de problemas y la motivación jugaron a favor del grupo frente a la empresa privada y los auspiciantes oficiales.

La experiencia adquirida en el proceso de financiación puede ser aplicada al contexto laboral, y ser expuesta como tal durante una entrevista de trabajo, mostrando versatilidad si se pertenece a carreras cuyo enfoque no se especialice en formar negociadores o profesiones orientadas al área de ventas. Se adquieren las capacidades adecuadas para continuar relacionado a las áreas de recaudación de fondo de organizaciones no gubernamentales o asumir proyectos con metas presupuestarias mucho más elevadas; el monto que se gestiona en los proyectos de aplicación profesional sobrepasan los mil dólares. Los aprendizajes también se obtienen a través del trato con las personas, el seguimiento constante a los auspiciantes, esto es un indicador inmediato de la competencia de orientación al cliente: aquello que diga tu cliente constantemente del trabajo que se realice en la consecución del cumplimiento de los beneficios es una herramienta que puedes utilizar para evaluar el trabajo realizado. En la realidad de este proyecto, una de las fortalezas más grandes durante el proceso de creación de paquete de auspicios y elaboración de presupuesto, es que los paquetes fueron reales y alcanzables, se identificaron los límites que se tenía para cumplir cada beneficio y esto fue expuesto de forma transparente durante las negociaciones. Se practica constantemente la franqueza y la frontalidad, para no incurrir en cumplir todas las exigencias que presentan las empresas fuera de los compromisos firmados; si se ofrece durante la negociación algo diferente a lo estipulado en el documento de beneficios, tiene que representar un fuerte interés para la marca y ser posible de ejecutar por parte del equipo organizador. Lo que sucedió en el caso de Hotel Castell y los servicios de filmación y edición que fueron brindados.

Otro aspecto negativo de la responsabilidad de las negociaciones, es que para los auspiciantes no existe un equipo de trabajo, sino solamente la persona que realizó la negociación, el líder de financiación se convierte en el canal de comunicación marca - equipo organizador y se unifican los procesos de financiación con el proceso de cumplimiento de beneficios, el cual significa una gran carga de trabajo para una persona, acorde al número de auspiciantes que se

maneje. La planificación y la organización son clave al momento de gestionar simultáneamente las necesidades de cuatro auspiciantes, de los cuales cuatro pertenecen al grupo de auspiciantes Premium. Cuestionar también desempeña un papel importante, puesto que los auspiciantes pueden querer realizar acciones que están fuera de los límites o que opaque la colaboración de las marcas, y es importante poner en duda algunas sugerencias de los clientes; al igual que a nuestros aliados, La Universidad Casa Grande prohibió stands de condones, pero cuestionando esta política se logró resolver el inconveniente y satisfacer a ambas partes.

En resumen, la experiencia fue un reto enriquecedor que lleva a cualquier alumno a salir de su zona de confort, ser creativo para encontrar los recursos necesarios y lograr el objetivo a favor de la causa que se defiende mientras se adquiere una experiencia valiosa para cualquier área empresarial.

Aprendizajes generados

Los aprendizajes están compuestos de aspectos positivos y oportunidades de mejora, porque el proyecto se considera como un proceso de aprendizaje donde se crean buenas prácticas y desde el error para identificar las fallas de las decisiones tomadas para garantizar a futuro el mejoramiento del proceso a considerar creando mecanismos que eviten cometer las mismas equivocaciones. Iniciando por los aspectos positivos, la experiencia representó un desafío al establecerse como objetivos del proceso: Alcanzar una meta de $2500 incluyendo un fondo de contingencia es caso de imprevistos para que los integrantes del equipo organizador no deban desembolsar dinero de ahorros personales para la ejecución del proyecto académico y que los fondos sean 100% obtenidos de los auspiciantes, esto significa que no sea necesario para el equipo realizar acciones complementarias para la recaudación de fondos.

Los objetivos fueron alcanzados satisfactoriamente, pues para el equipo organizador no representó ningún costo realizar el proyecto, todos los fondos fueron respectivamente utilizados en todas las acciones trazadas en la planificación, a pesar de que se dio uso al fondo de contingencia, sobró un total de $57, el cual fue dividido en partes iguales para cada uno de los miembros del equipo por concepto de movilización durante la logística de los eventos. Esto significa que la proyección y presupuesto armado, que incluía un fondo de contingencia, fue realizado de forma eficiente. Otro de los aspectos positivos de la experiencia ha sido el relacionamiento que se creó con las marcas, obteniendo comentarios de felicitación por parte de nuestros auspiciantes, quienes se mostraron interesados en continuar involucrándose en eventos de Derecho al Placer, lo que da apertura al crecimiento del proyecto en los siguientes años, donde el objetivo se amplíe luego de

generar la conversación y obtener resultados de lo que sucede cuando se forman espacios para la comunicación entre mujeres con temáticas consideradas tabú en la sociedad guayaquileña.

Otro de los aspectos positivos relacionados al proceso de financiación, fueron los resultados de satisfacción de las artistas de la residencia Aquelarre, quienes resaltaron la calidad de todos los servicios que recibieron tanto por parte del personal del hotel como la comida y los regalos que fueron entregados. Se considera esto un logro de financiación, pues se tomó la decisión de convertir al Hotel Castell en el auspiciante principal de Derecho al Placer y ofrecer uno de los recursos que teníamos, que era la cámara profesional y las habilidades multimedia de uno de los integrantes del equipo, al ver en Linda Campoverde, Gerente de Ventas, la especial importancia que le daba al impacto en redes sociales y al contenido que en ellas se publica, para poner a su disposición este recurso identificado. Esto significa que dentro de todos los procesos de financiación, antes de iniciar la búsqueda de recursos, es importante determinar con cuáles se dispone para aprovecharlos en favor del proyecto y de los posibles auspiciantes.

Las influencers seleccionadas que se comprometieron con el proyecto se volvieron aliadas de las causas feministas junto con el movimiento Derecho al Placer, donde incluso se presentaron historias de Instagram donde invitaban a sus seguidoras a seguir la página de DAP. Esto es evidencia de las buenas relaciones que se entablaron con las influencers, quienes también fueron tratadas como un cliente, puesto que el valor que tenía su trabajo en redes para los auspiciantes era determinante al momento de tomar una decisión y contemplar los paquetes de beneficio como una ventaja para su marca. Susi Hidalgo se convirtió en la principal aliada del proyecto, nuestra comunicación asertiva con ella ayudó al equipo a contar con una especialista de la neurosexología para un apoyo en la residencia de artistas y en redes sociales, puesto que al mismo tiempo de tener

un consultorio para atender pacientes con dificultades en su vida sexual, ella se mantiene activa en la industria del entretenimiento, desde programas de televisión, hasta cine, incursionando actualmente en el mundo del Stand Up Comedy, lo que la ha llevado a ser conocida en el medio, sin duda, crear esta alianza con ella es una de las mejores decisiones que se tomó durante la fase de selección de influencers para los paquetes de beneficios de auspiciantes.

A pesar de cumplir los objetivos existen varias oportunidades de mejora que deben considerarse para mejorar la calidad del proyecto en siguientes ediciones, la primera de ellas es iniciar la recaudación de fondos con un mínimo de dos meses de anticipación puesto que se realizó con un mes de anticipación, eso provocó que los fondos destinados a la "Expo Galería Derecho al Placer" sea reprogramada dos semanas después de lo que se pactó inicialmente. Mover de fecha un evento significa notificar el cambio a las agencias de los auspiciantes que estarían presentes el día del evento, y el medio escrito que se había contactado para publicación en Diario Expreso. Si las relaciones con los auspiciantes y demás actores involucrados son sólidas y transparentes, un cambio de esta magnitud puede proyectar una mala imagen y quitarle seriedad al proyecto. Es una situación que debe evitarse en el futuro.

Una importante oportunidad de mejora es crear un plan de cumplimiento de beneficios al auspiciantes junto con un calendario que establezca fechas límite de cumplimiento con cada auspiciante, es importante que al momento de realizar esta planificación sea socializada con cada representante de la marca para confirmar las fechas sugeridas, exponer las estrategias de contenido en redes sociales o en general, detallar en qué fecha será ejecutada cada acción y mantener siempre un contacto permanente con los auspiciantes, y enviando evidencia del trabajo que se realiza para cumplir con aquello que se prometió durante la negociación. Jamás dejar que pase mucho tiempo

sin conversar con los clientes y mostrarse abierto al diálogo en caso de que se encuentren inconformes con unas de las acciones realizadas. Si se toma la decisión de exponer material audiovisual, es importante también que la aprobación del cliente se convierta en un filtro antes de realizar publicaciones y manipular la marca en redes sociales o en cualquier medio donde sea visible para el grupo objetivo; esto incluye también, solicitar una retroalimentación constante donde se asegure la satisfacción del cliente.

A pesar de que fue posible que una persona responsable realice las negociaciones para recaudar fondos, es aconsejable que una vez recaudados los fondos, los integrantes del grupo desempeñen una función similar al de un ejecutivo de cuenta, esto significa que cada integrante debe asumir la responsabilidad de contactarse con uno de los auspiciantes para ejecutar las acciones entorno a su beneficio y seguimiento de que dichas acciones satisfagan al cliente. Derecho al Placer no se manejó de esta manera, sino que una sola persona fue la encargada de dar este seguimiento, fue una sobrecarga de trabajo para la persona que lideraba el proceso de financiación, cuando pudo ser dividida equitativamente para todos los miembros del equipo. El primer paso para realizarlo debe ser establecer correctamente el inicio y fin del proceso de financiación, y así mismo el inicio y fin del proceso de cumplimiento de beneficios, pues se tiende a unificar los procesos en lugar de solamente identificar su relación.

Autoevaluación

En primer lugar, como mujer, siento que durante estos meses de planeación y ejecución de proyecto decidí ser una persona vulnerable para lograr comprender a mi equipo, como a aquellas cincuenta mujeres que fueron entrevistadas en la fase de investigación. Para comprenderlas, no juzgarlas y valorar sus experiencias en función de la reflexión, mi equipo me reconoce como una mujer que conoce la forma de llegar a las personas y crear un ambiente amistoso donde los actores y beneficiaros del proyecto, sentían protegidas sus vivencias compartidas.

Como profesional del talento humano, apliqué mis competencias de influencias y negociación, junto con la comunicación efectiva, para desenvolverme en cada etapa del proyecto. Es por esto que al ser la persona escogida para la recaudación de fondos, apliqué estas competencias junto con la experiencia laboral que poseo; dos años en multinacionales donde el modelo de servicio que Recursos Humanos ejecuta es trabajar con los colaboradores como los clientes internos. Mi experiencia profesional me permitió contactarme de forma rápida y efectiva con las personas adecuadas que componen las organizaciones que auspiciaron el proyecto, y además, darle el seguimiento correspondiente a las reuniones con los auspiciantes, como a los procesos de pago y ejecución de plan de beneficios. No me considero una persona organizada, sin embargo, la experiencia y mis jefes me han enseñado métodos de cómo lograrlo, como establecer prioridades para diferenciar lo importante de lo urgente.

Una de mis oportunidades de mejora, definitivamente es la proactividad, la capacidad de ver todos los escenarios posibles y estar preparada para cada uno de ellos. La primera negociación, que fue con la empresa farmacéutica Cormín, fue la negociación menos exitosa, puesto que no fui

preparada y pensé que con los conocimientos que ya había adquirido por la investigación y mi pasión por la causa iban a ser suficientes, pero no fue así, me quedé muda ante muchas preguntas, que no eran complicadas de contestar si se hubieran anticipado con una preparación previa al día de la negociación. Gracias a que identifiqué mi error, pude continuar con las siguientes negociaciones de la mejor manera, las cuales nos dieron los mejores resultados ya que de 5 auspiciantes, tres pertenecían a los paquetes Oro y Premium, disminuyendo la necesidad de buscar otras negociaciones.

Dentro del grupo, una de mis contribuciones más notorias, fueron mi predisposición y compromiso con la causa, al igual que mi equipo, la causa nos llenaba de emoción, pero mi característica diferenciadora fue mi orientación a los clientes (auspiciantes) que me daba la energía para lograr que las cosas sucedan en esta arista del proyecto, ya que mi equipo no tuvo contacto con proveedores, ellos no pudieron empatizar con ellos tanto como yo. Mi participación como líder de negociación y auspicio en el equipo fue de gran importancia para la ejecución del proyecto, sin las negociaciones concretadas no hubiera sido posible ofrecerles el confort que se les ofreció a las artistas de la residencia Aquelarre, ni el montaje de la exposición de arte; y sin el servicio al cliente, fuera imposible que el próximo año las mismas marcas quieran involucrarse con este proyecto y principalmente con la causa feminista que defendimos con mucha altura.

En resumen, como estudiante y profesional, apliqué todos mis conocimientos en el área de negociación y mediación e identificación de competencias para usarlas a mi favor en la consecución de mi meta, que fue obtener $2500 para el movimiento Derecho al Placer. Mi aportación ha sido valorada y aplaudida por mis compañeros del equipo e inclusive ha sido objeto de felicitaciones en entrevistas de trabajo en las organizaciones que se encuentran atravesando procesos de

transformación y necesitan estas competencias junto con el trabajo en equipo para cambiar el modelo de sus empresas, y estoy segura que gracias a mi desempeño el día de hoy soy becaria de la Escuela de Liderazgo de Activismo avalado por la Universidad de Guayaquil y quiero continuar contribuyendo en los procesos de financiación de proyectos a favor de los derechos de la mujer.

Bibliografía

Allez, M. (2009). *Diccionario de Competencias: La trilogía. Las 60 competencias más utilizadas.* Buenos Aires: MVZ Argentina.

Covey, S. (1989). *Los Siete Hábitos de la Gente Altamente Efectiva.* Buenos Aires - Barcelona - México: 41 Paidós.

INEC. (2011). *Encuesta Nacional de Relaciones Familiares y Violencia de Género contra la Mujer* . Ecuador.

Lovera, P. S. (2017). "El orgasmo es responsabilidad de la propia mujer": Tres iniciativas que están empoderando la sexualidad y el placer femeninos. *BBC NEWS*.

Schwark, M. (2016). Sex Ed Should Teach Girls About Sexual Pleasure. *Bust*.

UNFPA. (2017). *Mundos Aparte.* New York.

Anexos

ANEXO # 1 Presupuestos

Presupuesto Aquelarre			
Item	Valor Uni	Cant	Total
Camisetas DAP	7	7	49,00
Bandera DAP marcha LGBTI	25	1	25,00
Salón Evento	223,21	2	499,99
Habitaciones dobles evento	75	3	252,00
Habitacón sencilla	65	2	145,60
Habitacion triple	95	1	106,40
Desayuno Evento	3,35	18	60,03
Almuerzo Evento	4,46	32	159,85
Cena Evento	10,71	18	191,92
Cocteles Evento	89,1	1	99,79
Coffee Refrigerios	35	2	70,00
Piqueos	30	1	30,00
Identificaciones	2,5	5	12,50
Libretas	1	20	20,00
Reconocimiento participación	1	10	10,00
Diploma participación	7	1	7,00
Gift bags	1,8	6	10,80
Carpetas diplomas	17	0,85	14,45
Bolsos taller serigrafría	10	1	10,00
Fotoemulsion textil azul	7,57	1	7,57
Malla monofilamento amarilla	15,1	2	30,20
Mango de madera	0,37	15	5,55
Sensibilizador liquido dual	0,3	15	4,50
Copas y vasos plasticos	10	1	10,00
Servilletas	5	1	5,00
Platos desechables	5	1	5,00
Solvente	0,37	15	5,55
Lona de plastico negro piso	15	1	15,00
Pinturas	5,87	3	17,61
Bebidas Exposición	0,5	100	50,00
Stickers	100	0,2	20,00
Imprevistos	50	1	50,00
			2000,31

Presupuesto Expo- Galería			
Item	**Valor Uni**	**Cant**	**Total**
alquiler luces LED	85	1	85
Artículos de decoración	38,12	1	38,12
Cuadros arte	4,5	10	45
Pinzas de madera	0,75	4	3,00
Impresiones Chacón	57,9	1	57,9
Cuerda fotos	1,21	1	1,21
Hilo Nilon	2,81	1	2,81
Mesero	40	1	40
Colas (8 de 3L)	3,5	3	10,5
Hielo	2	3	6
Vasos plásticos (200)	2	1	2
Bocaditos	69,4	1	69,4
Backing	40	1	40
Facturas	42	1	42
Flores	40	2	80
Velas Adornos	4,54	8	36,29
Cemento de contacto	3,05	1	3,05
			562,28

ANEXO # 2 Acercamiento Cormín

Proyecto de Aplicación Profesional - Aquelarre Recibidos x

EIDREN MECA CARRIEL <eidren.meca@casagrande.edu.ec> lun., 16 jul. 14:43
para xespinoza@cormin.com.ec

Estimado Xavier Espinoza,

Mi nombre es Eidren meca. Soy parte de la Unidad de Titulación de la Universidad Casa Grande en Guayaquil - Ecuador y me dirijo a usted para invitar a las marcas de la línea ginecológica de Cormin, a ser auspiciante del primer proyecto de **Empoderamiento de la mujer guayaquileña frente a sus derechos sexuales y de salud reproductiva.**

Quisiera programar una cita con el objetivo de hablar de nuestro proyecto y de cómo esto representa una gran oportunidad de mercado para sus prestigiosas marcas.

Quedo atenta a su respuesta.

Saludos cordiales,

Eidren Meca
Líder de Logística
Proyecto A. Profesional - Aquelarre

ANEXO # 3 Propuesta Cormín

AQUELARRE
Encuentro de empoderamiento femenino

Guayaquil, 23 de julio de 2018

Sr.
Xavier Espinoza
Product Manager
Farmacéutica Cormin
Ciudad.-

De mis consideraciones,

Por medio de la presente deseamos extenderle un cálido saludo y presentarle nuestro proyecto de aplicación profesional. Somos estudiantes de Universidad Casa Grande, actualmente pertenecemos a la Unidad de Titulación y nos encontramos desarrollando un proyecto de acción social que hemos denominado **"AQUELARRE"**. Este está diseñado bajo el objetivo de lograr el **empoderamiento a las mujeres en Guayaquil frente a sus derechos sexuales y de salud reproductiva**, por medio de la creación de un espacio seguro de diálogo para la libre expresión de sus experiencias bajo la temática mencionada.

Para brindarles este espacio confiable se realizará la Residencia Aquelarre, encuentro de empoderamiento para mujeres, involucrando artistas, académicas y deportistas. En este evento las mujeres son bienvenidas a pasar 2 días y 1 noche, con todo incluido, donde podrán disfrutar de distintas actividades y charlas con facilitadoras como la neurosexóloga Susi Hidalgo, con el fin de fortalecer cualidades, estimular la comunicación entre las participantes y promover la creación de piezas artísticas que representan los resultados de las intervenciones realizadas de cada asistente.
El encuentro será el 15 y 16 de septiembre del presente año, desde las 09H00 del primer día hasta las 18H00 del segundo día.
Como cierre del proyecto, se realizará una exposición en el Auditorio de la Universidad Casa Grande para presentar los resultados obtenidos de **AQUELARRE** a directivos, figuras públicas de Guayaquil que apoyan la razón de ser de nuestra comunidad y el público en general.

Es de nuestro interés que todos se sumen a nuestro proyecto, para lo cual invitamos formalmente a **CORMÍN** a ser auspiciante de este gran proyecto sin fines de lucro. Consideramos esta acción social un aporte para la educación y formación de esta ciudad, además de ser una gran oportunidad de mercado para su organización.

AQUELARRE
Encuentro de empoderamiento femenino

Beneficios	Oro
Mención en RRSS	●
Presencia de Marca en Encuentro	●
Presencia de Marca Cierre	●
Charla universitaria	●
Precio	560

Alcance en Redes
Difusión de charla universitaria y sección de contenido en redes en tema de anticoncepción por voceras oficiales

Nombre de Influencer	Número de seguidores
Bárbara Fernandes	164.000
Scarlett Ortiz	46.100
Doménica Menessini	112.000
Luciana Grassi	59.200
Susi Hidalgo	61.900

Detalle de Charla Universitaria
La charla Universitaria se realizaría en la Universidad Casa Grande con una convocatoria para público abierto por medio de nuestras redes sociales y nuestras voceras oficiales. La capacidad máxima del auditorio es de 150 personas, más la adecuación de una segunda sala en la que podremos realizar la proyección en vivo de la charla en el auditorio, esta sala de conferencia tiene la capacidad de 100 personas.

Facturación
Precio de paquete $500 más Iva
Universidad Casa Grande – Organización sin fines de lucro
Forma de pago por cheque o depósito

Nos despedimos agradeciendo su atención y esperando que podamos contar con su apoyo.

Saludos cordiales,
Eldren Meca Carriel
Teléfono: 0982442320

Universidad Casa Grande

ANEXO # 4 Propuesta Veris

De mis consideraciones,

Por medio de la presente deseamos extenderle un cálido saludo y presentarle nuestro proyecto de aplicación profesional. Somos estudiantes de Universidad Casa Grande, actualmente pertenecemos a la Unidad de Titulación y nos encontramos desarrollando un proyecto de acción social que hemos denominado **"AQUELARRE"**. Este está diseñado bajo el objetivo de lograr el **empoderamiento a las mujeres en Guayaquil frente a sus derechos sexuales y de salud reproductiva**, por medio de la creación de un espacio seguro de diálogo para la libre expresión de sus experiencias bajo la temática mencionada.

Para brindarles este espacio confiable se realizará la Residencia Aquelarre, encuentro de empoderamiento para mujeres, involucrando artistas, académicas y deportistas. En este evento las mujeres son bienvenidas a pasar 2 días y 1 noche, con todo incluido, donde podrán disfrutar de distintas actividades y charlas con facilitadoras como la neurosexóloga Susi Hidalgo, con el fin de fortalecer cualidades, estimular la comunicación entre las participantes y promover la creación de piezas artísticas que representan los resultados de las intervenciones realizadas de cada asistente.
El encuentro será el 15 y 16 de septiembre del presente año, desde las 09H00 del primer día hasta las 18H00 del segundo día.
Como cierre del proyecto, se realizará una exposición en el Auditorio de la Universidad Casa Grande para presentar los resultados obtenidos de **AQUELARRE** a directivos, figuras públicas de Guayaquil que apoyan la razón de ser de nuestra comunidad y el público en general.

Es de nuestro interés que todos se sumen a nuestro proyecto, para lo cual invitamos formalmente a **VERIS** a ser auspiciante de este gran proyecto sin fines de lucro. Consideramos esta acción social un aporte para la educación y formación de esta ciudad, además de ser una gran oportunidad de mercado para su organización.

Adjuntamos, a continuación la tabla del paquete personalizado que ofrecemos, estamos a su disposición para informar cualquier detalle adicional a la propuesta aquí incluida.

Página 1 de 2

Beneficios

- Mención en redes sociales
- Presencia de marca en producto audiovisual en redes.
- Exclusividad de marca
- Mención de la marca en producto audiovisual del proceso creativo de la residencia
- Presencia en Exposición Derecho al Placer, difundido por voceras oficiales del proyecto
- Mención en presentaciones – evento Woman of Power by Ile Miranda.

Alcance en Redes

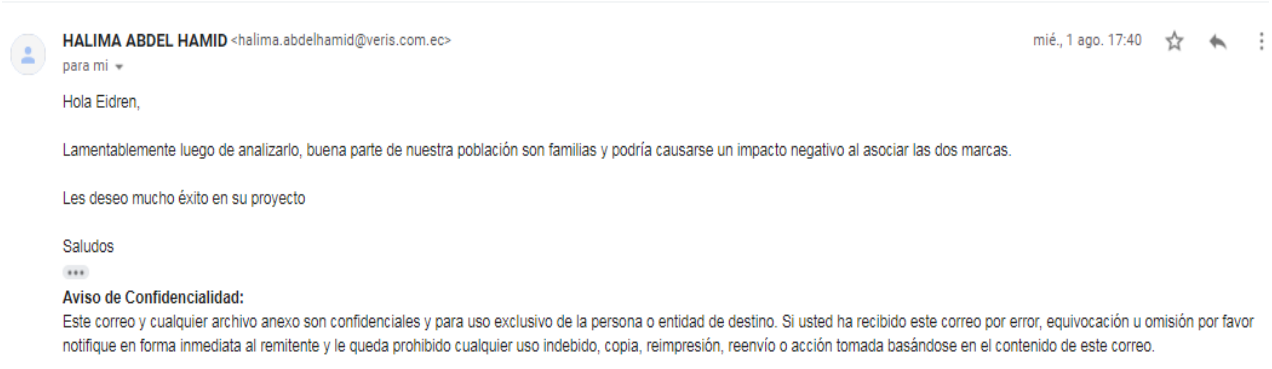
Difusión de charla universitaria y sección de contenido en redes en tema de anticoncepción por voceras oficiales

Nombre de Influencer	**Número de seguidores**
Bárbara Fernandes	184.000
Scarlett Ortiz	46.100
Doménica Menessini	112.000
Luciana Grassi	59.200
Susi Hidalgo	61.900

Facturación

Precio de paquete $500 más Iva
Universidad Casa Grande – Organización sin fines de lucro
Forma de pago por cheque o depósito

Rechazo Veris



HALIMA ABDEL HAMID <halima.abdelhamid@veris.com.ec> mié., 1 ago. 17:40
para mi

Hola Eidren,

Lamentablemente luego de analizarlo, buena parte de nuestra población son familias y podría causarse un impacto negativo al asociar las dos marcas.

Les deseo mucho éxito en su proyecto

Saludos

Aviso de Confidencialidad:
Este correo y cualquier archivo anexo son confidenciales y para uso exclusivo de la persona o entidad de destino. Si usted ha recibido este correo por error, equivocación u omisión por favor notifique en forma inmediata al remitente y le queda prohibido cualquier uso indebido, copia, reimpresión, reenvío o acción tomada basándose en el contenido de este correo.

ANEXO # 5 Propuesta Hotel Castell

AQUELARRE
Encuentro de empoderamiento femenino

Guayaquil, 13 de agosto de 2018

Linda Campoverde
Gerente de Ventas
Hotel Castell
Ciudad.-

De mis consideraciones,

Por medio de la presente deseamos extenderle un cálido saludo y presentarle nuestro proyecto de aplicación profesional. Somos estudiantes de Universidad Casa Grande, actualmente pertenecemos a la Unidad de Titulación y nos encontramos desarrollando un proyecto de acción social que hemos denominado **"AQUELARRE"**. Este está diseñado bajo el objetivo de lograr el **empoderamiento a las mujeres en Guayaquil frente a sus derechos sexuales y de salud reproductiva**, por medio de la creación de un espacio seguro de diálogo para la libre expresión de sus experiencias bajo la temática mencionada.

Para brindarles este espacio confiable se realizará la Residencia Aquelarre, encuentro de empoderamiento para mujeres, involucrando artistas, académicas y deportistas. En este evento las mujeres son bienvenidas a pasar 2 días y 1 noche, con todo incluido, donde podrán disfrutar de distintas actividades y charlas con facilitadoras como la neurosexóloga Susi Hidalgo, con el fin de fortalecer cualidades, estimular la comunicación entre las participantes y promover la creación de piezas artísticas que representan los resultados de las intervenciones realizadas de cada asistente.
El encuentro será el 15 y 16 de septiembre del presente año, desde las 09H00 del primer día hasta las 18H00 del segundo día.
Como cierre del proyecto, se realizará una exposición en el Auditorio de la Universidad Casa Grande para presentar los resultados obtenidos de **AQUELARRE** a directivos, figuras públicas de Guayaquil que apoyan la razón de ser de nuestra comunidad y el público en general.

Es de nuestro interés que todos se sumen a nuestro proyecto, para lo cual invitamos formalmente al **Hotel Castell** a ser auspiciante de este gran proyecto sin fines de lucro. Consideramos esta acción social un aporte para la educación y formación de esta ciudad,

Beneficios	Bronce	Plata	Oro	Premium
Mención en RRSS	●	●	●	●
Presencia en Contraplano	●	●	●	●
Presencia de Marca en Encuentro		●	●	●
Presencia de Marca en Cierre			●	●
Mención en Producto Audiovisual			●	●
Mención en presentaciones				●
Mención promocional Influencers				●
Mención Especial en Cierre				●
Artículos Promocionales				●
Precio	200	400	500	650

Actividades complementarias

El equipo de Derecho al Placer, a más de su contribución con los beneficios de auspiciantes, para cubrir en su totalidad el valor final del auspicio, se compromete a:

- Realizar contenido audiovisual para redes sociales relacionado con el evento
- Mención especial en gira de medios y eventos en los que participe el movimiento
- Convertir al Hotel Castell en auspiciante principal del evento
- Un día de Stand en la Universidad Casa Grande para que el hotel pueda ofrecer sus servicios a toda la comunidad universitaria

Alcance en Redes

Difusión de por voceras oficiales

Nombre de Influencer	Número de seguidores

Difusión de por voceras oficiales

Nombre de Influencer	Número de seguidores
Bárbara Fernandes	184.000
Scarlett Ortiz	46.100
Doménica Menessini	112.000
Luciana Grassi	59.200
Susi Hidalgo	61.900

Universidad Casa Grande

AQUELARRE
Encuentro de empoderamiento femenino

Facturación
Precio de paquete más Iva
Universidad Casa Grande – Organización sin fines de lucro
Forma de pago por cheque o depósito

Nos despedimos agradeciendo su atención y esperando que podamos contar con su apoyo.

Saludos cordiales,
Eidren Meca Carriel
Comisión de Auspicios

ANEXO # 6 Propuesta Andrés Cup

AQUELARRE
Encuentro de empoderamiento femenino

Guayaquil, 14 de agosto de 2016

Ghislaine Espinoza
Propietaria
ANDRÉS CUPS
Ciudad.-

De mis consideraciones,

Por medio de la presente deseamos extenderle un cálido saludo y presentarle nuestro proyecto de aplicación profesional. Somos estudiantes de Universidad Casa Grande, actualmente pertenecemos a la Unidad de Titulación y nos encontramos desarrollando un proyecto de acción social que hemos denominado "**AQUELARRE**". Este está diseñado bajo el objetivo de lograr el **empoderamiento a las mujeres en Guayaquil frente a sus derechos sexuales y de salud reproductiva**, por medio de la creación de un espacio de diálogo para la libre expresión de sus experiencias bajo la temática mencionada.

Para brindarles este espacio se realizará la Residencia Aquelarre, encuentro de empoderamiento para mujeres, involucrando artistas, académicas y deportistas. En este evento las mujeres son bienvenidas a pasar 2 días y 1 noche, con todo incluido, donde podrán disfrutar de distintas actividades y charlas con facilitadoras como la neurosexóloga Susi Hidalgo, con el fin de fortalecer cualidades, estimular la comunicación entre las participantes y promover la creación de piezas artísticas que representan los resultados de las intervenciones realizadas de cada asistente.
El encuentro será el 15 y 16 de septiembre del presente año, desde las 09H00 del primer día hasta las 18H00 del segundo día.
Como cierre del proyecto, se realizará una exposición en el Auditorio de la Universidad Casa Grande para presentar los resultados obtenidos de **AQUELARRE** a directivos, figuras públicas de Guayaquil que apoyan la razón de ser de nuestra comunidad y el público en general.

Es de nuestro interés que todos se sumen a nuestro proyecto, para lo cual invitamos formalmente a **Andrés Cups** a ser auspiciante de este gran proyecto sin fines de lucro. Consideramos esta acción social un aporte para la educación y formación de esta ciudad, además de ser una gran oportunidad de mercado para su **marca**.

Adjuntamos, a continuación la tabla del paquete personalizado que ofrecemos, estamos a su disposición para informar cualquier detalle adicional a la propuesta aquí incluida.

AQUELARRE
Encuentro de empoderamiento femenino

Beneficios	Bronce	Plata	Oro	Premium
Mención en RRSS	●	●	●	●
Presencia en Contrapiano	●	●	●	●
Presencia de Marca en Encuentro		●	●	●
Presencia de Marca en Cierre			●	●
Mención en Producto Audiovisual			●	●
Mención en presentaciones				●
Mención promocional influencers				●
Mención Especial en Cierre				●
Artículos Promocionales				●
Precio	200	400	500	650

Actividades complementarias

El equipo de Derecho al Placer, a más de su contribución con los beneficios de auspiciantes, para cubrir en su totalidad el valor final del auspicio, se compromete a:

- Mención especial en gira de medios y eventos en los que participe el movimiento
- Realizar contenido audiovisual para redes sociales relacionado con el evento (Complementario al paquete Oro)
- Un día de Stand en la Universidad Casa Grande para que el hotel pueda ofrecer sus servicios a toda la comunidad universitaria (Complementario al paquete Premium)

Alcance en Redes

Difusión de por voceras oficiales

Nombre de Influencer	Número de seguidores
Bárbara Fernandes	184.000
Scarlett Ortiz	46.100
Doménica Menessini	112.000
Luciana Grassi	59.200
Susi Hidalgo	61.900
Andrea Hoyos	6.106

ANEXO # 7 Propuesta Durex

AQUELARRE
Encuentro de empoderamiento femenino

Guayaquil, 26 de julio de 2018

Sr.
Stevens Gallardo
Brand Manager
Mead Johnson Nutrition
Ciudad.-

De mis consideraciones,

Por medio de la presente deseamos extenderle un cálido saludo y presentarle nuestro proyecto de aplicación profesional. Somos estudiantes de Universidad Casa Grande, actualmente pertenecemos a la Unidad de Titulación y nos encontramos desarrollando un proyecto de acción social que hemos denominado "AQUELARRE". Este está diseñado bajo el objetivo de lograr el **empoderamiento a las mujeres en Guayaquil frente a sus derechos sexuales y de salud reproductiva**, por medio de la creación de un espacio seguro de diálogo para la libre expresión de sus experiencias bajo la temática mencionada.

Para brindarles este espacio confiable se realizará la Residencia Aquelarre, encuentro de empoderamiento para mujeres, involucrando artistas, académicas y deportistas. En este evento las mujeres son bienvenidas a pasar 2 días y 1 noche, con todo incluido, donde podrán disfrutar de distintas actividades y charlas con facilitadoras como la neurosexóloga Susi Hidalgo, con el fin de fortalecer cualidades, estimular la comunicación entre las participantes y promover la creación de piezas artísticas que representan los resultados de las intervenciones realizadas de cada asistente.
El encuentro será el 15 y 16 de septiembre del presente año, desde las 09H00 del primer día hasta las 18H00 del segundo día.
Como cierre del proyecto, se realizará una exposición en el Auditorio de la Universidad Casa Grande para presentar los resultados obtenidos de AQUELARRE a directivos, figuras públicas de Guayaquil que apoyan la razón de ser de nuestra comunidad y el público en general.

Es de nuestro interés que todos se sumen a nuestro proyecto, para lo cual invitamos formalmente a **DUREX** a ser auspiciante de este gran proyecto sin fines de lucro. Consideramos esta acción social un aporte para la educación y formación de esta ciudad, además de ser una gran oportunidad de mercado para su marca.

Adjuntamos, a continuación la tabla del paquete personalizado que ofrecemos, estamos a su disposición para informar cualquier detalle adicional a la propuesta aquí incluida.

AQUELARRE
Encuentro de empoderamiento femenino

Beneficios	Bronce	Plata	Oro	Premium
Mención en RRSS	●	●	●	●
Presencia en Contraplano	●	●	●	●
Presencia de Marca en Encuentro		●	●	●
Presencia de Marca en Cierre			●	●
Mención en Producto Audiovisual			●	●
Mención en presentaciones				●
Mención promocional Influencers				●
Mención Especial en Cierre				●
Artículos Promocionales				●
Precio	200	400	500	650

Alcance en Redes

Difusión de charla universitaria y sección de contenido en redes en tema de anticoncepción por voceras oficiales

Nombre de Influencer	Número de seguidores
Bárbara Fernandes	164.000
Scarlett Ortiz	46.100
Doménica Menessini	112.000
Luciana Grassi	59.200
Susi Hidalgo	61.900

Facturación

Precio de paquete $500 más Iva
Universidad Casa Grande – Organización sin fines de lucro
Forma de pago por cheque o depósito

ANEXO # 8 Publicación Búsqueda Auspiciantes LinkedIn

Eidren Meca Carriel
Human Resources Assistant at Ecuaquimica
2 meses

Estimada red:

Actualmente me encuentro en la búsqueda de contactos que se encuentren trabajando con marcas femeninas para importante proyecto de empoderamiento en la ciudad de Guayaquil.

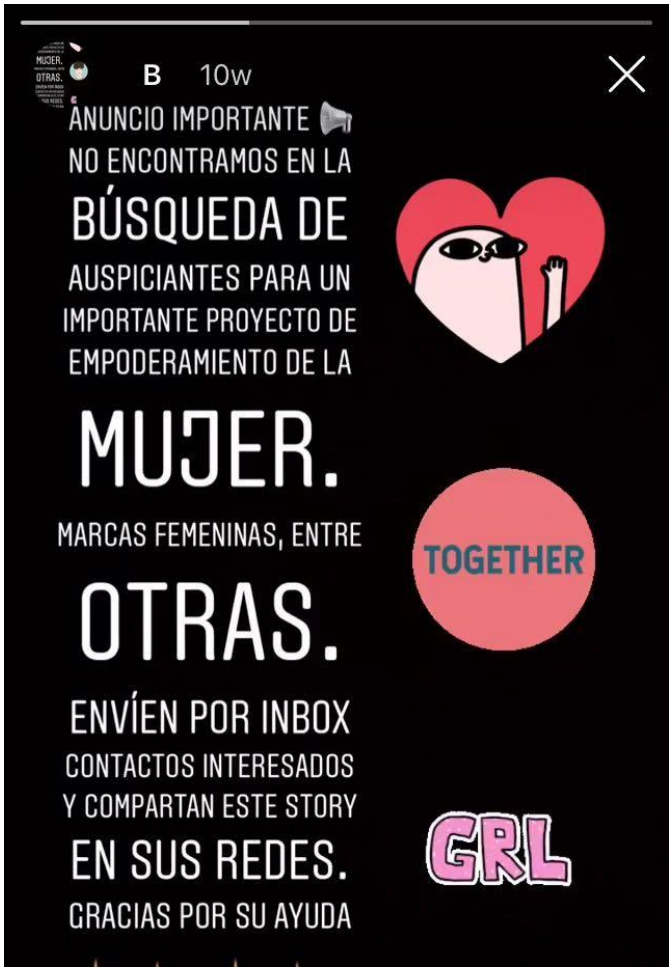
Este proyecto pertenece a la Unidad de titulación de la Universidad Casa Grande.

Su ayuda mencionando a contactos interesados o compartiendo esta publicación.

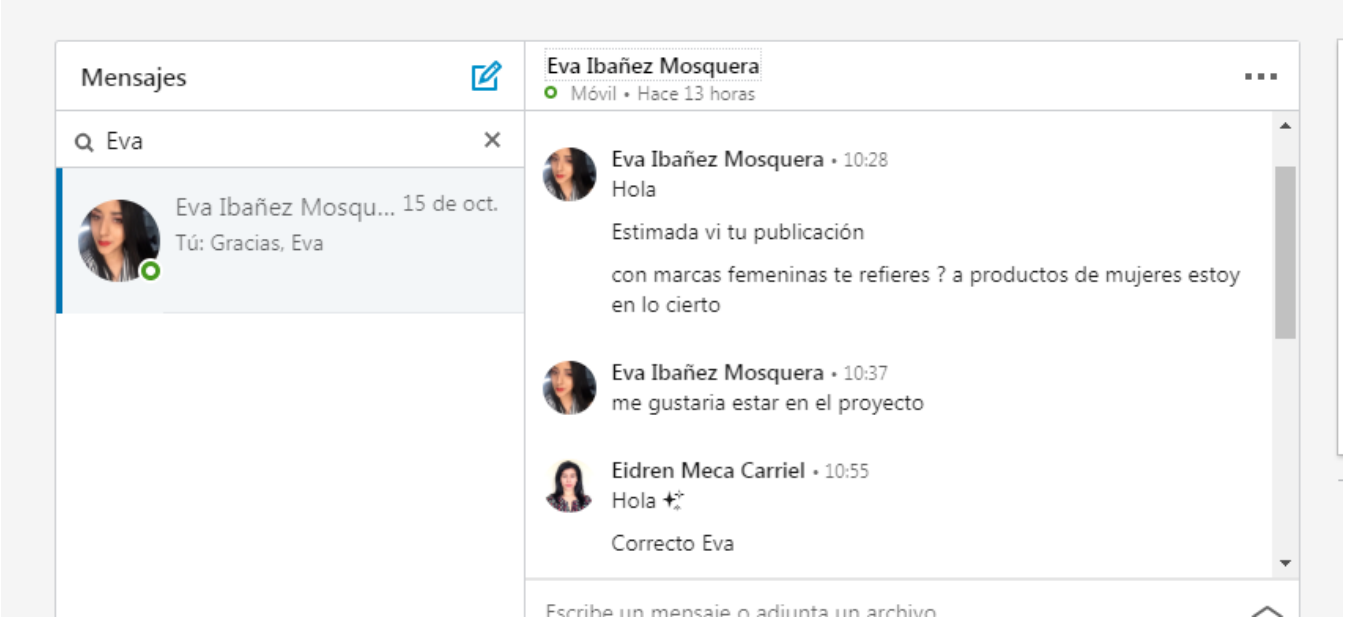
Muchas gracias por su ayuda.

44 recomendaciones · 1 comentario

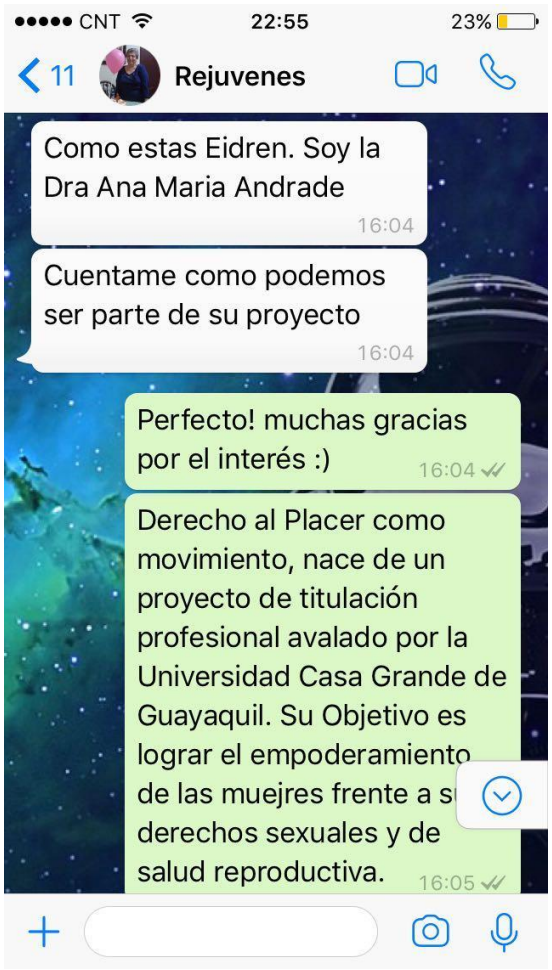
ANEXO # 9 Publicación Búsqueda Auspiciantes Instagram



ANEXO # 10Acercamiento Ibemstore



ANEXO # 11 Acercamiento Rejuvenes



ANEXO # 12 Propuesta Ibemstore

AQUELARRE
Encuentro de empoderamiento femenino

Guayaquil, 14 de agosto de 2016

Eva Ibañez
Propietaria
IBEMSTORE
Ciudad.-

De mis consideraciones,

Por medio de la presente deseamos extenderle un cálido saludo y presentarle nuestro proyecto de aplicación profesional. Somos estudiantes de Universidad Casa Grande, actualmente pertenecemos a la Unidad de Titulación y nos encontramos desarrollando un proyecto de acción social que hemos denominado **"AQUELARRE"**. Este está diseñado bajo el objetivo de lograr el **empoderamiento a las mujeres en Guayaquil frente a sus derechos sexuales y de salud reproductiva**, por medio de la creación de un espacio seguro de diálogo para la libre expresión de sus experiencias bajo la temática mencionada.

Para brindarles este espacio confiable se realizará la Residencia Aquelarre, encuentro de empoderamiento para mujeres, involucrando artistas, académicas y deportistas. En este evento las mujeres son bienvenidas a pasar 2 días y 1 noche, con todo incluido, donde podrán disfrutar de distintas actividades y charlas con facilitadoras como la neurosexóloga Susi Hidalgo, con el fin de fortalecer cualidades, estimular la comunicación entre las participantes y promover la creación de piezas artísticas que representan los resultados de las intervenciones realizadas de cada asistente.
El encuentro será el 15 y 16 de septiembre del presente año, desde las 09H00 del primer día hasta las 18H00 del segundo día.
Como cierre del proyecto, se realizará una exposición en el Auditorio de la Universidad Casa Grande para presentar los resultados obtenidos de **AQUELARRE** a directivos, figuras públicas de Guayaquil que apoyan la razón de ser de nuestra comunidad y el público en general.

Es de nuestro interés que todos se sumen a nuestro proyecto, para lo cual invitamos formalmente a **Ibemstore** a ser auspiciante de este gran proyecto sin fines de lucro. Consideramos esta acción social un aporte para la educación y formación de esta ciudad, además de ser una gran oportunidad de mercado para su **marca**.

Adjuntamos, a continuación la tabla del paquete personalizado que ofrecemos, estamos a su disposición para informar cualquier detalle adicional a la propuesta aquí incluida.

AQUELARRE
Encuentro de empoderamiento femenino

Beneficios	Bronce	Plata	Oro	Premium
Mención en RRSS	●	●	●	●
Presencia en Contraplano	●	●	●	●
Presencia de Marca en Encuentro		●	●	●
Presencia de Marca en Cierre			●	●
Mención en Producto Audiovisual			●	●
Mención en presentaciones				●
Mención promocional Influencers				●
Mención Especial en Cierre				●
Artículos Promocionales				●
Precio	200	400	500	650

Actividades complementarias

El equipo de Derecho al Placer, a más de su contribución con los beneficios de auspiciantes, para cubrir en su totalidad el valor final del auspicio, se compromete a:

- Mención especial en gira de medios y eventos en los que participe el movimiento
- Realizar contenido audiovisual para redes sociales relacionado con el evento (Complementario al paquete Oro)
- Un día de Stand en la Universidad Casa Grande para que el hotel pueda ofrecer sus servicios a toda la comunidad universitaria (Complementario al paquete Premium)

Alcance en Redes

Difusión de por voceras oficiales

Nombre de Influencer	Número de seguidores
Bárbara Fernandes	184.000
Scarlett Ortiz	46.100
Doménica Menessini	112.000
Luciana Grassi	59.200
Susi Hidalgo	61.900

ANEXO # 13 Propuesta Rejuvenes

AQUELARRE
Encuentro de empoderamiento femenino

Guayaquil, 13 de agosto de 2016

Dra.
Ana María Andrade
REJUVENES
Ciudad.-

De mis consideraciones,

Por medio de la presente deseamos extenderle un cálido saludo y presentarle nuestro proyecto de aplicación profesional. Somos estudiantes de Universidad Casa Grande, actualmente pertenecemos a la Unidad de Titulación y nos encontramos desarrollando un proyecto de acción social que hemos denominado "AQUELARRE". Este está diseñado bajo el objetivo de lograr el **empoderamiento a las mujeres en Guayaquil frente a sus derechos sexuales y de salud reproductiva**, por medio de la creación de un espacio seguro de diálogo para la libre expresión de sus experiencias bajo la temática mencionada.

Para brindarles este espacio confiable se realizará la Residencia Aquelarre, encuentro de empoderamiento para mujeres, involucrando artistas, académicas y deportistas. En este evento las mujeres son bienvenidas a pasar 2 días y 1 noche, con todo incluido, donde podrán disfrutar de distintas actividades y charlas con facilitadoras como la neurosexóloga Susi Hidalgo, con el fin de fortalecer cualidades, estimular la comunicación entre las participantes y promover la creación de piezas artísticas que representan los resultados de las intervenciones realizadas de cada asistente.
El encuentro será el 15 y 16 de septiembre del presente año, desde las 09H00 del primer día hasta las 18H00 del segundo día.
Como cierre del proyecto, se realizará una exposición en el Auditorio de la Universidad Casa Grande para presentar los resultados obtenidos de **AQUELARRE** a directivos, figuras públicas de Guayaquil que apoyan la razón de ser de nuestra comunidad y el público en general.

Es de nuestro interés que todos se sumen a nuestro proyecto, para lo cual invitamos formalmente a **Rejuvenes** a ser auspiciante de este gran proyecto sin fines de lucro. Consideramos esta acción social un aporte para la educación y formación de esta ciudad, además de ser una gran oportunidad de mercado para su marca.

Adjuntamos, a continuación la tabla del paquete personalizado que ofrecemos, estamos a su disposición para informar cualquier detalle adicional a la propuesta aquí incluida.

AQUELARRE
Encuentro de empoderamiento femenino

Beneficios	Bronce	Plata	Oro	Premium
Mención en RRSS	●	●	●	●
Presencia en Contraplano	●	●	●	●
Presencia de Marca en Encuentro		●	●	●
Presencia de Marca en Cierre			●	●
Mención en Producto Audiovisual			●	●
Mención en presentaciones				●
Mención promocional influencers				●
Mención Especial en Cierre				●
Artículos Promocionales				●
Precio	200	400	500	650

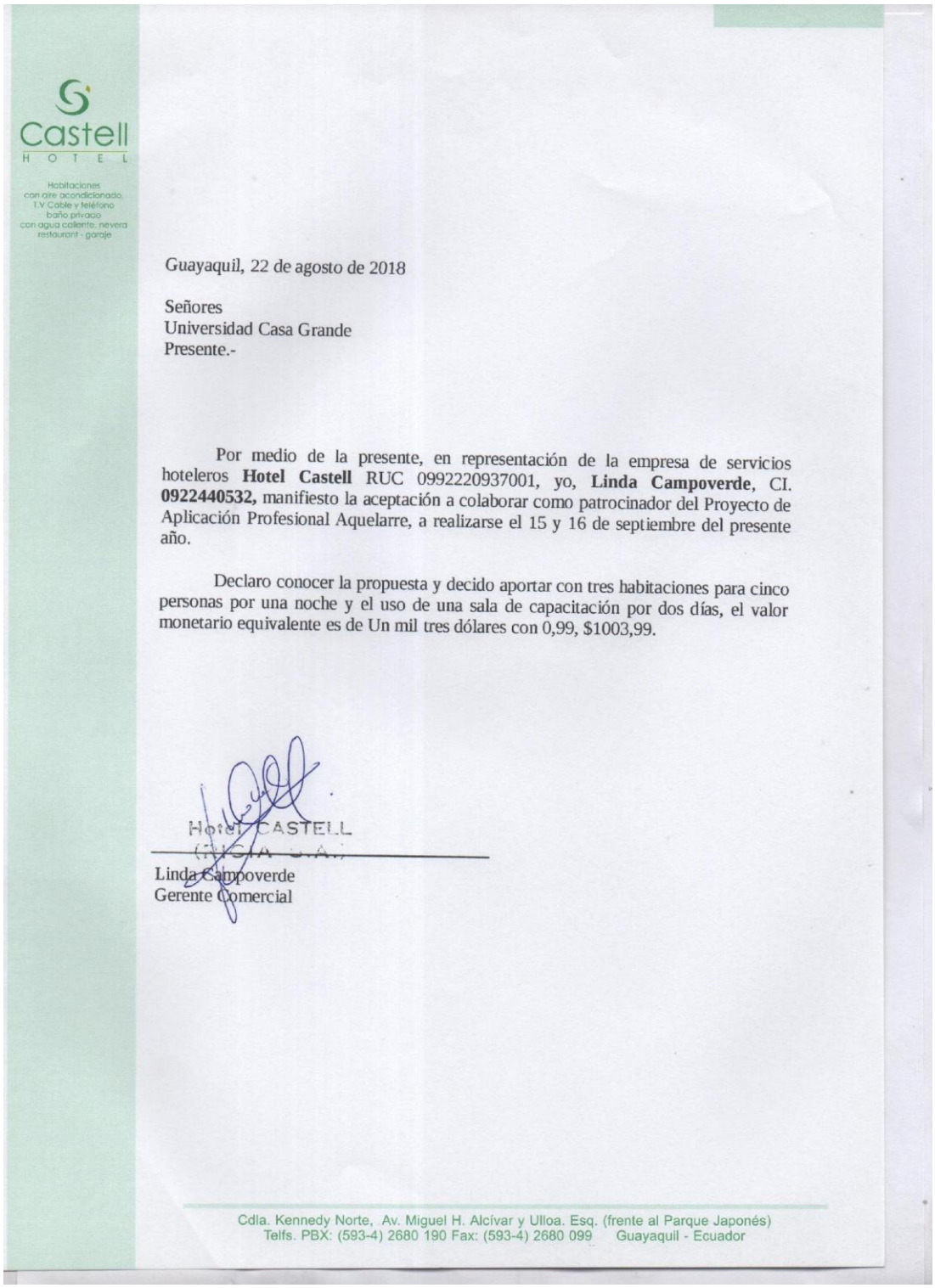
Actividades complementarias
El equipo de Derecho al Placer, a más de su contribución con los beneficios de auspiciantes, ofrece:

- Realizar contenido audiovisual para redes sociales relacionado con el evento
- Charla informativa acerca de los servicios que ofrece Rejuvenes
- Un día de Stand en la Universidad Casa Grande para que el hotel pueda ofrecer sus servicios a toda la comunidad universitaria

Alcance en Redes
Difusión de por voceras oficiales

Nombre de Influencer	Número de seguidores
Bárbara Fernandes	184.000
Scarlett Ortiz	46.100
Doménica Menessini	112.000
Luciana Grassi	59.200
Susi Hidalgo	61.900

ANEXO # 14 Carta de Compromiso Hotel Castell



Castell
HOTEL

Habitaciones
con aire acondicionado,
T.V. Cable y teléfono
baño privado
con agua caliente, nevera
restaurant - garaje

Guayaquil, 22 de agosto de 2018

Señores
Universidad Casa Grande
Presente.-

Por medio de la presente, en representación de la empresa de servicios hoteleros **Hotel Castell** RUC 0992220937001, yo, **Linda Campoverde**, CI. **0922440532,** manifiesto la aceptación a colaborar como patrocinador del Proyecto de Aplicación Profesional Aquelarre, a realizarse el 15 y 16 de septiembre del presente año.

Declaro conocer la propuesta y decido aportar con tres habitaciones para cinco personas por una noche y el uso de una sala de capacitación por dos días, el valor monetario equivalente es de Un mil tres dólares con 0,99, $1003,99.

Hotel CASTELL
(RUC) S.A.

Linda Campoverde
Gerente Comercial

Cdla. Kennedy Norte, Av. Miguel H. Alcívar y Ulloa. Esq. (frente al Parque Japonés)
Telfs. PBX: (593-4) 2680 190 Fax: (593-4) 2680 099 Guayaquil - Ecuador

ANEXO # 15 Carta Compromiso Durex

Guayaquil, 27 de agosto de 2018

Señores
Universidad Casa Grande
Presente.

Por medio de la presente, yo, Stevens Gallardo Delgado identificado con pasaporte No AO575628 de nacionalidad colombiana y representante de la marca Durex, manifiesto la aceptación de la marca a colaborar como patrocinador del Proyecto de Aplicación Profesional Derecho al Placer a realizarse en el mes de septiembre del presente año.

Declaro conocer la propuesta de auspicio y aportar para esto la suma de 650 dólares americanos más Iva.

Stevens Gallardo
Brand Manager Durex
Pasaporte: AO575628

ANEXO # 16 Carta Compromiso Andrés Cups

Guayaquil, 20 de agosto de 2018

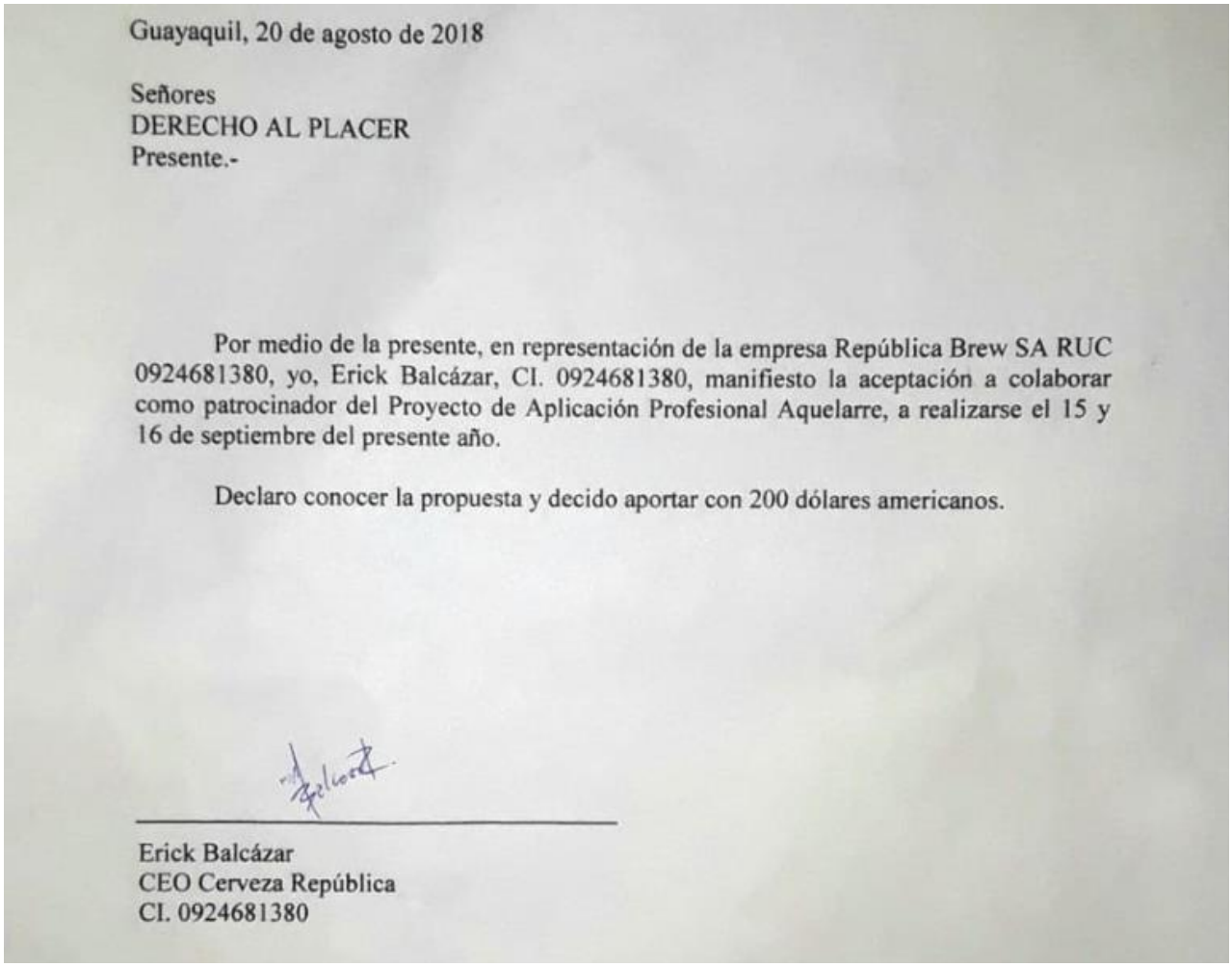
Señores
DERECHO AL PLACER
Presente.-

Por medio de la presente, en representación de la empresa SamboTrader S.A. RUC 0993066192001, yo, Ghislaine Espinosa, CI. 0925245565, manifiesto la aceptación a colaborar como patrocinador en el paquete Premium del Proyecto de Aplicación Profesional Aquelarre, a realizarse en septiembre del presente año.

Declaro conocer la propuesta y decido aportar con 20 copas menstruales, el valor monetario equivalente es de 650 dólares americanos.

Ghislaine Espinosa
SamboTrader S.A.
AndresCups
C.I. 0925245565

ANEXO # 18 Carta Compromiso Cerveza República



Guayaquil, 20 de agosto de 2018

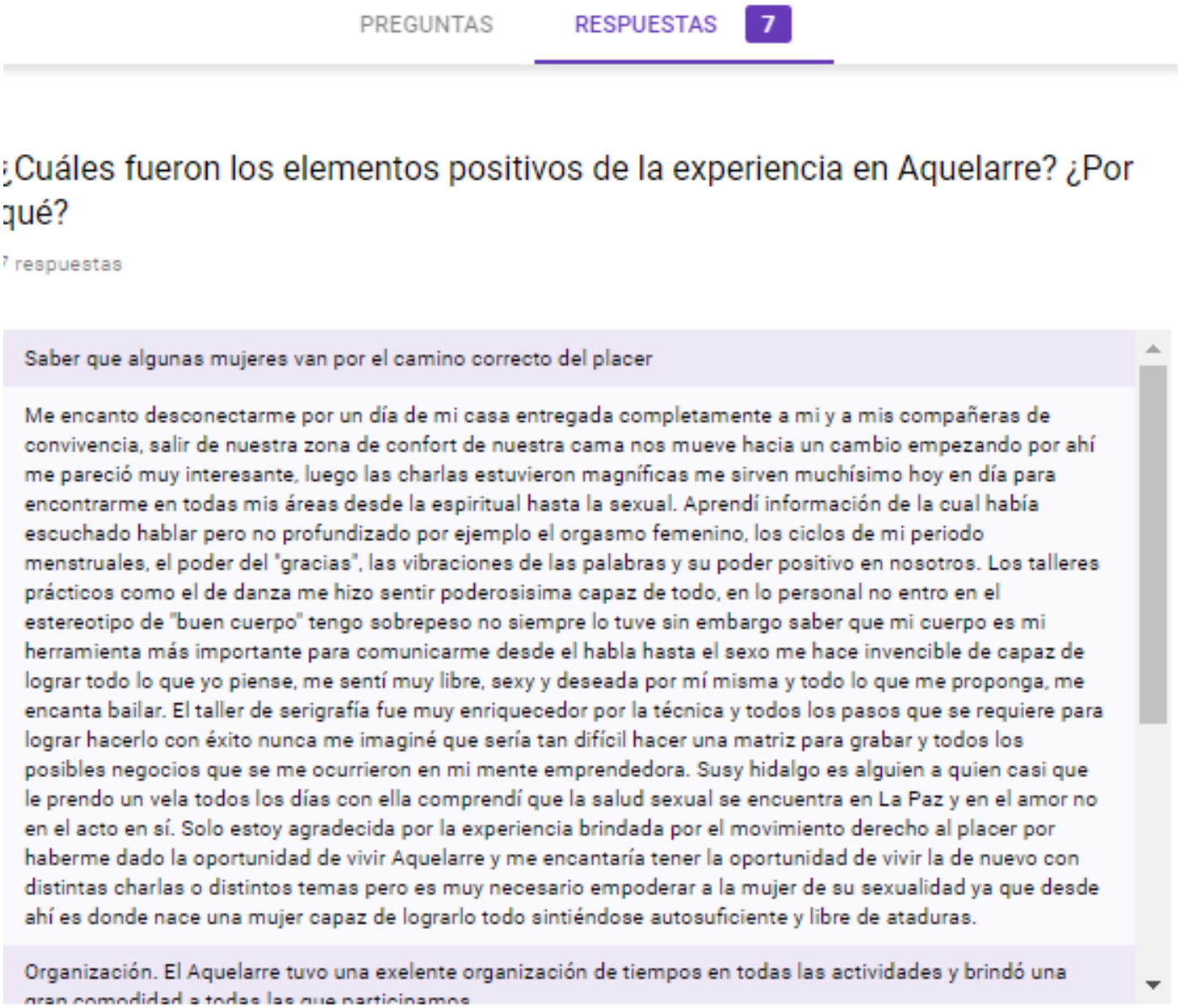
Señores
DERECHO AL PLACER
Presente.-

Por medio de la presente, en representación de la empresa República Brew SA RUC 0924681380, yo, Erick Balcázar, CI. 0924681380, manifiesto la aceptación a colaborar como patrocinador del Proyecto de Aplicación Profesional Aquelarre, a realizarse el 15 y 16 de septiembre del presente año.

Declaro conocer la propuesta y decido aportar con 200 dólares americanos.

Erick Balcázar
CEO Cerveza República
CI. 0924681380

ANEXO # 19 Encuestas de satisfacción de artistas de la residencias “Aquelarre”



¿Cuáles fueron los elementos positivos de la experiencia en Aquelarre? ¿Por qué?

7 respuestas

le prendo un vela todos los días con ella comprendí que la salud sexual se encuentra en La Paz y en el amor no en el acto en sí. Solo estoy agradecida por la experiencia brindada por el movimiento derecho al placer por haberme dado la oportunidad de vivir Aquelarre y me encantaría tener la oportunidad de vivir la de nuevo con distintas charlas o distintos temas pero es muy necesario empoderar a la mujer de su sexualidad ya que desde ahí es donde nace una mujer capaz de lograrlo todo sintiéndose autosuficiente y libre de ataduras.

Organización. El Aquelarre tuvo una exelente organización de tiempos en todas las actividades y brindó una gran comodidad a todas las que participamos.

Los temas. Me encantó que en cada taller profundizamos en diferentes aspectos, nunca sentí que hablamos de lo mismo ni que repetimos contenido. Cada taller tenía una dinámica original y propia de la expositora.

toda la introspección que el fin de semana

Escuchar que no soy la única persona q tiene "problemas" de inseguridad física y que está bien tenerlos. Escuchar de estas inseguridades pero sobre todo de la seguridad que cada mujer en esa sala tenía era increíble, y sobre todo que no temían a hacer seguras de su inseguridad y sacar provecho.

Compartir con otras mujeres, conversar y aprender cosas nuevas

Los temas de las expositoras fueron completos. No solo se hablo de sexualidad sino que se sumaron temas como el amor propio el ser feliz y el aprender a conocernos. Me encantaron las dinamicas, cada una diferente pero que complementaba a la otra para tener este gran producto final

¿Cuáles fueron los elementos negativos de la experiencia? ¿Por qué?

7 respuestas

Ninguno
A mime falto material impreso de cada charla para poder acceder a ella, un folleto de toda la convivencia en si. Cada charla estuvo interesante pero la que menos me gustó fue la de Paulina Obrist. Siento que de todas las charlas aprendí muchas cosas para la vida, para mí empoderamiento individual y sexual sin embargo en la charla de Paulina aprendí mucho de su vida la cual ha sido muy interesante pero no me dio nada a mi siento que no recibí algo concreto más que información de su vida y su filosofía.
Personalmente, para ciertos talleres me hubiese gustado estar al aire libre. Pero a más de eso, pienso que el espacio funcionó muy bien.
las organizadoras no paraban de ofrecernos comida
Muy poco tiempo:(porque creo que con más tiempo hubiéramos aprovechado con más calma para no ahogarnos rápido.
Que se acabó
Mucha comida jaja en realidad creo que todo estuvo increìble. Lo ùnico negativo para mí es que se acabo :c

¿Qué recomendación nos darías?

7 respuestas

Que sigan , este es el comienzo a grandes descubrimientos y aprendizajes
Una plataforma en la que las participantes tengan acceso a las charlas en streaming, hacer seguimiento a las participantes con mail, consejos diarios, tips y eso más que nada quizás meterle más cabeza a la post convivencia. Que no se asusten de mis faltas ortográficas (:
Tal vez en un próximo aquelarre, tener la posibilidad de estar al aire libre.
sigan haciendo encuentros y educando y empoderando a mujeres plis
Que se cojan el proyecto,lo patenten (antes de dárselo a la u), y que vayan a lugares rurales para que a la gente (mujeres de campo) sepan que tienen una voz.
Que sea posible mantener estas reuniones o plataforma abierta para hacer una comunidad y seguir aprendiendo y compartiendo
Seguir promoviendo este movimiento y si es posible repetir más eventos como Aquelarre.