



Mujeres
y autoestima



Liderazgos

MILLA



Innovación



Autonomía



OIM
ONU MIGRACIÓN

MILA

PROGRAMA MILA

Mujeres, Innovación, Liderazgos y Autonomía

Primera Edición

Agosto 2020

Organización Internacional para las Migraciones (OIM)

Misión en Colombia <http://www.oim.org.co>
Cra. 14 No 93 B – 46
Conmutador: 6397777
<http://www.oim.org.co>

Ana Durán-Salvatierra, Jefe de Misión

Gerard Gomez, Jefe de Misión Adjunto

Alessia Schiavon, Directora de Programas

Juan Manuel Luna, Coordinador del Programa de Prevención, Desmovilización y Reintegración (PDR)

Sandra Ruiz, Coordinadora adjunta del Programa de Prevención, Desmovilización y Reintegración (PDR)

Equipo técnico

Silvia Parra Remolina, Gerente en Enfoque Diferencial del Programa de Prevención, Desmovilización y Reintegración (PDR)

Olga Vargas, Monitora en Enfoque Diferencial del Programa de Prevención, Desmovilización y Reintegración (PDR)

Sarah Forero Bustamante, Monitora en Enfoque Diferencial del Programa de Prevención, Desmovilización y Reintegración (PDR)

Autoras

Ingrid Paola Hurtado, Consultora

Laura Marcela Beltrán de la Hoz, Consultora

Corrección de estilo

Diana Carolina Durán Núñez

Diseño e ilustración

Alejandra Medina Barragán

©Organización Internacional para las Migraciones (OIM), 2020

ISBN: 978-958-5137-08-0

Impreso en Colombia. Printed in Colombia

La Organización Internacional para las Migraciones (OIM) está consagrada al principio de que la migración en forma ordenada, en condiciones humanas beneficia a los migrantes y a la sociedad. En su calidad de principal organización internacional para las migraciones, la OIM trabaja con sus asociados de la comunidad internacional para ayudar a encarar los desafíos que plantea la migración a nivel operativo; fomentar la comprensión de las cuestiones migratorias; alentar el desarrollo social y económico a través de la migración y velar por el respeto de la dignidad humana y el bienestar de los migrantes.

Las opiniones expresadas en las publicaciones de la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) corresponden a los autores y no reflejan necesariamente las de la OIM. Las denominaciones empleadas en esta publicación y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican, juicio alguno por parte de la OIM sobre la condición jurídica de ningún país, territorio, ciudad o zona citados, o de sus autoridades, ni respecto del trazado de sus fronteras o límites.

Quedan reservados todos los derechos. La presente publicación no podrá ser reproducida íntegra o parcialmente, ni archivada o transmitida por ningún medio (ya sea electrónico, mecánico, fotocopiado, grabado u otro), sin la autorización previa del editor.

Tabla de contenido

Sobre esta guía	4
Enfoque transformador: “emprender en femenino”	6
Barreras al emprendimiento en femenino a las que se enfrenta MILA	10
Emprendipedia	17
Módulos de trabajo	21
AUTOESTIMA	25
Momento 1: saliendo del rol – “de caracolas a cangrejas”	23
Momento 2: me reconozco – un laboratorio de fotografía	25
Momento 3: comparto y transformo	23
LIDERAZGOS	25
Momento 1: construyo representaciones – “el espejo imaginario”	25
Momento 2: reconozco en otros y otras posibilidades de cooperación – “construyendo redes”	27
Momento 3: coopero en la cotidianidad – “ruta de retos: sacándola del taller”	29
INNOVACIÓN	25
Momento 1: identifico centros de interés – “soñando como otro”	31
Momento 2: genero un proceso creativo – un millón de formas de hacerlo	33
Momento 3: prototipo un proyecto personal – del laboratorio al lienzo	35
AUTONOMÍA	25
Momento 1: construyo un mapa de decisión – “de ida y vuelta”	38
Momento 2. Identifico comunes – “¿quién como yo?”	
Referencias	42

Sobre esta guía

Esta guía tiene el objetivo de fortalecer capacidades emprendedoras, con perspectiva de género, para utilizar en talleres comunitarios dirigidos a mujeres y hombres, niñas y niños, jóvenes, adolescentes y adultos mayores en el que se proponen actividades orientadoras para transformar la noción de emprendimiento a partir de cuatro ejes temáticos: autoestima, innovación, liderazgo y autonomía.

Para la selección del contenido se realizó un ejercicio de revisión de diferentes informes, estudios e iniciativas de empoderamiento femenino lideradas por instituciones públicas, privadas y multilaterales como la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Organización Internacional para las Migraciones (OIM), la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), *WeGrow*, la plataforma online *Feminarian*, entre otros; además de autoras como Marcela Lagarde, Guernica Facundo Vericat y Oliver Decroly. Dichos aportes se ven reflejados y adaptados a lo largo de esta guía con el fin de acercar estas propuestas teóricas, metodológicas y conceptuales de forma sencilla y didáctica.

Mediante un enfoque práctico, esta guía incluye una serie de herramientas modulares que han sido diseñadas para que se puedan implementar o bien de manera progresiva, o como un único taller, y que en todo caso se logren los efectos en la dimensión personal que aborda cada teoría de cambio. Para mayor facilidad en el uso de esta cartilla de trabajo, cada ejercicio contiene conceptos y orientaciones metodológicas, aportando herramientas prácticas y teóricas. El objetivo es entregar un material de autoformación para que, a través de un proceso de lectura y en lo posible, tras haber participado en el desarrollo de alguna de las sesiones, una

articuladora pueda preparar los materiales y de esta forma planear un taller y facilitarlo a nivel comunitario.

Esta guía hace énfasis en el trabajo participativo y colaborativo como motor del aprendizaje colectivo. La experiencia del grupo hará que esta guía se enriquezca de acuerdo con la creatividad de cada participante, por lo que es un material flexible, con el que se pueden utilizar las dinámicas de integración que mejor se adapten al contexto y a la experiencia de cada persona.

El programa MILA y esta guía, como herramienta didáctica, se caracterizan por los principios de confianza, respeto, empatía y corresponsabilidad y, junto con la promoción de una cultura de igualdad, buscan aportar al desarrollo y empoderamiento de la comunidad y particularmente de las mujeres, niñas y adolescentes.

MILA aborda el emprendimiento como el proceso para liberar el potencial creador de una persona, no solamente asociado a un proyecto productivo o idea de negocio, sino desde una dimensión más amplia donde se propone que, al fortalecer las capacidades individuales y colectivas, en cada uno de los ejes temáticos, las participantes encuentren un camino para desarrollar su propósito de vida.

Esta guía fue elaborada a partir de una serie de talleres que se diseñaron en el marco del el Programa de Reintegración y Prevención del Reclutamiento (RPR) de la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), implementado por la OIM, donde se desarrollaron los temas principales que involucran la promoción de la igualdad de género en el contexto social, comunitario, y económico.

Cada temática comienza con una introducción, explicando por qué este tema es relevante; luego, propone un ejercicio de reflexión individual que busca guiar los conceptos y, finalmente, actividades para desarrollar en grupo, en las que se les invita a compartir las experiencias; todo con el fin de promover esas capacidades emprendedoras en proyectos individuales o colectivos.

Agradecemos a las mujeres y niñas que aportaron con su participación activa y experiencias a la sistematización de estos ejercicios y reflexiones, dando como resultado esta guía de emprendimiento.

Enfoque transformador: “Emprender en Femenino”

Emprender en Femenino es un enfoque transformador interseccional desde el cual se construye esta cartilla. Está basado en comprender cómo actúan las estructuras de discriminación en **cuatro** elementos estructurales que determinan la forma en la que las mujeres emprenden y los resultados de esos emprendimientos. Se propone como enfoque transformador, en la medida en que no pretende ser un diagnóstico sino un marco analítico que permite dar un contexto a los elementos concretos que diferentes organismos internacionales, centros de pensamiento, centros de investigaciones y organizaciones de la sociedad civil han encontrado y que se presentan en el siguiente acápite. Es así como en este apartado se mencionan hallazgos académicos precedentes articulados para constituir este enfoque y proponer una narrativa para la transformación de las barreras concretas que enfrentan las mujeres para emprender exitosamente.

En primer lugar, **el género** es un estructurador sociocultural, en el que se basa la configuración de las relaciones de poder. Lo que significa que, a partir del valor simbólico y social que se otorga a las diferencias sexuales en cada sociedad¹, se les asigna a las personas un rol y un lugar dentro de la estructura social. Ello se traduce en unas desigualdades estructurales entre hombres y mujeres, no solamente en el acceso a derechos sino en relación con las representaciones sociales² que hombres y mujeres tienen de sí mismas y de los otros. Es decir, los roles que se asignan a hombres

y mujeres a partir de lo que se “cree” es su naturaleza y su función social y cómo estos roles son legítimos porque son aceptados por toda la sociedad. Por ejemplo, se “cree” que quienes proveen recursos económicos a un hogar son principalmente los hombres, mientras se considera que las mujeres contribuyen con tareas de cuidado como cocinar, educar o asear.

Los roles se reproducen a partir de las pautas de crianza de hombres y mujeres, que replican esas creencias y, así mismo, las limitaciones a las que se enfrentan las mujeres. Especialmente las mujeres jóvenes. **¿Qué habría que superar entonces?** Todo el sistema de creencias que lleve a pensar que las mujeres no pueden ser exitosas en economías de conocimiento, de tecnología, de innovación, y que solamente deben dedicarse a cosas “en las que las mujeres son buenas” es decir, economía del cuidado y de servicios (asociados al cuidado). Se logra a partir del empoderamiento y el fortalecimiento de la autoestima, pero también es necesario garantizar que ese empoderamiento se traduce en prácticas de crianza compartidas y transformadoras.

En segundo lugar, las **representaciones sobre ruralidad** para la imposición de saberes exógenos como fuente de innovación. Significa que las narrativas existentes sobre la ruralidad son resultado de un proceso en el que el poder (político, administrativo y económico) se ha concentrado en las ciudades, y en ese sentido

1 Melo Moreno, Marco Alejandro. (2006). La categoría analítica de género: una introducción. De mujeres, hombres y otras ficciones. En: Colombia. Ed: CES-Tercer Mundo Editores. Escuela de estudios de género, V.1, p. 33-38.

2 Elias, N. El proceso de la civilización: Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas. Fondo de Cultura Económica. 2015.

se ha profundizado la desconexión entre lo urbano y lo rural que ha llevado al desconocimiento mutuo entre población rural y urbana³. Esas relaciones sociales en tensión las pacifica el Estado desde la perspectiva de Elias⁴, en la que las políticas públicas son consideradas de homogenización nacional y pretenden generar cohesión social. Sin embargo, dado que quien pacifica esas tensiones es el Estado, concentrado en las ciudades, las narrativas que se establecen en la sociedad son unilaterales, en las que la ruralidad se asocia con atraso (tecnológico) y pobreza, o en la que se representa la vida rural en un paisaje en el que todo es bueno, sano, tranquilo, y que termina por desconocer el duro trabajo campesino y la relación circular de los recursos en los procesos sociales y económicos.

En procesos de emprendimiento, esas circunstancias llevan a que lo que se considera emprendimiento e innovación, particularmente, son ideas "urbanas", o para un mercado "urbanizado" del que también hay una narrativa equívoca desde los escenarios rurales, pues, desde la ruralidad, ese imaginario se concentra en la transferencia de elementos "identitarios rurales" como artesanías, atuendos, o equipa-mientos "naturales" y se considera que no hay lugar para la innovación, que sería una característica urbana de las sociedades. No se reconoce en ninguno de los escenarios, por ejemplo, que la innovación para resolver problemas rurales puede ser útil para un mercado global, que son de hecho soluciones tecnológicas (aunque no electrónicas). Es el caso del toldillo, una

solución tecnológica rural que luego se transfirió a la ciudad por su utilidad; o el uso de materiales impermeables para actividades de pesca que pueden ser utilizados en otro tipo de actividades. ¿Qué es lo que hay que transformar entonces? La concepción sobre innovación y las consideraciones que se tiene del contexto propio, especialmente desde un escenario rural, en el que todos los elementos que lo conforman están normalizados y por lo tanto, se escapan oportunidades de innovar.

En tercer lugar, la noción colectiva e individual de las relaciones étnico-raciales. De igual manera que las relaciones de género, las relaciones étnico-raciales han determinado de facto una categorización social, en las que los pueblos étnicamente diferenciados y sus miembros, se enfrentan a diferentes formas de discriminación a diario, esto ha tenido un correlato en la forma en la que se ha movido el conflicto. Además de las discriminaciones estructurales, también hay una tensión permanente entre la dimensión individual y colectiva desde una perspectiva identitaria. Esta tensión está determinada, en gran medida, por presiones externas. Los proyectos productivos comunitarios son colectivos, decididos internamente y, muchas veces, con roles históricamente asignados proveídos por la estructura de género occidental.

Los procesos de emprendimiento entonces son colectivos, en los que la toma de decisiones se concentra en los hombres mayori-

3 Yannick Gaudin, "Nuevas narrativas para una transformación rural en América Latina y el Caribe. La nueva ruralidad: conceptos y medición", Documentos de Proyectos, (LC/TS.2019/45-LC/MEX/TS.2019/9), Ciudad de México, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2019.

4 Elias, N. El proceso de la civilización: Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas. Fondo de Cultura Económica. 2015.

tariamente, como sucede con otros procesos y contextos, y esto profundiza la “especialización” vía roles asignados. Sin embargo, estas tensiones se dan en el marco de unos derechos étnico-territoriales, que incluyen, entre otros, el derecho a la autodeterminación, la autonomía y la identidad e integridad cultural, que deben ser protegidos y respetados por ciudadanas y ciudadanos. ¿Qué habría que cambiar? Trabajar desde la autonomía de los pueblos por el reconocimiento de otras colectividades, por ejemplo, procesos de emprendimiento de las mujeres de una comunidad en los que promuevan una innovación que sale de la estructura sociocultural, en la que las mujeres pueden decidir, generar los procesos y distribuir los recursos obtenidos. Existen múltiples ejemplos exitosos de procesos de estas características en el mundo, que han garantizado el respeto por la integridad cultural y la autonomía de los pueblos.

En este escenario, el reconocimiento y registro de los saberes propios y ancestrales es clave, porque no es posible desconocer que los procesos de colonialismo modernos se han apropiado de múltiples innovaciones que son, de hecho, resultados de procesos colectivos, étnicos y ancestrales⁵. Si bien la perspectiva de emprendimiento que aquí se propone es amplia acerca de emprendimientos personales, sociales, ambientales y económicos, la noción del poder asociado

al conocimiento que deviene de la forma en que funcionan los mercados globales⁶ desconoce muchas veces los procesos locales, que requieren ejercicios de reconocimiento para tener continuidad.

En cuarto lugar, en cuanto a las representaciones sobre discapacidad y ciudadanía, el ejercicio de la ciudadanía es un acto permanente que se ubica en el imaginario social y, para quienes tienen los medios de practicarla, todo aquello que sale de lo normativo, sea en términos de género, pertenencia étnica, edad, o discapacidad, sufre un proceso de descuidadización social. En este caso, las personas con alguna discapacidad se enfrentan a este proceso en el camino de su lucha por la autonomía⁷. La ciudadanía desde una perspectiva liberal implica que “ciudadano es todo individuo humano en cuanto sujeto de derechos civiles y políticos —y de sus correspondientes deberes— que especifican su libertad y autonomía en el marco de la igualdad formal y legal, dentro de una estructura estatal democrática que posibilita su ejercicio”⁸. Es evidente que el criterio de identificación de esta noción de ciudadanía es la autonomía persona, que puede ejercerse en el ámbito público y privado. En el caso de las personas con discapacidad, esa autonomía se ve limitada.

El ejercicio de las libertades individuales, sin embargo, desconoce la dimensión social y colectiva del devenir de las personas y la función social que ejercen las personas cuidadoras, por ejemplo, en proveer

5 Crespo, J.M. y Vila Viñas, D. (2014) Saberes y Conocimientos Ancestrales, Tradicionales y Populares (v. 2.0). Buen Conocer - FLOK Society Documento de política pública 5.2. Quito: IAEN

6 Martínez Piva, Jorge Mario (Coordinador). Generación y protección del conocimiento: propiedad intelectual, innovación y desarrollo económico. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) Sede Subregional de la CEPAL en México. 2008.

7 Angela Madeo, Flavia Manarin, Marianela Moretti y Julia Saucedo (2013). La discapacidad entre la ciudadanía y la descuidadización. X Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

8 Etxebarria, Xabier. La condición de ciudadanía de las personas con discapacidad intelectual. Cuadernos Deusto de Derechos Humanos. Num 48. Universidad de Deusto, Bilbao. 2008.

medios (no necesariamente financieros) para que las personas con discapacidad gocen de la mayor autonomía posible.

No obstante lo anterior, cualquiera de las dos aproximaciones limita el sentido de sujeto activo de las personas con discapacidad. La posibilidad de innovar, de crear y de ejercer su propio emprendimiento se ve limitado no por la condición que tienen, sino por las representaciones que otras personas les otorgan. ¿Qué es lo que hay que transformar entonces? En primer lugar, la narrativa

de la ciudadanía ejercida solamente desde la autonomía funcional, pues existen diferentes dimensiones de la autonomía que se pueden ejercer y la práctica de la ciudadanía no puede estar limitada a una única dimensión. El segundo, la construcción de redes alrededor de las personas con discapacidad y de las personas que acompañan, que garanticen su autonomía financiera —por ejemplo— y que les permitan sentirse parte de algo y reconocerse como un sujetos activos dentro de una comunidad.

Barreras al Emprendimiento en Femenino a las que se enfrenta MILA

A partir de lo anterior, se lee el mundo del emprendimiento como un escenario de oportunidades, pero también un espacio en el que se reproducen todas las estructuras de discriminación a manera de barreras de éxito. El mundo del emprendimiento es un principalmente dominado por hombres —como casi todas las esferas de la vida pública en las sociedades latinoamericanas— y el emprendimiento implica tomar la iniciativa de actuar para hacer una idea realidad. Pero tomar la iniciativa implica tener las ideas, el conocimiento para desarrollarlas, los medios para ponerlas en marcha y la paciencia para mantenerlas mientras se movilizan.

Hay factores estructurales de la forma en la que funcionan las sociedades, y otras, relacionadas con la forma en la que funcionan los emprendimientos que se consideran barreras, y que esta guía pretende abordar para contribuir a su transformación en el ámbito de las mujeres colombianas en toda su diversidad.

Existen múltiples estudios a nivel latinoamericano que han identificado un conjunto de características y de situaciones que se asocian con el éxito del emprendimiento, en el que se manifiestan todas las barreras culturales con las que viven las mujeres por cuenta de la estructura de discriminación basada en el género. Para esta guía se han agrupado esos hallazgos en cuatro dimensiones

pensadas como narrativas instaladas sobre el emprendimiento femenino y propuestas transformadoras:

- 1) Economía del cuidado versus economía del conocimiento
- 2) El capital social de las mujeres
- 3) Motivaciones y expectativas para el emprendimiento
- 4) Acceso a recursos y fuentes de financiación

A continuación, se explica en qué consisten y por qué son la base fundacional para la estrategia MILA.

Economía del cuidado versus economía del conocimiento

La noción de innovación es diferente en los escenarios de hombres y mujeres. De acuerdo con el informe *WeGrow*⁹ la diferencia fundamental en los principales sectores en los que emprenden las mujeres de alto crecimiento y los emprendedores hombres de alto crecimiento es que ellas emprenden en sectores como alimentos y bebidas, servicios a negocios y manufactura. Las emprendedoras de menor crecimiento emprenden en los mismos sectores y en comercio al por menor, mientras los emprendedores hombres

9 FOMIN - Fondo Multilateral de Inversiones. WEGrow. Liberando el potencial de crecimiento de las emprendedoras en Latinoamérica y el Caribe. Banco Interamericano de Desarrollo. 2014.

de alto crecimiento emprenden principalmente en sectores de tecnología: internet y software y servicio a negocios.

Estos resultados se reproducen a partir del acceso a la educación: entre las emprendedoras exitosas el 76% tienen grado universitario, mientras el 90% de los emprendedores exitosos tienen grado universitario. Asimismo, mientras el 60% de los hombres tienen,

además, estudios en el extranjero, solo el 35% de las mujeres tienen estudios en el extranjero¹⁰. Ello también se traduce en otras dinámicas de la academia: a pesar de que el 60% de las personas graduadas y de investigadores en América Latina son mujeres, en disciplinas asociadas con ciencia y tecnología el porcentaje de mujeres es solo de 36%¹¹.



Ilustración 1. Estadísticas de emprendimiento

10 FOMIN - Fondo Multilateral de Inversiones. WEGrow. Liberando el potencial de crecimiento de las emprendedoras en Latinoamérica y el Caribe. Banco Interamericano de Desarrollo. 2014.

11 Grazzi, Matteo & castillo, Rafael & Tacsir, Ezequiel. (2014). Women in Science and Technology. What does the literature say?.

Esas cifras se desprenden de los roles estructuralmente asignados que se reproducen a través de diferentes mecanismos y uno de ellos son los juguetes: los estudios de mercado del Instituto Tecnológico de Producto Infantil y Ocio han evidenciado que, de los juguetes



Ilustración 2. Roles de género - actividades

Buena parte de este proceso responde a narrativas que están instaladas en las personas y en las comunidades que crean limitaciones sobre las mujeres, que pueden transformarse a través de acciones concretas. Por esta razón, la propuesta transformadora está dirigida a pensarse por fuera del rol y que las mujeres se reconozcan como sujetos útiles, productivos y transformadores, más allá de los roles asociados con el cuidado de otros, y que encuentren en la innovación la oportunidad para expandir sus proyectos de vida individuales y colectivos.

clasificados en la categoría “Techies”, los consumidores son en un 79% niños y un 21% niñas; mientras por ejemplo, los juguetes clasificados en la categoría “Trendies”, que incluye juguetes de moda y emojis, el 87% son consumidos por niñas y el 13%, por niños¹².



Por esto, **la autoestima** entendida desde la perspectiva feminista implica la valoración del propio ser como sujeto, pero el referente de esa valoración estética, política, social o económica no puede estar ligado a lo que se espera que sea una mujer; no puede ser la valoración en relación con la cercanía o lejanía de los estándares estéticos, económicos, académicos o políticos; y tampoco puede ser una valoración que parte de lo colectivo. Es una valoración del propio ser que resulta de las necesidades de realización personales, de la consciencia de —como señala Lagarde— de que cada mujer

tiene recursos propios, ha desarrollado habilidades y capacidades subjetivas y prácticas para vivir, que son parte de cada mujer y que la constituyen. La consciencia de la autoestima conduce a que cada mujer visualice y aprecie sus cualidades y habilidades vitales, las potencie y las comparta con otras mujeres¹³.

La primera incidencia que se requiere de las mujeres es en su propia vida, su primer emprendimiento debe ser la autonomía y la realización personal. Por lo anterior, el primer elemento que se propone para la intervención a través de MILA es la autoestima.

El capital social de las mujeres como contribución a las capacidades de la comunidad, municipio, departamento y país

La segunda barrera identificada para el emprendimiento exitoso de las mujeres tiene que ver con las relaciones sociales, entendidas desde una perspectiva amplia como capital social. Es decir, no las relaciones sociales en general, sino los recursos que resultan de las relaciones sociales entre las personas que persisten en el tiempo. Estos recursos conforman las redes sociales que, potencian la capacidad de acción transformadora y que facilitan las apuestas colectivas¹⁴ y la capacidad de actuar y transformar colectivamente realidades concretas.

La razón por la que se considera que el capital social de las mujeres es una barrera tiene que ver con las personas con quienes se configuran esas redes sociales, que están determinadas por ámbito de socialización de las mujeres y los hombres. En el primer, caso, principalmente la familia (hijos o hijas, madres, parejas) y, en un mejor escenario, por las relaciones vecinales. En el caso de los hombres, colegas del trabajo, amigos y familia (extensa) conforman sus redes sociales, lo cual se ve reflejado, por ejemplo, en la configuración de sociedades para emprendimientos. Mientras los emprendedores exitosos tienen como principales socios a amigos, colegas y otros emprendedores, además de su familia, para las mujeres emprendedoras, sus principales socios son familiares y esposos¹⁵.

Asimismo, buena parte de los programas para el desarrollo, bien sean de cooperación internacional, del gobierno nacional o de alianzas público privadas, e incluso de organizaciones de la sociedad civil, cada vez con más frecuencia trabajan con grupos de mujeres para fortalecer el liderazgo, el empoderamiento, e incluso el emprendimiento desde grupos y asociaciones de mujeres. No obstante, lo que se ha identificado es que, cuando se empoderan a las mujeres en espacios esencialmente de mujeres, lo que ocurre es que sus posibilidades de liderar en otros espacios de conformación mixta se ven limitadas, se limita también la amplitud de sus redes sociales y, por lo tanto, de su capital social¹⁶.

13 Lagarde y de los Ríos, M. Autoestima y género. Cuadernos Inacabados 39, Claves feministas para la autoestima de las mujeres (2000).

14 Adaptada de: Dasgupta, P; I. Serageldin (2000), Social Capital. A multifaceted Perspective, The World Bank, Washington.

15 FOMIN - Fondo Multilateral de Inversiones. WEGrow. Liberando el potencial de crecimiento de las emprendedoras en Latinoamérica y el Caribe. Banco Interamericano de Desarrollo. 2014.

16 Norris, P., & Inglehart, R. Gendering Social Capital: 27. Kennedy School of Government Harvard University, Institute for Social Research University of Michigan. (2003)

Ello implica que los procesos de empoderamiento y el fortalecimiento de liderazgos deben darse en círculos amplios, en los que las mujeres tengan la posibilidad de ampliar sus redes sociales más allá de aquellos conformados por los roles tradicionalmente asignados (familia, hijos y pareja) y, de esta manera, tener la oportunidad de generar otras redes sociales, aprender de otros contextos, de otros saberes y de otras realidades que contribuyan a sus procesos de formación, empoderamiento y en los que puedan ejercer liderazgos en espacios mixtos.

La construcción de redes desde **el liderazgo** en entornos mixtos es la estrategia de intervención diseñada para esta guía, con el propósito de abordar el capital social de las mujeres, sus redes de apoyo y la difusión con las que cuentan para llevar a cabo sus emprendimientos personales, sociales, ambientales o económicos.

Motivaciones y expectativas

La tercera barrera identificada está asociada precisamente con la construcción de las motivaciones y de las expectativas que las mujeres construyen de sus propios proyectos vitales a partir de una narrativa social instalada. Se refiere a que las motivaciones de las mujeres para emprender están asociadas a la autonomía financiera y a los tiempos que les permitan ejercer otras actividades —principalmente de cuidado—, mientras los hombres, por su parte,

lo hacen por insatisfacción con sus empleos, bien sea por la (im) posibilidad transformadora o la expectativa de ingresos.¹⁷

Asimismo, las expectativas se ven determinadas por lo que la narrativa ha establecido que se puede esperar de las mujeres, lo que constituye los *techos de cristal*¹⁸ en el mundo del emprendimiento e implica que existen límites implícitos —no reconocidos— entre el alcance de las acciones y el éxito de las mujeres en comparación con los hombres. Así, de acuerdo con el FOMIN, la mayoría de las mujeres emprendedoras tanto de alto como de bajo crecimiento aspiran a tener una “empresa mediana o grande dentro de su país” mientras los hombres emprendedores, aspiran a una “empresa multimillonaria con alcance internacional”¹⁹. Esa idea implica que los esfuerzos de unos y otras están enfocados a ese alcance que sus expectativas les permiten y, por ende, la satisfacción de estas expectativas son el “techo”, el lugar más alto al que pueden aspirar.

Entre otras, esas motivaciones y expectativas están mediadas por la carga emocional que implica para mujeres y hombres tomar riesgos: mientras los hombres desde niños son educados —principalmente por mujeres— para tomar riesgos y tener actos heroicos, las mujeres son educadas para creer en ideas asociadas al amor romántico en las que “alguien vendrá a salvarlas” y su relación con el riesgo no está asociado a la aventura sino al temor.

17 García Uribe, Emmanuel, Ordóñez Molinar, Larisa, & Avilés Guillén, Edgar (2016). Motivaciones y obstáculos para el emprendedurismo: una perspectiva de género desde los jóvenes universitarios. *Revista Retos*, 11 (1), pp. 41- 50.

18 El Techo de Cristal, es un paradigma de análisis económico feminista, que desde 1978, fue acuñado por Marilyn Loden cuando intentaba explicar cómo en el mercado laboral existen unas condiciones estructurales que obstruyen el alcance aspiracional de las mujeres y no se fomenta equidad en términos de oportunidades de ascenso.

19 FOMIN - Fondo Multilateral de Inversiones. WEGrow. Liberando el potencial de crecimiento de las emprendedoras en Latinoamérica y el Caribe. Banco Interamericano de Desarrollo. 2014.

Retomando el ejemplo del mercadeo de juguetes, los principales usuarios de los juguetes de categoría “Superkids”, entre los que se encuentran precisamente héroes y aventuras, son en un 91% niños. También así en la categoría “Fantasy Heroes”, que incluyen juguetes para la personificación de héroes y aventuras imaginarias, los principales usuarios (91%) son niños. Mientras en la categoría “Enchanted”, que incluye productos vinculados con magia, fantasía, cuentos de hadas, princesas y unicornios, el 98% de las usuarias son niñas²⁰.

“Los datos relevan una actitud más intrépida en los hombres dado que tienden a emprender en sectores menos convencionales y a crear sociedades con personas fuera de su círculo cercano, ya sea con otros emprendedores o colegas”²¹.

Así, la conexión entre las diferentes barreras da cuenta de la necesidad de un abordaje integral que proporcione herramientas para las mujeres, para tomar el riesgo de emprender, construir expectativas por encima de la norma social, reconocer que esas expectativas son realizables a través de sus propias capacidades —incluso si son capacidades por aprender o que todavía no conocen—. De ahí que los roles que se construyen desde la infancia sean determinantes en la forma en la que las personas se relacionan con el mundo en su vida adulta y la importancia de reconocer que las rupturas en esos roles —cuando es lo socialmente aceptado— genera tensión con el entorno, pues es una ruptura de la norma social.

Por lo anterior, la barrera de las motivaciones y las expectativas se abordará desde la **innovación** como eje modulador de la creatividad y atenuante del temor, para fortalecer la intención de tomar riesgos, abordarlos y construir expectativas más allá de los *techos de cristal*, entendiendo la innovación como un proceso individual y colectivo, que va más allá de los roles de género y en el que las mujeres incursionan a diario en su cotidianidad.

Acceso a recursos y fuentes de financiación

La última barrera²² identificada para los emprendimientos exitosos de las mujeres es la autonomía financiera: la misma motivación que tienen las mujeres para emprender es, muchas veces, un obstáculo. Una vez más, el acceso a recursos y fuentes de financiación está limitado por las redes de apoyo, pues para las mujeres emprendedoras de alto o menor crecimiento, entre el 28% y el 33% de sus recursos para hacer crecer sus emprendimientos provienen de la familia y de sus parejas y no cuentan con inversionistas privados. En el caso de los hombres, solo el 22% de los recursos proviene de su familia (y no de su pareja), y el 9% de sus recursos proviene de inversionistas privados. Las mujeres acuden más al endeudamiento como una de las principales fuentes del financiamiento. Si bien para los emprendedores y las emprendedoras uno de los retos identificados al inicio de un emprendimiento es la financiación externa, cuando los emprendimientos entran en fase de expansión,

20 AIJU. Instituto Tecnológico del Producto Infantil y Ocio.

21 FOMIN - Fondo Multilateral de Inversiones. WEGrow. Liberando el potencial de crecimiento de las emprendedoras en Latinoamérica y el Caribe. Banco Interamericano de Desarrollo. 2014.

22 Seguramente existen otras barreras, sin embargo, en la revisión de literatura, y especialmente en contextos latinoamericanos, estas son las más recurrentes.

esta deja de ser una barrera para los hombres y se convierte en una barrera exclusivamente para las mujeres²³.

Es así como la dependencia financiera que las mujeres viven en sus hogares se traslada a sus emprendimientos, generando entonces desincentivos para salir de relaciones violentas o abusivas en el caso que estas existan y, en todo caso, limitando su autonomía.

Por esta razón, la última fase de MILA es precisamente el fortalecimiento de la **autonomía**, la cual, desde la perspectiva del emprendimiento, no se limita a la autonomía financiera, sino a la posibilidad de tomar decisiones de manera autónoma en la que sus emprendimientos no respondan a las dinámicas familiares que enfrentan otras complejidades culturales y sociológicas y

que, aunque se agencian desde la apuesta MILA, no son el foco de esta guía.

Como se ha explicado en estos apartados, para enfrentar y superar cada una de estas barreras, para que el emprendimiento personal, social, ambiental o económico sea un camino viable de transformación de los proyectos de vida de los individuos y las comunidades, con una perspectiva de género, el Programa para la Reintegración y Prevención del Reclutamiento ha construido MILA, una apuesta que des-de el enfoque de Emprender en Femenino pretende brindar herramientas para la acción. De esta manera, MILA articula cuatro elementos fundamentales, innovación, liderazgo, autoestima y autonomía, como un camino narrativo lógico para el emprendimiento.

23 FOMIN - Fondo Multilateral de Inversiones. WEGrow. Liberando el potencial de crecimiento de las emprendedoras en Latinoamérica y el Caribe. Banco Interamericano de Desarrollo. 2014.

Emprendipedia

Este es nuestro glosario de emprendimiento:

Autoestima: valoración que hace una persona de sí misma, generalmente positiva, desde la dimensión emocional del ser. Es un sentimiento de valoración sobre los propios rasgos corporales, mentales y espirituales. Esta percepción no es estática, sino que puede variar con el tiempo. La autoestima tiene efectos en la salud, las relaciones sociales, y, en general, en todas las dimensiones de la vida de una persona.

Autonomía: es la capacidad de una persona para ejercer su propia independencia respecto a otra persona o cosa. La autonomía está relacionada con el ejercicio de los derechos humanos de las personas, ya que permite ejercer derechos, tomar decisiones y decidir sobre la propia persona sin la necesidad de que un tercero intervenga en su lugar.

Brecha de género: es la diferencia que existe entre hombres y mujeres en diferentes asuntos de la vida privada y pública en materia de participación sociopolítica, poder, economía, conocimientos tecnológicos y digitales, entre otras. Cuanto mayor es la brecha de género, mayores son las desigualdades entre mujeres y hombres.

Capital social: son los recursos que resultan de las relaciones sociales de las personas y que tienen una cierta persistencia en el tiempo. Estos recursos son instrumentos con los que aumentan su capacidad

de acción, alcanzan sus objetivos y satisfacen sus necesidades, al tiempo que facilitan la coordinación y cooperación entre aquellas en beneficio mutuo²⁴.

Coeducación: es un modelo educativo que parte del principio de equidad de género y utiliza la metodología de la pedagogía feminista, en el que las mujeres, desde una relación de solidaridad, contribuyen a la formación de otras mujeres a partir de su propia experiencia y aprendizaje.

Conciliación: medidas encaminadas a favorecer el equilibrio entre la vida personal, familiar, laboral y doméstica. Implica compatibilizar el trabajo remunerado con el trabajo doméstico y las responsabilidades familiares e incluir la disponibilidad de tiempo para el desarrollo personal.

Corresponsabilidad: Implica asumir el rol activo de quienes participan de unos objetivos para el ejercicio de su ciudadanía. Es como, su nombre lo indica, la responsabilidad compartida para el alcance de esos objetivos y aplica en todos los ámbitos de la socialización. En las actividades de cuidado, por ejemplo, requiere que hombres y mujeres asuman responsabilidad compartida en el cuidado y, por lo tanto, el ejercicio de la ciudadanía es asumir las tareas de manera corresponsable.

24 Adaptada de: Dasgupta, P; I. Serageldin (2000), Social Capital. A multifaceted Perspective, The World Bank, Washington.

Derechos sexuales y reproductivos: son derechos humanos universales de las personas sobre su cuerpo, sexualidad, fertilidad, reproducción y salud. Hacen referencia a la privacidad, intimidad, libertad para vivir una sexualidad informada y libre de violencia.

Discriminación: es una manera de clasificar a las personas según características que establecen relaciones de poder desiguales, con el propósito de ubicarse en la parte privilegiada de las relaciones de poder, subvalorando el rol, las capacidades y la ciudadanía de la otra persona. Las estructuras de discriminación cambian entre sociedades y en el tiempo.

Economía del cuidado: es el trabajo no remunerado que se realiza en el hogar, relacionado con mantenimiento de la vivienda, los cuidados a otras personas del hogar o la comunidad y el mantenimiento de la fuerza de trabajo remunerado²⁵.

Empoderamiento: es un proceso mediante el cual las mujeres toman consciencia de su poder como mujer y valor en la sociedad. Consiste en adquirir y fortalecer las capacidades, habilidades, autonomía, autoestima de manera individual y de manera colectiva, generando cambios en la sociedad caracterizados por la reducción de las desigualdades y violencias.

Emprendimiento: es la capacidad de iniciar, crear y poner en marcha un proyecto a través de la identificación de ideas y oportunidades, teniendo en cuenta factores por fuera de su control (económicos, sociales, ambientales y políticos), así como los que dependen de sí misma (conocimientos, habilidades, confianza o redes de apoyo).

Estereotipos de género: es el conjunto de creencias socialmente compartidas sobre los comportamientos, las decisiones y el aspecto que deben tener los hombres y las mujeres a partir de los roles de género impuestos. Los estereotipos no reconocen las diferencias entre las mujeres, o entre los hombres, y generan una narrativa en la cual las mujeres se encuentra en la una posición de inferioridad.

Feminismo: es un conjunto de teorías sociales y de prácticas políticas en abierta oposición a concepciones del mundo que excluyen la experiencia femenina de su horizonte político. El feminismo revela y critica la desigualdad entre los sexos y entre los géneros, a la vez que reclama y promueve los derechos e intereses de las mujeres. El movimiento feminista surge como consecuencia de la consciencia de las mujeres respecto de su estatus subordinado en la sociedad.²⁶

Género: es un estructurador sociocultural que se basa en la configuración de las relaciones de poder a partir de las diferencias sociales que se asigna a cada sexo. Significa que, a partir del valor simbólico y social que se otorga a las diferencias sexuales en cada sociedad²⁷, se les asigna a las personas un rol y un lugar dentro de la estructura social. Así, el rol de los hombres está asociado con la fuerza física, la responsabilidad de proveer económicamente y la apatía frente a las emociones; por el contrario, el rol asignado a las mujeres tiene que ver con la delicadeza, la responsabilidad de cuidar y la exacerbación de las emociones.

Innovación: es generar un cambio, una nueva forma de hacer las cosas, una renovación de lo que está socialmente establecido.

25 Ley 1413 de 2010. Artículo 2.

26 «El proyecto Mujeres y Género en América Latina», 4 de febrero de 2006. https://www.lai.fu-berlin.de/es/e-learning/projekte/frauen_konzepte/index.html.
Conceptos / Feminismo

Está basado en producir ideas a partir de nuevos productos o de nuevos usos para los productos existentes. También se asocia con transferir por primera vez a una sociedad conocimientos que para otra sociedad son antiguos o establecidos.

Liderazgo: consiste en acciones que ayudan a conciliar las metas de un grupo y contribuyen a que el grupo se mueva hacia esas metas. Una persona que lidera, genera una cohesión social y se retroalimenta de manera permanente de las valoraciones del grupo, y crea relaciones individuales y colectivas basada en la confianza, la representación y la información transparente.

Patriarcado: sistema de organización política, social y económica en el que se da una situación de opresión y dominación de las mujeres y de dominio de los varones.

Sororidad: es el sentimiento de empatía y solidaridad que se genera entre las mujeres por ser mujeres y reconocer en la otra los desafíos y logros que le han permitido construirse como mujer. Un colectivo de sororidad es una agrupación que se forma por la solidaridad, amistad y reciprocidad entre mujeres que comparten el mismo ideal y trabajan por alcanzar un mismo objetivo.

Bienvenidas

Aquí iniciamos este camino para empoderarnos como mujeres emprendedoras.

Ser emprendedora es reconocer que poseemos una fuerza interna que nos empuja a buscar nuevas y diferentes maneras de hacer las cosas. Es decir, a innovar para alcanzar cambios de vida tanto a nivel personal como cultural, social, tecnológico y económico.

Esta guía será nuestra aliada en este camino, donde cada una hará un viaje de autoconocimiento personal y colectivo para conectarnos con nuestra esencia, lo que nos hace únicas, tomar consciencia de nuestra realidad y valía personal, aceptándonos y queriéndonos por lo que verdaderamente somos.

Este conocimiento personal nos permite tener cierta coherencia entre lo que pensamos, sentimos y hacemos, encontrando un equilibrio emocional necesario que nos permita actuar de acuerdo con lo que somos, sintiéndonos bien con nosotras mismas y con nuestro entorno para así obtener bienestar personal.

Tu motivación será indispensable: estar dispuesta a aceptar cambios, a generar nuevas situaciones, a darte la oportunidad de experimentar en este camino que emprendes, siendo responsable de tu compromiso contigo misma y poniéndote en acción.

Módulos de Trabajo

Los módulos de trabajo que se presentan a continuación tienen como propósito enfrentar cada una de las barreras identificadas en el emprendimiento exitoso de las mujeres, en contextos sociales

que son mixtos, es decir, en los que participan hombres y mujeres. Para cada módulo se propone una teoría de cambio y un conjunto de actividades asociadas al cambio que se espera generar.

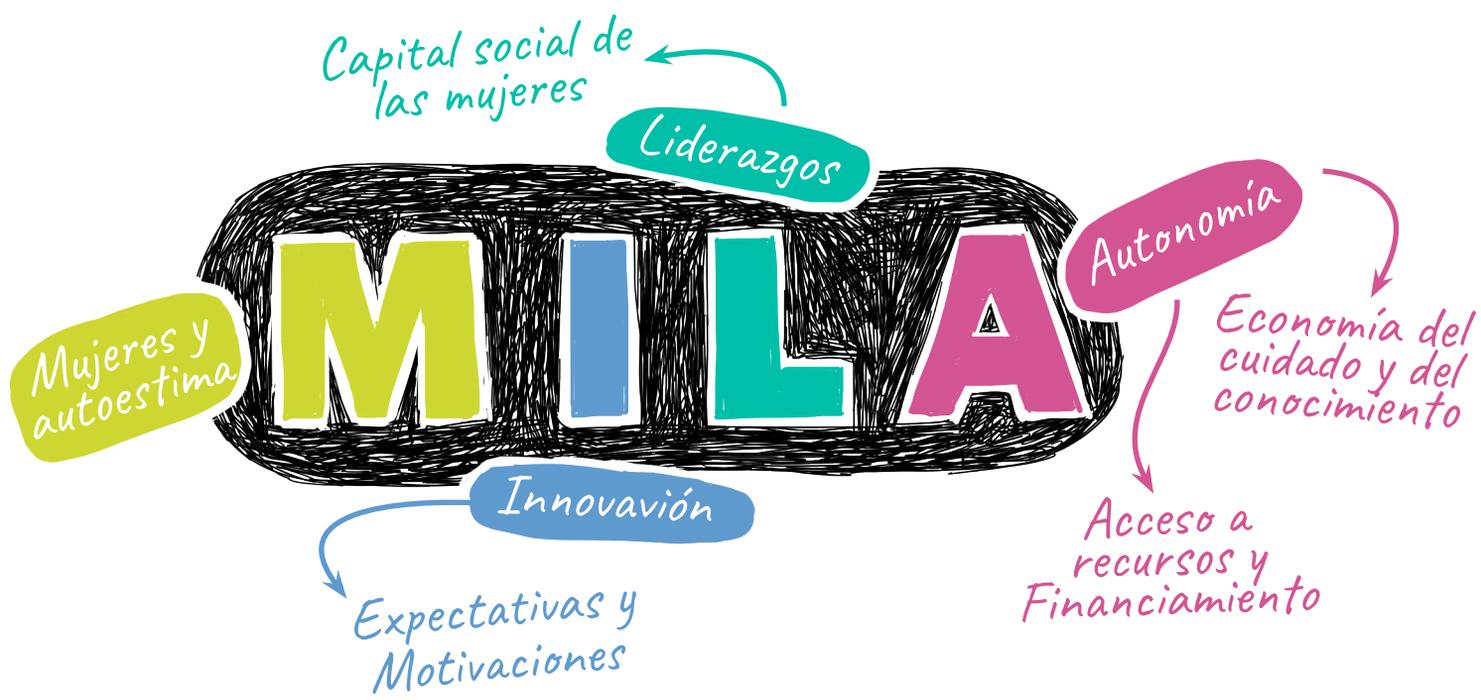


Ilustración 4. Estructura MILA - Barreras para el éxito en emprendimientos

En general, los módulos de trabajo están interconectados, sin embargo, han sido diseñados para ser implementados de manera independiente o conjunta, dependiendo del contexto de

implementación. Cada módulo inicia con una teoría de cambio y unas actividades asociadas a la condición a intervenir. Esta teoría de cambio presenta la siguiente estructura:



De esta manera, con cada módulo se espera intervenir una barrera identificada para el éxito de los emprendimientos de las mujeres. Luego se proponen las actividades que conforman la intervención desde tres elementos básicos: 1) objetivo de la actividad, 2) desarrollo pedagógico de la actividad, 3) encuadre de la actividad dentro de la teoría de cambio.

Las actividades están diseñadas para ser implementadas en grupos de mujeres o mixtos, de todas las edades, entre 8 y 20 participantes.

En la medida que aumente el número de participantes se limita el control de grupo por parte del equipo facilitador y se extiende el tiempo de implementación.

Cada sesión deberá incluir actividades de armonización, rompe hielo o de agradecimiento que se puedan incorporar dependiendo del contexto de cada taller y se podrán hacer pausas entre momentos.



AUTOESTIMA

Tiempo esperado del módulo: 2 horas 30 minutos.

La apuesta por la autoestima está asociada a la valoración de las mujeres hacia sí mismas. En la *Emprendipedia* definimos la autoestima como valoración que hace una persona de sí misma, **generalmente positiva**, desde la dimensión emocional del ser. Es un sentimiento de valoración sobre los propios rasgos corporales, mentales y espirituales. Esta percepción no es estática, sino que puede variar con el tiempo. La autoestima tiene efectos en la salud, las relaciones sociales, y, en general, en todas las dimensiones de la vida de una persona.

La teoría de cambio está dada por el reconocimiento de los recursos propios, de las habilidades que se han desarrollado y de las capacidades subjetivas y prácticas para vivir, desde la perspectiva de Marcela Lagarde. Así, la autoestima es la consciencia de esos elementos para potenciarlos y compartirlos con otras mujeres²⁸.

En otras palabras: si las mujeres reconocen sus capacidades, habilidades y recursos propios y pueden compartirlos con otras personas, entonces se valorarán de mejor manera en un contexto social amplio y, por lo tanto, se motivarán a adquirir nuevos conocimientos e incursionar en campos históricamente limitados para las mujeres, como los sectores de conocimiento.

De esta forma, la intervención para el reconocimiento de las capacidades, habilidades y recursos propios con los que cuentan las mujeres, así como la posibilidad de compartirlas, se divide en tres momentos:



Ilustración 6. Ruta del Módulo - Autoestima

Momento 1: Saliendo del Rol

“De caracolas a cangrejas”

Para este momento se ha diseñado una actividad que se llama “De caracolas a cangrejas” y cuyo desarrollo se describe a continuación.

Tiempo estimado

60 minutos

Recursos requeridos

Tablero Roles de Género (tamaño sugerido pliego) / Papeles pequeños o tarjetas de papel de dos colores / Cinta adhesiva / cinta pegante / Tablero “Saliendo del Caparazón” (tamaño sugerido medio pliego)

Objetivo

El objetivo de “De caracolas a cangrejas” es, a partir de una metáfora, identificar los roles de género socialmente asignados que limitan el valor de las mujeres y, a partir de estos, identificar las situaciones en que las mujeres en su vida cotidiana rompen con esos roles y cómo hacerlo aporta en su vida y la de los demás.

Desarrollo pedagógico

En esta actividad se propone inicialmente identificar los elementos que constituyen los roles de género en el contexto de las participantes desde una narrativa positiva, es decir, desde las cualidades. Luego, se les pedirá que piensen en esas cualidades como la concha o caparazón de un cangrejo ermitaño a partir de la metáfora de: la concha protege al cangrejo hasta que comienza a quedarle pequeña y debe salir a buscar una más grande, mientras el caracol se queda con su caparazón para siempre.

A partir de esta reflexión se les pedirá a las mujeres y los participantes en general que piensen en un momento o una situación de su vida en la que han hecho algo que se considera “de hombres” y de lo que se sienten orgullosas. Este recuerdo deben compartirlo con los demás participantes y se propone una retroalimentación basada en tres elementos para deconstruir la idea de las mujeres como lo opuesto a los hombres, con base en tres elementos fundamentales de la identidad masculina tradicional: 1) fuerza, 2) proveer a la familia y 3) actuación en situaciones de emergencia.

Descripción de los pasos

La persona que facilita propone las preguntas: ¿qué cualidades tienen los hombres? ¿Qué cualidades tienen las mujeres? y pide a las participantes que escriban las respuestas o las dibujen en piezas de papel y las peguen según corresponda junto a la **silueta masculina o la silueta femenina (Tablero Roles de Género)**.

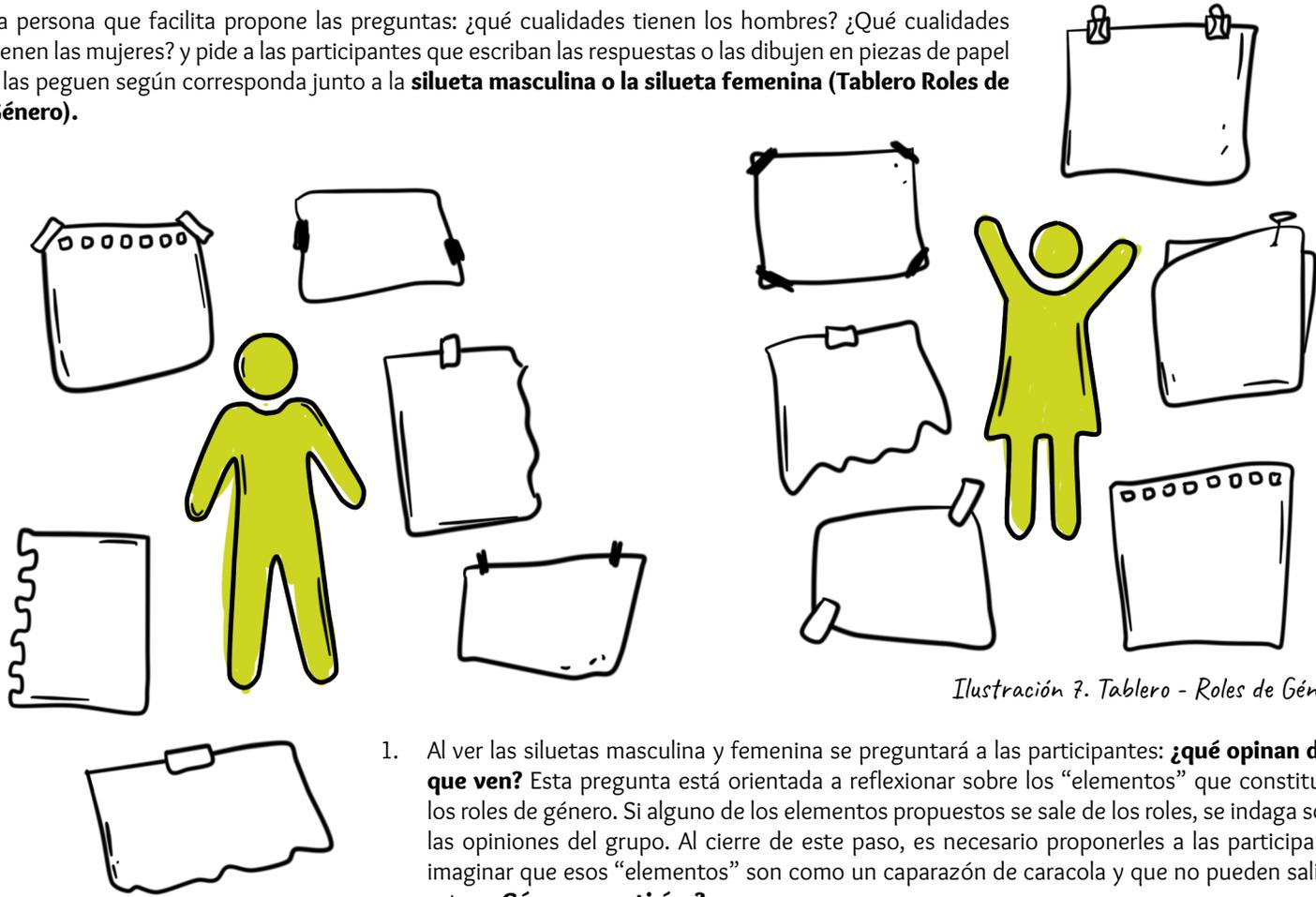


Ilustración 7. Tablero - Roles de Género

1. Al ver las siluetas masculina y femenina se preguntará a las participantes: **¿qué opinan de lo que ven?** Esta pregunta está orientada a reflexionar sobre los “elementos” que constituyen los roles de género. Si alguno de los elementos propuestos se sale de los roles, se indaga sobre las opiniones del grupo. Al cierre de este paso, es necesario proponerles a las participantes imaginar que esos “elementos” son como un caparazón de caracola y que no pueden salir de estos. **¿Cómo se sentirían?**

2. El siguiente paso implica utilizar unos tableros en grupos que se pueden imprimir en papel o dibujar según las indicaciones abajo: **¿cuándo han salido del caparazón?** Dibujen o escriban en el tablero un recuerdo de un momento en que tuvieron que hacer alguna de esas cosas que caracterizan a los hombres o en las que se espera que los hombres sean buenos y que las haya hecho sentir orgullosas.



Ilustración 8. Tablero "saliendo del caparazón"

3. Se propone como conclusión analizar los recuerdos de las participantes, conforme a tres elementos para deconstruir la idea de las mujeres son lo opuesto a los hombres, lo cual significa preguntarles: **¿en qué casos las mujeres son muy fuertes? ¿Conocemos casos en los que las mujeres sean proveedoras? Y, ¿cómo actúan las mujeres en casos de emergencia?**

Encuadre

El encuadre de esta actividad debe estar dado como una reflexión frente a los roles de género como los valores, cualidades y actividades que se asignan socialmente a hombres y mujeres y que limitan el desarrollo de ambos, sobre todo sus capacidades para soñar diferente. Sin embargo, estos roles pueden transformarse a través de la experiencia y, al cambiar nuestras creencias, hemos visto cómo las mujeres también pueden resolver problemas que históricamente se han asignado a los hombres, y que además pueden hacerlo muy bien. Esta sección es una apuesta por romper con roles de género, desde una perspectiva experiencial, es decir, de las vivencias propias de las mujeres y participantes.

Momento 2: Me reconozco

Un Laboratorio de Fotografía

Tiempo

40 minutos

Recursos

Formato retrato / Hilo de colgar y ganchos de colgar / Tapetes de emociones: alegría, miedo, indiferencia, indignación, añoranza, orgullo, entusiasmo, esperanza, rabia.

Objetivo

Generar en las participantes una narrativa de sí mismas como sujetos capaces de emprender en sectores innovadores, promoviendo consciencia de las capacidades y de los saberes de cada una. Asimismo, del reconocimiento de su capacidad transformadora y de su capacidad de ser exitosas desde el rol que elijan.

Desarrollo pedagógico

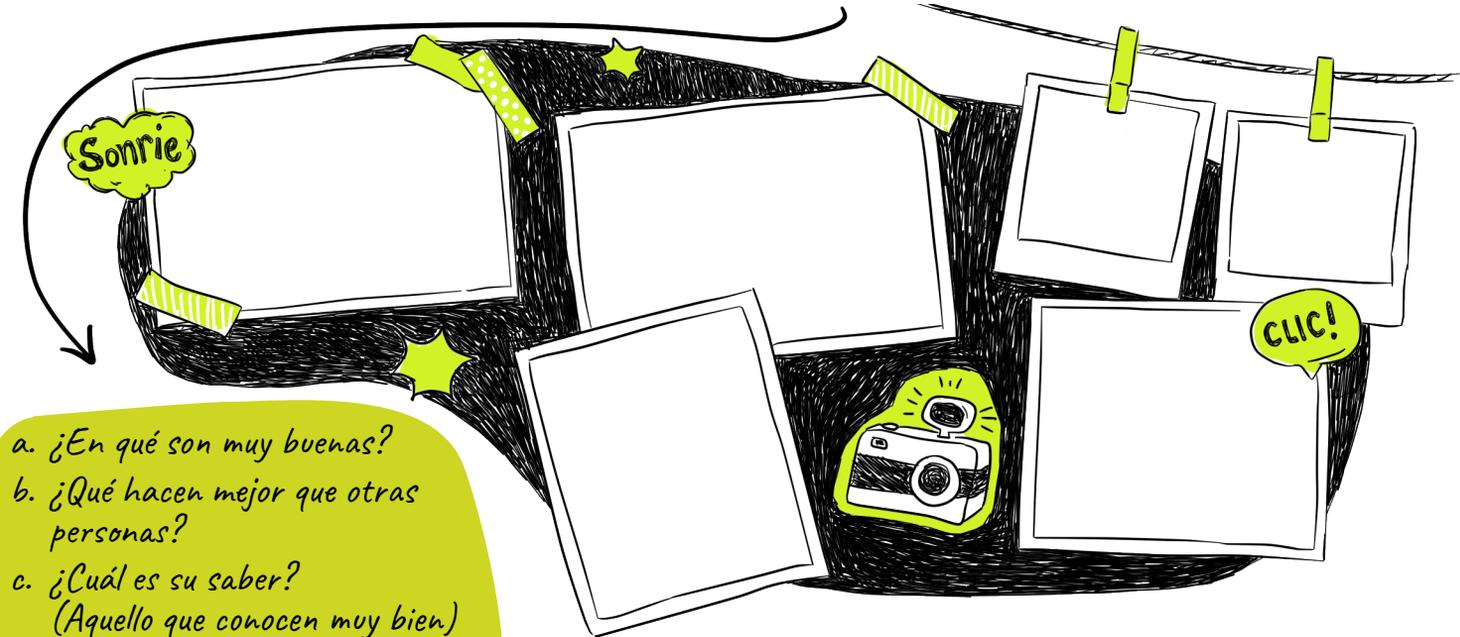
La segunda parte de esta sección (Autoestima) implica un ejercicio de reconocimiento. Para lograrlo se les pedirá a las participantes que respondan a tres preguntas ¿En qué son muy buenas? ¿Qué hacen mejor que otras personas? ¿Cuál es su saber? (Aquello que conocen muy bien) ¿Cuándo han transformado la vida de alguien? ¿Qué las hace sentir orgullosas de sí mismas? Y que construyan un “retrato” de sí mismas a partir de estos elementos.

Con esta actividad se pondrán unos tapetes de emociones en los que se ubicarán a las participantes de acuerdo con la emoción que les suscite cada una de las situaciones que se propondrán: 1) Alguien les dice que no van a ser capaces de hacer algo que ustedes quieren hacer, 2) Ustedes deciden emprender un negocio con un grupo de amigas, 3) Una amiga de ustedes emprende un nuevo proyecto personal. Con cada frase, se les pide que miren dónde están la mayoría de los participantes y se indaga en justificaciones asociadas a cada emoción. Finalmente se cierra con una emoción positiva que contribuya al reconocimiento, como el orgullo o el entusiasmo.

En la tercera parte se presenta un tablero con datos como una “realidad a transformar” y se propone una reflexión a partir de las actividades anteriores y de los datos presentados.

Descripción de los pasos

1. La primera parte de este momento implica entrar a un laboratorio de fotografía en el que poco a poco van a crear una “fotografía” de cada una de ellas a partir de unas preguntas. Cada una de las participantes debe tener un formato de fotografía en el que responderán todas las preguntas planteadas. Luego, estas fotografías se colgarán (como en un laboratorio de fotografía) de una cuerda con ganchos, para compartir con las participantes. Las preguntas que deben responder son:



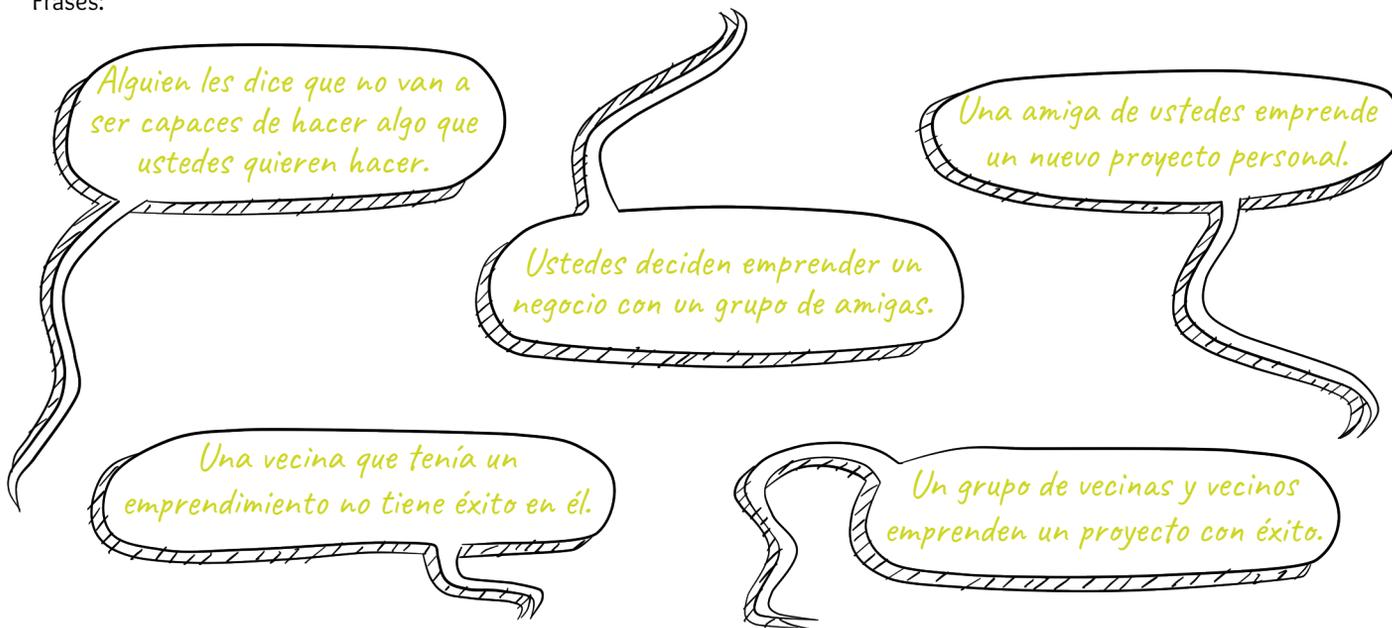
- a. ¿En qué son muy buenas?
- b. ¿Qué hacen mejor que otras personas?
- c. ¿Cuál es su saber?
(Aquello que conocen muy bien)
- d. ¿Cuándo han transformado la vida de alguien?
- e. ¿Qué las hace sentir orgullosas de sí mismas?

Ilustración 9. Formato Fotografía

Como parte de esta actividad, se le pedirá a las participantes que se levanten y lean cada una de las fotografías que han hecho las demás participantes, reflexionando sobre cosas en común y cosas diferentes con su propio retrato.

- En la segunda parte (sin quitar las “fotografías”) se van a ubicar en el piso “tapetes” que pueden ser pliegos de papel con cada una de las emociones, y se les pedirá a las participantes que, para cada frase enunciada, se ubiquen en el tapete/pliego correspondiente a la emoción que les genera²⁹. Por ejemplo, si la frase les produce rabia, se van a ubicar sobre el pliego que dice rabia.

Frases:



- Tablero de “realidad a transformar”: en esta parte se presentan a las participantes unos datos que se refieren a las diferencias entre los aportes de los hombres a la economía del cuidado y los aportes de las mujeres. Los datos del tablero deben ser actualizados periódicamente cuando se vaya a implementar la herramienta.

29 Adaptado de Corpovisionarios, 2019.

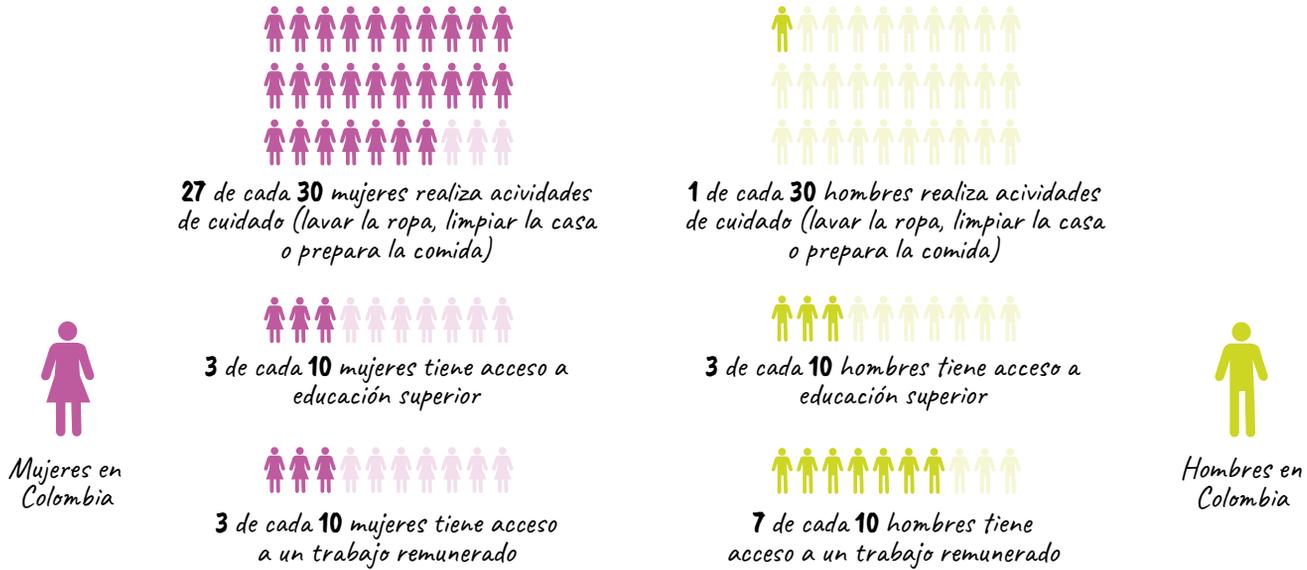


Ilustración 10. Tablero de Realidad a Transformar

Finalmente, después de observar estas cifras en Colombia, ¿cómo creen que los roles de género han influido en sus decisiones o en sus realidades? Entendiendo que su potencial, es decir, lo que pueden hacer, está mucho más allá de las actividades de cuidado, ¿cómo creen que esta realidad debería transformarse?

Encuadre

Esta actividad debe cerrarse en torno al ejercicio de reconocimiento de las capacidades de las participantes, los datos de contexto son indicativos y pretenden reafirmar la necesidad de cambios estructurales desde la cotidianidad de las participantes. Las personas facilitadoras deben resaltar los saberes y las capacidades que las participantes han indicado, pues es el eje de pensamiento que articula con el tercer momento de este módulo.

Momento 3: Comparto y transformo

“Juego de rol”

Tiempo

50 minutos

Recursos

Papel y lápiz para que las participantes tomen nota de sus ideas.

Listado de sectores en que deben emprender

Tecnología de comunicaciones / Generación de energía limpia / Construcción de viviendas inteligentes / Diseño industrial / Salud física y mental / Arte y música / Literatura.

Objetivo

Crear una noción colectiva de autoestima con el fin de generar un escenario en el que las participantes se vean abocadas a soñar en un escenario diferente y verse a sí mismas como emprendedoras exitosas.

Desarrollo pedagógico

Para este momento es fundamental que se hayan implementado los momentos anteriores de este módulo, con el fin de generar un hilo narrativo que construya una nueva posibilidad de realidad esperada. Esta tercera actividad es un juego de rol y en este juego cada una de las participantes elegirá un sector para emprender y deberá soñar con ese emprendimiento. Una vez apropiado, imaginarán que son emprendimientos exitosos y les contarán a las demás cómo hicieron que su emprendimiento fuese exitoso a partir de sus habilidades, saberes, conocimientos y recursos propios.

Descripción de los pasos

Instrucción general del juego de rol: “A continuación iniciamos un viaje en el tiempo y cada una de ustedes iniciará un emprendimiento en uno de los sectores propuestos hoy. Al finalizar el tiempo del reloj (20 minutos) habrá pasado un año y ustedes estarán al frente de un emprendimiento exitoso y nos contarán qué cosas hicieron para lograr que su emprendimiento fuera exitoso, su relato debe decirnos por lo menos lo siguiente”:



A cada participante se le entregará un sector seleccionado al azar de manera que pueda construir su relato. También se pondrá un reloj con alarma para denotar los 20 minutos. Durante este tiempo, las participantes deben imaginar su emprendimiento y pensar sus respuestas a cada ítem de su presentación. Se pueden repetir los sectores, aunque se espera que no se repitan los emprendimientos.

Al finalizar la actividad es importante reflexionar sobre los siguientes puntos: ¿las participantes pusieron en juego sus capacidades y habilidades identificadas en el momento 2? ¿Qué fue lo más difícil del ejercicio y entre todas cómo lo abordaron? ¿Algo de sus contextos contribuyó a su idea? ¿Cómo les pareció la actividad? ¿Qué tanto se parece ese emprendimiento a sus sueños?

Encuadre

Esta actividad está diseñada para exaltar la capacidad creativa de las participantes, para compartir y para soñar por fuera del caparazón. También debe estar diseñada para enfrentar a las participantes y conectarlas con sus capacidades, habilidades y potencial frente a ideas de emprendimiento en sectores que posiblemente sean desconocidos para ellas y las obligue a imaginar otros escenarios.



LIDERAZGOS

Tiempo esperado del módulo: 2 horas.

En este módulo, el **liderazgo** se entiende como una cualidad que se desarrolla con trabajo y tiempo y que resulta del reconocimiento y la representación de una persona en relación con un colectivo. Sin embargo, parte de la idea de construir una red que permita que ese colectivo salga de los roles socialmente asignados y desborde los límites relacionales que se han impuesto de manera tácita a las mujeres.

Es así como la teoría de cambio está basada en la confianza y las representaciones como mecanismos para ampliar la red de cooperación cotidiana de las mujeres, incluyendo hombres en condición de pares, para así fortalecer su capacidad de acción y promover escenarios de liderazgo de mujeres en contextos mixtos.

Si las mujeres construyen para sí mismas redes sociales más amplias y diversas, entonces tendrán mayor confianza para asociarse con personas por fuera de su círculo familiar y vecinal y mejores capacidades de interactuar en escenarios mixtos, es decir, liderar espacios en los que también participan hombres.

Así, la intervención con el fin de fortalecer la capacidad de las mujeres para construir redes sociales amplias y diversas se divide en tres momentos:

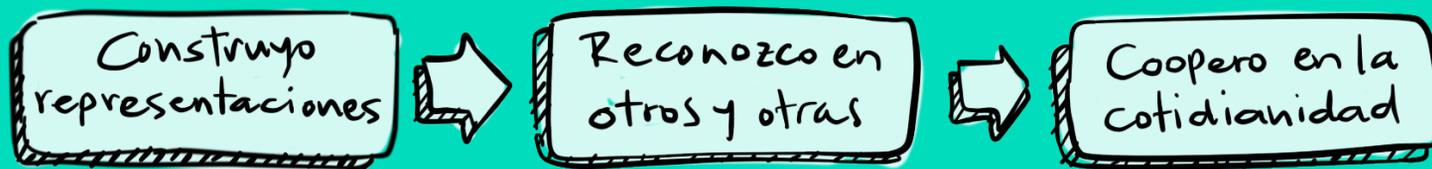


Ilustración 11. Ruta del Módulo - Liderazgos

Momento 1: Construyo representaciones

“El espejo imaginario”

Para este momento se ha diseñado una actividad denominada “el espejo imaginario”, en la que se reflexiona a partir de las representaciones que se construyen a diario sobre las otras personas, basadas en los propios prejuicios y en cómo impiden que nos relacionemos con personas nuevas de mejor manera.

Tiempo

40 minutos

Materiales

Formato “Entrevista” / Formato “Reflejo” / Lápices y esferos

Objetivo

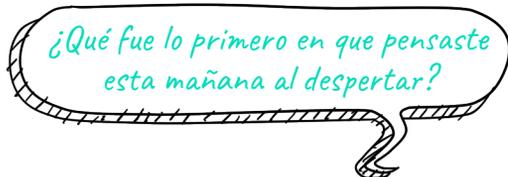
Promover la creación de representaciones positivas sobre personas desconocidas o lejanas, con el fin de generar mayor confianza para entablar relaciones sociales con personas diferentes al ámbito familiar y vecinal.

Desarrollo pedagógico

En esta actividad se propone generar “reflejos” de personas desconocidas o personas no cercanas a partir de las representaciones que cada uno y cada una tiene. Luego, al final, contrastar ese reflejo con la realidad e invitar a reescribir esos reflejos a partir de las cualidades de las personas. Para lograrlo, cada persona debe entrevistar con la guía propuesta a dos personas del taller a quienes no conozca y construir una representación de esas personas a partir sus respuestas.

Descripción de los pasos

A cada persona se le entrega dos formatos de “entrevista” para que en seis minutos entreviste a dos personas que no conozca previamente o con quienes no haya hablado. Solamente se pueden hacer las preguntas que están en el formato y tomar notas de las respuestas. Las preguntas que se deben formular son:



* ¿Qué fue lo primero que pensaste esta mañana al despertar?

* ¿Te gustan los animales?

* ¿Cuántos hermanos y hermanas tienes?

Nombre de a quién entrevistaste _____

Ilustración 12. Formato Entrevista

Una vez finalizado ese tiempo, deben escribir un “reflejo” de las personas que entrevistaron, como si fueran un espejo, lo cual se hará individualmente en el formato “reflejo” que se entregará a cada persona. Para esto tendrán 10 minutos.



Nombre de la persona _____		Reflejo
* Su mejor cualidad	<input type="text"/>	* Su peor defecto
* ¿Esta persona confía fácilmente en los demás?	<input type="text"/>	* ¿Es una persona confiable? ¿Por qué?
<input type="text"/>	<input type="text"/>	

Ilustración 13. Formato Reflejo

Una vez terminado, se compartirán colectivamente cada uno de los reflejos y las personas a quienes se refiere el reflejo podrán decir qué es cierto y qué no lo es. Se seleccionará a una persona de los participantes y se pedirá a quienes hayan hecho su reflejo que lo compartan, así hasta terminar todos los reflejos. Para esta actividad se destinarán 30 minutos.

Se pedirá a las personas que guarden los reflejos que hicieron de ellos y ellas y se propondrá una reflexión basada en: ¿cómo nos sentimos cuando otras personas creen cosas sobre nosotros que no son ciertas? ¿Qué necesitamos para pensar bien de la gente?

Encuadre

El cierre de la actividad debe estar dirigido a reconocer colectivamente que, aunque tengamos alguna información sobre las personas, esta no siempre es suficiente para emitir juicios y que muchas veces generamos representaciones equivocadas sobre las personas a partir de esa información. Debe ser una invitación a conocer personas por fuera de la familia y del círculo de vecinos, reconociendo que son más parecidas a nosotras y nosotros de lo que pensamos.

Momento 2: Reconozco en otros y otras posibilidades de cooperación

“Construyendo redes”

Para este momento se propone una actividad denominada “Construyendo redes”, que a partir de las representaciones positivas genere dinámicas de confianza y cooperación.

Tiempo:

Para esta actividad se destinarán 60 minutos.

Materiales

Tarjeta de presentación personal / Mapa de cooperación / Lana o hilo de dos colores diferentes.

Objetivo

Generar procesos de representaciones positivas basadas en el potencial de cooperación con otras personas para promover la confianza en el trabajo colectivo y la disposición de cooperar con diferentes tipos de personas.

Desarrollo pedagógico

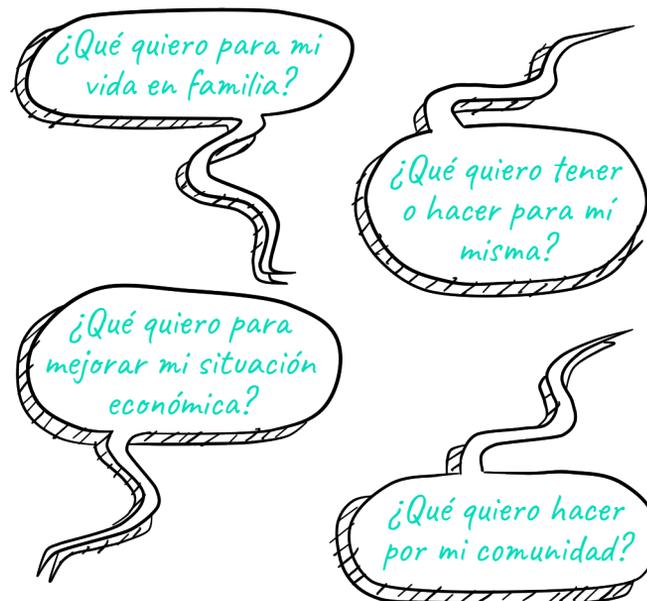
En esta actividad se propone, a partir de tres propósitos, uno personal, uno familiar y uno comunitario, promover la disposición a cooperar con base en la construcción de representaciones positivas sobre las demás personas asociadas con sus habilidades y su disposición a cooperar. Para esta actividad se destinará una hora y media.

Descripción de los pasos

Cada participante debe escribir en una “Tarjeta de presentación personal” sus principales cualidades y cuáles de estas le hacen una persona que es buena cooperadora. Cada persona se pondrá en un lugar visible esa tarjeta. Para esta actividad se destinarán cinco minutos.

Ilustración 14. Tarjeta de Presentación Personal

A continuación, cada persona se propondrá cuatro propósitos a realizar a partir de este momento hasta dentro de un año. Para esta actividad se contará con 10 minutos y debe realizarse de manera individual. Los propósitos deben estar en marcados en las siguientes preguntas orientadoras:



Una vez terminados, cada persona deberá escoger uno de los propósitos que se planteó y presentarlo a quienes participan en el taller. Para esta parte se destinarán 30 minutos.

Una vez cada uno lo ha presentado, es necesario que cada persona identifique entre los asistentes un mapa de cooperación:

A partir de las cualidades en las tarjetas de cada persona, identificar: ¿quiénes cree que podrían cooperar con usted para su propósito?

Según sus propias habilidades, conocimientos, cualidades y experiencia, ¿con quiénes podría cooperar para que cumplan su propósito?

¿Quiénes tienen propósitos similares?

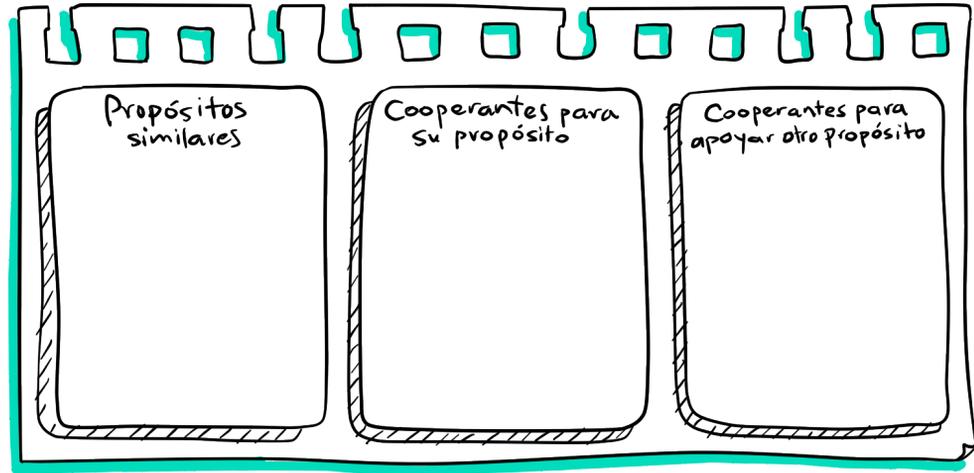


Ilustración 15. Mapa de cooperación

Para construir la red, cada persona debe poner su tarjeta en una pared o piso y con hilo o lana de un color conectarse con quienes pueden cooperar para que se cumpla su propósito y con hilo o lana de otro color, conectar su tarjeta con quienes esa persona puede apoyar a cumplir su propósito. Esta actividad tomará 15 minutos.

Encuadre

El resultado de esta actividad se espera que sea un enjambre de hilos y tarjetas en el que muchas personas están conectadas. Esta imagen debe ser la experiencia que sirva para reflexionar acerca de cuán fácil puede ser cumplir un propósito si cooperamos y cómo cada persona tiene algo que puede aportar a nuestros propósitos y cada una de nosotras a los propósitos de los demás. La reflexión debe cuidar que no se desvíe hacia algo transaccional, sino a una relación genuina de cooperación basada en la confianza y en la disposición.

“Ruta de retos: sacándola del Taller”

Para este momento se propone una actividad a desarrollar por las participantes una vez ha terminado el taller, llevar los contenidos a la vida cotidiana de quienes participan. Es una apuesta por generar transformaciones concretas.

Tiempo

15 minutos

Materiales

Ruta de retos

Objetivo

Motivar a las personas participantes del taller a generar cambios concretos en su forma de relacionamiento con las demás personas a partir de las actividades propuestas en el taller.

Desarrollo pedagógico

Esta actividad está diseñada para que, ante cada propósito formulado, las personas construyan por fuera del taller la red de cooperación que requieren para lograrlo y para ello se propone un mapa de retos. Esta actividad no tiene supervisión, las personas facilitadoras deben confiar en las participantes. Este ejercicio puede ser interesante y se harán todos los esfuerzos necesarios para lograrlo. Si posterior a esta sesión existiera una siguiente sesión, pueden indagar sobre esta actividad, respecto a cómo fue la experiencia.

Descripción de los pasos

Durante el taller se entregará a las participantes un listado de retos, acompañado de recompensas autogestionadas.

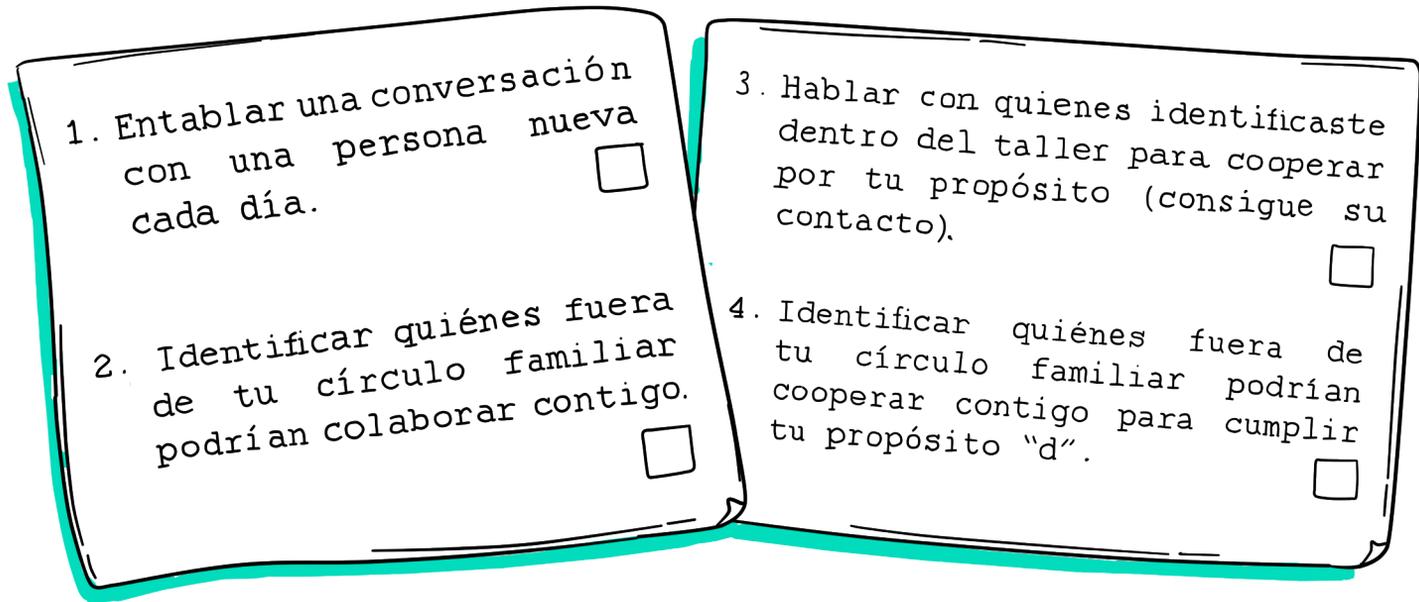


Ilustración 16. Ruta de Retos

Durante las cuatro semanas siguientes, las participantes deben trabajar en sus retos y facilitar sus recompensas.

Encuadre

El encuadre esta actividad es una invitación a ampliar sus redes sociales, entender que las redes sociales limitadas son barreras para el emprendimiento exitoso y valorar positivamente los procesos de cooperación que ya se han dado. Reconocer que no siempre todo resulta bien, pero que siempre vale la pena darles a las personas una oportunidad.



INNOVACIÓN

Tiempo esperado del módulo: 2 horas.

La forma en la que MILA aborda la innovación responde a las barreras asociadas con las motivaciones y expectativas que se explican en el enfoque de Emprender en Femenino. Se entiende innovación en la Emprendipedia como el ejercicio de generar un cambio, de encontrar y proponer una nueva forma de hacer las cosas, una renovación de los que está socialmente establecido. Con este propósito en mente se hace uso de una de las apuestas pedagógicas de Decroly³⁰ basada en los centros de interés de las personas.

La teoría de cambio está dada por la necesidad de transformar las motivaciones de las mujeres para emprender proyectos como mecanismo para lograr expectativas más ambiciosas en términos de alcance, y como mecanismo para aumentar la disposición a tomar riesgos en términos de asociatividad y sectores de intervención de las mujeres.

Si las mujeres encuentran en sí mismas motivaciones para ampliar sus expectativas, **entonces** se tendrá una mayor disposición de incursionar en sectores, temas y dimensiones de la vida social que han estado tácitamente asignadas solo a los hombres y, en el mismo sentido, una mayor disposición a tomar riesgos.

Así, la intervención para la autoidentificación de motivaciones y ampliación de expectativas está contemplada en dos momentos: un primer momento para reconocer centros de interés y generar una lluvia de ideas sobre su centro de interés, y un segundo momento para crear el prototipo de un proyecto personal en un laboratorio creativo.

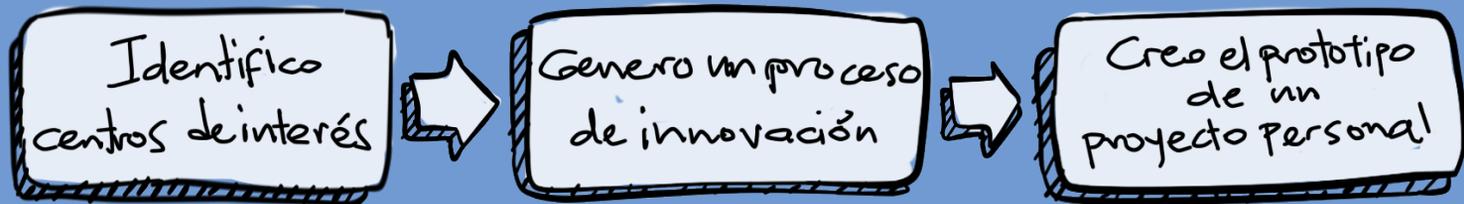


Ilustración 17. Ruta del Módulo - Innovación

“Soñando como otro”

Para este momento se ha desarrollado una actividad pedagógica que se denomina “Soñando como otro” y que permite que hombres y mujeres viajen en las expectativas de segundo orden, sobre qué creen que los otros sueñan.

Tiempo estimado

20 minutos

Recursos requeridos

Tarjetas de Colores: Tres colores o formas en pares (dos de cada color/forma) / Cinta adhesiva (pegante) / Tablero personal: un octavo de cartulina funcionará bien.

Objetivo

El objetivo de “Soñando como otro” es promover una búsqueda crítica de centros de interés en las personas participantes, a partir del reconocimiento de las barreras impuestas por los roles de género y el paso del tiempo.

Desarrollo pedagógico

En esta actividad se les pedirá a las mujeres que piensen, si hubieran sido hombres, cuál sería su más grande sueño y cuál sería la actividad que más les habría gustado hacer. Se le pide a los hombres lo contrario. Se les entregan tarjetas de papel para escribir ambas cosas en un color distintivo. Se les pide que peguen en un tablero personal estas tarjetas y, luego, se les solicita que pensando como ellos y ellas recuerden, cuando eran niñas y niños, cuál era su sueño más grande y que era lo que más les gustaba hacer. Una vez más agregarán en su tablero personal estas tarjetas. Después se les pide que, en su rol de ellas y ellos en la actualidad, piensen cuál es su más grande sueño y se compara con las demás tarjetas. Se proponen unas preguntas orientadoras de reflexión, respecto a por qué son sueños y gustos diferentes si se le está preguntando a la misma persona.

Descripción de los pasos

Se entregan dos tarjetas del mismo color y se les pide a las participantes mujeres que escriban o dibujen en una de ellas: “Si fueran ustedes, pero hombres, ¿cuál creen que sería su mayor sueño?”. En la misma situación, pero en la otra tarjeta: “**¿cuál creen que sería la actividad que más les gustaría hacer?**”. A los hombres se les pedirá que hagan el mismo ejercicio pensando: “Si fueran ustedes, pero mujeres”. Deben escribir cada una de estas respuestas en las tarjetas entregadas y ponerlas en un tablero personal (puede ser una pieza de cartulina más grande).

Se entregan otras dos tarjetas de un color diferente al primero y se les pide a las y los participantes que escriban o dibujen en una de las tarjetas: “Cuando eran niñas/os, ¿cuál era su más grande sueño?”. En la otra tarjeta se les pide que escriban: “Cuándo eran niñas/os, ¿qué era lo que más les gustaba hacer?”. Una vez terminado el tiempo de escritura o dibujo se les pide que peguen estas tarjetas en el tablero personal.

Se entregan otro par de tarjetas de otro color y se les pide a las participantes que escriban o dibujen pensando en su ser en la actualidad: “¿cuál es su más grande sueño?”, y en la otra tarjeta que escriban o dibujen: “¿cuál es la actividad que más les gusta hacer, la que más disfrutan?”. Una vez terminado el tiempo de escritura o dibujo se les pide que peguen estas tarjetas en el tablero personal.

A continuación, se abre un espacio de reflexión individual y colectivo a través de las siguientes preguntas orientadoras:



Encuadre

La reflexión alrededor de esta actividad debe estar centrada en cómo nuestros sueños cambian por nuestra condición de ser hombre, mujer o a medida que pasa el tiempo. Profundizar en la forma en la que se limitan los sueños y en cómo nuestras expectativas de proyecto de vida y todo lo que hacemos para lograrlo se limita en la medida de nuestros sueños. Una invitación a seguir soñando en grande debe cerrar esta actividad.

Momento 2: Genero un proceso creativo

Un millón de formas de hacerlo

Para este momento se propone una actividad tradicional de lluvia de ideas (*brainstorming*), sin embargo, se conduce en una narrativa desde lo cotidiano y desde el centro de interés identificado. De esta manera el proceso creativo, si bien requiere un esfuerzo, tiende a ser más cómodo de lo imaginado.

Tiempo estimado

40 minutos

Recursos requeridos

Hojas de papel: 20 por persona, una para cada forma de hacer la actividad / Lápices de colores o plumones / Lápices negros.

Objetivo

Promover un proceso creativo a partir de un centro de interés identificado, con el fin de ilustrar cómo puede ser un ejercicio de innovación con base en una actividad y escenario que es ya reconocido por las participantes.

Desarrollo pedagógico

A partir del momento anterior, se les pide que elijan de esas tres actividades que plantearon qué les gusta hacer más, cuál es la que más disfrutan. Se invita a pensar en 20 formas diferentes de hacer esa actividad y las clasifiquen en grupos. Esta segunda parte de este momento invita a la creatividad, a imaginarse situaciones irracionales, pero en las que es posible cumplir con los objetivos de la actividad.

Descripción de los pasos

Se presenta este como un ejercicio de imaginar, se le pide a las participantes, que elijan la actividad que más disfrutaron de las tres que señalaron en el **Momento 1** la última pregunta orientadora de ese momento puede ayudarlas a decidir.

Se les pide que expliquen la forma en la que más disfrutaron hacer esa actividad, (en familia, solas, con amigas, en la noche, en la mañana, cuando hace frío). Para hacerlo tendrán hojas de papel, será lo que dibujarán o escribirán en la primera página.

El tercer paso consiste en pedirles a las participantes que en las demás hojas imaginen y dibujen o escriban 20 formas diferentes de hacer la misma actividad. La instrucción puede separarse en grupos de cinco integrantes. Es decir, primero se les pide pensar en cinco formas de hacer la misma actividad, luego se les pide pensar en otras cinco y así sucesivamente hasta completar las 20. Cada una de las formas propuestas por las participantes deben cumplir con las siguientes características:

1. Deben ser factibles. Es decir, realizables con la ciencia y la tecnología actualmente conocida.
2. No deben involucrar giros mágicos. Es decir, no pueden resultar del uso de la magia o la brujería para alterar la realidad.
3. No tienen que ser formas que sean agradables.
4. Con cada forma imaginada debe pensarse a qué tipo de persona le gustaría hacer esa actividad así.

Al final de este ejercicio probablemente no se hayan completado las 20 formas. Se les pedirá a las participantes que compartan la que les parece más irracional y le cuente a las demás qué tipo de persona creen que quisiera hacer esa actividad de esa manera. Se les pide también que compartan la más difícil y la más fácil. De ser posible se pegarán las 20 hojas en el salón donde se realiza la actividad para tenerlas allí el resto de la jornada.

Al finalizar el ejercicio se les presenta la definición de innovar que contiene esta *Emprendipedia* y se les pregunta en qué se parece esa definición al ejercicio que acaban de hacer:

Innovación: es generar un cambio, una nueva forma de hacer las cosas, una renovación de lo que está socialmente establecido. Está basada en producir ideas a partir de nuevos productos o de nuevos usos para los productos existentes. También se asocia con transferir por primera vez a una sociedad conocimientos que para otra sociedad son antiguos o establecidos.

Encuadre

El encuadre de esta actividad está dirigido a reconocer en las participantes la capacidad de tener ideas diferentes sobre el mismo asunto, sobre algo que consideran cotidiano producir ideas extrañas y nuevas y asociar estas ideas a un tipo de personas que de seguro les gustaría su idea. Tiene que ver con reconocer que todos y todas podemos ser creativos y que se requiere de una motivación, un centro de interés para lograrlo. Se cierra con una invitación a entender la importancia de sus centros de interés.

Del laboratorio al lienzo

Para este momento se ha diseñado una actividad denominada “Del Laboratorio al Lienzo”, un ejercicio para transmitir el modelo de negocio sobre un proyecto personal a partir de los sueños recogidos en el Momento 1 de este módulo.

Tiempo estimado

60 minutos

Recursos requeridos

Prototipo de Proyecto Personal (tamaño tabloide) / Pósts / Modelo de negocio (tamaño carta)

Objetivo

Familiarizar a las participantes con un esquema de modelo de negocio tradicional, pensando en un proyecto personal que surge de sus centros de interés, con el fin de instalar en ellas herramientas para la construcción de proyectos en genera.

Desarrollo pedagógico

Se les pedirá a las participantes que elijan uno de los sueños que señalaron en el Momento 1 de este módulo. La pregunta orientadora (e) del Momento 1 (¿cuál de los tres escenarios tiene el sueño más ambicioso, más difícil?) puede ser de utilidad para esa selección. Con ese sueño, las participantes deben imaginar qué debe suceder en sus vidas para que ese sueño se haga realidad y escoger una de esas cosas que debe suceder como un proyecto personal. Luego se le pide a las participantes que a partir de unas preguntas diseñen su mapa de ruta para su proyecto personal, sin saber que en realidad están montando un modelo de negocio.

Descripción de los pasos

Se les pide a las participantes pensar en uno de los sueños que señalaron en el Momento 1, aquel que parezca más desafiante, más difícil y, al mismo tiempo, más ambicioso.

A partir de ese sueño, se les pide que piensen qué se necesita —además de suerte— para que ese sueño se haga realidad. Pueden ser varias cosas, pero se les pide pensar en al menos una. Por ejemplo, si el sueño es ser una gran cirujana, entonces, algo que debe pasar antes es entrar a la universidad y, en tal sentido, el proyecto personal será ese.

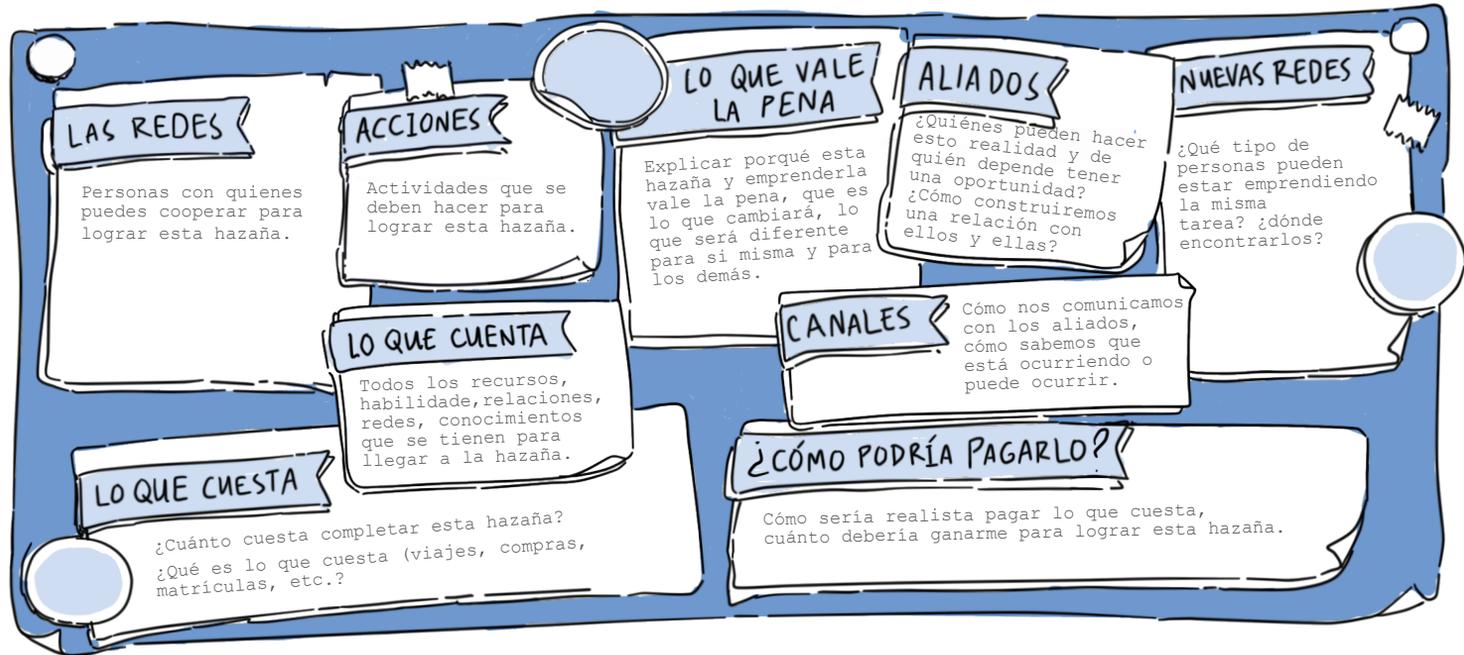


Ilustración 18. Prototipo de proyecto personal

Con esta información se invita a las participantes a montar el “Prototipo del proyecto personal”. Se le entrega a cada una un formato de prototipo y póst-its para que respondan una a una las orientaciones del prototipo.

Una vez terminada la actividad, las participantes compartirán sus prototipos en grupos de cinco personas (de tres a cuatro grupos), siempre incentivando el aliento, y con valoraciones positivas y propositivas sobre las intervenciones de las demás.

Al finalizar este momento se les muestra a las mujeres cómo se ve un plan de negocio para un emprendimiento, con el propósito de ilustrar cuan fácil es crear un modelo de negocio.

Encuadre

El encuadre de este momento tiene dos dimensiones: por un lado, fortalecer la idea de “sueños realizables” a partir de pequeños pasos, dividir los sueños en tareas que puedan realizar hace que se vean menos inalcanzables; y el segundo, promover la idea de la creación de un modelo de negocio como un proyecto personal y superar la idea del modelo de negocios como un ejercicio sofisticado, técnico y complejo, a través de la experiencia, señalando cómo ellas ya fueron capaces de crearlo.

Todos los módulos anteriores abordan estrategias que fortalecen la autonomía financiera, pues no contar con ella es una de las barreras identificadas para el emprendimiento que se supera a través de la ampliación de redes, reconocimiento de capacidades propias, identificando centros de interés, entre otras. Por esta razón, el siguiente módulo se centrará en el criterio fundamental de la autonomía, la toma de decisiones.

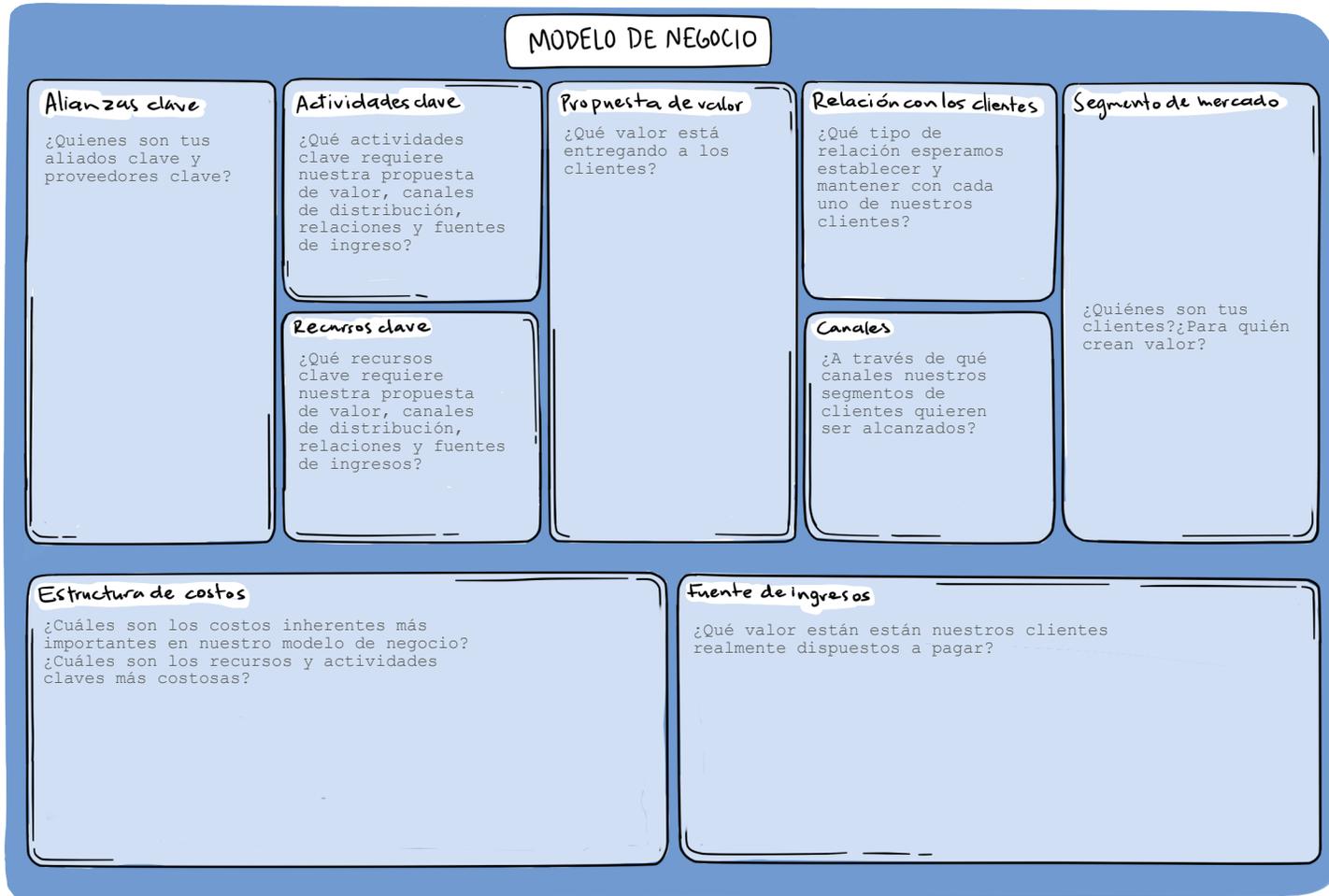


Ilustración 19. Modelo de Negocio



AUTONOMÍA

Tiempo esperado del módulo: 2 horas

En MILA, la autonomía es la capacidad de una persona para ejercer su propia independencia respecto a otra persona o cosa. La autonomía permite ejercer derechos, tomar decisiones y decidir sobre la propia persona sin la necesidad de que otra persona intervenga en su lugar.

La forma en la que se aborda la autonomía, entonces, es a partir de la construcción de mapas de decisión, asentamiento de las decisiones en asuntos financieros e identificación de socias estratégicas.

Así, la teoría de cambio parte de la noción de autonomía como la capacidad de tomar decisiones y la confianza para asumir el resultado de estas, sin la mediación de ninguna persona.

Si las mujeres saben que tienen la capacidad de tomar decisiones y lo hacen bien, entonces evitarán depender de otros para tomar decisiones y confiarán en su propia capacidad de asumir los resultados.

La intervención está diseñada en dos momentos separados: un primer momento, aprender a crear mapas de decisión para problemas y un segundo momento, identificar posibles inversionistas pensando en sujetos que podrían interesarse en su solución o cómo esa solución podría transformar el mundo.

Construyo un mapa de decisión



Identifico comunes

Ilustración 20. Ruta del Módulo - Autonomía

Momento 1: Construyo un mapa de decisión

“De ida y vuelta”

Para este momento se ha construido un *journey map* como mapa de decisión, que se espera les permita a las mujeres reconocer su capacidad para resolver problemas de manera creativa y que es posible entender, asumir y tramitar las consecuencias de las decisiones.

Tiempo estimado

40 minutos

Recursos requeridos

Mapa de soluciones “De ida y vuelta” (tamaño tabloide)

Esferos, lapiceros o plumones

Objetivo

Fortalecer la autonomía de las participantes a través de proporcionar herramientas para la toma consciente de decisiones cotidianas, como mecanismo para contribuir a la superación de la dependencia afectiva, financiera y logística de sus parejas, familiares y de otras personas.

Desarrollo pedagógico

Esta actividad pretende que las mujeres identifiquen un problema común de su vida cotidiana y, a partir de ese problema, planteen la solución que regularmente le dan, junto con un conjunto de condiciones y reflexiones que en el ejercicio diario surgen del pensamiento intuitivo, pero que, al hacerlo consciente, genera un saldo pedagógico. Luego, como proceso creativo, se les pide a las participantes que piensen en al menos cuatro alternativas para solucionar el mismo problema, y al final se pregunten por la efectividad de la solución.

Descripción de los pasos

Las participantes deben pensar en un problema cotidiano en sus vidas. También se puede sugerir que piensen en el último problema que resolvieron para facilitar la identificación de un problema concreto. Este problema deben escribirlo en el primer cuadro de la izquierda del formato “De ida y vuelta”.

Se les pide que, en la siguiente columna, expliquen a través de al menos dos razones el porqué es importante resolver ese problema.

Una vez hecho, se les pide que en el siguiente cuadro de la columna 2 (Las soluciones) nos escriban o dibujen: ¿cómo solucionaron ese problema?

En la columna 3 (lo que se necesita), se le pide a las participantes que expliquen qué cosas, situaciones, insumos o comportamientos necesitaron para resolver ese problema de la manera en que lo hicieron.

En la columna 4 (¿Qué pasaría si?), las participantes deberán pensar en qué hubiera podido pasar con su decisión, debería haber al menos un buen resultado y un mal resultado.

En la columna 5 deberán valorar si esa solución resulta efectiva para el problema, de 1 a 5, siendo 1 una solución que difícilmente resolverá el problema y 5 la solución más efectiva.

Se les pide a las participantes que repitan los pasos del 3 al 6, pensando en soluciones alternativas (al menos tres soluciones adicionales) que requieran diferentes insumos o situaciones, que tengan diferentes efectos y que la efectividad sea diferente.

Al final, las mujeres deberán decidir cuál es la mejor decisión según los siguientes criterios:

La solución con
menores riesgos
(columna 4)

La solución
que requiere
menos insumos
(Columna 3)

La solución
más efectiva
(Columna 5)

Si alguna de las soluciones coincide en al menos dos criterios, se les invita a pensar si esa era la solución más obvia, si sería posible hacer este ejercicio con cada problema de la vida, y sobre la utilidad de organizar la información con la que se cuenta para la toma de decisiones.

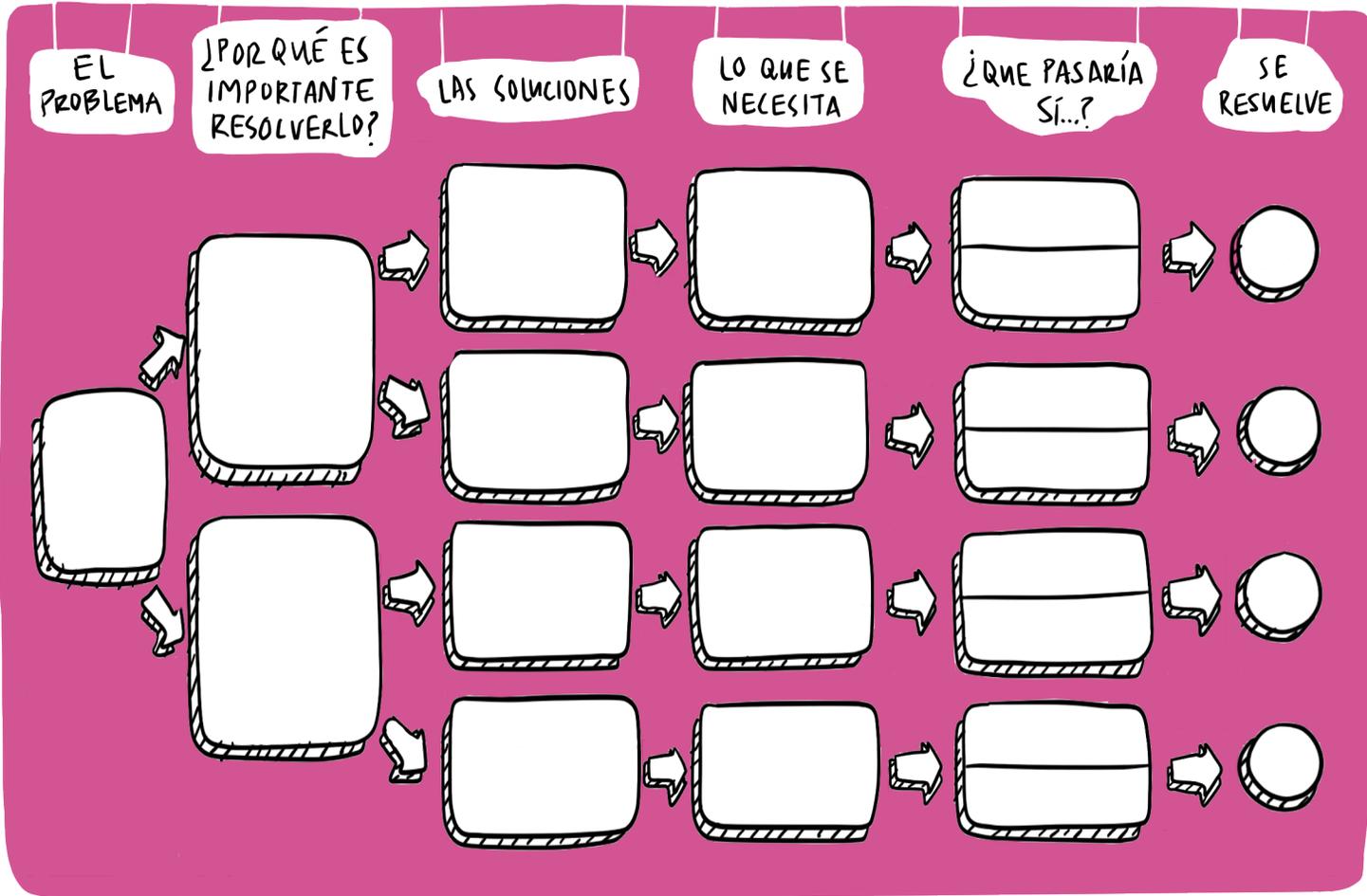


Ilustración 21. "De ida y vuelta"

Encuadre

El encuadre de esta actividad debe estar dirigido a ilustrar cómo las participantes pueden pensar en diferentes soluciones para el mismo problema —desde la perspectiva de la innovación— y cómo pueden valorar cuál es la mejor decisión. Es importante resaltar su capacidad para valorar diferentes escenarios para cada alternativa y reconocer que, en otras dimensiones de la vida, este mapa de soluciones puede contribuir a tomar decisiones con mayor seguridad.

Momento 2: Identifico comunes

“¿Quién como yo?”

Para el segundo momento del módulo AUTONOMÍA se propone acentuar la confianza en las decisiones de las mujeres a partir de un mapa de soluciones elaborado en el momento anterior. De esta manera, valorarán cada una de esas alternativas a la luz de la utilidad para otras personas en otras situaciones y contextos. Esta actividad está pensada para que las participantes construyan perfiles de personas para quienes sus soluciones podrían ser útiles, con el fin de promover la percepción de que pueden contribuir a resolver las vidas de otras personas con sus ideas, reafirmando su capacidad creativa, la confianza en sus decisiones y la capacidad de identificar un “mercado” para sus ideas.

Tiempo estimado

40 minutos

Recursos requeridos

Perfil para soluciones (tamaño media carta) / Esferos, lapiceros o plumones

Objetivo

Promover una valoración positiva de las decisiones que toman las mujeres para diferentes actores y contextos a partir de la información disponible, como mecanismo para generar una percepción de seguridad y solidaridad alrededor de sus decisiones.

Desarrollo pedagógico

Las participantes deberán construir perfiles para cada una de las soluciones propuestas, para generar un proceso reflexivo a partir de esto, su capacidad de resolver problemas para otros y su capacidad para identificar un “mercado” para sus ideas.

Descripción de los pasos

Para cada una de las soluciones propuestas en el Momento 1 de este módulo, las participantes deben pensar en para qué tipo de persona esa sería una solución útil y por qué.

Una vez identificado el tipo de persona, se les pedirá que creen perfiles en el formato sugerido que indaga variables básicas de investigaciones de mercado asociadas con el sexo, la edad, el entorno, el ingreso y el contexto. Este último se refiere a las situaciones particulares en las que se le presenta el problema a esa persona.

Cuando hayan diligenciado un formato por cada solución propuesta, se propone un momento de compartir tanto las soluciones como los perfiles construidos para cada una de estas.

The illustration shows a hand-drawn template on a pink background, designed for creating a profile for solutions. It features several sections:

- Profile Picture:** A square box with a paperclip icon, intended for a photo or drawing of the person.
- Gender:** A label "¿Hombre o mujer?" (Male or female?) with a blank space for the answer.
- Age:** A label "Edad" (Age) with a blank space for the answer.
- Context:** A large, empty rectangular box labeled "Contexto" (Context) for describing the situation.
- Environment:** A rectangular box labeled "Entorno" (Environment) for describing the surroundings.
- Economic Capacity:** A rectangular box labeled "Capacidad económica" (Economic capacity) for describing the person's financial situation.

Ilustración 22. Perfil para soluciones

Encuadre

La reflexión de cierre debe darse alrededor de la pregunta: ¿qué tan difícil fue el ejercicio? Con esto se incentivará el pensamiento creativo de las personas, reconociendo que si bien no es un ejercicio fácil, ellas cuentan con todas las herramientas para desarrollarlo y que pueden tomar decisiones correctas solucionando problemas para ellas y para otras personas. Este ejercicio es un símil para una segmentación de mercado, que significa clasificar a las personas que podrían estar interesadas, según su interés y otras características.

Referencias

AIJU. Instituto Tecnológico del Producto Infantil y Ocio. (2018)

Angela Madeo, Flavia Manarin, Marianela Moretti y Julia Saucedo (2013). La discapacidad entre la ciudadanía y la descuidadización. X Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Crespo, J.M. y Vila Viñas, D. (2014) Saberes y Conocimientos Ancestrales.

Dasgupta, P; I. Serageldin (2000), Social Capital. A multifaceted Perspective, The World Bank, Washigton.

Elias, N. El proceso de la civilización: Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas. Fondo de Cultura Económica. 2015.

Elias, N. El proceso de la civilización: Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas. Fondo de Cultura Económica. 2015.

Etxeberria, Xabier. La condición de ciudadanía de las personas con discapacidad intelectual. Cuadernos Deusto de Derechos Humanos. Num 48. Universidad de Deusto, Bilbao. 2008.

F. Dubreucq - Choprix, M. Fortuny (s.f.). Oliver Decroly. Revista de Pedagogía, Madrid, España.

FLOK Society . Tradicionales y Populares (v. 2.0). Buen Conocer - FLOK Society Documento de política pública 5.2.

FOMIN - Fondo Multilateral de Inversiones. WEGrow. Liberando el potencial de crecimiento de las emprendedoras en Latinoamérica y el Caribe. Banco Interamericano de Desarrollo. 2014.

Freie Universität Berlin. El proyecto Mujeres y Género en América Latina, Instituto de Estudios Latinoamericanos. 4 de febrero de 2006. <https://>

www.lai.fu-berlin.de/es/e-learning/projekte/frauen_konzepte/index.html. Conceptos / Feminismo.

García Uribe, Emmanuel, Ordóñez Molinar, Larisa, & Avilés Guillén, Edgar (2016). Motivaciones y obstáculos para el emprendedurismo: una perspectiva de género desde los jóvenes universitarios. Revista Retos, 11 (1), pp. 41- 50.

Grazzi, Matteo & castillo, Rafael & Tacsir, Ezequiel. (2014). Women in Science and Technology. What does the literature say?.

Lagarde y de los Ríos, M. Autoestima y género. Cuadernos Inacabados 39, Claves feministas para la autoestima de las mujeres (2000).

Ley 1413 de 2010. Artículo 2.

Martínez Piva. Jorge Mario (Coordinador). Generación y protección del conocimiento: propiedad intelectual, innovación y desarrollo económico. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) Sede Subregional de la CEPAL en México. 2008.

Melo Moreno, Marco Alejandro. (2006). La categoría analítica de género: una introducción. De mujeres, hombres y otras ficciones. En: Colombia. Ed: CES-Tercer Mundo Editores. Escuela de estudios de género, V.1, p. 33-38.

Norris, P., & Inglehart, R. Gendering Social Capital: 27. Kennedy School of Government Harvard University, Institute for Social Research University of Michigan. (2003).

Yannick Gaudin, “Nuevas narrativas para una transformación rural en América Latina y el Caribe. La nueva ruralidad: conceptos y medición”, Documentos de Proyectos, (LC/TS.2019/45-LC/MEX/TS.2019/9), Ciudad de México, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2019.

