

Datos generales de la Experiencia

Nombre de la experiencia postulada

Campaña REINA DE CORAZONES

Organización postulante

Fundación Essen por una alimentación infantil saludable

Nombre del postulante

Julia Iurlina - Carolina Higgins

Teléfono de contacto

+5411 4331-2229

Email de contacto

fundacion@essenla.com

País

Argentina

Municipio

Capital Federal

Localización

Urbana

Estado actual

En ejecución

Fecha de inicio

2015-04-01

Nombre de las organizaciones que participan en la experiencia

Fundación Essen por una alimentación infantil saludable; Essen Aluminio S.A.; Federación Argentina de Cardiología; Emprendedoras independientes Essen.

Naturaleza de las organizaciones que participan en la experiencia

Fundación Essen por una alimentación infantil saludable: fundación empresarial
Essen Aluminio S.A. : empresa privada
Emprendedoras independientes Essen: clientes de Essen Aluminio S.A.
Federación Argentina de Cardiología: organización científica

Descripción de la Experiencia

¿Por qué nació esta experiencia?

Essen Aluminio S.A. (Essen) es una empresa que fabrica cacerolas de aluminio fundido y utensilios de alta calidad para la cocina. Fue fundada en 1980 en Venado Tuerto (provincia de Santa Fe) y actualmente es considerada la fábrica de cacerolas de aluminio fundido más grande del mundo. Desarrolla sus operaciones principalmente en Argentina y posee filiales en Uruguay, Perú, Bolivia y Paraguay. Essen elige como forma de comercialización de sus productos a la venta directa por demostración. La venta directa es un canal de comercialización que se basa en la venta de productos efectuada por emprendedores independientes, directamente al consumidor, en forma de demostración de producto en las casas de familias. Este sistema es utilizado en todo el mundo y reconocido como un poderoso motor de desarrollo de las personas involucradas en la reventa, permitiendo no solo el crecimiento de su negocio independiente, sino también su desarrollo personal a través de la organización.

Essen realiza inversión social privada a través de su fundación (Fundación Essen), que desarrolla entre sus líneas de acción un Programa de Investigación y Difusión, orientado a promover y apoyar acciones de investigación, difusión y concientización sobre

hábitos saludables de alimentación y estilo de vida en las familias.

Actualmente, trabajan en Essen alrededor de 15000 emprendedores, siendo el 99% mujeres. En este sentido la experiencia descripta a continuación, tiene como protagonistas a estas mujeres, que se organizan en un sistema multinivel de venta, configurando redes de emprendedoras independientes.

Hacia finales del año 2014, en el marco de actividades de planificación estratégica de la fundación, se identifica por primera vez a estas mujeres emprendedoras como un actor clave del territorio; con características propias que las nuclean, identifican y posicionan como un actor particular y distinto, dentro de las comunidades donde se asienta la empresa. En función de ello, Fundación Essen comienza un estudio de caracterización en 821 emprendedores (92% mujeres), para relevar información sobre sus hábitos alimentarios, estilo de vida, conocimiento sobre su estado de salud e información socio demográfica. A partir de los resultados obtenidos, se decide iniciar una segunda etapa de diagnóstico, con el fin de ahondar en las motivaciones y creencias que sostienen el estilo de vida elegido por estas mujeres y transmitido hacia dentro de sus familias y comunidades.

En función de los resultados arrojados por estos estudios, en base a evidencia científica y en consonancia con otros esfuerzos que se vienen desarrollando en el territorio, Fundación Essen comienza a desarrollar la experiencia REINA DE CORAZONES, una Campaña destinada a concientizar y prevenir las enfermedades cardiovasculares en mujeres de los países de América Latina donde la empresa Essen realiza operaciones; a partir de la construcción colectiva de hábitos saludables de alimentación, ejercicio y estilo de vida.

Paralelamente, en línea con el trabajo que vienen desarrollando otras organizaciones del territorio y con el fin de potenciar los esfuerzos y capitalizar los aprendizajes, se realiza una alianza con la Federación Argentina de Cardiología (FAC). En este sentido la FAC lanza en el año 2016, junto con el Comité de Enfermedades cardiovasculares en la Mujer y contando con apoyo financiero de Fundación Essen, una campaña de prevención de la enfermedad cardiovascular (CUIDO MI CORAZÓN) orientada a mujeres argentinas de 31 a 50 años.

¿Qué problema busca (ó) resolver?

La experiencia REINA DE CORAZONES se orienta a resolver hábitos no saludables de alimentación, ejercicio y estilo de vida, que se constituyen en factores de riesgo para la incidencia de enfermedades cardiovasculares (ECV), en mujeres.

La construcción del problema parte de un exhaustivo diagnóstico de la población destinataria de esta experiencia, realizado por medio de dos estudios que alcanzaron 821 emprendedores Essen durante el año 2015 (92% mujeres) y 1622 emprendedores Essen en el año 2016 (99% mujeres). Este diagnóstico permitió identificar la presencia de factores de riesgo para el desarrollo de ECV, en estas mujeres latinoamericanas

De acuerdo a información suministrada por la Organización Mundial de la Salud (OMS) "la mayoría de las ECV pueden prevenirse actuando sobre factores de riesgo comportamentales, como el consumo de tabaco, las dietas malsanas y la obesidad, la inactividad física o el consumo nocivo de alcohol, utilizando estrategias que abarquen a toda la población. Para ello, es fundamental la detección precoz y el tratamiento temprano". Asimismo, la OMS afirma que está demostrado que la reducción de la sal de la dieta, el consumo de frutas y hortalizas y la actividad física regular, entre otros hábitos saludables, reducen el riesgo de ECV. Al respecto, un informe de la OMS y la FAO publicado recientemente recomienda como objetivo poblacional la ingesta de un mínimo de 400 g diarios de frutas y verduras. En relación a la actividad física, la OMS recomienda a los adultos de 18 a 64 años que dediquen como mínimo 150 minutos semanales a la práctica de actividad física aeróbica, de intensidad moderada, o bien 75 minutos de actividad física aeróbica vigorosa cada semana, o bien una combinación equivalente de actividades moderadas y vigorosas.

A continuación se presentan los datos principales que demuestran la distancia existente entre estas recomendaciones y los hábitos actuales de las emprendedoras Essen:

-De acuerdo al primer estudio (2015), sólo 1 de cada 10 entrevistados consume frutas en el desayuno. El segundo estudio (2016) muestra, además, que un 85% manifiesta que en general no desayuna (si bien cuando se les pregunta por los alimentos y bebidas que consumen a esa hora, en general mencionan alguna bebida y/o alimento).

-Según los resultados del primer estudio (2015), menos de la mitad de los entrevistados toma agua con las comidas principales. Además, de acuerdo a los resultados de la segunda medición (2016), entre las bebidas elegidas para consumir en el almuerzo un 27% consume jugos artificiales, un 25% aguas saborizadas regulares y light y un 23% gaseosas regulares y light.

-Un tercio de los entrevistados consume menos de una fruta por día; y este resultado se mantiene en ambos estudios.

-En relación a las hortalizas y de acuerdo a los resultados del primer estudio (2015), sólo un tercio de los entrevistados ingiere al menos dos porciones de verdura por día.

-De acuerdo a la primera medición (2015), casi la mitad de los entrevistados no realiza ningún tipo de actividad física y solo el 30% lo hace con constancia y de forma creativa. En la segunda medición (2016), el porcentaje de entrevistados que no realiza ninguna actividad física es del 34% y el 27% realiza alguna actividad pero sin rutinas y con menos frecuencia.

¿Cuáles son las causas que generan (on) este problema?

En la experiencia REINA DE CORAZONES, para lograr una comprensión correcta del problema (hábitos no saludables de alimentación, ejercicio y estilo de vida, que se constituyen en factores de riesgo para la incidencia de ECV en mujeres), fue indispensable incluir la expresión de las voces e intereses de las protagonistas. Para ello, en función de los resultados del primer estudio realizado en emprendedores Essen, se propuso una segunda instancia diagnóstica, orientada a indagar en sus conocimientos, creencias y actitudes hacia los hábitos consultados.

En términos generales, el estudio muestra que las emprendedoras Essen poseen conocimientos suficientes y una actitud positiva hacia hábitos considerados saludables, sin embargo, reconocen que esos hábitos son difíciles de cambiar y que se debe seguir trabajando en ello. En este sentido a continuación se presentan algunos resultados del estudio:

A la hora de elegir los alimentos, los entrevistados reconocen que es importante y no lo hacen, las siguientes afirmaciones:

- Leer la información nutricional de los alimentos antes de comprarlos
- Consumir al menos dos frutas por día
- No consumir alimentos procesados como hamburguesas, caldos, prefritos y congelados
- No consumir alimentos con mucha sal o altos en sodio.

Un tercio de los entrevistados consume menos de una fruta por día. El resultado es similar al relevado en la medición del año 2015. Sin embargo, el 81% reconoce muy importante o bastante importante la sugerencia de “consumir al menos dos frutas por día”

Por otra parte, otro hábito identificado como saludable entre las entrevistadas, pero que no es puesto en práctica, es tomarse la presión arterial con frecuencia.

Aún menor es el compromiso con el ejercicio físico. En muchos casos manifiestan que la causa es la ausencia de espacio para incluir esta actividad en sus vidas. Asimismo, tampoco mencionan que destinen tiempo a otras actividades de recreación o lúdicas. De este modo, sé evidencia que el compromiso con la actividad física es bajo y frente preguntas referidas a este punto, los entrevistados manifiestan frustración y necesidad de justificarse, tal como se evidencia en las respuestas que se transcriben a continuación:

“Me gustaría dedicarle más tiempo al ejercicio y esas cosas q hacen bien a la salud. Hoy en día con mis nenes chicos en la escuela y de andar con ellos a cuesta todo el tiempo se hace difícil! “

“El gran problema que tengo es no hacerme tiempo para un gimnasio. o las caminatas.”

Además, en relación a la actividad física, el 89% considera que es muy importante o bastante importante la sugerencia de hacer ejercicio físico con regularidad. Es decir, una vez más, creen que es importante pero no lo hacen.

Finalmente, de acuerdo a la medición del año 2016, existe consenso entre las entrevistadas al respecto de que un descanso correcto es un hábito saludable. Sin embargo, mayoritariamente, el descanso nunca es suficiente entre estas mujeres y mencionan este dato relacionado con la tarea laboral.

¿Cuáles son los efectos –consecuencias derivadas de este problema?

El desarrollo de hábitos no saludables de alimentación, ejercicio y estilo de vida se constituyen en factores de riesgo que predisponen al desarrollo de enfermedades crónicas. Éstas se caracterizan por tener una larga duración y su evolución es generalmente lenta. A nivel mundial, son consideradas una verdadera epidemia que va en aumento debido al envejecimiento de la población y los modos de vida actuales. Generan serios efectos adversos en la calidad de vida de los individuos afectados, deterioran su calidad de vida y son causa de muertes prematuras. Además, tienen efectos económicos importantes en las familias, las comunidades y la sociedad en general. Entre las enfermedades crónicas no transmisibles se encuentran las enfermedades cardiovasculares (ECV), definidas como un grupo de desórdenes del corazón y de los vasos sanguíneos, entre los que se incluyen: la cardiopatía coronaria, las enfermedades cerebrovasculares, las arteriopatías periféricas, la cardiopatía reumática, las cardiopatías congénitas, las trombosis venosas profundas y las embolias pulmonares. Al respecto, la OMS realiza las siguientes declaraciones:

- Las ECV son la principal causa de muerte en todo el mundo. Cada año mueren más personas por ECV que por cualquier otra causa.
- Más de tres cuartas partes de las defunciones por ECV se producen en los países de ingresos bajos y medios.

Argentina, por su parte, está en consonancia con las tendencias mundiales. De acuerdo a información provista por la Federación Argentina de Cardiología (FAC), las ECV son la principal causa de muerte en las mujeres argentinas, causando una de cada tres muertes al año. Esto significa que, aproximadamente, muere una mujer cada 11 minutos.

Finalmente, si bien ambos estudios diagnósticos realizados en las emprendedoras Essen no relevan información específica sobre la prevalencia de ECV, si proporcionan, en cambio, datos relevantes sobre otras patologías crónicas directamente relacionadas con las primeras (sobrepeso, obesidad, diabetes y dislipemias). De acuerdo a la bibliografía científica estas afecciones, combinadas entre sí, pueden configurar un síndrome que recibe el nombre de Síndrome Metabólico; el cual eleva las probabilidades de desarrollar una enfermedad cardiovascular. En relación a esto, las mediciones realizadas en emprendedoras Essen durante los años 2015 y 2016, muestran los siguientes resultados:

- Entre un 33% y un 38% de los entrevistados presenta una de las afecciones consultadas (sobrepeso u obesidad, diabetes, hipertensión o dislipemias).
- Un 15% presenta dos de estas patologías, simultáneamente.
- Entre un 4% y un 6% presenta tres o más de estas afecciones, en modo simultáneo.

¿Cómo identificaron el problema como una prioridad para el territorio?

En primer lugar, tal como se describe anteriormente, la información científica disponible a nivel mundial y regional es contundente al mostrar la gravedad de los efectos y posibles consecuencias que acarrea un estilo de vida poco saludable. Hábitos no saludables de alimentación, ejercicio y estilo de vida, se constituyen en factores de riesgo para el desarrollo de alteraciones metabólicas que a su vez conducen al desarrollo de ECV y en gran medida, a la muerte. Por lo tanto, es claro que el problema planteado en la experiencia REINA DE CORAZONES requiere ser abordado con suma urgencia.

Por otra parte, considerar un problema prioritario para el territorio supone que éste sea reconocido como tal, por los destinatarios de las acciones. En relación a esto, los resultados del estudio realizado en el año 2016 arrojan conclusiones que muestran una actitud positiva entre las emprendedoras Essen hacia la incorporación hábitos saludables. En este sentido, este estudio señala que, con el estímulo correcto, las emprendedoras Essen estarían dispuestas a acompañar una campaña de hábitos de vida saludables. Además, concluye que estas mujeres confían en la marca Essen, de esta manera, la empresa se constituye en un informante valioso en temas de nutrición y hábitos saludables, aunque no existe consenso en que pueda expresarse igual sobre otros temas que hacen a vivir mejor: descanso,

ejercicio físico, tabaquismo, etc.

Finalmente, en función de identificar un problema como prioritario para el territorio, es menester incluir en el análisis el papel que vienen desarrollando otros actores presentes en el territorio. En este sentido, las acciones desarrolladas por la FAC a través de su campaña CUIDO MI CORAZÓN refuerzan la noción de prioridad que posee el presente problema.

¿Quiénes participaron en la identificación del problema y en la solución?

La identificación del problema fue una construcción realizada por miembros de la fundación y la empresa, con la inclusión de las voces de las propias protagonistas. Los estudios diagnósticos que permitieron conocer los hábitos de alimentación, ejercicio y estilo de vida de las mujeres emprendedoras Essen e indagar en las motivaciones y creencias que los sustentan, fueron elaborados e interpretados con el apoyo técnico de expertos de MBC MORI (empresa que realiza investigación y consultoría a nivel regional). Asimismo, la identificación del problema se sustentó en información con rigor científico, brindada por organismos internacionales (OMS) y nacionales (FAC). Por otra parte, cabe mencionar que la experiencia REINA DE CORAZONES se encuentra en desarrollo. Por lo tanto, la construcción de la solución es un proceso colectivo y dinámico, actualmente en marcha, que se va construyendo sobre relaciones de confianza y cooperación entre los actores involucrados (sector privado y sociedad civil). Este proceso, supone fomentar el empoderamiento de las mujeres Essen, ya que sus capacidades, fortalezas y potencial son vitales en esta construcción.

Suministre información y datos que permitan conocer el entorno, el territorio y los pobladores donde ocurre la experiencia

Essen es una empresa que opera principalmente en Argentina y además, en otros cuatro países de América Latina que se mencionan a continuación, en orden decreciente según volumen de operaciones: Uruguay, Bolivia, Perú y Paraguay. En Bolivia y Perú Essen realiza operaciones hace menos de 10 años, concentrándose en pocas ciudades. En cambio, en Argentina, Uruguay y Paraguay las operaciones alcanzan todo el territorio.

En términos generales, los países donde Essen desarrolla sus operaciones varían desde países con una renta per cápita media (como Bolivia y Paraguay); a países con una renta per cápita alta (tal es el caso de Argentina y Uruguay). De acuerdo al último informe de Desarrollo Humano elaborado por el PNUD, Argentina es un país con un muy alto índice de desarrollo humano (puesto nro. 40); Uruguay y Perú poseen un alto índice de desarrollo humano (ocupando los puestos nro. 52 y 84 respectivamente); mientras que Paraguay y Bolivia poseen un índice medio de desarrollo humano (puestos nro. 112 y 119 respectivamente).

Por otra parte, en relación a la población destinataria de la experiencia cabe mencionar las diferencias en su distribución, en cada país. Argentina cuenta con la gran mayoría de los emprendedores Essen (12.897 emprendedores) siendo el 99% mujeres. En el resto de los países la distribución de emprendedores es significativamente menor. Uruguay y Bolivia cuentan con 683 y 675 emprendedores respectivamente (100% mujeres). Finalmente en Perú se encuentran 506 emprendedores (504 son mujeres) y Paraguay cuenta con 254 mujeres (100% mujeres).

El estudio diagnóstico realizado en el año 2016 brinda, además, información relevante sobre otras características sociodemográficas de las emprendedoras Essen.

En primer lugar, en relación a las estructuras familiares presentes, el estudio menciona que si bien 4 de cada 10 familias se constituyen de manera tradicional, coexisten todo tipo de estructuras familiares. Además, cabe mencionar que 4 de cada 10 entrevistadas no conviven con ningún hijo y 1 de cada 10 conviven con hijos pequeños y con adolescentes.

En segundo lugar, en relación al nivel educativo, los resultados del estudio arrojan que:

El 2% de la población estudiada posee primaria incompleta, el 6% ha completado solo la primaria, el 14% posee un secundario incompleto, el 23% ha completado sus estudios secundarios, el 26% posee estudios de nivel superior incompleto y un 29% ha logrado completar sus estudios superiores. Si se compara este dato con el proporcionado por el INDEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) para la población general argentina mayor de 16 años de los grandes centros urbanos, se observa un buen nivel educativo, que supera la media.

Por último, en relación a la percepción de satisfacción con su vida (en términos generales) la población estudiada muestra resultados que se encuentran por encima de los suministrados por el estudio Latinobarómetro 2016 (en base a 1200 casos de toda la Argentina). A continuación se comparan ambos resultados:

40% de la población estudiada se define muy satisfecha con su vida (Latinobarómetro: 23%)

46% de la población estudiada se define bastante satisfecha con su vida (Latinobarómetro: 57%)

13% de la población estudiada se define no muy satisfecha con su vida (Latinobarómetro: 18%)

1% de la población estudiada se define para nada satisfecha con su vida (Latinobarómetro: 3%)

De acuerdo a este mismo estudio, la satisfacción (muy satisfecha) aumenta entre:

-Las mayores de 54 años al 44%

-Las que conviven únicamente con su pareja al 48%

-Las que conviven con una familia ampliada al 51%

En cambio, la satisfacción (muy satisfecha) disminuye entre:

-Las uruguayas al 27%

-Las que conviven sin pareja pero con hijos al 29%

-Las que viven solas u otras estructuras al 34%

¿Cuáles son (fueron) los principales objetivos de la experiencia?

La experiencia REINA DE CORAZONES es una Campaña de Fundación Essen pensada para cuidar el corazón de las mujeres, que propone brindar información, generar conciencia y promover estrategias para propiciar hábitos saludables de alimentación, ejercicio y estilo de vida en las mujeres latinoamericanas, sobre la base de 3 pilares:

- 1)CHEQUEARNOS
- 2)MOVERNOS
- 3)NUTRIRNOS

En este sentido, la experiencia REINA DE CORAZONES persigue el objetivo general de contribuir a disminuir la prevalencia de ECV, en mujeres latinoamericanas.

En pos de ello, los objetivos específicos que se propone son:

- Mujeres latinoamericanas con hábitos saludables de alimentación, ejercicio y estilo de vida
- Mujeres latinoamericanas conscientes de la injerencia de estos hábitos, en la prevención de las enfermedades cardiovasculares (ECV).
- Mujeres latinoamericanas con recursos y estrategias suficientes y adecuadas para propiciar hábitos saludables de alimentación, ejercicio y estilo de vida.
- Mujeres latinoamericanas empoderadas, capaces de liderar espacios de promoción y difusión de estos hábitos, en los distintos espacios de los cuales participan cotidianamente (trabajo, familia, amigos) y en la comunidad en la que están insertas.

¿A quién está (estuvo) dirigida la acción? Quiénes se benefician (ron) de esta experiencia?

La experiencia REINA DE CORAZONES está dirigida a todas las mujeres de América Latina, donde Essen realiza operaciones (Argentina, Uruguay, Bolivia, Perú y Paraguay).

Para alcanzar a todas ellas propone la formación de equipos de líderes entre las mujeres emprendedoras Essen, brindándoles información, recursos, estrategias y acompañamiento, para que sean capaces de liderar la transformación en sus entornos.

Sin embargo, el beneficio de esta experiencia no se limita a las mujeres a quienes se dirigen las acciones. Está demostrado que éstas suelen ser las principales responsables de la selección y adquisición de alimentos en el hogar. En este sentido, el estudio realizado entre emprendedores Essen, en el año 2016, señala que el 50% de los entrevistados (99% mujeres) siempre se encarga de hacer las compras de lo que se cocina en su hogar y un 31% lo hace la mayoría de las veces. Asimismo, el hogar es considerado el primer formador de hábitos entre los niños. Por lo tanto, en base a estas consideraciones, es de esperar que los beneficios de la presente experiencia se extiendan a todos los integrantes de las familias del territorio.

Por otra parte, los hábitos de alimentación, ejercicio y estilo de vida influyen notablemente en la calidad de vida de las personas y son considerados factores preventivos, que permiten conservar la salud. En este sentido, una experiencia como la propuesta genera beneficios para la sociedad en general, repercutiendo positivamente en las sociedades y sus economías, sobre todo de poblaciones, pobres, vulnerables y desfavorecidas.

¿Cuál es (fue) el monto aproximado de inversión realizada en esta experiencia y quiénes son (fueron) los aportantes?

La experiencia REINA DE CORAZONES se encuentra en proceso de desarrollo. Por este motivo, la información suministrada en este apartado corresponde al monto aproximado de inversión realizado hasta el momento, por Fundación Essen.

La inversión global aproximada ronda \$1.000.000 (aproximadamente U\$S 66.500) y se subdivide de la siguiente manera:

- Estudios de diagnóstico de la población destinataria (2015 -2016): \$175.000 (pesos argentinos)
- Desarrollo de material audiovisual y gráfico de la campaña REINA DE CORAZONES: \$240.000 (pesos argentinos)
- Apoyo financiero a la Campaña CUIDO MI CORAZÓN (FCA): \$610.000 (pesos argentinos)

Cabe mencionar que los fondos aportados a la Campaña durante el año 2016 provienen de la venta exclusiva de una cacerola especialmente diseñada por Essen para apoyar esta causa (Cacerola Reina de Corazones). De este modo, Essen ha donado el 100% de lo recaudado por la venta de 1000 unidades de esta cacerola a la Fundación Essen, para financiar la Campaña.

¿Durante cuánto tiempo se desarrolla (ó) la experiencia?

La experiencia comienza en el mes de abril de 2015 y se extiende hasta la actualidad. Inicialmente, la planificación de la experiencia ha sido establecida por el plazo de aproximadamente tres años (2015 - 2017). Sin embargo, al tratarse de un proceso dinámico, serán las evaluaciones realizadas durante su curso, las que permitirán ir reajustando los tiempos y plazos de cada fase.

En el apartado siguiente se señala la duración de cada una de las etapas involucradas.

¿Cuáles son(fueron) las principales fases y actividades realizadas para el desarrollo de esta experiencia?

La experiencia REINA DE CORAZONES está planteada en fases de trabajo y cada una de ellas está constituida por distintas actividades.

- 1) FASE DE DIAGNÓSTICO

Actores involucrados: Fundación Essen, empresa Essen, empresa MBC MORI, emprendedoras Essen y FAC.

Duración: 2015 a julio de 2016

Actividades y rol de los actores:

-Se diseñan, desarrollan e implementan dos estudios diagnósticos consecutivos, con el fin de conocer las características socio demográficas, hábitos, actitudes, motivaciones y deseos de las emprendedoras Essen. Para esta actividad, Fundación Essen trabajó en conjunto con la empresa MBC MORI en el diseño y puesta en marcha de ambos estudios. Asimismo, Essen propició y acompañó los espacios necesarios para concretar su implementación.

A continuación se describen las características principales y objetivos de ambos estudios:

Estudio nro.1) Caracterización alimentaria en público de interés: diagnóstico elaborado sobre los datos recogidos a través de dispositivos electrónicos, en sucesivas reuniones con emprendedores Essen. Se realizaron 7 mediciones a lo largo de todo el año 2015 (10 - abr./ 23 - abr. / 21 -may. / 11 jun. / 25 jun. / 10 sep. / 16 sep.)

Estudio nro.2) Estilo de Vida Essen: El universo de análisis fue todo el universo de emprendedores Essen. El objetivo general de este estudio fue conocer en profundidad los hábitos y actitudes de las mujeres Essen respecto de su modo de vida y la perspectiva de modificarlos. Los objetivos específicos de este estudio fueron:

- Indagar sobre los conocimientos y creencias respecto de la alimentación, conocer cuáles son los mitos que hay que derribar para difundir información genuina.
- Tipo y modo de alimentación de la mujer Essen y de su familia. Consumo de frutas y verduras. Consumo de agua. Hábitos alimentarios saludables y nocivos que practica. Actitudes hacia la alimentación
- Indagar sobre modos y estilos de vida en términos de la salud física y psíquica de las mujeres Essen: Actividad física (programada, no programada, sistemática, eventual), actividades lúdicas, hobbies, el gusto por la cocina. Actitudes hacia la actividad física.
- Conocimiento sobre su salud física: controles médicos que se realiza, periodicidad. Existencia o no de enfermedades relacionadas con el modo de vida (presión alta, diabetes, cardiopatías, obesidad y sobrepeso etc.)

Asimismo, este estudio estuvo constituido por dos instancias:

2.1 Estudio Cuantitativo:

Respondieron 1622 varones y mujeres Essen de toda América Latina. La encuesta se hizo on line y de manera autoadministrada. El cuestionario versó sobre temas de hábitos alimentarios y de salud y tuvo una duración de entre 20 y 25 minutos.

2.2 Estudio Cualitativo:

Se realizaron 7 entrevistas en profundidad de manera telefónica entre referentes Essen de todo el país. Las entrevistas fueron grabadas y transcritas en su totalidad para su análisis.

-Por último, esta fase incluyó la socialización de estos resultados con la Federación Argentina de Cardiología (FAC), para intercambiar información y enriquecer el análisis que orientó los próximos pasos de la experiencia.

2) FASE DE PLANEACIÓN

Actores involucrados: Fundación Essen, empresa Essen, FAC y empresa MBC MORI.

Duración: primer semestre de 2016

Actividades y rol de los actores:

-Se establecen los lineamientos principales de la experiencia REINA DE CORAZONES, con la participación de la empresa, la fundación y la consultora MBC MORI.

-Se realiza una alianza de colaboración e intercambio con la Federación Argentina de Cardiología (FAC). En este sentido, FAC se constituye en respaldo científico de la experiencia REINA DE CORAZONES. Por otra parte, Fundación Essen define apoyar financieramente acciones de la Campaña CUIDO MI CORAZÓN, desarrollada por esta organización.

3) FASE DE EJECUCIÓN

Esta etapa comprende, por un lado, acciones desarrolladas en territorio por la FAC y apoyadas financieramente por Fundación Essen. Y por otro, aquellas actividades desarrolladas e implementadas directamente por la Fundación Essen

Actores involucrados: Fundación Essen, emprendedoras Essen, empresa Essen y FAC

Duración: 2016 y se extiende hasta la actualidad

Actividades y rol de los actores:

En primer lugar se describen las actividades de difusión ejecutadas por la FAC y apoyadas por la Fundación Essen:

1. Difusión de la campaña CUIDO MI CORAZÓN por redes sociales, a partir del mes de abril de 2016.
2. Evento de lanzamiento de la campaña CUIDO MI CORAZÓN, a la comunidad médica Argentina.
Fecha: 22/05/2016
Lugar: Córdoba, Argentina
Objetivo: presentación oficial de la Campaña a la comunidad FAC
Destinatarios: 3500 médicos cardiólogos
3. Bicicleteada realizada en el marco del Congreso Nacional de Cardiología (evento de lanzamiento de la Campaña)
Fecha: 22/05/2016
Lugar: provincia de Córdoba, Argentina
Destinatarios: 1000 personas
4. Jornadas de concientización sobre la enfermedad cardiovascular en las mujeres, abiertas a la comunidad, en distintas provincias de la Argentina.
Objetivo de la actividad: Concientización sobre la enfermedad cardiovascular en las mujeres en una jornada abierta a la comunidad que incluyó: charlas de prevención, desarrollo de actividades aeróbicas al aire libre y disposición de estaciones saludables para realizar mediciones de indicadores metabólicos, en mujeres.
Lugares, fechas y destinatarios:
 - 4.1 Provincia de Salta, 29 de septiembre de 2016, 400 destinatarios.
 - 4.2 Provincia de Santa Fe, 8 de octubre de 2016, 200 destinatarios
 - 4.3 Provincia de La Pampa, 12 de noviembre de 2016, 200 destinatarios.

En segundo lugar, se mencionan las actividades realizadas por Fundación Essen, emprendedoras Essen y empresa Essen, en el marco de la experiencia REINA DE CORAZONES:

- 1) Presentación de la experiencia REINA DE CORAZONES a las emprendedoras Essen, en el marco de la “Convención Internacional de Demostradoras Essen 2016”, que tuvo lugar en el Hotel Sheraton Buenos Aires y de la que participaron alrededor de 1000 mujeres líderes de Essen, pertenecientes a los 5 países donde la empresa está presente.
Este lanzamiento consistió en una actividad de sensibilización, que buscó generar la identificación de las destinatarias con la problemática, generar conciencia al respecto y proponer un espacio de trabajo conjunto entre mujeres líderes Essen y Fundación Essen. En este sentido, se utilizaron desarrollos audiovisuales para potenciar el impacto y se distribuyeron materiales informativos. Finalmente, se les propuso trasladar esta información a sus equipos de trabajo y comenzar a desarrollar espacios de concientización y promoción de hábitos saludables, en forma conjunta.
- 2) Lanzamiento de la campaña REINA DE CORAZONES por la red social de Facebook, con el fin de crear una comunidad de mujeres empoderadas, con capacidades y recursos para adquirir, generar conciencia y promover hábitos saludables de alimentación, ejercicio y estilo de vida, en sus comunidades.
- 3) En este primer trimestre de Campaña, las emprendedoras Essen han comenzado a desarrollar espacios de promoción de hábitos saludables, orientados a prevenir el desarrollo de ECV en mujeres. Estas instancias adquieren distintas características, según los grupos de emprendedoras que los lideran. De este modo, en algunos casos se han desarrollado jornadas puntuales y abiertas a la comunidad, mientras que en otros casos la Campaña Reina de Corazones ha sido incorporado a la agenda de trabajo propia de una red de emprendedoras.
Actualmente, Fundación Essen está trabajando en la recopilación y sistematización de estas experiencias, que se vienen desarrollando desde fines de agosto del presente año. Por este motivo, no es posible presentar estos resultados de manera acabada, sin embargo, algunas de estas experiencias serán mencionadas más adelante, a fin de mostrar los efectos positivos que viene generando la experiencia REINA DE CORAZONES.

4) FASE DE SEGUIMIENTO

Desde el comienzo de la experiencia se vienen realizando instancias de monitoreo del proceso, con el fin de seguir sus avances e introducir las correcciones que se evalúan necesarias. Asimismo, se ha planificado una instancia de evaluación en el primer trimestre del año 2017 que aplicará la misma metodología utilizada en el diagnóstico de la población; de modo de obtener una primera radiografía de los cambios efectivamente generados a partir de la implementación de la experiencia.

Innovación, sostenibilidad y aprendizaje

¿Qué aspectos de la experiencia considera innovadores para el contexto en el que se desarrolla(ó) y por qué?

Se consideran elementos innovadores para el contexto:

- 1) Un diagnóstico exhaustivo de la población destinataria, que permite establecer una línea de base sólida y proporcionar elementos claves para poder evaluar la eficiencia, eficacia y sostenibilidad de las acciones emprendidas.
- 2) La identificación de atributos ventajosos en las emprendedoras Essen, para liderar esta experiencia en el territorio. En este sentido, elementos surgidos de las mediciones realizadas entre las emprendedoras Essen, durante los años 2015 y 2016 vinculan la pertenencia a la Empresa con el empoderamiento personal. Cuatro de estos elementos, se consideran especialmente relevantes para liderar una campaña de concientización sobre hábitos saludables: “la inserción social”, “el espacio para relacionarse”, “la superación personal” y “convertirse en el aspiracional”.
- 3) Las destinatarias de la experiencia participan activamente en la construcción de la solución en el territorio, a tal punto que gran parte de los esfuerzos de Fundación Essen se orientarán a sistematizar estas acciones y transmitir sus atributos exitosos a otros espacios donde sea posible replicarlas.

¿Qué aprendizajes derivados de la experiencia considera que pueden ser de utilidad y potencialmente transferibles a otras organizaciones y contextos que enfrentan retos similares?

Se identifican dos aprendizajes especialmente útiles y potencialmente transferibles:

- En la experiencia REINA DE CORAZONES la actividad inicial de sensibilización de la población destinataria fue crucial. El impacto logrado con el lanzamiento de la Campaña durante la “Convención Internacional de Demostradoras Essen 2016” fue sumamente exitoso y este hecho desencadenó una respuesta inmediata de las emprendedoras Essen, quienes comenzaron a liderar sus propias acciones de concientización y difusión de la Campaña, mucho antes de lo esperado por el equipo del proyecto.
- La experiencia REINA DE CORAZONES propone instalarse en distintos países de América Latina. Si bien es posible identificar elementos comunes entre la población destinataria, tal como muestra el diagnóstico realizado, las acciones desarrolladas hasta el momento en el marco de la Campaña comienzan a evidenciar la importancia de incluir también los elementos diferenciales de cada entorno, con el fin de propiciar el éxito de las acciones, en los distintos territorios.

Mencione tres datos o hechos que permiten evidenciar que los efectos positivos generados a partir de la experiencia, serán duraderos y permitirán a la comunidad y los involucrados en esta iniciativa, enfrentar de mejor manera nuevos desafíos

En función de la sistematización de las actividades realizada hasta el momento, se presentan tres hechos que permiten evidenciar que los efectos positivos podrán sostenerse en el tiempo:

- 1) La red de emprendedoras más importante de la empresa, formada por alrededor de 1400 mujeres, que actúa principalmente en Argentina pero también en Uruguay, Perú y Bolivia ha asumido, en este primer trimestre de implementación de la iniciativa, la promoción de la Campaña REINA DE CORAZONES. En este sentido ha desarrollado un taller de comida saludable denominado “Reina de Corazones” donde incluye el uso de los materiales desarrollados por Fundación Essen para la Campaña (gráfica, videos y recetas de cocina). Este taller ya está siendo desarrollado por los distintos equipos de trabajo que conforman la red.
- 2) Distintas redes de emprendedoras Essen de Argentina han desarrollado, en este primer trimestre de implementación de la iniciativa, eventos de difusión abiertos a la comunidad para difundir la campaña REINA DE CORAZONES, utilizando el material desarrollado especialmente por Fundación Essen (gráfica, videos y recetas de cocina). Estos eventos, comienzan a demostrar la capacidad de liderazgo de estas mujeres y su rol como agentes multiplicadores.
- 3) La FCA, en el marco de la Campaña CUIDO MI CORAZÓN, difunde información y promueve la concientización de la enfermedad cardiovascular en mujeres a través de las redes sociales, principalmente facebook. La campaña en formato digital fue lanzada por esta organización, con el apoyo de Fundación Essen, en el mes de junio de 2016. Desde entonces, el número de seguidores se ha ido incrementando de manera sostenida. Al mes de diciembre, este número asciende a 3420 personas.

Caracterización de la experiencia

Participación

Cuál es (fue) el papel del miembro de RedEAmérica en la experiencia?

El papel de Fundación Essen es acompañar esta iniciativa en todas las etapas del proceso, centrando sus esfuerzos en:

- Estimular y acompañar a las redes de emprendedoras Essen, en el desarrollo de acciones en el marco de la Campaña.
- Proponer continuamente nuevos espacios de promoción de la Campaña
- Desarrollar recursos tales como materiales gráficos y audiovisuales, para potenciar la difusión.
- Articular experiencias exitosas a medida que van siendo identificadas, de modo de capitalizar los aprendizajes y transferirlos de un territorio hacia otro.

¿En qué etapas del proceso participa (ó) la comunidad - organizaciones de base (diagnóstico, planeación, ejecución, seguimiento, etc.)?

Tal como se señala en la descripción de las distintas fases de la iniciativa, la comunidad ha participado de cada una de las instancias del proceso, con excepción de la planeación de la Campaña (etapa donde las emprendedoras Essen no han sido convocadas a participar). Sin embargo, durante la etapa de ejecución éstas han tomado y adaptado la propuesta de REINA DE CORAZONES hasta tal punto, que comienza a evidenciarse la necesidad de revisar continuamente los lineamientos inicialmente propuestos y ajustarlos conjuntamente, en la medida que sea necesario.

¿Qué actores participan (ron) en la ejecución de la iniciativa? (Organizaciones de base, otras organizaciones sociales, empresas, gobierno, etc.)

En la ejecución de la iniciativa participan distintos actores presentes en el territorio, articulando sus esfuerzos y capacidades para potenciar las acciones (tal como fue mencionado en la descripción de cada una de las fases):

- Sector privado (Essen y Fundación Essen)
- Organizaciones de la sociedad civil (FAC y Redes de emprendedores independientes Essen)

Cuál es (fue) el papel de cada uno de los actores involucrados en la experiencia?

En relación al papel de cada uno de los actores involucrados:

- Fundación Essen cumple un papel que atraviesa transversalmente todo el proceso (tal como fue mencionado más arriba).
- La empresa Essen, por su parte, propicia espacios y medios propios de la empresa, para facilitar y promover la difusión de la Campaña, en cada uno de los territorios donde desarrolla operaciones.
- Federación Argentina de Cardiología (FAC): las acciones desarrolladas por esta organización a través de su campaña de prevención de la ECV (CUIDO MI CORAZÓN), generan sinergia con REINA DE CORAZONES. En este sentido, ambas campañas intercambian y comparten información a través de sus redes sociales. Asimismo, en este primer trimestre de ejecución, Fundación Essen ha promovido y estimulado la participación de las emprendedoras Essen en las acciones abiertas a la comunidad llevadas adelante por la FAC.
- Las emprendedoras Essen, nucleadas en redes u organizaciones independientes de emprendedores, se constituyen en los destinatarios de la acción y a su vez, cumplen un rol esencial en la ejecución de la iniciativa, liderando los espacios de difusión de la Campaña, bajo distintos formatos, tales como: talleres de cocina saludables dentro de sus equipos de trabajo y como parte de las demostraciones en las casas donde ofrecen sus productos; y realización de actividades abiertas a la comunidad.

¿La experiencia amplía (ó) la participación de la comunidad - organizaciones de base?

5

Explique

El eje de la experiencia está puesto en la formación de líderes comunitarios (emprendedoras Essen), en un espacio de diálogo, intercambio y construcción conjunta de soluciones, para implementar en los distintos entornos que pretende alcanzar la experiencia.

¿La experiencia amplia(ó) el acceso, administración y control de recursos por parte de la comunidad - organizaciones de base?

3

Explique su respuesta

La experiencia amplía el acceso de la comunidad a recursos tales como información y materiales gráficos y audiovisuales, para difundir la Campaña. Estos son de libre acceso y se presentan a disposición de la comunidad. Sin embargo, la experiencia no incluye el acceso, administración o control de recursos económicos por parte de las emprendedoras Essen.

Construcción de visiones, acuerdos y vínculos de cooperación

¿La experiencia fomenta (ó) la construcción de visiones y acuerdos colectivos entre la comunidad - organizaciones de

base y los demás actores del territorio involucrados?

3

Explique su respuesta

(cuáles acuerdos se establecieron, formas e instancia de decisión)

En Argentina, se ha establecido un acuerdo entre la Fundación Essen y la FAC, para acompañar las acciones de la Federación en todo el territorio argentino, en el marco de la campaña CUIDO MI CORAZÓN. Este acuerdo también propone acercar en el territorio a las emprendedoras independientes Essen con la Federación Argentina de Cardiología.

Asimismo, se propone desarrollar acuerdos con características similares, en los distintos países donde comienza a implementarse la iniciativa.

¿La experiencia fomenta (ó) la creación o consolidación de vínculos de cooperación y asociatividad entre la comunidad - organizaciones de base y los demás actores involucrados?

3

Explique su respuesta

La iniciativa propone la creación de vínculos de cooperación entre las filiales de la Empresa Essen en el exterior de Argentina con las emprendedoras independientes Essen que asumen la promoción de la Campaña en los distintos territorios. Asimismo, está contemplada la necesidad de establecer acuerdos entre empresa, emprendedoras Essen y otras organizaciones comunitarias que ya se encuentren trabajando esta problemática, en los distintos países. En relación a Argentina, ya se encuentran funcionando los acuerdos de cooperación entre Emprendedoras Essen, Fundación, Empresa y FAC.

¿La experiencia sirve (ió) de puente entre la comunidad, el sector empresarial y el gobierno local?

3

Explique su respuesta

La sistematización de las experiencias en el terreno comienzan a demostrar que esta iniciativa sirve de puente entre comunidad, sector empresarial y gobierno local. Un ejemplo que ilustra este puente es la experiencia realizada por la red de emprendedoras independientes "Querubines" de la ciudad de Campaña, provincia de Buenos Aires, Argentina que, ha concretado un evento de difusión de la Campaña, con el apoyo del gobierno local de esa comunidad. Este evento fue realizado con fecha 2 de noviembre de 2016.

¿La experiencia contribuye (ó) a ampliar la confianza entre la (organizaciones de base y los demás actores involucrados)(comunidad y otros actores y organizaciones involucrados)?

3

Explique su respuesta

El éxito de las actividades sistematizadas hasta el momento, emprendidas desde FAC, Fundación Essen y emprendedoras independientes Essen, donde los actores han logrado vincularse en el territorio y compartir espacios de difusión, comienza a evidenciar un mayor grado de confianza entre los mismos.

¿La experiencia contribuye (ó) a ampliar el sentido de reciprocidad e interdependencia entre la comunidad - organizaciones de base y los demás actores involucrados)?

3

Explique su respuesta

En Argentina, los vínculos de cooperación establecidos entre los distintos actores ha contribuido a ampliar el sentido de reciprocidad e interdependencia, en la medida en que se comparte información, se intercambian recursos y se proponen acciones en conjunto. Esto mismo se espera generar en cada uno de los países donde Essen realiza operaciones.

¿La comunidad - organizaciones de base y los demás actores involucrados establecieron alianzas para la ejecución de los planes acordados?

4

Explique su respuesta

La iniciativa REINA DE CORAZONES se asienta sobre la generación de alianzas. En este sentido, por un lado funcionan las alianzas entre Fundación, Empresa y emprendedoras independientes Essen. Por otro, Fundación Essen trabaja en alianza con la FAC y en este marco busca acercar las emprendedoras independientes Essen, a las acciones emprendidas por esta organización. Esta misma dinámica busca implementarse en el resto de los países donde Essen desarrolla operaciones.

Incidencia en lo público

¿La experiencia contribuye(ó) a construir y/o ampliar los espacios de participación pública para la comunidad - organizaciones de base y los demás actores involucrados?

4

Explique su respuesta

Al tratarse de una campaña de concientización y difusión de hábitos saludables, que se abre a la comunidad con distintas modalidades, las acciones emprendidas desde la Fundación, la FAC y las redes de organizaciones de emprendedoras Essen construyen y amplían espacios de participación pública, en la medida que interactúan con el entorno.

¿La experiencia influye(ó) en el diseño de políticas, programas y medidas del gobierno?

2

Explique su respuesta

Actualmente la experiencia no influye en el diseño de políticas, programas o medidas del gobierno. Sin embargo, la iniciativa incluye esta propuesta en su planificación. En función de los resultados obtenidos a partir del trabajo de sistematización que se encuentra en curso, se contempla evaluar esta posibilidad.

¿La experiencia influye(ó) en la asignación de recursos públicos del gobierno?

2

Explique su respuesta

Actualmente la experiencia no influye en la asignación de recursos públicos. Sin embargo, tal como se plantea en el punto anterior, en función de los resultados de la sistematización de esta experiencia, se espera acercar esta experiencia a distintas instancias de gobierno.

La experiencia contribuye (ó) crear o fortalecer canales de diálogo entre la comunidad -organizaciones de base, otras organizaciones sociales y las autoridades públicas del territorio para intercambiar información, generar acuerdos y desarrollar proyectos conjuntos?

3

Explique su respuesta

La experiencia REINA DE CORAZONES requiere de acuerdos entre los distintos actores y las autoridades públicas, en cada actividad que define implementar en espacios públicos. Tal es el caso de las actividades desarrolladas por la FAC en las distintas provincias de la Argentina y las actividades de concientización abiertas a la comunidad, que se vienen desarrollando desde las organizaciones de emprendedoras Essen. Asimismo, se espera profundizar los canales de diálogo a medida que avance esta iniciativa generando el intercambio de información y propiciando acciones conjuntas.

Capacidades colectivas

¿La experiencia contribuye (ó) que la comunidad-organizaciones de base y los demás actores involucrados adquieran capacidades para construir visiones y acuerdos colectivos?

3

Explique su respuesta

La capacitación y formación de emprendedoras que lideren estos procesos implica la transmisión de capacidades para construir visiones y acuerdos colectivos. La transmisión de estas capacidades será aún más importante en los países donde la Fundación no está presente físicamente; ya que el rol de las emprendedoras independientes y de las filiales de la empresa en la construcción de estos acuerdos, asume un protagonismo mayor.

¿La experiencia contribuye (ó) que la comunidad-organizaciones de base y los demás actores involucrados adquieran capacidades para usar información sobre su entorno para diseñar y ejecutar experiencias?

4

Explique su respuesta

Las emprendedoras independientes Essen poseen experiencia en trabajar a partir de la información sobre su entorno. En este sentido,

Diciembre 13 de 2016

la iniciativa REINA DE CORAZONES les propone diseñar y ejecutar acciones en el marco de la Campaña, implementando y profundizando esta misma mirada.

¿La experiencia contribuye (ó) que la comunidad-organizaciones de base y los demás actores involucrados adquieran capacidades para planear y formular proyectos?

2

Explique su respuesta

Dadas las características de esta experiencia no se busca transmitir capacidades para formular proyectos. Sin embargo, se trabaja en la transmisión de recursos y habilidades para emprender acciones exitosas de concientización y difusión de hábitos saludables.

¿La experiencia contribuye (ó) que la comunidad-organizaciones de base y los demás actores involucrados adquieran capacidades para hacer seguimiento a las actividades y resultados?

3

Explique su respuesta

En la sistematización de las actividades desarrolladas en el marco de la experiencia, se trabaja junto a los actores involucrados para propiciar el registro de los resultados.

¿La experiencia contribuye (ó) que la comunidad-organizaciones de base y los demás actores involucrados adquieran capacidades para evaluar los resultados, analizar y ajustar las actividades y estrategias?

4

Explique su respuesta

La iniciativa plantea instancias de evaluación de resultados, para analizar y ajustar actividades y estrategias; junto a los distintos actores del territorio.

¿La experiencia contribuye (ó) que la comunidad-organizaciones de base adquieran capacidades para administrar recursos?

1

Explique su respuesta

La experiencia no contempla instancias de transmisión de capacidades para administrar recursos económicos.

¿La experiencia contribuye (ó) que la comunidad-organizaciones de base adquieran capacidades para acceder a nuevas fuentes de recursos?

1

Explique su respuesta

La experiencia no contempla la transmisión de capacidades para acceder a nuevas fuentes de recursos económicos.

¿La experiencia contribuye (ó) que la comunidad-organizaciones de base y los demás actores involucrados adquieran capacidades para negociar y resolver conflictos?

3

Explique su respuesta

En la medida en que la Campaña propone acciones en alianza con distintos actores presentes en el territorio, son requeridas habilidades de negociación y resolución de conflictos. En este sentido, estas capacidades son promovidas por las capacitaciones que reciben las emprendedoras desde la empresa, en el marco del desarrollo de su negocio.

¿La experiencia contribuye (ó) que la comunidad-organizaciones de base y los demás actores involucrados adquiera capacidades para acceder a espacios de participación?

3

Explique su respuesta

La experiencia promueve espacios de participación donde ejecutar acciones, en el marco de la Campaña. En este sentido, se propone la transferencia de estas capacidades, especialmente en los territorios donde Fundación Essen no está presente físicamente.

¿La experiencia contribuye (ó) que la comunidad-organizaciones de base y los demás actores involucrados adquieran capacidades para cooperar y trabajar en alianza?

3

Explique su respuesta

Fundación Essen promueve capacidades para trabajar en alianza poniendo en contacto a los distintos actores del territorio, a través de la difusión de las acciones realizadas y propiciando nuevos espacios de intercambio

Resultados en Desarrollo Sostenible

¿La experiencia contribuye (ó) a disminuir las condiciones de pobreza en la comunidad y el territorio?

2

Explique su respuesta

Suministre resultados cuantitativos o cualitativos para sustentar las transformaciones observadas

La experiencia se encuentra en fase de sistematización de las acciones emprendidas y postula una primera evaluación que permitirá dimensionar las transformaciones efectivamente generadas, en el primer trimestre del próximo año. En este sentido aún no cuenta con resultados fehacientes que permitan demostrar el mejoramiento de la calidad de vida de los actores, como producto de las acciones emprendidas. Sin embargo, cuenta con indicios positivos en este sentido, relacionados con el aumento de la información disponible entre la comunidad y el empoderamiento de las emprendedoras Essen, que comienzan a asumir la difusión de la Campaña.

¿La experiencia contribuye (ó) a generar una dinamización económica del territorio donde ocurre la iniciativa?

2

Explique su respuesta

Suministre resultados cuantitativos o cualitativos para sustentar las transformaciones observadas

La iniciativa no se orienta a promover directamente la dinamización económica del territorio. Sin embargo, tal como se ha señalado anteriormente, el mejoramiento de los hábitos de alimentación, ejercicio y estilo de vida de las mujeres a las que se destina la Campaña, repercutirá positivamente en las condiciones económicas de sus comunidades.

¿La experiencia contribuye (ó) a generar un mejor cuidado del ambiente en el territorio donde ocurre la iniciativa?

2

Explique su respuesta

Suministre resultados cuantitativos o cualitativos para sustentar las transformaciones observadas

Tal como se menciona más arriba, la iniciativa aún no cuenta con datos fehacientes en este sentido. Sin embargo, en la medida en que las mujeres destinatarias de la Campaña adquieren hábitos relacionados con la adquisición de alimentos más saludables (asociados con costos ambientales de producción con menor impacto para el ambiente) y elijan medios de desplazamiento que impliquen mayor ejercicio físico; los resultados de la campaña estarán contribuyendo a la protección del ambiente.

¿La experiencia contribuye (ó) a generar una mejor institucionalidad y a fortalecer la ciudadanía en el territorio donde ocurre la iniciativa?

2

Explique su respuesta

Suministre resultados cuantitativos o cualitativos para sustentar las transformaciones observadas

De igual manera, la experiencia aún no cuenta con resultados fehacientes en este sentido, dado que se encuentra en su fase de sistematización. Sin embargo, es evidente el fortalecimiento de la ciudadanía en la medida en que las mujeres a quienes se destina la Campaña aumentan sus capacidades e información acerca de cómo mejorar su calidad de vida.

¿La experiencia contribuye (ó) a la profundización de valores y prácticas democráticas?

3

Explique su respuesta

Mencione datos o hechos ejemplifiquen los resultados

La experiencia contribuye a la profundización de valores y prácticas democráticas, en la medida en que propone una construcción

Diciembre 13 de 2016

compartida de la solución. Para ello, promueve el empoderamiento de las emprendedoras Essen y la creación de alianzas con los actores presentes en el territorio.

¿La experiencia contribuye (ó) a la inclusión de las diversas voces e intereses de la comunidad y los diversos involucrados?

3

Explique su respuesta

Mencione datos o hechos ejemplifiquen los resultados

La inclusión de las diversas voces e intereses se manifiesta en el modo en que se desarrolla la Campaña. Lejos de plantearse como una "receta estanca" que alcance a todos por igual, acompaña acciones desarrolladas por organizaciones científicas (FAC), ligadas a la comunidad médica; y por otro lado busca capacitar a las emprendedoras Essen para que transmitan y generen conciencia con las modalidades propias que desarrollan en sus equipos de trabajo.

¿Cómo valora el efecto o la influencia de esta experiencia sobre el desarrollo sostenible del territorio?

1

Explique su respuesta

Mencione datos o hechos ejemplifiquen los resultados

Aún no es posible realizar una evaluación con estas características.

Información adicional



https://www.facebook.com/pg/Fundaci%C3%B3n-Essen-1233661623331991/videos/?ref=page_internal
<https://www.dropbox.com/sh/f0xznac134l8sf/AAClnRYAx6ji1kJU4MeSgMoHa?dl=0>



[informe de resultados - essen 09 10 2015.pdf](#)
[triptico campaña cambiosv2.pdf](#)