



Convenio Secretaría Distrital de la Mujer y Artesanías de Colombia S.A.
ADC-2015-226 (527 2015)

Proyecto

“Fomento del sector artesanal para mujeres emprendedoras en Bogotá D.C”.

Informe final de ejecución

Compiló y editó
María Gabriela Corradine Mora
Profesional de Gestión
CENDAR

Artesanías de Colombia S.A.
Bogotá D.C, Febrero 2017

**Ministerio de Comercio Industria y Turismo
Artesanías de Colombia S.A.**

Ana María Frías Martínez

Gerente General

Iván Orlando Moreno Sánchez

Subgerente de Desarrollo y Fortalecimiento del sector Artesanal

Nydia Leonor Castellanos Gasca

Profesional en Gestión

Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del sector Artesanal

Oriana Galofre Charris

Coordinadora de Proyecto

Bertha Liliana Romero Palacín

Monitor Laboratorio Bogotá

Orlando Jair González Ramírez

Apoyo asistente administrativo

Gloria Constanza Vásquez Perdomo

Nohora Andrea Ortiz López

Xeker Rojas Baquero

Gloria Rodríguez Forero

Constanza del Pilar Arévalo

Equipo de Diseño

Corporación Mundial de la Mujer Colombia

Comercialización y emprendimiento

Catalina Beleño

Rafael Monserrate

Equipo SIEAA



Andrea Navia
Desarrollo Humano

Juliana Echeverry Ruano
Comunicadora Visual

RESUMEN

Resultados de la ejecución del proyecto “Fomento del sector artesanal para mujeres emprendedoras en Bogotá D.C” ejecutado en convenio entre Secretaría Distrital de la Mujer y Artesanías de Colombia S.A. durante la vigencia de 2015, con actividades en los módulos de Sistema de Información Estadística – SIEAA, Diseño, Producción, Desarrollo Humano, Comercialización y Emprendimiento, con énfasis en identificación y caracterización de las mujeres productoras de manualidad y artesanía, capacitación y asesoría en temas relacionados con diseño, producto, seguridad industrial, producción, moda, empaque, costos, bancarización, desarrollo humano, políticas públicas para la mujer, organización, emprendimiento y fomento comercial, a través de la participación en ferias. Se atendieron oficios como tejeduría, muñequería, marroquinería, joyería, trabajo en madera y bisutería, entre otros.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION

1. Módulo Sistema de Información Estadística - SIEAA
2. Módulo de Diseño
 - 2.1. Taller Componentes del Producto Artesanal
 - 2.2. Taller Producto, Línea y Colección
 - 2.3. Taller Categorías de Producto
 - 2.4. Taller Reconocimiento de la Identidad
 - 2.5. Taller Identificación de Referentes
 - 2.6. Taller de Creatividad
 - 2.7. Taller de Identidad Gráfica
 - 2.8. Matriz de Diseño
 - 2.9. Desarrollo de líneas de producto
 - 2.10. Asesoría Puntual imagen gráfica
 - 2.11. Taller Tendencias
 - 2.12. Taller de Tipologías de Mercado
3. Módulo de producción
 - 3.1. Diagnóstico oficio de Marroquinería
 - 3.2. Diagnóstico oficios de joyería y Bisutería
 - 3.3. Diagnóstico oficio de tejeduría
 - 3.4. Talleres técnicos
 - 3.5. Taller de Seguridad industrial
4. Módulo de desarrollo humano
 - 4.1. Caracterización de las organizaciones de mujeres
 - 4.1.1. Datos básicos de las organizaciones de mujeres artesanas
 - 4.1.2. Formalización de las organizaciones de artesanas
 - 4.1.3. Objetivos de las organizaciones
 - 4.1.4. Bancarización y autogestión de la organización
 - 4.1.5. Redes de apoyo de las organizaciones
 - 4.2. Caracterización individual de las mujeres en su actividad artesanal
 - 4.2.1. Elementos individuales que afectan la labor artesanal y/o empresarial
 - 4.2.2. Elementos familiares que afectan la labor artesanal y/o empresarial
 - 4.2.3. Otros elementos que afectan el desarrollo artesanal de las mujeres.

- 4.2.4. Aspectos que afectan negativamente el crecimiento de las unidades productivas
- 4.2.5. Fortalezas y aprendizajes de las mujeres para hacer crecer sus iniciativas
- 4.3. Contextualización y descubriendo mis necesidades
- 4.4. Autoconocimiento
- 4.5. Autoestima
- 4.6. Planes y proyectos de vida
- 4.7. Liderazgo y emprendimiento
- 4.8. Democratización familiar
- 4.9. Comunicación asertiva
- 4.10. Trabajo en equipo
- 4.11. Reconocimiento de derechos de las mujeres
- 5. Módulo de comercialización y emprendimiento
 - 5.1. Emprendimiento
 - 5.1.1. Configuración inicial de planes de negocio
 - 5.1.2. Planteamientos de planes de negocio
 - 5.1.3. Estructura de los planes de negocio
 - 5.1.4. Taller de costos y manejo contable
 - 5.2. Análisis del entorno
 - 5.3. Estrategia de marketing
 - 5.3.1. Producto
 - 5.3.2. Plaza/ oportunidades de negocio
 - 5.3.3. Promoción
 - 5.3.4. Precio
 - 5.4. Eventos comerciales
 - 5.4.1. Feria del Parlamento Andino I
 - 5.4.2. Feria del Parlamento Andino II
 - 5.4.3. Expoartesanías 2015
- 6. Conclusiones
- 7. Resultados
- 8. Limitaciones y dificultades
- 9. Recomendaciones

TABLA DE ANEXOS

- 1 Perfil Proyecto Mujeres Bogotá 2015**
- 2 Línea base SIEAA Bogotá 2015**
- 3 Base datos artesanías Bogotá 2015**
- 4 línea Base - 50% crítica**
- 5 Memoria textual Talleres Diseño**
- 6 Matriz de Diseño Plaza Fusión**
- 7 Bocetos diseño Bogotá**
- 8 Forcv14 Fichas diseño Bogotá**
- 9 Forcv13 Imagen gráfica**
- 10 Cartilla costura**
- 11 Cartilla tintes industriales**
- 12 Cartilla tintes naturales**
- 13 Cartilla bisutería**
- 14 Cartilla cestería en papel**
- 15 Cartilla mejoramiento textil**
- 16 Aplique tela sobre tela**
- 17 Catalogo productos diseño Bogotá 2015**
- 18 Material fotográfico del proyecto**

INTRODUCCION

Como antecedentes de la atención a la población artesana de Bogotá D.C., Artesanías de Colombia trabajó en alianza con varias alcaldías locales durante los años 2004 a 2008; brindó asesorías puntuales de manera permanente a través de su CDA - Centro de Desarrollo Artesanal, y adicionalmente, durante 2013 a través del aprestamiento con la Escuela Taller de Bogotá denominado “Laboratorio Bogotá” asumió los retos presentados por la ciudad relacionados con la atención a poblaciones desplazadas y la inseguridad en la disponibilidad de recursos de inversión.

En 2014 se ejecutó el proyecto “Fortalecimiento y desarrollo de la actividad artesanal en la ciudad de Bogotá - Primera fase” como resultado del cual se identificaron 750 beneficiarios a través del SIEAA - Sistema de Información Estadístico de la Actividad Artesanal y se atendieron 500 beneficiarios en los módulos de producción, diseño, desarrollo social y comercialización, mediante acompañamiento directo e integral en diferentes oficios artesanales representativos de la ciudad y la participación en Expoartesanías.

En 2015 se ejecutó el proyecto “Fomento del sector artesanal para mujeres emprendedoras en Bogotá D.C” mediante un convenio de asociación ADC-2015-226 (527 2015) suscrito entre Artesanías de Colombia y la Secretaría Distrital de la Mujer, de la Alcaldía de Bogotá, con el objeto de contribuir al fortalecimiento y desarrollo de la actividad artesanal de las mujeres en Bogotá, D.C., con una inversión de \$270'000.000 y gestionando el apoyo de otras entidades como el Parlamento Andino.

Durante la convocatoria se inscribieron 205 mujeres emprendedoras, participando de manera constante únicamente 81 mujeres, quienes manifestaron haber obtenido grandes enseñanzas y aportes para su actividad económica reflejados en sus resultados comerciales y en su vida personal.

Se ejecutaron actividades de los módulos Sistema de Información Estadística – SIEAA, Diseño, Producción, Desarrollo Humano, Emprendimiento y Comercialización, iniciando con la sensibilización de las beneficiarias sobre el plan de igualdad de oportunidades para las mujeres y equidad de género y la misión y objetivos de la Dirección de Enfoque Diferencial; se manejó una óptima coordinación y seguimiento al proyecto, con la participación del equipo asesor, las beneficiarias y el Distrito, realizando la planeación y programación de las actividades junto con la revisión de los contenidos temáticos y

material pedagógico y la exposición de los criterios de Artesanías de Colombia para la selección de productos y la participación en Expoartesanías, junto con la socialización de los resultados estadísticos de la caracterización realizada por el equipo SIEAA.

Se realizó el cierre del proyecto con la entrega de certificados que acreditaron su participación constante y los buenos resultados obtenidos a 81 beneficiarias, junto con kits de imagen gráfica con bolsas, etiquetas por oficio, DVD (memorias: talleres recibidos durante el desarrollo del proyecto y el catálogo virtual). Se entregaron tarjetas de presentación a 36 mujeres.

1. Módulo Sistema de Información Estadística - SIEAA

Se trabajó en el levantamiento de información para lograr la caracterización de las mujeres artesanas de Bogotá, identificando sus necesidades reales, la cual servirá de insumo para el desarrollo de Políticas Públicas en el Estado.

Durante las 9 reuniones de convocatoria y registro de las participantes, se realizó la presentación del proyecto y del equipo de trabajo, se explicó la metodología y el proceso que se llevaría a cabo a través de los módulos, aplicando la encuesta de caracterización del Sistema de Información Estadístico, con el levantamiento de información de redes y asociaciones.

Se logró una asistencia por localidad así:

Tunjuelito y Ciudad Bolívar con 26 participantes, Usme con 19 participantes, Bosa y Kennedy con 32 participantes, Engativá con 12 participantes, Candelaria, Santa Fe, San Cristóbal y Mártires con 24 participantes, Suba y Usaquén con 28 participantes, Puente Aranda y Fontibón con 18 participantes, Antonio Nariño y Rafael Uribe Uribe con 13 participantes, Chapinero, Teusaquillo y Barrios Unidos con 18 participantes.

Se analizaron 4 bases de datos enviadas por la Secretaría Distrital de la Mujer tomando como criterios los oficios y la localidad a la que pertenecía cada artesana. Se realizaron llamadas a 93 artesanas para completar la base de datos. Se registraron en total 202 mujeres artesanas, quienes fueron caracterizadas, encontrándose aprobado el 100% de las encuestas aplicadas y digitalizadas.

El equipo de SIEAA presentó a la Secretaría Distrital para la Mujer un informe cualitativo en el cual se evidencian las condiciones socio económicas y culturales en las que las mujeres artesanas de la ciudad de Bogotá realizan sus actividades, así como las bases completas con la información de cada una de las secciones de la encuesta y un documento con información estadística tomando como referencia a 81 mujeres que se identificaron como “activas” durante el proyecto.

Se adjunta la línea de base – 50% crítica aprobada.

2. Módulo de Diseño

El equipo de asesores de diseño acompañó el proceso de mejoramiento y desarrollo de productos, contribuyendo a exaltar las técnicas tradicionales y la identidad cultural, acorde con las expectativas de las beneficiarias y la viabilidad comercial. Trabajó también en el mejoramiento técnico con un adecuado aprovechamiento de las materias primas y aplicación de determinantes de calidad.

El siguiente es el perfil de las participantes.

El 90% de las beneficiarias evaluadas son productoras de arte manual. Las participantes que realizan artesanía en su mayoría pertenecen a comunidades indígenas.

El oficio que predomina dentro del grupo es la tejeduría y dentro de este se encontraron diversidad de productos como bufandas, zapatos, sandalias, cuellos, muñecos, entre otros. La actividad tiene un nivel medio y bajo en el desarrollo de productos. La poca destreza demuestra que para la mayoría de mujeres, su actividad no es fuente significativa de ingresos para su sostenimiento, teniendo otras actividades alternas de trabajo.

En la evaluación de producto se aprecia que las beneficiarias tienen en su mayoría un bajo nivel de habilidad y carecen de un idea de negocio o plan de emprendimiento a pesar de que han recibido apoyo en diferentes aspectos.

Las unidades productivas se dividieron de acuerdo a los oficios encontrados, de la siguiente manera:

Unidades productivas de Textiles

Unidades productivas de Cestería y confección

Unidades productivas de Bisutería y joyería

Unidades productivas de Ebanistería y técnicas industriales.

Unidades productivas de Alimentos

Cada grupo se conformó por aproximadamente 40 beneficiarios y el grupo de alimentos se conformó por 20 beneficiarias, de las cuales asistieron de manera constante a las capacitaciones entre 17/18 artesanas en promedio por grupo.

Con base en la evaluación del producto se identificaron errores en los mismos, el uso de materiales crudos y la mezcla excesiva de materiales; se recomendó simplificar técnicas, se propuso la aplicación de macro tejidos y se planteó la sostenibilidad del diseño.

Se realizó el planteamiento de referentes según las matrices de diseño y en las paletas de color, la bocetación de propuestas con las artesanas, las cuales fueron evaluadas en comité de diseño y la presentación final de propuestas para los microambientes con el costeo de prototipos.

Los talleres prepararon de manera teórica a las emprendedoras para la fase práctica en seis jornadas de trabajo. Los temas fueron presentados como pasos eslabonados para lograr una relación propositiva entre emprendedora y diseñador durante la intervención. Se entregaron memorias textuales de los temas desarrollados. (Anexo Memorias textuales – Talleres de Diseño)

2.1. Taller Componentes del Producto Artesanal

Se trataron los aspectos más relevantes de los componentes del producto siendo estos:

- * Componente formal
- * Componente estético
- * Componente funcional
- * Componente formal.

Este conocimiento le sirvió a las emprendedoras para aplicarlo en el diseño de sus productos de modo que pueda elaborar objetos funcionales, estéticamente armónicos y ergonómicos.

2.2. Taller Producto, Línea y Colección

Se explicaron los conceptos de producto, línea y colección vistos a nivel de diseño, relevantes en el proceso creativo y en la producción. Las emprendedoras conocieron los conceptos y sus aplicaciones, despejaron dudas dando ejemplos.

2.3. Taller Categorías de Producto

Se trataron los aspectos más relevantes de las categorías de productos, realizando una definición general, explicando el para qué categorizar, las ventajas para el comprador y el productor. Se expusieron los tipos de categorías que son por clasificación de producto, por nicho de mercado, por oficios y técnicas y por materiales.

2.4. Taller Reconocimiento de la Identidad

Se trataron los conceptos de identidad, identidad individual, identidad colectiva. Se explicaron los elementos de la identidad que son: tangible, intangible y referentes.

Este taller se consideró uno de los más importantes ya que en Bogotá es difícil evidenciar la identidad en el producto. Este aspecto es muy relevante ya que se relaciona con desarrollar productos especiales, que definan a su hacedor y más exitosos comercialmente.

2.5. Taller Identificación de Referentes

Se trataron los temas de Punto de inspiración y tipos de referentes, entre los que se incluyen geográficos, culturales, ancestrales, de la técnica y formales.

Se expuso además su aplicación en el producto por medio del diseño, siendo este un aspecto fundamental para la Identidad del producto.

2.6. Taller de Creatividad

Se desarrolló en dos secciones: una fase teórica explicativa sobre el evento creativo y sus particularidades y se hizo un ejercicio de cómo se concibe una colección, con el fin de tener referentes para el desarrollo de las líneas de productos, dividiendo a las participantes de Bisutería, Tejeduría, Cestería, Confección y Ebanistería, en cuatro grupos con su respectiva líder. Se plantearon las necesidades a resolver y se suministraron materiales para el desarrollo del taller, realizando la evaluación de la actividad en función de los resultados obtenidos.

En la segunda sección se realizaron ejercicios prácticos sobre las diferentes técnicas que manejaban las beneficiarias a fin de plantear la modificación o intercambio de materias primas utilizadas entre ellas y hacer aportes a los productos de las demás, así

como realizar módulos para componer productos y se dejaron tareas acordes a los oficios. Se complementó el ejercicio con el tema de percepción del precio del producto y usos alternativos de las técnicas.

2.7. Taller de Identidad Gráfica

Se desarrollaron temas de diseño gráfico en el contexto artesanal, búsqueda de la identidad artesanal y diseño precolombino colombiano, sensibilizando a las beneficiarias sobre nuestra riqueza cultural y cómo aprovecharla en aplicaciones gráficas con identidad.

Se trabajó la identidad corporativa dando su definición, explicando sus usos, como realizar la búsqueda de nombre. Se dieron tips, se explicó la homonimia nacional, el registro de marca, las formas básicas de diseño y percepción. Se logró que las beneficiarias entendieran la importancia del uso de la imagen gráfica como factor diferenciador, aval de garantía y soporte importante para su gestión comercial.

Se hizo la definición de aplicaciones gráficas y se explicaron sus usos, debidamente ejemplificado, concientizando a las beneficiarias sobre las ventajas de usar las aplicaciones eventos feriales, stands, establecimientos comerciales, etc.

Se expuso el tema del empaque en el contexto artesanal, su evolución, definición, funciones y clasificación, logrando que se entendiera al empaque como aplicación de la marca, vendedor silencioso y valor agregado de sus productos.

Se expuso así mismo la Normatividad relacionada con el embalaje al exterior, rotulado, iconografía especial y tamaños (Norma NTC 3685, Norma NTC 2479, Norma NTC 2475)

Se expuso el tema de diseño del sistema de empaque y embalaje, con contenidos relacionados con materiales, desarrollo, geometrización de formas, plano técnico, aplicación de la marca y se dieron ejemplos visuales, y reales empaques para diferentes productos.

2.8. Matriz de Diseño

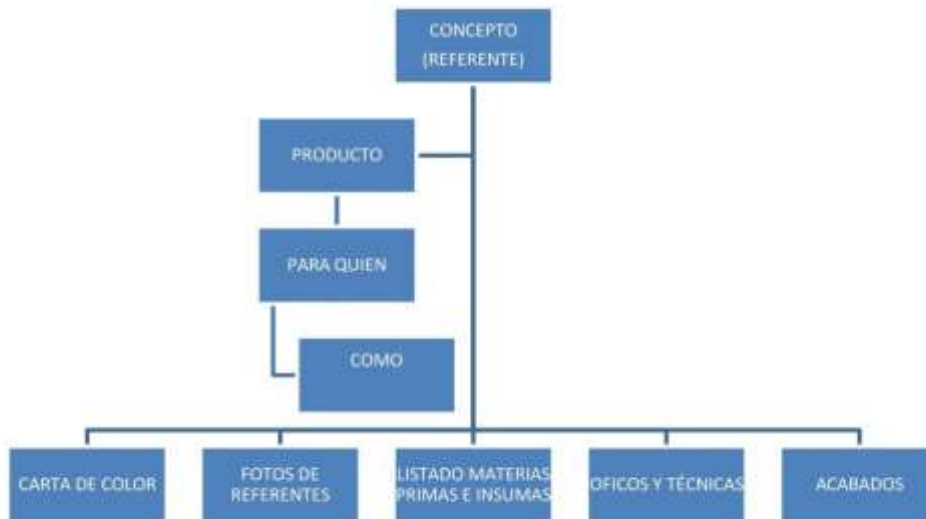
La matriz de diseño es la base a partir de la cual los diseñadores realizan colecciones y líneas de producto con las artesanas y a través de la cual se toman referentes de formas, colores y patrones siguiendo siempre las tendencias en diseño.

La matriz de diseño que se manejó para la colección para Expoartesanías fue la Colección Región Centro Oriente, trabajada conjuntamente con los asesores de los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Bogotá y los dos Santanderes, dado que en Expoartesanías se tendría un stand unificado para la región.

También se planteó la matriz Plaza Fusión.



Organigrama, Matriz de diseño Bogotá- Cundinamarca, Agosto 29 de 2015, Grupo base de diseño. Artesanías de Colombia. Realizada por la diseñadora gráfica Gloria Rodríguez



Se tuvieron en cuenta referentes como las cordilleras, lagunas, estoraques, cañón y arquitectura colonial. Se listaron los oficios y materias primas de la región y se plantearon categorías de productos para los microambientes de sala y comedor y se determinó la carta de color así:



2.9. Desarrollo de líneas de producto

Los planes de acción se basaron específicamente en dos aspectos:

- El mejoramiento de producto:

Con base en la evaluación de productos se observó que para lograr éxito comercial era imperativo mejorar el producto estandarizando medidas, realizando mejoramiento en la técnica, manejo del color, adecuación de dimensiones, manejo de texturas, ajuste en las formas, conocimiento de las características y adecuado manejo de las materias primas.

- Desarrollo de nuevas líneas de producto:

Acorde al potencial de cada emprendedora en cuanto al manejo del oficio. Se tuvo en cuenta que la emprendedora tuviese capacidad productiva para realizar artículos artesanales, con manejo de la técnica y transformación de la materia prima, diseñando productos de alta calidad para mercados específicos.

Tomando como referencia las matrices de diseño, se realizaron bocetos de las líneas de productos.

Se diseñaron 4 colecciones enfocadas a la colección Centro – Oriente y se plantearon 120 líneas de producto compuestas de 3 productos cada una para un total de 360 productos, elaborando las respectivas fichas técnicas con planos técnicos y socializándolas con las mujeres emprendedoras.

Se desarrollaron las siguientes líneas:

Línea de cojines en tela

Línea de cojines en tejidos

Línea de colchonetas

Línea de implementos para yoga

Línea de cargadores para niños

Línea de bolsas para mercado

Línea de contenedores

Línea de cojines para piso en tela

Línea de cojines para piso en tejidos

Línea de tapetes para sentarse en tela

Línea de tapetes en fieltro

Línea de throws en tejido

Línea de throws en tela

Línea de cobijas en tejido

Línea de bolsos en banner o carpa

Línea de puff

Línea de estuches como cosmetiguera, para lápices y esferos, billetera

Línea de individuales

Línea de posavasos

Línea de porta calientes

Línea de contenedores para piso

Línea de contenedores para mesa

Línea de cojines en tejidos

Línea de muebles auxiliares con técnica de Cestería

Línea de organizadores

Línea de billeteras, tarjeteros y cosmetigueras

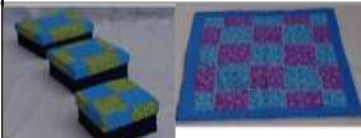






Línea de bolsa para mercado

Línea de anquetas y contenedores en papel reciclado
Línea Eco
Línea de bolsos
Línea de estuche, esquila y tarjetas y sobres en papel
Línea de zapatos
Línea de babuchas
Línea de muñecas


DESARROLLO DE LÍNEAS DE PRODUCTOS POR UNIDAD PRODUCTIVA				
Nombre	Oficio	desarrollo linea de producto	Producto	Localidad
Gloria de la Cruz	Tejeduría	Línea de puff para colección Centro Oriente en Expoartesanías. Tecnica tejido de punto		Puente Aranda
Graciela Morales Rodríguez	tejeduría	Desarrollo de línea de puff macro tejidos en crochet para stand de Expoartesanias		Antonio Nariño
Rita del Carmen Fonseca	Costura	Línea de throws y cojin, oficio artesanal aplicación de tela sobre tela para stand de Expoartesanías		Tunjuelito
Ana Lucía Royert	lencería y afiltrado en lana	Línea de productos para decoración, tapetes, cojines de neoartesanía, nueva técnica, promoción en stand Expoartesanías y para Expoartesano 2016		Mártires
Nombre	Oficio	desarrollo linea de producto	Producto	Localidad
Lilia Plazas	papel maché	Línea de móviles decorativos navideños y maracas.		Barrios Unidos
Maria Evangelina Zorro	Confección	Línea monedero y cosmetiguera con técnica de tejido en tiras de cuero.		Suba
Martha Liliana Velasco	Marroquinería	Línea de monederos con mezcla de materiales y manejo de paleta de color.		Usme
Edilma Quintana	Confección	Línea de cojines animalitos, con técnica aplicación de tela sobre tela, para stand Expoartesanías.		Chapinero

Nombre	Oficio	desarrollo línea de producto	Producto	Localidad
María Elena Pita Fonseca	Bisutería	Línea de servilleteros. Línea de collar, aretes en mostacillas. Líneas de pulseras con mostacilla y chaquiras.		Usaquén
Rosa Ana Aya Rodríguez	Bisutería	Líneas: juegos con brazaletes, aretes, anillo, dijes y pectorales.		Bosa
Nombre	Oficio	desarrollo línea de producto	Producto	Localidad
Soledad Benavides	Confección	Línea de Cojines plaza fusión, oficio artesanal aplicación de tela sobre tela.		Suba
Rosa Amelia Martínez	Muñequería	Línea de muñecas heroínas para stand Expoartesanías.		Chapinero
Isleny Gamboa	Calado y Decoración de madera	Línea de Individuales y posavasos plaza fusión para stand Expoartesanías.		Engativá
María del Carmen filo Lima	Arte manual	Línea de cubremateras con aprovechamiento de material reciclable, portálápices.		Puente Aranda

Nombre	Oficio	desarrollo linea de producto	Producto	Localidad
Alicia Guasorna Arce	Bisutería	Líneas: juegos con brazaletes, aretes, anillo, dijes y pectorales.		Candelaria
Ayda Camacho Rodríguez	Bisutería	Líneas: juegos con brazaletes, aretes, anillo, dijes y pectorales.		Tunjuelito
Chestin Cardona Paternina	Joyería	Líneas Plaza Fusión, Centro de mesa, posa vasos. Línea pulseras .		Usme
Nombre	Oficio	desarrollo linea de producto	Producto	Localidad
Esther Andrea López Garzon.	Bisutería, Joyería y Platería.	Líneas: juegos con brazaletes, aretes, anillo, dijes y pectorales.		Antonio Nariño
Nombre	Oficio	desarrollo linea de producto	Producto	Localidad
Martha Isabel Vargas Bernal	Bisutería	Línea de producto para bisutería, y hogar con tecnicas de bisutería.		Kennedy

Nombre	Oficio	desarrollo linea de producto	Producto	Localidad
Clarissa Bibiana Ortiz Garnica	Decoración de Cajas	Línea de cajas con retal de tela con aplicación de técnica patchwork: Línea de cojines.		Puente Aranda
Nombre	Oficio	desarrollo linea de producto	Producto	Localidad
Blanca Lilia Ferrucho de Vargas	Bisutería	Línea de producto para bisutería, pulseras, aretes y otros, tejidos y ensartados.		Kennedy
Luz Edith Sanchez Pineda.	Bisutería	lineas de porta vasos en material reciclado o reutilizado, pulseras para negocios cerrados, en mostacillas.		Kennedy
Nombre	Tecnica	Lineas desarrolladas	Producto	
Alba Baracaldo	Trabajo con cuero y banner	Lámpara de techo, línea de contenedores apilables en tejido. Superficies de banner entretejidas en cordón plano de cuero		
Nydia Esther Contreras	Cerería	Vela loto multicolor, con laminas fundidas cortadas manualmente.		
María Isabel Alba Hernández	Marroquinería	Jugo de contenedores de mano, cosmetiqueras, monedero simulación de tejidos en xx decorativos con mezcla de reciclables		
Nombre	Tecnica	Lineas desarrolladas	Producto	
Noris Patricia Días Borbón	Arte Manual	Contenedores decorativos plaza fusión para sala y comedor. Tipología por tamaños		

Nombre	Tecnica	Lineas desarrolladas	Producto
Sonia Lucia Cifuentes	Arte Manual	línea de contenedores mascara para dulceras y fruteros	
Rosalba Sosa Chavarro	Bricolaje	Puff patch work y vinculación de las costuras como elemento decorativo, en llantas	
Luz Estela Aguilera	Arte Manual	Servilletero y centro de mesa fachada respetando temática e identidad	
Adaljiza Núñez Estepa	Arte Manual	línea - Juego de organizadores de escritorio con materia cactus	
Nombre	Tecnica	Lineas desarrolladas	Producto
Virginia Herrera Hernández	Confección	Puff cuadrado en aplique hojas	
Rosario Ordoñez Guerrero	Reciclaje	Lámpara planta y portaretratos tejido	
Juana Isabel Alarcón	Costura	Puff redondo relleno hojas en aplique y banco cuatro patas forrado en la misma temática	

Nombre	Técnica	Lineas desarrolladas	Producto
Nubian Rico Bustos	Costura	Puff colchoneta	

2.10. Asesoría puntual imagen gráfica

Se asesoró en el diseño de imagen gráfica para algunos talleres, iniciando por la búsqueda de nombre y símbolo que los identificara y en algunos casos solamente haciendo un ajuste visual a la imagen existente.

. Se abordaron temas como el liderazgo, adaptación, roles, comunicación, el error y trabajo bajo presión. Como resultado, la adaptación, el trabajo en equipo y la comunicación arrojaron nuevas ideas para la formulación de producto. Análisis del catálogo y evaluación de las opciones productivas para las estrategias planteadas, hubo aporte en la construcción de los productos y así mismo retos para algunas artesanas.

2.11. Taller Tendencias

Se presentaron las Tendencias 2015 -2016, explicando qué es una tendencia, quienes las hacen, estilos de vida, cartas de color y las tendencias para productos de hogar, textiles, cestería y joyería.

La tendencia es otro aspecto importante a tener en cuenta en el momento de diseñar una colección, ya que el producto contará con elementos actuales haciéndolo más atractivo comercialmente.

2.12. Taller de Tipologías de Mercado

Se explicó qué es el mercado, en qué consiste una estrategia de mercado, los tipos de mercado (local, regional, nacional e internacional) y se expuso la experiencia Artesanías de Colombia y sus estrategias de comercialización con la finalidad de preparar a la artesana para participar en diferentes eventos y ser más efectiva en:

- Preparación de la producción.
- Selección de los nichos de mercado.
- Marca y reconocimiento del producto en eventos comerciales.
- Análisis del prospecto y competidores en ferias

Con estos conceptos las emprendedoras tendrán elementos para el diseño de sus productos según el mercado al que van dirigidos. Las participantes tuvieron un espacio para compartir su experiencia a nivel comercial.

3. Módulo de producción

En el módulo de producción, se realizaron diagnósticos que describen el proceso productivo, materias primas e insumos empleados por las beneficiarias.

3.1. Diagnóstico oficio de Marroquinería

Solamente se identificaron dos beneficiarias con productos en cuero, elaborados a mano en su mayoría y una parte con proceso de manufactura, cosido a máquina.

Identificación de la cadena productiva

Materia prima Moldeo Confección Comercialización

Identificación de las materias primas

- El recurso como son napas y cueros de origen animal, lo adquieren procesado para su manufactura, por peso en kilogramos y por retal, comprándolo por pedido o según la necesidad de acuerdo a la temporada, sin que se tenga establecida una cantidad promedio mensual.
- Se adquiere en almacenes especializados que proveen al por mayor y al detal, principalmente en el Restrepo.
- Los costos varían de acuerdo al proveedor y a la cantidad de materia prima requerida para un determinado pedido.

Proveedores de materias primas

- La frecuencia de venta es de carácter diario, teniendo en cuenta la gran afluencia de clientes de diferentes sectores de la ciudad y del país.
- Los siguientes proveedores fueron referidos por las beneficiarias y cuentan con legalidad tributaria y ambiental, tales como registro en Cámara y comercio, Rut, factura de venta, cuentan con permisos de aprovechamiento y/o salvoconductos de movilización y tienen libro de registro de operaciones

Cueros del sur Cr16 D 58-62 S

Mesacé CI 59 B S 13 F-36

Leather Confort CI 58 S 18 A-43
Curtiembre JC Cr 24 17-81 S

Identificación de insumos o materias primas de origen industrial utilizados

- Los pegantes son de origen químico, sintético y también son adquiridos en el barrio Restrepo, al igual que los hilos, todo lo cual las beneficiarias adquieren generalmente en unidades de galón y las almacenan en su taller o sitio de trabajo.
- Las cantidades utilizadas por mes varían de acuerdo a los pedidos o encargos y la frecuencia de aprovisionamiento mensual.
- Lugar de aprovisionamiento:
Hilos Búfalo Cra 24 B No 18 – 06 sur
Comercial Santa Lucía Cra 24 No 24 A 25 sur
Busher SAS Calle 27 sur No 27 - 66

El nivel del producto en ambos casos es medio, teniendo productos con acabados aceptables y existe exploración en cuanto a la mezcla de materiales y manejo de la técnica. Es importante realizar el mejoramiento de los moldes de corte, la implementación de diferentes tipos de puntadas que generen mayor resistencia en los productos elaborados y perfeccionar los acabados en la confección en la parte interior (forro) de los bolsos.

3.2. Diagnóstico oficios de joyería y Bisutería

Se caracterizaron 4 mujeres emprendedoras que elaboran piezas de joyería y 25 mujeres que realizan procesos de bisutería, en las localidades de Usme, Ciudad Bolívar, Tunjuelito, Bosa, Kennedy, Engativá, Centro, Candelaria, Mártires, San Cristóbal, Santafé, Suba, Usaquén, Puente Aranda.

De ellas solo 5 son artesanas que pertenecen a grupos de comunidades indígenas y otras a afrodescendientes, con bisutería de estilo Étnico. El resto de mujeres elaboran bisutería ensartada de nivel muy bajo en cuanto a transformación de la materia prima y Diseño.

Identificación de materias primas y cadena de proveeduría

El siguiente Esquema se toma como guía para mostrar lo que se identificado en las localidades visitadas.

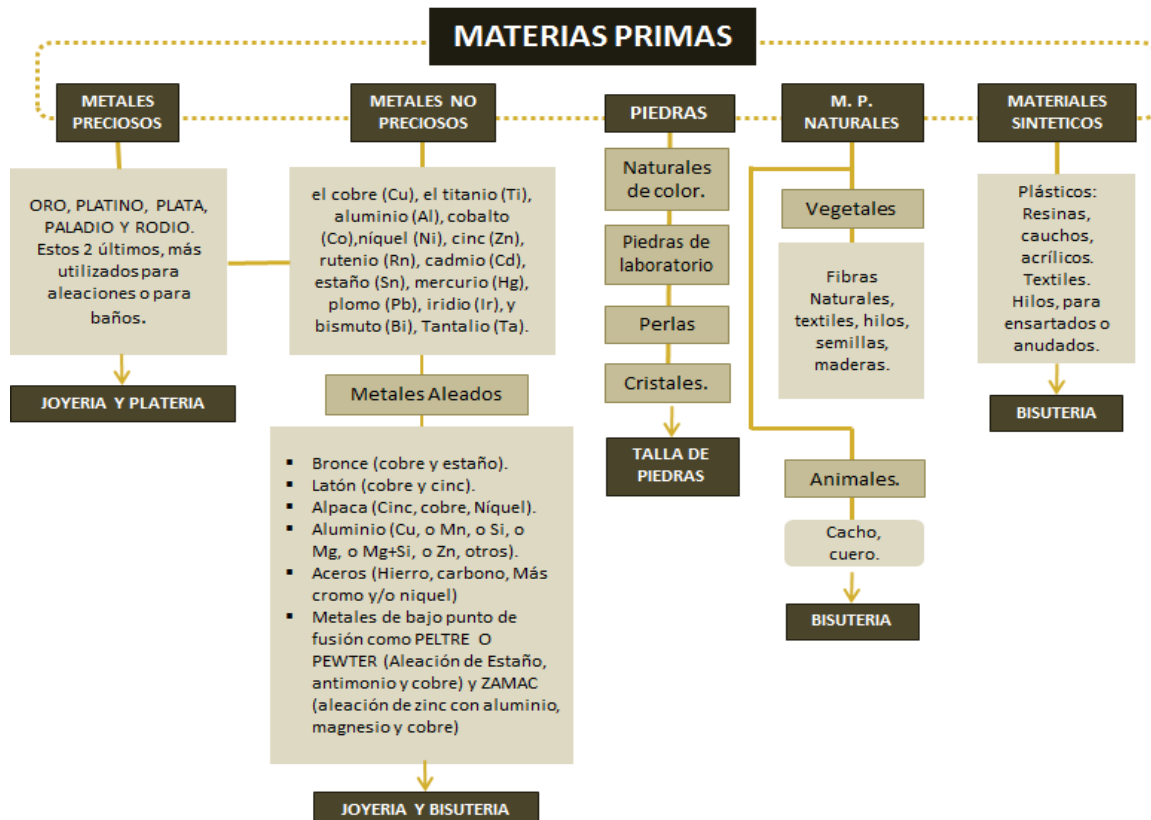


Diagrama de materias primas utilizadas en joyería, bisutería, platería y talla de piedras en la ciudad de Bogotá, tomado de la caracterización del sector joyería y bisutería para la ciudad de Bogotá, realizada por Artesanías de Colombia y CCB 2014.

- La materia prima más utilizada (90% de bisuterías) son las que se relacionan con el número 5 del esquema anterior. Utilizan materias primas de baja calidad que imita piedras y cristales, cordones e hilos sintéticos, encerados, cauchos y gran variedad de insumos para ensartado y tejido de este tipo de piedras y cuentas. El 95% de las mujeres que elaboran bisutería compran su materia prima e insumos en Guillers, Metrocentro y la Pajarera, por temporadas y muchas de ellas no viven de esta actividad.
- Aproximadamente el 10% utilizan metales del numeral 1, 2 y 3 del esquema anterior.
- Aproximadamente el 40% de las mujeres que trabajan joyería o bisutería, utilizan materias primas del numeral 4, ya que consideran que es muy costoso y no pueden acceder a este tipo de insumos para sus trabajos.

- Un 25% utilizan las correspondientes al número 6 del esquema. De estas casi todas recolectan las semillas, hojas u otras clases de fibras naturales de sus contextos (parques o fincas cercanas).
- De los productos evaluados ninguno trabaja con oro, platino o paladio. De los metales preciosos en un mínimo porcentaje de las mujeres caracterizadas utiliza la plata,

Proveedores de materias primas

- Guillers: Es uno de los más grandes proveedores de este sector en cuanto a piedras de toda clase e insumos para ensamble y ensartado de piedras. Importador con registro de Cámara de C. y emiten facturas de venta.
- Metrocentro, por su parte es un centro comercial que alberga gran cantidad de proveedores de insumos y materia prima para bisutería, de calidad media a baja pero accesible al tipo de población identificada.

3.3. Diagnóstico oficio de tejeduría

Participaron mujeres provenientes de las siguientes localidades de Usme, Ciudad Bolívar, Tunjuelito, Bosa, Kennedy, Engativá, Centro, Candelaria, Mártires, San Cristóbal, Santafé, Suba, Usaquén y Puente Aranda. Encontrando que realizan este oficio 21 artesanas de las cuales:

- 2 Emprendedoras que elaboran productos solo en tejido de punto con dos agujas
- 4 Emprendedoras que elaboran productos solo en tejido de punto en crochet
- 2 Emprendedoras Elaboran productos solo en tejido de punto con aduja de mano
- 7 Emprendedoras que elaboran productos en tejido de punto con dos agujas y crochet
- 2 Emprendedoras que elaboran productos en tejido de punto con dos agujas, crochet y tejido plano en telar de puntillas
- 3 Emprendedoras que elaboran productos en más de cuatro técnicas diferentes de tejeduría
- 1 Emprendedora que elaboran en tejido de punto en red

Las artesanas no cuentan con taller y realizan el oficio en cualquier lugar de sus casas. No se encontró ninguna artesana que posea telar horizontal. Se identificaron las siguientes técnicas:

- Tejido con aguja de mano
- Tejido en Crochet
- Tejido en dos agujas
- Tejido en marca de puntillas
- Tejido de punto con cinco agujas

Materias primas:

Lana 100% hilada a mano. En el caso de la Kankuamas la encargan según los pedidos, a la sierra nevada de Santa Marta, con un costo aproximado \$40000 pesos kilo. Se consigue en colores crudo, grises, café y negro.

Algodón industrial mercerizado de diferentes títulos, materia que se compra en los diferentes almacenes especializados en hilos y se encuentra en la marca Coats Cadena (<http://www.coats-colombia.com>)

- Carmencita: Hilo de algodón mercerizado.
- Esterlina: Gama de colores para prendas y accesorios.
- Camila: Hilo de colores vivos, matizados y multicolores.
- Anchor Artiste / Mercer Crochet: Hilo con gran brillo y resistencia.
- Surpique: Producto con brillo y calidad, con alto rendimiento, con presentación en cono.
- Cisne Macramé: Hilo mercerizado ideal para prendas de mayor resistencia en diversas técnicas.
- Hobby: Hilo para elaborar prendas finas y con el esplendor de color.
- Aunt Lydias: Hilo especial para croché.

Hilos acrílicos y mezclas sintéticas e hilos de fantasía, fabricados por hilanderías como Miratex, Hilo kliche. Sus componentes en su mayoría son importados por los almacenes La mina y Maxprimas, que los traen diferentes calidades de hilos de España y Estados Unidos. Las hilanderías cuentan con todos los registros legales inclusive algunas tienen sello de calidad Icontec como es el caso de Miratex. En estos procesos los residuos muchas veces son utilizados como relleno o para realizar productos pequeños.

En Bogotá se encuentran diferentes almacenes que comercializan los hilos y están ubicados principalmente en Chapinero en la 56, en el Centro en la carrera 9ª, en San Victorino, el Policarpa (3 almacenes que vende saldos a muy buen precio), la Alquería, el Restrepo y el Ricaurte. Los costos varían y se ven afectados por el precio del dólar. Se consiguen en presentaciones de 50 gr, 100 gr o a veces conos por kilos.

La única problemática que se encuentra es cuando la tejedora no compra el material completo y al volver a comprar no lo consigue en mismo color.

Se encuentra que de las 21 tejedoras:

- 10 tiene buena calidad y domina la técnica
- 9 tejen de forma pareja más sin embargo requiere más exploración de la técnica
- 2 tejedoras tiene deficiencia en el tejido.

Aspectos por mejorar

- Es importante experimentar y realizar talleres de mejoramiento técnico y puntadas en las técnicas encontrados como el crochet, dos agujas, tejido en telar de puntillas.
- Desarrollar producto con estándares de medidas con las tejedoras que tiene mejor calidad, enfocados a participar en Expoartesanías.
- Desarrollar líneas de productos para regalo institucional con los parámetros que maneja la Corporación de la Mujer.
- Realizar talleres de manejo de color y tendencias.

3.4. Talleres técnicos

En el módulo de producción se ejecutaron varios talleres orientados a desarrollar un proceso de formación en mejoramiento técnico con las unidades productivas según las técnicas encontradas por oficio y sus características, al igual que las herramientas empleadas en cada una de ellas, buscando que las mujeres tuvieran más y mejores herramientas técnicas para la elaboración de sus productos, incursionaran en técnicas alternas, conocimiento de materias primas y se facilitaran los procesos productivos, .. Se les entregó material de apoyo a cada unidad productiva en un CD con las cartillas correspondientes a cada taller realizado:

- Taller de fibras y técnicas textiles, con nuevas puntadas, estructuras de nudos y tejidos, trabajos con diferentes tipos de agujas y macrotejidos e incluyendo tintes naturales y tintes industriales.
- Taller de Técnicas y broches para bisutería y nuevas técnicas de tejido con pedrería.
- Taller de Técnicas de cestería en rollo y tejido plano con papel

En las unidades productivas de cerería se trabajaron nuevas técnicas de moldeado, en las unidades productivas de madera se trabajaron nuevos acabados para madera y en las unidades productivas de joyería se trabajó en técnicas de repujado y procesos de soldadura.

Adicionalmente se realizó un Taller de gastronomía y manejo de alimentos, a raíz de la inscripción de varias mujeres cuya actividad económica está ligada con la elaboración de productos alimenticios, quienes en su mayoría no contaban con un recetario suficientemente variado, que les brindara mejores oportunidades comerciales y carecían de experiencia en la atención a eventos y oferta culinaria para los mismos.

En total asistieron 8 mujeres emprendedoras, quienes ampliaron sus conocimientos en cocina colombiana, con la elaboración de diferentes clases de arepa, pinchos de fruta y néctar de durazno. Pusieron en práctica los conocimientos adquiridos, mediante la atención a un evento con más de 100 asistentes, en las instalaciones del almacén de Artesanías de Colombia (calle 86 con 13).

Las emprendedoras se organizaron por grupos productivos según las técnicas para la elaboración de las líneas de productos y de la colección, con base en los bocetos y las fichas de productos, socializados, apoyadas con ejercicios de experimentación para transformar los materiales actuales y nuevos, recibiendo asesoría para encontrar soluciones técnicas.

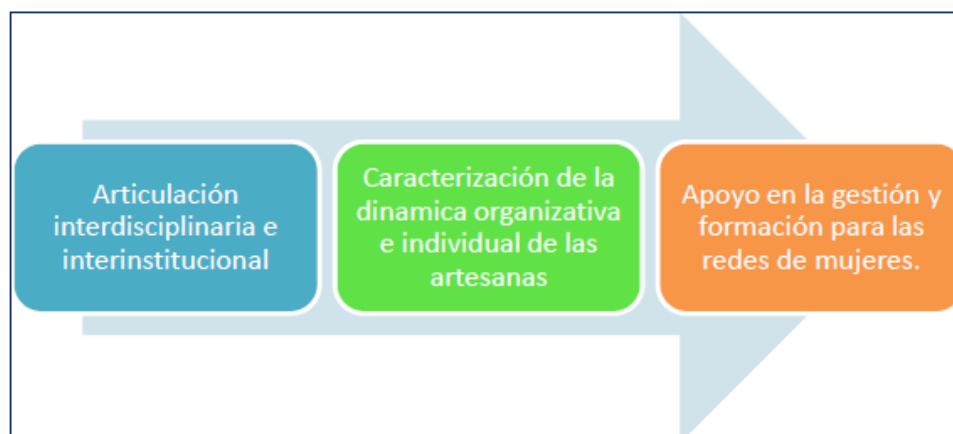
3.5. Taller de Seguridad industrial

Se explicó que cada artesana está en la obligación de generar reglas y procedimientos que brinden seguridad en su lugar de trabajo tanto a ellas como a sus colaboradoras y se hizo una aproximación a los requerimientos generales de seguridad industrial para motivarlas a establecer el paso a paso en sus talleres y en sus espacios de trabajo.

4. Módulo de desarrollo humano

Se acompañó el fortalecimiento de habilidades individuales y colectivas orientadas a promover la autonomía económica y personal, contribuyendo a la generación de relaciones equitativas para las mujeres, teniendo en cuenta sus diferencias sociales, políticas y culturales, que permitiera la seguridad individual y la confianza en sí mismas para llevar a cabo su actividad productiva e independencia económica, proyectándose el reconocimiento y promoción de la Política Pública de Mujeres y Equidad de Género y el enfoque de derechos de las mujeres.

El fortalecimiento de las capacidades humanas y empresariales se orientó al abordaje de los espacios a través de los cuales las artesanas gestionan servicios o comercializan sus productos, estos en su mayoría son redes de mujeres a nivel local, es importante anotar que fueron casi inexistentes las mujeres que realizan la labor artesanal en grupo, básicamente, se encargan de subcontratar una parte del proceso con otras personas o producen de manera individual.



Procedimiento para fortalecer capacidades humanas

Para crear estrategias de fortalecimiento de las capacidades humanas y empresariales, se requirieron tres acciones: la primera, la promoción de la articulación entre las diferentes instituciones que participaron en la ejecución del proyecto: La Secretaria Distrital de la Mujer, La Corporación Mundial para la Mujer y Artesanías de Colombia.

Desde el área de desarrollo humano se articuló con las profesionales de la Secretaría de Gobierno, con la finalidad de recibir orientaciones sobre la manera como se debía fortalecer el enfoque de género en las intervenciones hechas, así mismo, a través de esta institución se conocieron algunos de los aspectos que caracterizan a las redes de mujeres y se asistió a los espacios de formación programados, los cuales permitieron ampliar los conocimientos sobre la situaciones de las mujeres en el Distrito y del Plan de Igualdad de Oportunidades. En total se realizaron: dos espacios de formación promovidos por la Secretaria de la mujer y por lo menos una reunión mensual con el equipo de la Corporación de la mujer para coordinar el trabajo a realizar con las artesanas.

La segunda actividad que se realizó fue la caracterización de la dinámica grupal e individual de las artesanas, a través de la cual se indagó sobre aspectos generales de las organizaciones en las que participan las mujeres artesanas; elementos estructurales del grupo (misión, visión, objetivos, estatutos, junta directiva); debilidades de la organización para el desarrollo de un trabajo en equipo y la gestión de servicios; alternativas para la bancarización y la autogestión de la organización; redes de apoyo institucional; dificultades personales, familiares, técnicas y para la comercialización que presentan las mujeres en el desarrollo de su emprendimiento; fortalezas personales que las mujeres poseen para hacer crecer su negocio. Se identificaron falencias y potencialidades que a nivel individual y organizativo presentan las artesanas lo cual permitió orientar algunas acciones para responder a dichas situaciones.

La tercera actividad fue el apoyo en la gestión para capacitar a los grupos de artesanas en temas relacionados con el trabajo en equipo, realizando tres sesiones, dos con las mujeres de la red de suba y una con las mujeres de Tunjuelito. La Fundación Mujeres de las Mil batallas y Hechos con Amor solicitaron acompañamiento pero por la premura del tiempo y las ocupaciones de final de año no fue posible realizar dicha actividad. Se apoyó la gestión para la consecución de un espacio de comercialización para los productos de las mujeres (dos ferias dentro de la sede del Parlamento Andino).

Los enfoques desde los cuales se desarrollaron las actividades de formación en desarrollo humano fueron:

- Enfoque Diferencial: incorpora acciones afirmativas orientadas a avanzar en la transformación de los regímenes de poder que sitúan a sectores de mujeres en condiciones de subordinación, identificando como se expresa el sexismo, el racismo, el heterosexismo y el clasismo de la vida cotidiana, para tomar medidas que avancen en su transformación (Secretaria Distrital de la Mujer. Cartilla Enfoque Diferencial en SD de la mujer, Pág. 3). Este enfoque es importante teniendo en cuenta las mujeres indígenas, afrocolombianas, cuidadoras de

personas con discapacidad y con discapacidad, que se presentaron para hacer parte del proyecto.

- Enfoque de Género: permite observar e incluir las “necesidades sociales de mujeres y hombres, se reconocen los roles que desempeñan en la sociedad, su situación y condición de género y hacen visibles las expresiones diferenciales de oportunidades en el acceso y el control sobre los recursos. También, al tiempo, se identifican y analizan de manera diferenciada todas aquellas causas que comprometen, obstaculizan o provocan la pérdida de la autonomía y de las potencialidades para el desarrollo de las personas y que son evidencia de las debilidades sociales para garantizar el ejercicio de los derechos”. (Secretaría Distrital de la Mujer. Manual para la sensibilización de servidores, servidoras y ciudadanía en la PPMYEG. Pág. 32. 2014)
- Enfoque de derechos de la mujer: tiene como principio “el reconocimiento de la importancia de integrar en las prácticas de desarrollo los principios éticos y legales inherentes a los derechos humanos, sin embargo, con el reconocimiento de la inadecuada respuesta a la diversidad, especificidad y complejidad de las problemáticas de las mujeres, el presente enfoque ha requerido promover el cumplimiento y aplicación de los distintos instrumentos para lograr la igualdad de género y el avance de las mujeres”. (Secretaría Distrital de la Mujer. Manual para la sensibilización de servidores, servidoras y ciudadanía en la PPMYEG. Pág. 35.
- Enfoque de capacidades: plantea que la calidad de vida está asociada al desarrollo de capacidades, que permite el desarrollo personal y social. La capacidad está relacionada con la libertad, pues es la oportunidad de combinar el hacer y el ser de formas diversas y valiosas – Sen y Martha Nausbaum- .

4.1. Caracterización de las organizaciones de mujeres

Se realizó la caracterización de 16 organizaciones en las que participan las mujeres artesanas que se presentaron a la convocatoria del proyecto. Los aspectos que fueron evaluados se relacionan con las características sociales de la Formalización, Bancarización y Autogestión, de dichos grupos. A continuación se encuentra las descripciones de las características principales de las organizaciones entrevistadas, sus objetivos, problemáticas y redes de apoyo.

4.1.1. Datos básicos de las organizaciones de mujeres artesanas

Organizaciones de mujeres entrevistadas

- Comité Distrital de mujeres indígenas
- Cooperativa de trabajo asociado Red 15
- Fundación mujeres de las mil batallas
- Red de mujeres artesanas y productoras de la localidad de Suba.
- Red de mujeres productivas y productoras de la localidad de Engativá. “Manos laboriosas de Engativá”.
- Red de mujeres creadoras y constructoras de la localidad San Cristóbal
- Red de mujeres productivas y productoras de la localidad de Puente Aranda. “Mujeres talentosas”
- Asociación ASMAFRO
- Comité de mujeres de Villa Suarta
- Organización popular de vivienda, opv víctimas en pro de un techo
- Asociación Palenke
- Red de mujeres productoras y productivas de la localidad de Kennedy
- Red de Mujeres Productoras y productivas de la localidad de Tunjuelito
- Fundación Hechos con Amor
- Asociación afro mixta de Santa Rosa – Afromix-
- Red de mujeres víctimas del desplazamiento forzado- Auto 092.

El 44% de las organizaciones identificadas corresponden a redes de mujeres productoras o víctimas del conflicto armado; el 25% son comités distritales o locales, uno de ellos es integrado por mujeres indígenas; el 12% tienen figura de asociación sin ánimo de lucro, en esta encontrados tres organizaciones compuestas por población afro; el 13% son fundaciones, todas ellas dedicadas al trabajo con mujeres y el 8% son cooperativas. La información se explica en el siguiente gráfico.



Las organizaciones están compuestas en su mayoría por mujeres, en el caso de las redes se encuentran agrupadas artesanas, productoras de arte manual, prestadoras de servicios, cocineras, es decir, no es una figura exclusiva del oficio artesanal.

Las Asociaciones presentes tienen objetivos relacionados con reivindicaciones sociales y culturales, que superan el ejercicio artesanal o de comercialización y los ubica en el mejoramiento de las condiciones de vida y reconocimiento de los derechos de la población víctima de la violencia y afro descendiente. Los comités participantes son de mujeres, el primero de carácter distrital, el otro local; ambos se orientan a la búsqueda de espacios de participación social y la visibilización de las mujeres.

Todas estas organizaciones consideran como estrategia principal el desarrollo de proyecto productivos, teniendo en cuenta las necesidades de las mujeres de generar recursos para su propia manutención, la de sus hijos/hijas y como elemento importante dentro de la autorrealización.

revisar la composición de las organizaciones se evidencian que el 44% están constituidos por grupos medianos de 11 a 20 mujeres, de manera activa. Le siguen colectivos de 31 a 40 personas, esto implica un reto en la consolidación y el trabajo en equipo por la cantidad de asociadas. Las organizaciones que más poseen participantes son: la “Organización popular de vivienda, opv victimas en pro de un techo” con 53 personas, entre hombres y mujeres y la red distrital de mujeres víctimas de conflicto armado que trabajan sobre el auto 092, la cual cuenta con 150 asociadas activas.



Las organizaciones en su mayoría están constituidas por mujeres, solamente en tres de ellas participan hombres, esto último a razón de que la convocatoria no estaba dirigida

a mujeres y a que la artesanía y el arte manual es una labor realizada, preferencialmente, por dicha población.



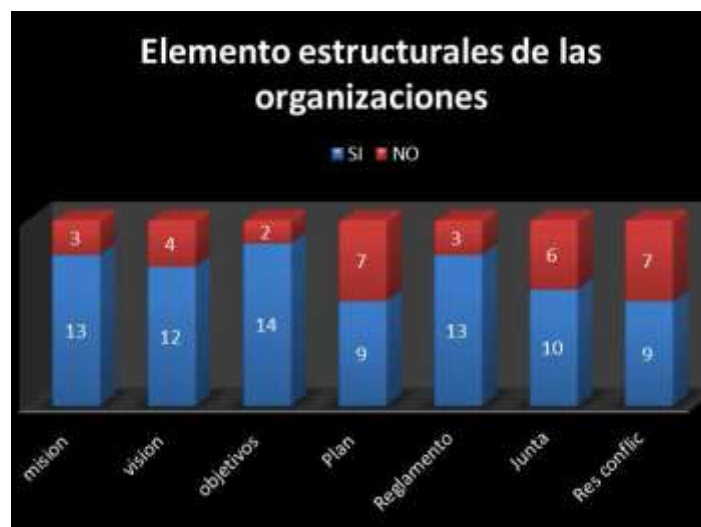
En la revisión de la trayectoria y tiempo de constitución de las organizaciones, como se evidencia en la siguiente gráfica, más de la mitad están trabajando hace mínimo un año, tiempo en el grupo se están consolidando.



Así mismo, se evidencian un grupo considerable de colectivos que trabajan hace más de 8 años, sin embargo, las lideresas al ser entrevistadas manifiestan que estas organizaciones han pasado por muchos momentos de recesión, entonces ante la pregunta dan una fecha de constitución y otra fecha en la que realmente se iniciaron actividades. Las organizaciones presentadas se encuentran activas, pero con dificultades para la consolidación del grupo y de las actividades que les permita el logro del objetivo trazado. Las entrevistadas diferencian el tiempo de constitución con la solidez de la organización, pues en este caso no es verdad que la organización sea estable de acuerdo a la cantidad de años que lleva funcionando.

4.1.2. Formalización de las organizaciones de artesanas

Para indagar sobre el nivel de formalización de las organizaciones se preguntó por la estructuración explícita de misión, visión, plan de acción, mecanismos para la mediación de conflictos, reglamento, junta directiva y plan de acción.



La grafica muestra que en su mayoría las organizaciones tienen definida la misión y objetivos, elementos básicos para su buen funcionamiento, esto es posible gracias al tiempo que llevan conformados estos grupos. Otro elemento que las organizaciones han construido es el reglamento interno, el cual establece los derechos y deberes de las asociadas, las formas de entrada y salida. Esto contrasta con la deficiencia que se observa de mecanismos de resolución de conflictos, instancia clave para mediar ante las dificultades que se presenta entre las asociadas. Desde el área social se considera que este espacio es relevante para fortalecer el trabajo en equipo y permite el cumplimiento del reglamento interno.

Un grupo importante (6) de las organizaciones entrevistadas carecen de una junta directiva, esto obedece a la intención de crear estructuras horizontales para la toma de decisiones, esto no quiere decir que no haya lideresas o representantes.

Por último, se evidencian que hay organizaciones que carecen de plan de acción anual (7) lo que puede incidir en dificultades para la consecución ordenada de metas, en este caso nueve (9) de las organizaciones indicaron tenerlo, en la charla con algunas de las lideresas se identifica que si bien hay un plan, en ocasiones han dejado de orientarse por este o no le hacen seguimiento, para evaluar su nivel de cumplimiento.

La siguiente grafica muestra algunas de las debilidades identificadas por las lideresas entrevistadas, y se analizan en este apartado, pues se consideran elementos que inciden en la consolidación de la organización.



Según lo que indica la gráfica los elementos que tienen más debilidades son la comunicación, el trabajo en equipo y el individualismo, aspectos que guardan relación. La debilidad de estos tres elementos afecta la cohesión y por tanto el cumplimiento de objetivos; se considera que este explica la dificultad para construir y ejecutar los planes de trabajo que se mencionaron anteriormente. Indicar que uno de los elementos que afecta la organización es el individualismo está asociado a la dificultad de mediar entre los intereses individuales y los colectivos, lo que genera tensiones y debilita la cohesión del grupo.

El liderazgo y el compromiso, aun existente, son los aspectos que permiten que estos colectivos continúen funcionando, a pesar de las falencias identificadas. Es importante

mencionar que cada uno de los aspectos señalados está interconectado y que la existencia o la ausencia de uno afectan los demás.

4.1.3. Objetivos de las organizaciones

Comité Distrital de mujeres indígenas: Alianzas con instituciones para abrir espacios de participación e invisibilidad de las mujeres indígenas en el distrito.

Cooperativa red 15: Fortalecer la gestión de los artesanos, ampliar sus opciones para comercializar.

Fundación Mujeres de las mil batallas: Trabajar por las mujeres con cáncer, para que tengan unidades productivas y redes de apoyo.

Red de mujeres Suba: fortalecimiento de los procesos productivos de las mujeres de la localidad.

Red de mujeres de Engativá: Mejorar condiciones económicas, laborales y productivas de las mujeres de la localidad. Promueven derecho al trabajo.

Red de mujeres de San Cristóbal: Prevenir la violencia contra la mujer, buscar espacios de comercialización y ser red de apoyo entre las mismas mujeres.

Red de mujeres Puente Aranda: Defender los derechos de la mujer y Posicionar la labor productiva de las mujeres en la localidad

ASMAFRO: Conservar y dar a conocer la cultura afro descendiente.

Comité Villa Suarta: No específica.

Organización popular de vivienda, opv victimas en pro de un techo: Reconocimiento y restitución de los derechos a la población víctima del conflicto armado.

Palenke: Dar a conocer la cultura afro a las regiones del país

Red de mujeres Kennedy: Apoyar a las mujeres con emprendimiento.

Red de mujeres Tunjuelito: Apoyar a las mujeres en sus actividades productivas

Asociación afro mixta de Santa Rosa – Afromix- Fortalecer las unidades empresariales de las mujeres cabeza de familia víctimas del conflicto armado.

Hechos con amor: Acompañar el desarrollo de las ideas productivas y creativas desde las comunidades. Promocionar la labor de la mujer y la visibilización de todas sus capacidades individuales y colectivas. Apoyar proyectos sociales pertinentes que respondan de forma directa a las necesidades de las comunidades y la mujer

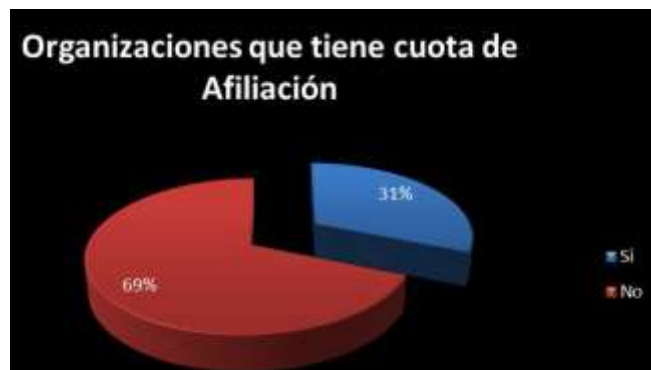
Red de mujeres víctimas del conflicto armado- Auto 092-. Defiende las reglamentaciones relacionadas con el Auto 092, orienta a las mujeres que solicitan ayuda humanitaria.

De estos objetivos se resalta que las organizaciones están para fortalecer las unidades productivas de las mujeres, desde la vinculación con la oferta institucional y la búsqueda de opciones para la comercialización, se resalta que dos de ellas se orientan al rescate y promulgación de la cultura Afro; dos a la reivindicación de los derechos de la población indígena y tres a víctima de la violencia del conflicto armado.

En el caso de las redes, estos son espacios que permiten el fortalecimiento de los lazos de solidaridad entre las mujeres, el conocimiento y reivindicación de sus derechos.

4.1.4. Bancarización y autogestión de la organización

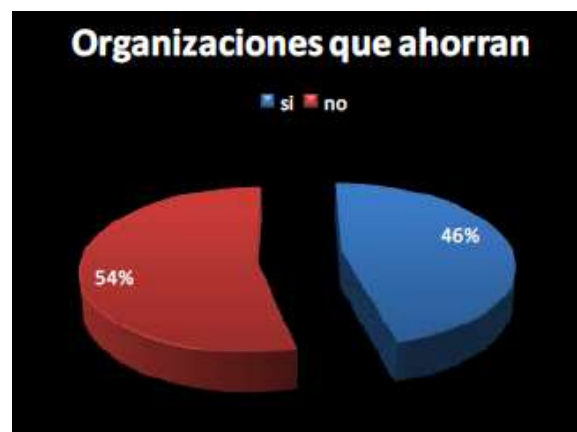
Teniendo en cuenta que la posibilidad de solicitud de préstamos está ligada a la experiencia en el manejo de recurso monetario y a la capacidad de ahorro que demuestran las organizaciones, desde el área social se indagó por el manejo de cuotas de afiliación y las experiencias de ahorro que ha promovido desde estas colectividades.



Al respecto se encontró que la mayoría de las organizaciones no solicitan una cuota de afiliación. Aquellas que tiene el monto esta desde los 1.000 \$ hasta 20.000\$ y su destino está orientado al apoyo de asuntos administrativos. Las lideresas han referido

que al colocar cuotas altas de afiliación o mensualidad las asociadas tienen incumplimientos reiterados en la entrega de las mismas.

Al respecto de las organizaciones que ahorran se encontró que el 46% realizan algún tipo de actividades para obtener recursos, estos van desde la entrega de un porcentaje de venta obtenido en las ferias, hasta la realización de actividades con personas externas (rifas, almuerzos, etc.) para recolectar dinero. El destino de estos ahorros los orientan a apoyar a las asociadas en momentos críticos, celebrar cumpleaños, fortalecer los mecanismos para promocionar sus productos (volantes, vitrina) y homogenizar la presentación personal de las asociadas (camisas, botones, chaquetas con el nombre de las organización).



Están acciones han sido realizadas de manera intuitiva por las mujeres, pues hasta el momento no han recibido capacitaciones en temas relacionados con grupos de ahorro o bancarización.

4.1.5. Redes de apoyo de las organizaciones

Como elemento que permite el fortalecimiento de las organizaciones y muestra sus opciones para la autogestión, se indagó por las instituciones que son redes de apoyo material, de servicios o de información para las organizaciones. Al respecto, la siguiente grafica muestra aquellas que están más cercanas y lejanas.

En la gráfica, se muestran las instituciones más cercanas como aquellas que están más cerca al punto 0 y las más lejanas están distantes del punto 0.

De esta manera, se evidencia que la Secretaria de la Mujer y/o las Casas de Igualdad de Oportunidades es la institución más cercana a las organizaciones, le sigue las

alcaldías locales y los hospitales, es último, debido a las charlas que se coordinan con esta entidad. Se identifican en un nivel medio de cercanía a otras entidades públicas como son el IPES y el IDPAC. Entre las más distantes ubicamos a instituciones privadas y otras organizaciones sociales.



Los beneficios que las organizaciones adquieren de estas instituciones, son en su mayoría, información sobre oferta de proyectos, capacitación para el mejoramiento de sus unidades productivas, formación humana en temas relacionados con los derechos de la mujer, acompañamiento profesional para fortalecer la organización y espacios para la participación en ferias.

4.2. Caracterización individual de las mujeres en su actividad artesanal

Para la identificación de las situaciones individuales y familiares que afectan la actividad artesanal o empresarial de las mujeres participantes, se realizó una explicación de la diferencia de los roles que se ejercen en las labores de producción y de comercialización y se señalaron cuáles son las habilidades individuales requeridas para el ejercicio de cada actividad.

De esta manera, se les solicitó a las mujeres que identificaran cuáles son las situaciones que a nivel individual y familiar, les dificulta en su labor como artesanas. Las respuestas fueron tabuladas, se identificaron unas categorías que las agrupara y se procedió a realizar el conteo de las veces que se presenta dicha situación.

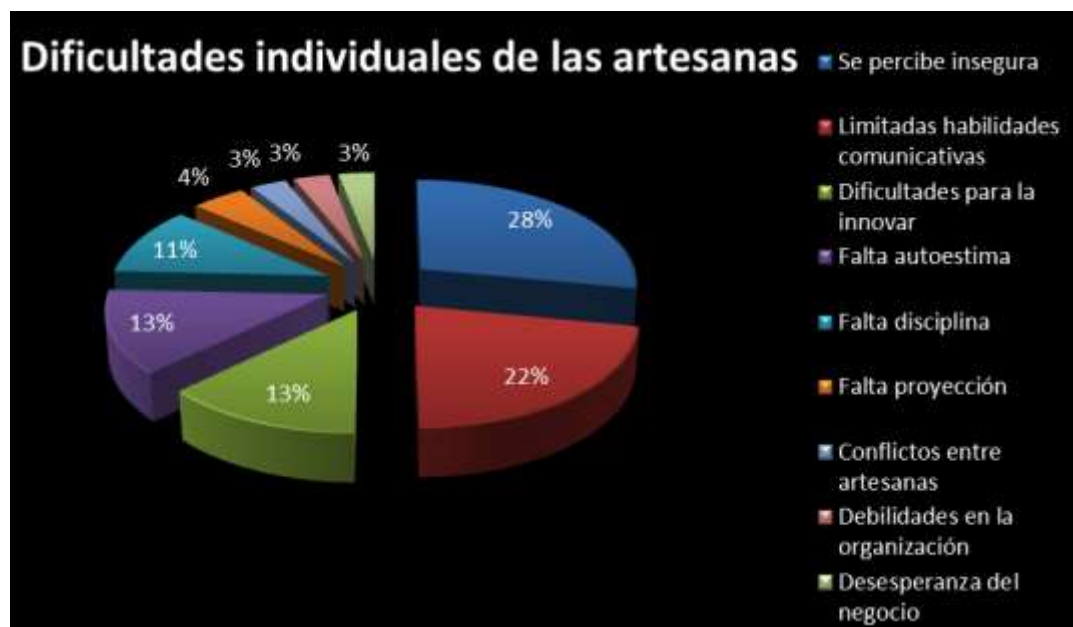
La siguiente tabla presenta las diferentes respuestas, organizadas de mayor a menor, según el número de mujeres que señalaron dicha respuesta:

DIFICULTAD IDENTIFICADAS	No
Se percibe insegura y/o temerosa ante los retos	37
Presenta limitadas habilidades comunicativas para la venta.	29
No cuenta con estrategias de comercialización y lugares para la venta	28
Dificultad en el manejo del tiempo por labores en el hogar y otros escenarios.	24
El producto artesanal o servicio tiene falencias	19
Dificultades para la innovar / crear producto	17
Se percibe que falta autoestima en la artesana	17
No se tienen conocimientos técnicos suficientes	14
falta conocimiento para la gestión de proyecto	14
Conflictos con la familia por su labor empresarial	14
Falta recursos económicos para mejorar producto/producción	14
Falta disciplina o constancia para el desarrollo de la labor	14
Falta fomento al sector artesanal y a las mujeres por parte de instituciones /Estado	6
Falta proyección en la artesana o del negocio	6
Baja capacidad productiva	5
Conflictos con otras artesanas/ artesanos	4
Clientes que no valoran la labor	4
Debilidades en la organización/dificultad trabajo en equipo	4
Falta de espacio físico para la producción	4
Condiciones básicas No satisfechas	4
Desesperanza ante el negocio	4
Dificultades para encontrar colaboradores/trabajadores/ayudantes	3
Dificultades para la consecución de materiales	2

Al revisar las respuestas se pueden encontrar varios elementos que no corresponden a situaciones personales ni familiares, sino a elementos técnicos, comerciales o estructurales que limitan la labor artesanal de las mujeres. Es por esta razón que se presenta la información respectiva clasificada según las categorías encontradas.

4.2.1. Elementos individuales que afectan la labor artesanal y/o empresarial

Según los hallazgos se puede concluir que las artesanas presentan constantemente una percepción de inseguridad ante los diferentes retos que se presentan en su labor empresarial y artesanal. Esta inseguridad está asociada a diferentes retos que se tienen que asumir al desarrollar una actividad empresarial, especialmente aquellas que se relacionan con la búsqueda de clientes o de nuevos espacios de venta; al rechazo por parte de externos; al fracaso de su labor; inseguridad sobre las capacidades individuales; a las opiniones de externos sobre el producto que se vende; a los cambios bien sea de producto, técnica o actividad, etc.



Las mujeres mencionaron lo siguiente: “me falta vencer el miedo al riesgo”, “tengo miedo al cambio”, “miedo a lanzarme a buscar clientes”, “me da miedo el rechazo”, “miedo a llegar a no cumplir lo que me propongo”, me falta vencer la timidez en las ventas”.

Las habilidades comunicativas, se perciben como escasas o inexistentes, especialmente cuando se requiere la venta o exhibición de los productos, es una situación que desencadena bloqueos, pánico y desesperanza. Estas son las anotaciones hechas por las participantes: “Necesito tener más convicción al ofertar mi producto”; “se me dificulta expresarme con facilidad para ofrecer mis productos”; “yo quiero fortalecer como ofrecer mejor mi producto”; “me falta argumentar para convencer”; “me bloqueo a la hora de la venta, al contacto con los demás”; “nervios al hablar en público”.

Las dificultades para innovar se relacionan con las resistencias al cambio y la falta de creatividad. Estos elementos las mujeres lo identificaron como un aspecto personal y no una falencia técnica. Ejemplo: “se me dificulta innovar tiendo a ser tradicionalista”; “me falta abrirme a la creatividad”; “falencia para innovar”; “miedo a la innovación”; “me da miedo que mi producto no guste”. Estas sensaciones pueden surgir por la falta de formación técnica, pero también al poco tiempo dedicado a la creación y el diseño de los productos y a que cada nuevo artículo artesanal creado requiere una inversión en materiales y someterlo a la evaluación de los clientes lo que implica un costo que las artesanas no consideran posible hacer, así mismo, es un ejercicio que las reta a vencer los miedos y las inseguridades manifestados anteriormente, por otro lado esta que algunas de las participantes utilizan revistas e internet para hacer diseños similares o iguales a los que aparecen en esta fuente de información, pero no realizan un trabajo de investigación que les permita crear o re-crear ciertas propuestas.

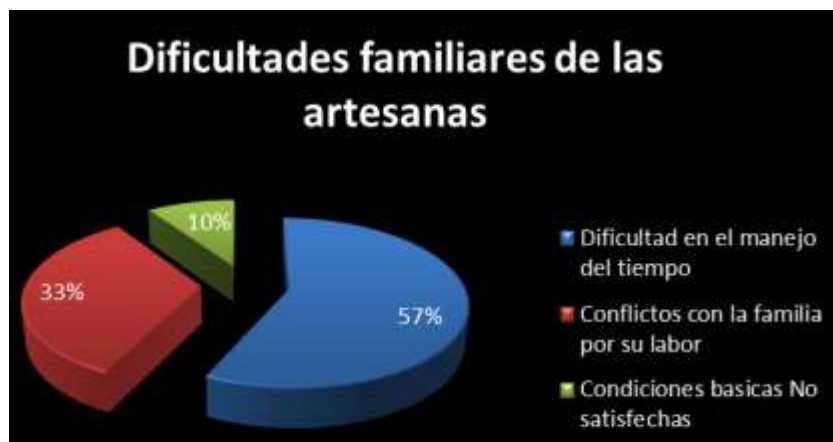
Con un 13 % las mujeres señalaron que las dificultades que obstaculizan el crecimiento de sus iniciativas individuales se relacionan con la falta de autoestima, este se ha sido señalado por las mujeres como “falta de amor propio” y “sentimientos de inferioridad”. En el caso de este ítem se tuvo en cuenta las expresiones explícitas, sin embargo, es posible pensar que este ítem podría tener un porcentaje mayor si se suman conceptos relacionado como son: miedo, inseguridad, frustración, timidez y el decaimiento, entre otros. Esto indica que las mujeres al desarrollar sus empresas tienen muchos retos, el primero de ellos, considerar que tienen derecho a hacerlo y que son capaces aunque no tenga la información suficiente, así mismo, esto indica la importancia del acompañamiento psicosocial y de los procesos de formación en temas de desarrollo humano.

Con un 4% las mujeres indicaron que les falta proyección, la cual está relacionada con la que debe tener la artesana en su vida personal, es decir, presenta dificultades para la creación o la construcción de un proyecto de vida en el que la labor artesanal tenga un lugar y se refleja en la falta de metas o de una visión a futuro de sus emprendimientos, esto se encuentra ligado a otros aspectos, no solo personales, sino estructurales como la falta de apoyo y fomento a las actividades económicas de las mujeres.

Los demás elementos mencionados se relacionan con los conflictos presentes entre las mujeres en eventos feriales o al interior de sus organizaciones; las debilidades en las organizaciones, que en este caso son evaluados por su dinámica interna y beneficios obtenidos para cada asociada y la desesperanza del negocio, este último se identificó y fue parte de las categorías establecidas pues se consideró como un estado o emoción en el que es evidente la frustración.

Según la gráfica anterior los factores que se presentan con más frecuencia y que obstaculizan la labor artesanal y de comercialización de las mujeres se relaciona con sentimientos de inseguridad, las limitadas habilidades comunicativas para la venta, las dificultades para innovar o crear un producto, la falta de autoestima que les permita enfrentar los retos presentes y la falta de disciplina en el ejercicio de su labor.

4.2.2. Elementos familiares que afectan la labor artesanal y/o empresarial



Las artesanas tiene constantes dificultades con el manejo del tiempo, esto se asocia a las tensiones presentes entre su rol de cuidadoras, su labor artesanal y la necesidad de salir a vender sus productos. Estas dificultades son señaladas por las mujeres cuidadoras de personas de discapacidad, con dificultades de salud y con hijos/hijas menores de edad, “Difícil el tiempo para realizar mi labor ya que mi hija depende aun de mi”. En este ítem se incluye las anotaciones que hacen las mujeres sobre los sentimientos de culpa por no compartir el tiempo suficiente con su familia por la labor empresarial, se indican frases “dificultad con tiempo que no estoy con mi hijo especial y siento tristeza”.

Otras situaciones familiares que se identificaron tiene que ver con los conflictos y tensiones surgidas por la falta de apoyo de familiares a las decisiones y actividades realizadas por la artesana, lo que en muchas ocasiones produce desánimo en ellas y distanciamientos al interior del hogar. También se señaló que en algunos casos la familia no considera que la labor artesanal pudiera proveer a la familia como corresponde o que sea una actividad seria en la cual la persona pueda desarrollarse. Los conflictos están relacionados con el esposo o compañero afectivo de las artesanas, los hijos e hijas.

Así mismo, se consideran los conflictos surgidos entre familiares que son artesanos, en donde sus conflictos provienen de formas diferentes de organizar y proyectar la unidad empresarial, un ejemplo de esto es cuando madre e hija tiene diferentes visiones sobre diseños o estrategias de crecimiento para la iniciativa empresarial.

Algunas frases que muestran lo que sucede son: “me dejo influenciar por comentarios de mi familia que me desmotiva”; “No tengo el apoyo de mi esposo, es una persona que no cree en lo que emprendo”; “Necesito optimizar el tiempo para planificar los roles que tengo que desempeñar”; “Poder lograr una constancia en el horario de trabajo por otros deberes que tengo en casa”.

El tercer elemento identificado, que es de carácter familiar y afecta el buen desarrollo de las artesanas son necesidades básicas insatisfechas, no disponer de recursos y de los servicios mínimos para la sobrevivencia, este es el caso que se ha identificado de mujeres en situación de desplazamiento.

De esta manera, lo que nos muestra la gráfica es que las dificultades que tienen las mujeres artesanas se relacionan con la dificultad para desarrollar su rol productivo y reproductivo lo que incide en la disminución del tiempo para el desarrollo de su labor, para el autocuidado o para compartir con su familia. Así mismo, los conflictos surgidos al interior de las familias relacionados con la visión sobre el rol de la mujer, el rol materno y la artesanía como profesión u oficio del cual depender económicamente.

4.2.3. Otros elementos que afectan el desarrollo artesanal de las mujeres.

Como se mencionó anteriormente las mujeres artesanas, ante una pregunta abierta, identificaron otros aspectos diferentes a las dificultades personales y familiares que afectan el desarrollo de su unidad productiva, en este caso se presentan los diferentes aspectos señalados que afectan el área comercial de sus emprendimientos.

Se puede observar que la mayor dificultad para las mujeres está ligada a no contar con espacios, alternativas y estrategias para la comercialización de su producto. Las participantes refieren la dificultad de que las ferias sean los únicos espacios para la venta a esto se le suma los temores que manifiestan en la búsqueda de nuevos clientes.

Algunas frases que escribieron fueron: “no tener un lugar para vender”; “la comercialización me hace desfallecer”; “tengo dificultad para promocionar mi producto”.

El segundo elemento señalado es la falta de recursos económicos que les permita adquirir materiales en volúmenes mayores o el acceso a herramienta y maquinaria, en

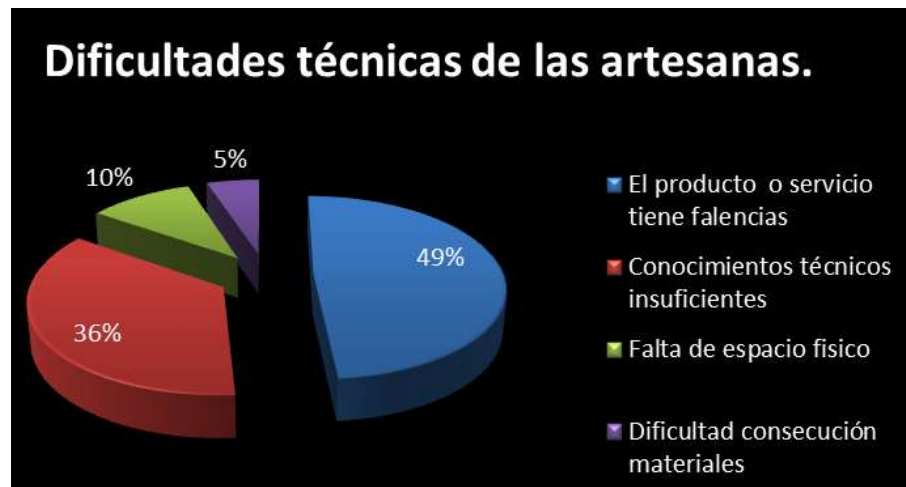
algunas ocasiones esta situación incide en que las mujeres consideren que no es posible hacer crecer su proyecto y en sentimientos pesimistas frente al mismo, como lo muestra la siguiente frase: “siento decaimiento por falta de dinero”.

Otro de los elementos que se puede observar en la gráfica es la falta de conocimientos para la gestión de proyectos especialmente resulta ser una preocupación para aquellas personas que hacen parte de las redes de mujeres productoras, esto se refiere a desconocimiento en la forma como se debe formular un proyecto, estrategias para la gestión y entidades interesadas en apoyar este tipo de emprendimientos.



Los elementos mencionados por las mujeres guardan una conexión tal, que cada aspecto incide en el desarrollo o decaimiento de los otros, por ejemplo, los elementos anteriores determinan y están determinados por la baja capacidad de producción, que corresponde al cuarto elemento señalado. De esta manera, las mujeres tratan en la cotidianidad de resolver estas situaciones sin el acompañamiento o los conocimientos mínimos.

Otro de los aspectos que las participantes manifestaron tener dificultades se refiere a condiciones técnicas para el desarrollo de su producto, como le vemos en la siguiente gráfica:



Aquí se encuentran 4 elementos que también guardan relación entre sí, el más señalado es la falta de calidad de los productos que se relaciona con la falta de conocimiento técnico para el mejoramiento del mismo y la falta de condiciones para la producción de los mismos y las dificultades en el acceso a materiales. Es importante el sentido autocritico de las mujeres al indicar que su producto presenta falencias técnicas y que requieren seguir adquiriendo conocimientos, pues esto permitirá que las artesanas exijan programas que les permita mejorar estos dos aspectos, así mismo, reflexionaran sobre la importancia en comprometerse con la participación en proyectos como los realizados por Artesanías de Colombia y la Secretaria de la Mujer.

Estos aspectos serán ampliados desde los resultados de la encuesta hecha por el SIEAA Sistema de información de Artesanías de Colombia.

Por último, se identifican aspectos que a nivel externo, es decir fuera de las organizaciones, las familias y las personas, afectan la labor artesanal, según lo señalado por las participantes está la falta de apoyo para el sector artesanal y para las mujeres en su actividad productiva, algunas de las afirmaciones que señalan lo anterior son: “falta de apoyo del Estado”; “Falta más apoyo del gobierno para sacar adelante el proyecto”; “Nos falta tener más oportunidades”; “Siempre nos invitan a charlas , pero en concreto no tenemos el apoyo y seguimiento para concretar nuestros negocios”; “Requerimos apoyo constante del estado con capacitación”.

El otro aspecto señalado es la falta de valoración del trabajo que tienen los productos elaborados a mano, en especial aquellos que vienen de comunidades indígenas, de esta manera, los clientes no consideran que los precios están de acuerdo al tiempo, dedicación y materiales que cada producto contiene. Así mismo, durante la actividad de socialización de esta información, por parte de las mujeres, ellas mencionaban la forma

como les afectaba la competencia con productos provenientes de la China, que sin tener la misma calidad y proceso productivo son más baratos.



4.2.4. Aspectos que afectan negativamente el crecimiento de las unidades productivas

Con la finalidad de mostrar los principales aspectos que determinan el crecimiento y la estabilidad de las mujeres que tienen sus emprendimientos relacionados con la artesanía o el arte manual, dentro de los hallazgos se pueden identificar: la sensación de inseguridad ante los retos, limitaciones en sus habilidades comunicativas en el ejercicio para la venta, las tensiones que las mujeres tienen que resolver entre su rol productivo y reproductivo, la falta de espacios y estrategias de comercialización, la carencia de recursos económicos para mejorar o ampliar la producción y la falta de herramientas en las organizaciones que les permita gestionar beneficios, también se indican las falencias en la calidad de los productos y la falta de conocimientos técnicos para el mejoramiento de los mismos y todo esto en medio de una falta de fomento al sector artesanal y a la autonomía económica por parte de las instituciones y del Estado.



Dificultades identificadas por las artesanas y afectan de manera negativa las unidades empresariales

Estos elementos nos muestran algunas de las prioridades que deberían ser atendidas desde las instituciones, de tal manera, que las alternativas económicas de las mujeres se consoliden.

4.2.5. Fortalezas y aprendizajes de las mujeres para hacer crecer sus iniciativas

Las asistentes indicaron los aspectos que tienen como fortaleza o aprendizaje que ha desarrollado para fortalecer sus iniciativas, esto fue lo que respondieron

Aspectos que fortalecen las iniciativas

CONOCIMIENTO		NO
Conocimiento adquirido por la artesana sobre su producto y el proceso de comercialización.		22
Perseverancia		18

Trabajo en equipo	9
Experiencias de superación	8
Autoestima fortalecida	8
Fortaleza personal para enfrentar los retos	8
Creatividad	8
Calidad en el producto y cuidado del medio ambiente	8
Amor por la labor artesanal	7
Ética/responsabilidad/	7
Espiritualidad/religiosidad	5
Empoderamiento	4
Compromiso/disponibilidad/interés	4
Identidad con un pueblo/género	3
Redes de apoyo institucional organizacional	2
Disciplina	1
Cuidado medio ambiente	1

Del cuadro se resalta que las mujeres consideran como potencial sus conocimientos, los cuales han sido adquiridos a través de la experiencia personal, la tradición familiar, la pertenencia a un grupo étnico, las reflexiones sobre su identidad como mujeres o de los procesos formativos que se han realizado. En este caso, las participantes indican que tienen disponibilidad para enseñar o de mostrar su saber a otras personas, por eso se identifica como un valor positivo que permite el crecimiento de dichas iniciativas. Estas son frases de las mujeres: “soy de la comunidad muisca, puedo aportar conocimiento”

Un segundo factor señalado por las mujeres es la perseverancia, con la cual han llevado adelante su proyecto, esto implica que a pesar de las dificultades y debilidades mencionadas anteriormente, ellas están a la búsqueda constantemente de alternativas de solución o realizando estrategias que les permita continuar con su actividad y la fortalezca. Es la actitud constante de crear y re-crear su labor. Algunas frases que reflejan las posturas de las mujeres son: “tengo perseverancia para alcanzar los objetivos”.

Los temas que se abordaron desde el componente de desarrollo humano, previa construcción de la metodología, fueron:

4.3. Contextualización y descubriendo mis necesidades

Tuvo como objeto indagar sobre los conocimientos, sabidurías e inquietudes que tienen las mujeres participantes, con respecto, a su capacidad de liderar su emprendimiento y su desarrollo personal, con la finalidad de establecer o ajustar las temáticas en cada uno de los grupos.

Las ideas a promover fueron:

- Todas las mujeres tienen un saber adquirido a través de sus experiencias.
- Todas las mujeres tienen una información proveniente de otras mujeres, que les ha permitido vivir mejor.
- Las artesanas como empresarias tienen capacidades desarrolladas y otras por desarrollar, es necesario identificar cuáles son las falencias y potencialidades en cada uno de los momentos del proceso productivo.
- Las mujeres tiene derecho a una autonomía económica que les permita desarrollarse plenamente.

Las preguntas orientadoras que se manejaron fueron:

¿Cuáles son las expectativas del proceso de formación humana?

¿Cuál es la importancia del proceso de formación desarrollo humano para las mujeres artesanas y empresarias?

¿Cuál es el aprendizaje más importante que me ha dejado otra mujer?

¿Cuál es el aprendizaje que guía las acciones en la vida cotidiana?

¿Cuáles son las capacidades que promueve el crecimiento de mi actividad empresarial y artesanal?

¿Cuáles son las capacidades que falta potencializar para que mi actividad empresarial y artesanal crezca?

¿Cómo me apoya y que conflictos tengo con mi familia y mi comunidad para el desarrollo de mi actividad artesanal?

¿Qué conozco acerca de la política pública para las mujeres y equidad de género en el distrito?

Las técnicas utilizadas fueron:

- Rompehielos: actividad corporal para el reconocimiento de las otras y del espacio físico. Realización de saludos de ternura.
- Exposición de expectativas y de las asistentes en tarjetas de colores. Cada mujer la ubica según temáticas, se presenta y lee su expectativa.
- Establecimiento de reglas para el desarrollo de las temáticas.
- Realización de cartografías de las mujeres. En grupos de cinco personas las mujeres hacen un croquis de una mujer y ubican dentro de cada mapa los aprendizajes, las sabidurías, las potencialidades y las falencias.

- Plenaria para presentar las cartografías. Retroalimentación por parte de la facilitadora.
- Establecimiento de las temáticas y orientaciones de las mismas. De acuerdo a los planteamientos de la plenaria se plantean

4.4. Autoconocimiento

El objetivo fue el de fortalecer la autoestima de las mujeres a través del reconocimiento del potencial de cada una y la reflexión de los elementos que hacen que el amor propio disminuya o se fortalezca.

Los conceptos básicos que se manejaron fueron:

- Autoconocimiento: “El conocimiento de uno mismo es un proceso realizado por cada ser humano como parte de capacidad de razonamiento, es la acción y efecto de conocer y al mismo tiempo se puede definir como el proceso reflexivo y su resultado, por medio del cual la persona adquiere noción de su yo, de su ser en el mundo, de aquello que lo identifica y que lo hace único y diferente a los demás, con sus propias cualidades y características; la condición de autoconocerse se da durante toda la vida, es un proceso constante que se da desde la niñez hasta el momento en que dejamos de existir”. Cartilla Artesanías de Colombia 2013.
- Autoestima: “La autoestima está comprendida por el autoconcepto: definición que hago de mi misma por la autovaloración: qué tanto valoro eso que soy. En la autovaloración influyen las relaciones que he tenido con otras personas y lo que hemos aprendido”. La autoestima se define como un sentimiento de amor propio que tenemos sobre nosotras mismas. Para el desarrollo de esta se necesita tener en cuenta los siguientes aspectos:
 - Aceptación de lo que somos
 - Reconocimiento de los aprendizajes, progresos, habilidades y connotación positiva sobre los logros obtenidos.
 - Desarrollo de habilidades para generar emociones positivas.
 - Abordaje de los problemas de manera autónoma, donde se aprende a tomar decisiones y se aprende de los errores
 - Asumir responsabilidades para desarrollar sus capacidades.
 - Es importante que exprese su opinión, que se dé a la tarea de iniciar diálogos y se interese por comunicarse con los demás.
 - Motivarse a sí mismas evitando anticipar fracasos y saber

(Programa Gestión Empresarial con Enfoque de Género. (PROFEM) Manual para facilitadoras y facilitadores, Oficina Internacional del Trabajo, 2004, Proyecto OIT/USDOL, 2004 pág. 16)

- Amor propio: decisión, cariño, aceptación. Esto no se refiere a vanidad, ni arrogancia, porque nada de eso es amor: no es más que miedo. Lo que se plantea es tener un gran respeto por nosotras mismas, y de estar agradecidas por nuestro cuerpo y nuestra mente
- Autocuidado: es una forma de mejorar la salud, la autoestima y el empoderamiento de las mujeres. Esto se explica cuando se revisa el concepto dado por PROFAMILIA, en donde se relaciona AUTOCUIDADO con “El cuidado que cada persona le da a su cuerpo con el fin de evitar situaciones que puedan afectar su salud. El autocuidado se da, por ejemplo, con hábitos de aseo, protección de las enfermedades e infecciones de transmisión sexual, exámenes como la citología vaginal, examen de próstata o la visita al médico/a periódicamente”. PROFAMILIA <http://www.profamilia.org.co>. Este concepto se refiere básicamente al cuidado del cuerpo y a la prevención de enfermedades, sin embargo, este tipo de acciones tienen una relación profunda con el avance en el empoderamiento de las mujeres, pues como afirma Yolanda Arango Panesso (pág. 112, 1992), el autocuidado conlleva un proceso de autonomía para asumir medidas que propendan por la salud, sin estar sujetas ó dependientes de la atención impartida desde un exterior y potencia sentimientos de autoestima y confianza en quienes empiezan a realizar acciones para cuidar de sí mismas.(Arango Panesso Yolanda, Autocuidado, género y desarrollo humano:hacia una dimensión ética de la salud de las mujeres. Revista Manzana de la discordia. 2007. Año 2 No 4)

Las ideas que se promovieron fueron:

- El autoconocimiento es un reto, que se desarrolla a través de toda la existencia. Es posible auto conocerse a través de un proceso reflexivo sobre la historia, las emociones, el reconocimiento del cuerpo y las relaciones con los otros/otras y el entorno.
- La autoestima de la mujer se relaciona con el deber ser- hay necesidad de cuestionar ese “deber ser” y los parámetros de belleza culturales, para discernir los aspectos externos que afectan mi amor propio.
- El autocuidado se relaciona con la autoestima y el empoderamiento.
- Es necesario crear unas acciones diarias que permitan afianzar mi autoestima, autoconocimiento y autocuidado.
- Las mujeres deben fortalecer su autoestima a partir de la reflexión de las relaciones de género, la revaloración del trabajo productivo, la realización de un proyecto de vida y el autocuidado. (Programa Gestión Empresarial con Enfoque de Género. (PROFEM) Manual para facilitadoras y facilitadores, Oficina Internacional del Trabajo, 2004, Proyecto OIT/USDOL, 2004 pág. 13)

Las preguntas orientadoras que se plantearon fueron:

- ¿Qué significa ser mujer?
- ¿Cómo quisieran Ser mujer?
- ¿Qué significa amarse a sí mismo?
- ¿Cómo sabemos que alguien tiene una autoestima alta?
- ¿Qué pasa con las personas que no tienen autoestima?
- ¿Cómo actúan las personas que no tienen autoestima?
- ¿Cómo me cuido?
- ¿Quién soy?
- ¿Qué cargas tengo?
- ¿Qué o quienes afectan mi autovaloración?

Las técnicas utilizadas fueron:

- Rompehielos: actividad de masajes para relajarse y sentirse bien.
- Rompehielos 2: respirar y establecer tensiones en el cuerpo.
- Identificación de características individuales.
- Elaboración de un “yo” con arcilla y ojos tapados.
- Discusión sobre emociones, ideas generadas a partir del ejercicio.
- Análisis de conceptos Auto reconocimiento y Autoestima.
- Ejercicio de valoración, cuidado y transformación del “yo” de arcilla.
- Identificación de elementos externos que afectan la autoestima y creación de alternativas.
- Ritual de cierre: compromiso de cuidado propio y de las otras mujeres que me rodean.

4.5. Autoestima

Tuvo como objetivo fortalecer la autoestima de las mujeres a través del reconocimiento del potencial de cada una y la reflexión de los elementos que hacen que el amor propio disminuya o se fortalezca.

Se manejaron los siguientes conceptos básicos:

Autoconocimiento: “El conocimiento de uno mismo es un proceso realizado por cada ser humano como parte de capacidad de razonamiento, es la acción y efecto de conocer y al mismo tiempo se puede definir como el proceso reflexivo y su resultado, por medio del cual la persona adquiere noción de su yo, de su ser en el mundo, de aquello que lo identifica y que lo hace único y diferente a los demás, con sus propias cualidades y características; la condición de autoconocerse se da durante toda la vida, es un proceso constante que se da desde la niñez hasta el momento en que dejamos de existir”.
Cartilla Artesanías de Colombia 2013.

Autoestima: “La autoestima está comprendida por el autoconcepto: definición que hago de mi misma por la autovaloración: qué tanto valoro eso que soy. En la autovaloración influyen las relaciones que he tenido con otras personas y lo que hemos aprendido”

La autoestima se define como un sentimiento de amor propio que tenemos sobre nosotras mismas. Para el desarrollo de esta se necesita tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Aceptación de lo que somos
- Reconocimiento de los aprendizajes, progresos, habilidades y connotación positiva sobre los logros obtenidos.
- Desarrollo de habilidades para generar emociones positivas.
- Abordaje de los problemas de manera autónoma, donde se aprende a tomar decisiones y se aprende de los errores
- Asumir responsabilidades para desarrollar sus capacidades.
- Es importante que exprese su opinión, que se dé a la tarea de iniciar diálogos y se interese por comunicarse con los demás.
- Motivarse a sí mismas evitando anticipar fracasos y saber perseverar ante las dificultades, Vencer temores e inhibiciones

(Programa Gestión Empresarial con Enfoque de Género. (PROFEM) Manual para facilitadoras y facilitadores, Oficina Internacional del Trabajo, 2004, Proyecto OIT/USDOL, 2004 pág. 16)

Amor propio: decisión, cariño, aceptación. Esto no se refiere a vanidad, ni arrogancia, porque nada de eso es amor: no es más que miedo. Lo que se plantea es tener un gran respeto por nosotras mismas, y de estar agradecidas por nuestro cuerpo y nuestra mente

Autocuidado: es una forma de mejorar la salud, la autoestima y el empoderamiento de las mujeres. Esto se explica cuando se revisa el concepto dado por PROFAMILIA, en donde se relaciona AUTOCUIDADO con “El cuidado que cada persona le da a su cuerpo con el fin de evitar situaciones que puedan afectar su salud. El autocuidado se da, por ejemplo, con hábitos de aseo, protección de las enfermedades e infecciones de transmisión sexual, exámenes como la citología vaginal, examen de próstata o la visita al médico/a periódicamente”. PROFAMILIA <http://www.profamilia.org.co>. Este concepto se refiere básicamente al cuidado del cuerpo y a la prevención de enfermedades, sin embargo, este tipo de acciones tienen una relación profunda con el avance en el empoderamiento de las mujeres, pues como afirma Yolanda Arango Panesso (pág. 112, 1992), el autocuidado conlleva un proceso de autonomía para asumir medidas que propendan por la salud, sin estar sujetas ó dependientes de la atención impartida desde un exterior y potencia sentimientos de autoestima y confianza en quienes empiezan a realizar acciones para cuidar de sí mismas.

(Arango Panesso Yolanda, Autocuidado, género y desarrollo humano: hacia una dimensión ética de la salud de las mujeres. Revista Manzana de la discordia. 2007. Año 2 No 4)

Se promovieron las siguientes ideas:

- El autoconocimiento es un reto, que se desarrolla a través de toda la existencia. Es posible auto conocerse a través de un proceso reflexivo sobre la historia, las emociones, el reconocimiento del cuerpo y las relaciones con los otros/otras y el entorno.
- La autoestima de la mujer se relaciona con el deber ser- hay necesidad de cuestionar ese “deber ser” y los parámetros de belleza culturales, para discernir los aspectos externos que afectan mi amor propio.
- El autocuidado se relaciona con la autoestima y el empoderamiento.
- Es necesario crear unas acciones diarias que permitan afianzar mi autoestima, autoconocimiento y autocuidado.
- Las mujeres deben fortalecer su autoestima a partir de la reflexión de las relaciones de género, la revaloración del trabajo productivo, la realización de un proyecto de vida y el autocuidado. (Programa Gestión Empresarial con Enfoque de Género. (PROFEM) Manual para facilitadoras y facilitadores, Oficina Internacional del Trabajo, 2004, Proyecto OIT/USDOL, 2004 pág. 13)

Se hicieron las siguientes preguntas orientadoras:

- ¿Qué significa ser mujer?
- ¿Cómo quisieran Ser mujer?
- ¿Qué significa amarse a sí mismo?
- ¿Cómo sabemos que alguien tiene una autoestima alta?
- ¿Qué pasa con las personas que no tienen autoestima?
- ¿Cómo actúan las personas que no tienen autoestima?
- ¿Cómo me cuido?
- ¿Quién soy?
- ¿Qué cargas tengo?
- ¿Qué o quienes afectan mi autovaloración?

Se utilizaron las siguientes técnicas:

- Rompehielos: actividad de masajes para relajarse y sentirse bien.
- Rompehielos 2: respirar y establecer tensiones en el cuerpo.
- Identificación de características individuales.
- Elaboración de un “yo” con arcilla y ojos tapados.
- Discusión sobre emociones, ideas generadas a partir del ejercicio.
- Análisis de conceptos Auto reconocimiento y Autoestima.

- Ejercicio de valoración, cuidado y transformación del “yo” de arcilla.
- Identificación de elementos externos que afectan la autoestima y creación de alternativas.
- Ritual de cierre: compromiso de cuidado propio y de las otras mujeres que me rodean.

4.6. Planes y proyectos de vida

Tuvo como objetivo reflexionar e identificar con las mujeres las proyecciones y metas en el área física, emocional, afectiva, intelectual y espiritual que desean cumplir en un lapso de 5 años, además de los recursos, el tiempo y los obstáculos a superar en la consecución de sus sueños.

Se manejaron los siguientes conceptos básicos:

Proyectos de vida: “Son estructuras psicológicas que expresan las direcciones esenciales de la persona, en el contexto social de relaciones materiales y espirituales de existencia, que determinan su posición y ubicación subjetiva en una sociedad concreta. (D’Angelo, O., 1994,7).

“Los proyectos de vida pudieran concebirse también como las estructuras de sentido individual proyectadas en la dimensión temporal, en la historicidad de los eventos individuales-sociales explicativos de su historia de vida”.

“En este sentido, los proyectos de vida no se construyen sin una referencia directa a lo ya producido por otros y al pensamiento cristalizado; pero tampoco sin un proceso de intercambio, de comunicación y diálogo, en el cual se construyen el nuevo conocimiento y las orientaciones vitales de la persona, aun cuando este proceso de comunicación se pueda realizar directamente o mediado, en formas diferentes”.

“En el Proyecto de vida se articulan las siguientes dimensiones de situaciones vitales de la persona (D’Angelo, O., 1998):

- Orientaciones de la personalidad (Valores morales, estéticos, sociales, etc. y fines vitales)
- Programación de tareas-metas vitales-planes-acción social.
- Autodirección personal: Estilos y mecanismos psicológicos de regulación y acción que implican estrategias y formas de autoexpresión e integración personal y autodesarrollo.
- Esta construcción estructural-funcional del Proyecto de Vida necesita complementarse con una dirección de sentido: El enfoque historicista y

contextual crítico-reflexivo y creativo del desarrollo de la persona en su situación social”.

Ovidio D`angelo Hernandez. Proyecto de vida y desarrollo integral humano. Cuba. Textual.

Se buscó promover las siguientes ideas:

- El proyecto de vida es la expresión del sentido de vida.
- El proyecto de vida tiene que ver con la procedencia, los aprendizajes, sueños, las metas, las fortalezas, cualidades, los logros y las personas importantes en la vida de cada uno, además de lo que otros/otras han hecho y la conjugación de la temporalidad pasado, presente, futuro. En el caso de las comunidades indígenas y afro, los conceptos provenientes de la comunidad son importantes en el planteamiento de un proyecto de vida.
- El proyecto de vida ha sido determinado por la condición de género, a través de la transmisión de valores patriarcales que hicieron instituciones como la familia, la escuela, el Estado, los medios de comunicación. Es necesario promover la creación de proyectos de vida incluyentes, sin violencia.
- El proyecto de vida debe establecerse manera integral, aspecto relevante para las mujeres, pues por la condición de género se prioriza el área familiar.
- Construir un proyecto de vida requiere articular lo que se piensa, se siente y se hace, de tal manera que la razón, la emoción.

Se abordan los siguientes cuestionamientos:

¿Cuál es el fundamento de mi vida?

¿Cuáles son las decisiones más importantes que he tomado en mi vida?

¿Cuáles son las decisiones que aún no logré plantearme y ejecutar en mi vida y en mi emprendimiento?

¿Qué me impide mejorar en los diferentes ámbitos de mi vida?

¿Qué debo hacer para llevar una vida coherente con mis sueños y mis deseos?

¿Cómo es un proyecto productivo exitoso, liderado por mujeres?

¿Qué características deben tener mis productos artesanales/ de arte manual?

¿Qué sueño a futuro en las diferentes áreas de mi vida (familiar, social, política, académica, espiritual, física, emocional)?

¿Qué es un proyecto de vida?

¿Para qué sirve que tenga un proyecto de vida?

¿Qué sucede si no tengo un proyecto de vida?

¿Cómo construyo un proyecto de vida?.

Las técnicas utilizadas fueron:

- Rompehielo: traer a la memoria mujeres importantes en la vida de cada una.
- Discusión de conceptos a partir de preguntas

- Ejercicio ritual para identificar “El sentido de vida” y los legados del pasado para observar el futuro
- Diseño de proyectos de vida, de cada una de las mujeres.
- Identificación de recursos, tiempo y prioridades.

En estas sesiones se contó con la presencia de mujeres indígenas que brindaron de manera muy acertada su visión sobre el tema, promoviendo el intercambio de saberes.

4.7. Liderazgo y emprendimiento

Su objetivo fue el de fortalecer la capacidad de liderazgo empresarial y social en las mujeres artesanas.

Se trabajaron los conceptos básicos:

Liderazgo: la líder es aquella persona que tiene probabilidad de ejercer influencia sobre un determinado grupo de individuos o en una determinada tarea, en donde le reconocen con capacidad para lograr los objetivos establecidos. La líder tiene la capacidad de obtener apoyo para dirigir las diferentes acciones de la organización hacia el propósito que ella interpreta como la más importante. En el fortalecimiento del Liderazgo son fundamentales dos aspectos: el primero, las características personales y el segundo las condiciones de contexto.

Respecto a las características personales un importante factor es la autoestima que como indica Pilar Migallon Lopezosa y Beatriz Gálvez Ochoa (2002: Pág. 52), se relaciona con la defensa de sus ideas y valores; confianza en el criterio personal; habilidades para resolver problemas; límites a la manipulación; reconocimiento de emociones y sentimientos; el respeto por las opiniones de las demás. (Pilar Migallón Lopezosa, Beatriz Gálvez Ochoa. Los Grupos de mujeres, Metodología y contenido para el trabajo grupal de la autoestima. Instituto de la Mujer Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. Madrid. 2012).

La o las lideresas pueden hacer uso o desarrollar su autoridad en la organización a través de los siguientes elementos que se asocian al ejercicio del poder (Sofía Vásquez Vargas. Mujeres y Liderazgo. Mujeres y Participación Política. Cuaderno de Trabajo 7 - Guatemala)

Poder de conexión: al utilizar contactos con instituciones y personas para obtener recursos hacia la organización.

Poder del experto: al proporcionar conocimientos, destrezas y experiencias para facilitar el trabajo de las organizaciones.

Poder de información: al poseer y usar información que es valiosa y necesaria para otros miembros.

Poder legítimo: al usar la posición de liderazgo y los derechos que ésta implica para influenciar positivamente la conducta de los miembros.

Poder de referencia: en función de la atracción que los miembros sienten por ella, para influir sobre el resto del grupo.

Poder de recompensa: al utilizar estímulos concretos o invisibles (verbales) para influenciar la conducta de otros.

Poder de coerción: al establecer sanciones o castigos para los miembros que no cumplan con las normas del grupo.

Tipos de liderazgo:

Liderazgo autocrático: se caracteriza por la imposición que hace el/la líder o los/las líderes de su voluntad como criterios y normas para la organización. No existe una opinión diferente a la de la líder razón por la cual la autoridad en este tipo de liderazgo está basada en el silencio y en el asentamiento obligado. Este tipo de líder se distingue por su capacidad para ganar adeptos por su simpatía, la fuerza de su palabra y su don de mando.

Liderazgo coercitivo: Se utiliza la autoridad generando temor a través de medidas de fuerza. Se debe acatar las órdenes del líder de lo contrario se enfrentan a la aplicación de sanciones de diversa índole.

Liderazgo Carismático: Basa su autoridad en ciertas cualidades individuales; la autoridad, es consecuencia, se sostiene por virtudes de la líder.

Liderazgo democrático: Es aquel que promueve y conforma equipos, guía y propone, esforzándose por no imponer sus propuestas. Comparte y transmite su saber y experiencia. Contribuye a la definición de metas, a la construcción de procesos y reglas de juego, recoge las opiniones de los otros y otras.

Un liderazgo participativo

- Facilita el alcance de los objetivos: orientando sobre lo que se quiere y cómo se logrará, sobre las tareas a realizar, haciendo seguimiento a las mismas y dando retroalimentación.
- Crea un adecuado clima de trabajo: mediante la generación de un clima de confianza y de seguridad, para que cada mujer desarrolle al máximo sus capacidades personales, motivando a las personas, al equipo y su unión o cohesión, mediante la resolución adecuada de conflictos.
- Delega responsabilidades: ya que la líder no está capacitada para todo y existen diferentes habilidades, conocimientos y destrezas que otras poseen y que pueden desarrollar. Además existen liderazgos situacionales, de acuerdo para lo que se es bueno.
- Anima a la participación: de todos y todas las personas que pertenecen al equipo mediante una escucha activa, para que todas las voces u opiniones sean tenidas en cuenta.
- Maneja la inteligencia emocional, la cual parte de un buen auto-concepto, para un ejercicio del liderazgo eficaz y eficiente

Se buscó promover las siguientes ideas:

- Todas las mujeres tiene capacidad para ejercer su liderazgo, solo que este puede tener diferentes características. El liderazgo se puede aprender si se utiliza las herramientas adecuadas.
- El liderazgo que permite el desarrollo de la organización y de las asociadas es de carácter democrático, pues potencia, respeta y crea relaciones entre las participantes.
- Las lideresas pueden utilizar herramientas para mejorar sus ejercicio, Como son; mapa de actores, diseño de encuestas, análisis de situaciones; la comunicación con el equipo.

Para este caso, se abordaron las siguientes preguntas:

¿Qué espero de una líder?

¿Qué me disgusta de las lideresas?

¿Cuál es el papel de una líder?

¿El liderazgo para qué?

¿Siento que tengo la capacidad y la posibilidad de liderar un grupo o tarea?

¿Qué dificultades tienen las mujeres para liderar?

¿Quién toma las decisiones en la organización y de qué manera?

¿Cuáles son las dificultades que tengo para liderar un proceso o una situación?

¿Cuáles son mis cualidades como líder?

Las técnicas utilizadas fueron:

- Rompehielo: reconocimiento a las mujeres valientes y líderes que conozcan
- Ejercicio de liderar una actividad en cada grupo.
- Realización de ejercicios para ejemplificar las herramientas de las líderes: comunicación, planeación, proyección.
- Autoevaluación de los potenciales para ser lideresa

4.8. Democratización familiar

Se tuvo como objetivo reflexionar sobre las funciones, problemáticas y alternativas que pueden desarrollar las familias y las mujeres con la finalidad de promover entornos más democráticos y equitativos, de tal manera que las mujeres puedan desarrollar su labor productiva.

Democratización familiar:

La democratización de la familia implica incluir a todos los miembros de la familia en una nueva dinámica, más flexible, incorporando las voces de la madre y de los hijo/as en la toma de decisiones, así como reconocer las necesidades y deseos de cada integrante de la familia, sin realizar discriminaciones en contra de ninguno de sus miembros. Se trata de cambios en la estructura familiar que permiten evaluarlos como un pasaje a una nueva forma de convivencia donde tanto las madres como los hijos e hijas - de acuerdo a la edad, el ciclo vital y los niveles de maduración – tienen el derecho a opinar y decidir, junto con el padre, en el caso de que éste centralizara dicho poder hasta el momento. (Democratización de las Relaciones Familiares en Programas Sociales Una Perspectiva para la Prevención de la Violencia Familiar. María Jiménez; Beatriz Schmukler; Hugo Rocha; Karla E. Hernández; Maria Esther Mesina; Lizzi Palencia. México 2008).

Relaciones familiares abusivas:

“Cuando las relaciones sociales y familiares son abusivas bloquean la creatividad individual, anulan la capacidad reflexiva de los sujetos, e impiden el encuentro y el diálogo con otras personas. En todas las relaciones autoritarias las personas son “convencidas” u obligadas a aceptar las creencias defendidas por las castas dirigentes o los grupos dominantes, como si fueran “verdades absolutas”. “Las relaciones autoritarias se refuerzan en el aislamiento, en cambio cuando los miembros de las familias participan en otros grupos sociales reciben estímulos que les facilitan y promueven conductas vinculadas con intereses propios que se resisten a los mandatos autoritarios.” (Democratización de las Relaciones Familiares en Programas Sociales

Una Perspectiva para la Prevención de la Violencia Familiar. María Jiménez; Beatriz Schmukler; Hugo Rocha; Karla E. Hernández; María Esther Mesina; Lizzi Palencia. México 2008).

Democratización de la familia: Consideramos familias con rasgos más democráticos en las cuales la autoridad se ejerce de una manera flexible, procurando tomar decisiones que contemplen los intereses y las necesidades de todas y todos a través de llegar a acuerdos consensuados en conjunto, o de negociar aspectos relacionados con las decisiones familiares.

Algunas características de estas familias son:

- Frente a situaciones difíciles sus miembros se muestran dispuestos a enfrentar los problemas y se comunican entre sí para solucionarlos
- Cuando se sienten molestos pueden expresar sus enojos sin dañar ni dañarse a través de la comunicación asertiva y por lo tanto son capaces de continuar las relaciones sin provocar rupturas afectivas definitivas.
- Se pueden demostrar afecto.
- Pueden tolerarse errores y contradicciones, tanto en las acciones como en las decisiones

(Democratización de las Relaciones Familiares en Programas Sociales Una Perspectiva para la Prevención de la Violencia Familiar. María Jiménez; Beatriz Schmukler; Hugo Rocha; Karla E. Hernández; María Esther Mesina; Lizzi Palencia. México 2008).

Se promovieron las siguientes ideas:

- Para que la mujer pueda realizar su labor productiva es necesario que la familia se democratice.
- Las mujeres establecen sus relaciones de pareja en condición de subordinación, es por eso necesario que se deconstruya y reconstruya los aspectos básicos sobre los cuales se fundamenta la pareja: proyecto de vida, las expresiones afectivas y sexuales, la labor productiva y reproductiva, los ideales sobre el SER MUJER, SER HOMBRE y el AMOR.
- La democratización de la familia implica el reconocimiento de la diversidad y de la importancia de la autoridad sin autoritarismo, el afecto, la ayuda mutua y la colaboración para la plena existencia.

Se tuvieron las siguientes ideas orientadoras:

¿Cómo afecta mi actividad económica a mi hogar?

¿Cómo afecta las labores que desarrollo en mi hogar a mi iniciativa productiva?

¿Qué se necesita para construir una pareja en condiciones de equidad?

¿Cuáles son los problemas que se presentan en las familias de mujeres empresarias?

¿Qué es la familia?

¿Cuál es la Función de la familia?

¿Cuáles son las causas de la inequidad al interior de la familia?

¿Cómo hacer familias más democráticas, que apoyen a las mujeres en su labor artesanal y empresarial?

Como construir relaciones familiares en equidad de género y dar pautas de crianza a nuestros hijos sin promover el machismo y el sistema patriarcal.

Se utilizaron las siguientes técnicas:

- Técnica de la telaraña para la identificación de conceptos sobre familia, amor y autoridad.
- Video “así es el amor”
- Discusión sobre los elementos que constituyen una pareja democrática.
- Revisión de los elementos que constituyen una pareja.
- Identificación problemáticas de las familias, con ejercicio de teatro del oprimido. (Fotografía)
- Establecimiento de pautas para democratizar la familia.

4.9. Comunicación asertiva

Su objetivo fue el de fortalecer entre las mujeres la solidaridad, la sororidad, el compromiso, la disciplina al interior de sus equipos de trabajo, con la finalidad de mejorar su cohesión y progresión.

Se manejaron los siguientes conceptos básicos:

Hombres y mujeres parecen pertenecer a culturas comunicativas diferentes, no usan el lenguaje de la misma manera, resultado de las formas de socialización, esto incide en las formas de expresión verbal y no verbal.

El lenguaje, por ser herramienta de socialización, es también, por tanto, instrumento de control social, de legitimación de jerarquías y del poder establecido. A lo largo del proceso de socialización, mujeres y hombres reciben diferentes instrucciones de cómo debemos usar unas y otros el lenguaje. Según García Mounton parafraseada en la cartilla de la Escuela Social y Política de Incidencia, para las mujeres, hombres y mujeres tienen diferencias en el uso comunicativo. Por ejemplo, las mujeres hablan poco en público; no pronuncian “palabrotas”; no dan órdenes directas; mantienen un aire infantil al hablar; usan diminutivos en sus oraciones; usan expresiones emotivas finas; son diplomáticas y no confrontan; comprenden cuando alguien les roba la palabra; no exponen ideas propias. Estas dos últimas situaciones se relacionan con aquellas situaciones en la que los hombres interrumpen las intervenciones de las

mujeres, lo que se asocia a una deslegitimación de sus ideas y a las mujeres les resulta difícil reaccionar, por el sistema tradicional de educación, por costumbre etc.

Estas pautas han sido aprendidas por las mujeres, sin embargo, con la participación de las mujeres en el ámbito laboral, ellas aprenden de las formas masculinas al hablar, pero sin poder romper con la tradición de esperar ser simpáticas y aceptadas. Las mujeres descodifican, utilizan e interpretan de una manera más frecuente los códigos de lenguaje no verbal y proxémico (distancias interpersonales).

Las habilidades comunicativas pueden definirse como niveles de competencias y destrezas que adquieren los individuos por la sistematización de determinadas acciones a través de las experiencias y la educación que obtienen en el transcurso de sus vidas que les permiten el desempeño y la regulación de la actividad comunicativa.

Característica, la posibilidad de transferencia en el sentido en que una habilidad comunicativa no se desarrolla para un momento o acción determinados, sino que se convierte en una cualidad, en una forma de respuesta aplicable a múltiples situaciones que comparten esencialmente la misma naturaleza; de allí que se hable de que las habilidades comunicativas desarrolladas por un individuo configuran una forma peculiar de resolver tareas o resolver problemas en áreas de actividad determinadas.

Las habilidades comunicativas que se requiere promover se relacionan con los siguientes elementos: actitud de escucha, expresión de sentimientos e información, intercambios sucesivos verbales y no verbales, respuestas adecuadas ante los sentimientos o informaciones, peticiones de aclaración, esfuerzo por ponerse en el punto de vista de la otra persona. (Pilar Migallón Lopezosa, Beatriz Gálvez Ochoa. Los Grupos de mujeres, Metodología y contenido para el trabajo grupal de la autoestima. Instituto de la Mujer Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. Madrid. 2012)

La importancia de promover en las mujeres la comunicación está en permitir la construcción de espacios de aprendizaje, de expresión de afecto, desacuerdo e insatisfacciones, disminución de conflictos y malestares

Algunas pautas que se pudieron enseñar a las mujeres para el desarrollo de su comunicación fueron:

- Dirigirse a la persona implicada
- Expresar claramente los propios sentimientos, necesidades y deseos
- Evitar descalificar a las otras personas
- Describir la conducta molesta o la situación problemática, en lugar de adjudicar culpas
- Hablar en primera persona acerca de lo que se siente

- Buscar un momento adecuado para hablar de los conflictos
- Intentar ofrecer soluciones
- Comunicar de manera asertiva y directa los que se quiere decir, sin adornos, ni rodeos.

Se promovieron las siguientes ideas

- La comunicación de las mujeres es diferente a la de los hombres. Dentro de sus formas de comunicación, en ocasiones, se quiere por encima de muchas condiciones ser “SIMPÁTICA” o “AGRADABLE”, también se teme a expresarse en público por temor a que sus ideas sean deslegitimadas.
- El lenguaje verbal y no verbal de las mujeres tienen potencialidades y falencias para expresarse de manera sincera y puntual. Es necesario reflexionar sobre las formas como cada una se comunica, cuestionar los patrones que no le permiten expresar con sinceridad su ser, pensar y actuar.

Se tuvieron las siguientes preguntas orientadoras

- ¿Cuáles son mis fortalezas a la hora de hablar en público?
- ¿Cuáles son mis temores de hablar en público?
- ¿Cuáles son mis pensamientos mientras hablo en público?
- ¿El lenguaje es una manera de expresar la seguridad conmigo misma?
- ¿Cuáles son las dificultades que percibo sobre mi manera de comunicarme?
- ¿De qué hablo cuando presento mi producto?
- ¿Cuándo otra mujer habla, cuál es mi actitud?

Las técnicas utilizadas fueron

- Técnica rompehielo: contar cuentos con el cuerpo
- Venta de productos extraños
- Descripciones de oso.
- Retroalimentar lo observado en cada mujer, su forma de comunicación verbal y no verbal.

4.10. Trabajo en equipo

Tuvo como objetivo dar herramientas a las mujeres que les permita dirigir, guiar y organizar grupos de personas o equipos de trabajo.

Se manejaron los siguientes conceptos básicos:

Sororidad: La sororidad es una solidaridad específica, la que se da entre las mujeres que por encima de sus diferencias y antagonismos se deciden por desterrar la

misoginia y sumar esfuerzos, voluntades y capacidades, y pactan asociarse para potenciar su poderío y eliminar el patriarcalismo de sus vidas y del mundo. La sororidad es así mismo un camino para valorizar la identidad de género y lograr la autoafirmación de cada mujer. Apoyadas unas en las otras sin ser idénticas, sino reconociendo las diferencias entre ellas, las mujeres pueden pactar entre sí, siempre y cuando se reconozcan como sujetas, en este sentido, como pactantes. La sororidad, como alianza feminista entre las mujeres, es indispensable para enfrentar la vida y cambiar la correlación de poderes en el mundo. (Las mentalidades y la cultura Marcela Lagarde y de los Ríos)

La sororidad es en sí misma un potencial y una fuerza política porque trastoca un Pilar patriarcal: la prohibición de la alianza de las mujeres y permite enfrentar la enemistad genérica, que patriarcalmente estimula entre las mujeres la competencia, la descalificación y el daño. Nada más dramático y doloroso para las mujeres que ser sometidas a misoginia por las pares de género, por las semejantes (Lagarde, 1989). Lograr la alianza y usarla para cambiar radicalmente la vida y remontar la particularidad genérica (Heller, 1980), reconstituye a las mujeres y es un camino real para ocupar espacios, lograr derechos, consolidar protecciones entre mujeres y eliminar el aislamiento, la desvalía y el abandono.

Los siguientes son los requisitos para que una organización, grupo o equipo funcionen y lleven a cabo el cumplimiento de los objetivos:

- Organización: La entidad requiere delimitar qué tareas le corresponden según habilidades a cada cual, los cargos y responsabilidades, es decir, cómo lo van a hacer para lograr los objetivos.
- Control: Hay que evaluar el rendimiento tanto parcial como global, definiendo de ante mano reglas claras, por lo que el liderazgo juega aquí un papel fundamental.
- Intercambiar conocimientos y destrezas: Al trabajar con recursos humanos, tal como se planteó antes, resulta obvio encontrar diferencias entre ellos y desde luego, cada uno debe dar a conocer sus habilidades, entregar un aporte para que el trabajo en equipo prospere. En síntesis, se torna pertinente destacar la colaboración entre todas.
- Comunicación: El poder tener una buena comunicación es la clave del entendimiento, pues por ejemplo, si tenemos algún problema con una colega lo conversamos a fin de resolver la disputa; si nos surge una duda en cuanto al desempeño de cierta función, entonces lo consultamos a quien es debido, en definitiva, es importante que fluya una información fidedigna y útil.
- Confianza: Si de trabajar en equipo se trata, la confianza mutua es sumamente relevante en el sentido de tener que compartir en muchas ocasiones: información

confidencial, dinero o delegar en otro alguna tarea que requiere de un alto grado de responsabilidad.

- Comprensión: Siempre surgirán diferencias en las maneras de pensar y actuar, por ende, la tolerancia, el comprender que todos somos distintos, hará que el equipo perdure por más tiempo.
- Compromiso: Es común hablar de "ponerse la camiseta", dicho muy apropiado cuando hablamos de trabajo en equipo, pues la idea es que el conjunto de personas que trabajan por un fin común, se sienta parte de él, como si fuera algo propio, con sentido de pertenencia.
- Creatividad: Sobre todo cuando existe limitación en los recursos, se requiere bastante creatividad. Por ejemplo, vamos a considerar que tenemos una pequeña empresa, estamos recién comenzando y hay muchos papeles que ordenar, pero por lo pronto pocos archivadores, la idea es perforarlos y acudir a las antiguas técnicas de amarrar la documentación aprovechando los orificios del papeleo.
- Optimismo: Muchos quizás con la situación presentada a priori (falta de archivadores), sientan que la empresa no va a prosperar, pues los recursos son demasiados limitados. El punto es apoyarse mutuamente, no desmotivarse, seguir adelante, ser perseverante ante todo.
- Crear un clima agradable: El clima involucra tanto aspectos físicos como psicológicos.

Se promovieron las siguientes ideas:

- En la sociedad patriarcal existen elementos, ideas, mitos, que justifican y promueven la falta de solidaridad y la competencia entre las mujeres.
- La organización se fortalece cuando se estrechan lazos de solidaridad, respeto y compromiso. En el caso de las organizaciones de mujeres, la sororidad permite que las acciones del grupo trasciendan hacia transformaciones individuales y sociales.
- Crear un equipo que trabaje de manera comprometida requiere del desarrollo de elementos como: la comunicación, la creatividad, el compromiso, la comprensión, confianza, control y organización.
- La organización avanza o se estanca, nace o resurge, según el trabajo del grupo.
- Los objetivos de la organización se cumplen de acuerdo a su cohesión.

Se manejaron las siguientes preguntas orientadoras:

¿Cuáles son las dificultades del grupo u organización a la que pertenezco?

¿Cuál es mi labor cuando hay que desarrollar un trabajo en equipo?

¿Cuáles son los aspectos que no son de mi agrado a la hora de trabajar en equipo?

¿Cómo se organiza y se comunica mi grupo?

- ¿Qué es lo que me desmotiva de una organización?
- ¿Cómo contribuyo a que la organización se fortalezca?
- ¿Cuál es mi postura cuando debo trabajar con mujeres?
- ¿Qué es la solidaridad?
- ¿Cómo puedo ser solidario con otra mujer?
- ¿Por qué la sociedad plantea que las mujeres no pueden trabajar juntas?
- ¿Los objetivos de la organización son coherentes con mis intereses personales?
- ¿Qué necesidades personales he podido satisfacer a través de la organización?

Se tuvieron las siguientes técnicas:

- Rompehielo: técnica de confianza y creación de lazos entre las mujeres.
- Círculo de mujeres
- Armar rompecabezas por grupo, con una limitación.
- Reconocer y construir conceptos alrededor de lo que implica estar dentro de un grupo.

4.11. Reconocimiento de derechos de las mujeres

Tuvo como objetivo reflexionar y conocer la reglamentación disponible para el empoderamiento económico

Se manejaron los siguientes conceptos básicos:

Trabajo y autonomía económica: El trabajo tiene dos aspectos que en el análisis de género es necesario delimitar: la parte pública y visible y generalmente remunerada, y la parte privada casi invisible y sin remuneración. A esta última faceta del trabajo no se le da un carácter económico; hay una tendencia a verlo como una «característica de las mujeres» y, a no considerarlo trabajo porque no es una actividad pagada, (trabajo doméstico).

Las mujeres y los hombres participan en la economía de diferentes maneras. Sin embargo, al considerarse las actividades económicas que desarrollan los hombres como punto de referencia para el análisis económico, se introdujo un sesgo que no había permitido apreciar la especificidad de los patrones de trabajo de las mujeres. Este convierte la visión del trabajo en algo que las economistas feministas han llamado una visión tipo „iceberg”, en donde solo podemos observar la parte visible del trabajo que se ha denominado productivo y donde las actividades que realizan las mujeres –o las que se realizan en general en el hogar como parte de la reproducción– son consideradas como «no trabajo». A esta modalidad también se le reconoce como «actividades del cuidado». Al aplicar el análisis de género, dicha especificidad ha quedado evidente y nos revela que el trabajo puede tener un impacto muy diverso a lo largo de la vida de

las mujeres, dependiendo de las condiciones bajo las cuales lo realice, es decir, si es un trabajo por cuenta propia, si es asalariada, si trabaja fuera de su casa, etc.

También se ha generado la discusión sobre las condiciones de mayor precariedad, que por lo general, caracterizan al trabajo femenino y su situación desventajosa frente a los hombres en el mercado laboral. Por lo general las mujeres constituyen la mayoría de los trabajadores familiares sin remuneración; de los vendedores ambulantes sin ninguna protección; de los empleos que requieren menos calificación, etc., ya que debido a las restricciones que les han impuesto las condicionantes culturales de género –entre las que pesan de manera particular las responsabilidades domésticas– entran al mercado de trabajo en condiciones de desventaja con relación a los hombres

Participación y empoderamiento: La participación política de las mujeres no debe ser considerada como una circunstancia coyuntural frente a un conjunto de acciones organizadas. Es necesario concebir esta participación como un derecho inalienable que deben garantizar los Estados, buscando la equidad en los términos que establece el mecanismo internacional de la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer (Naciones Unidas, 1992), los cuales han sido ratificados por los países de la región. (Véase CEPAL, 2004.) Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos. Derechos de las mujeres. Bogotá. Nuevas Ediciones, 2002. Consultado en:

<http://www.hchr.org.co/publicaciones/seriestematicas/Derechos%20de%20la%20Mujer.pdf>.

En el caso de la participación política de las mujeres, el término empoderamiento se refiere a un amplio rango de actividades que implica el reconocimiento del propio potencial de las capacidades, hasta las movilizaciones que buscan incidir en las relaciones de poder. El empoderamiento también implica reconocer la existencia de opresión, marginación, exclusión y discriminación, pero al mismo tiempo participar activamente con el fin de buscar cambiar las condiciones que las producen (Batliwala, 1993). <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013b/1350/empoderamiento-evaluacion.html>

Violencia de género o violencia contra las mujeres basada en el género: se define como «cualquier acto que resulte daño o sufrimiento a las mujeres, o que tenga riesgo de causarlo, incluyendo la amenaza de tales actos, coerción o privación de la libertad, ya sea que ocurra en el ámbito público o en la vida privada» (Naciones Unidas, 1993a). En el artículo 2 de la Declaración sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer (Naciones Unidas, 1993a, artículo 4), la definición se amplía y se identifican tres áreas en donde comúnmente tiene lugar la violencia:

La violencia de género física, sexual, económica y psicológica que tiene lugar en la familia, en la que se incluyen los golpes; el abuso sexual de niñas en el hogar; la

violencia relacionada con la dote; la violación marital; la mutilación genital y otras prácticas nocivas para las mujeres; la violación no conyugal; y la violencia relacionada con la explotación de las mujeres. La violencia física, sexual y psicológica que tiene lugar en la comunidad. Se incluye la violación; el abuso sexual; el hostigamiento sexual y la intimidación en los sitios de trabajo; en escuelas y en otros lugares; el tráfico de mujeres y la prostitución forzada. La violencia física, sexual y psicológica perpetrada o condonada por el Estado donde quiera que esta ocurra, incluyendo formas de discriminación directas e indirectas en leyes, políticas, planes, programas, proyectos o servicios

Derechos de la mujer: Los derechos humanos (Tomado de: Londoño, Argelia, 1999, Promoción de los derechos humanos sexuales y reproductivos, Módulos pedagógicos para formadores, Consejería Presidencial para los Derechos Humanos y FNUAP, Bogotá) se relacionan con Bienes o merecimientos que permiten a las personas o comunidades desarrollar plenamente sus capacidades y potencialidades. Son reconocidos por ordenamientos jurídicos y son exigibles ante el Estado. Son garantías inherentes al ser humano.

Aunque el objetivo de los derechos humanos es proteger a todo ser humano, sea hombre o mujer, el ejercicio de los mismos no ha sido igualitario. Históricamente, en la práctica de los derechos humanos, no se han reconocido las violaciones en las que el hecho de ser mujer constituye el factor de riesgo. Algunas de estas violaciones se han justificado a partir de diferencias biológicas (por ejemplo, la capacidad de las mujeres de quedar embarazadas). Otras, se basan en el género; es decir, en los valores y los papeles socialmente construidos en torno a las mujeres (por ejemplo, el de ama de casa). Por ello, desde hace algunas décadas, mujeres activistas de todo el mundo han luchado por el reconocimiento y protección de los derechos humanos de las mujeres en materia civil, política, económica y social.

Se promovieron las siguientes ideas:

- El trabajo doméstico no remunerado es también trabajo aunque no se pague.
- El trabajo tiene una función social, psicológica y económica, de ahí radica su importancia.
- Es importante que las mujeres se incorporen al mercado de trabajo bajo condiciones de trabajo dignas.
- El trabajo doméstico no remunerado debe ser reconocido socialmente y compartido por otros integrantes de la familia.
- El trabajo digno es un derecho de toda mujer y todo hombre que debe realizarse en condiciones que aseguren la vida y la salud, así como una remuneración justa y estable.

- el derecho al trabajo afecta otros derechos, pero a la vez exige, para su disfrute, la posibilidad de ejercer otros derechos.
- La autonomía económica de las mujeres es necesaria para adquirir independencia y fortalecer capacidades integrales, que permitan el desarrollo autónomo y la libertad de las mujeres

Se tuvieron las siguientes preguntas orientadoras

¿Cuáles son las actividades productivas que desarrollo?, ¿Cuánto tiempo les dedico?

¿Para qué le sirve a las mujeres tener autonomía económica?

¿Cuáles son los derechos económicos que me son negados?

¿Cuáles son las formas de discriminación que afectan a las mujeres en su labor como artesanas?

¿Cómo es la remuneración como artesana?

¿Esta labor me permite el manejo del tiempo? O al contrario implica dobles esfuerzos en la inversión de mi tiempo?

¿Cómo vivimos y sentimos nuestro trabajo?

Se manejaron las siguientes técnicas:

- Rompehielo: homenaje a las mujeres que mueven el mundo
- Revisión de situaciones que afectan los derechos económicos a través de fotografías teatrales.
- Video sobre la lucha de las mujeres en la reivindicación de sus derechos.
- Identificación de luchas pendientes por la reivindicación de los derechos.

5. Módulo de comercialización y emprendimiento

5.1. Emprendimiento

Se buscó establecer modelos de negocio de las mujeres participantes, que tuvieran las características necesarias para convertirse en planes de negocio de acuerdo a las tipologías de su emprendimiento, grupo empresarial y productos trabajados.

Se trabajaron dos escenarios, uno de capacitación desde talleres de formación de modelos de negocio que dirijan a la conformación del plan inicial, y otro desde la revisión de los modelos iniciales estructurados para la obtención de campos de acción desde las debilidades y potencialidades de las mujeres artesanas y de manufacturas.

El taller realizado respondió a la verificación de las cualidades del liderazgo emprendedor, detallando principalmente las generalidades del modelo de negocio, dirigido al emprendimiento artesanal y las características del emprendimiento artesanal.

El desarrollo de los modelos de negocio estuvo orientado a la identificación del estado los elementos de negocio propios de cada emprendimiento, como a la comprensión de las dinámicas que se requieren para su integración y potencialización. Se trabajaron los componentes de determinación de los costos del producto y en detalle, los costos de producción: costo de mano de obra, costos de materiales, costos indirectos, costos de distribución, costos financieros y manejo de cuentas.

Se brindaron herramientas para impulsar la actividad económica de las emprendedoras, a través de talleres de costos, formalización, identificación de cadenas de valor, nuevos mercados a fin de que al mejorar los productos realizados por las artesanas y agregarles valor se realizara el mejoramiento de ingresos a partir de su comercialización.

Se estructuraron dinámicas de aprendizaje dirigidas a la organización del capital, trabajando el detalle conceptos básicos de contabilidad, cálculo de costos y el manejo de las cuentas de su unidad productiva separación de cuentas del hogar y de la unidad productiva, manejo de deuda y libros básicos de contabilidad.

El resultado final se evidenció con el diligenciamiento de la hoja de costos de producto realizado por 85 mujeres artesanas y la comprensión del proceso contable de la unidad productiva y de los estados financieros en la toma de decisiones de su unidad productiva.

5.1.1. Configuración inicial de planes de negocio

Para la configuración inicial de los planes de negocio dos mecanismos de trabajo: primero un método de cuestionamiento desde presentaciones que abrieran espacios de participación oral a todas las integrantes. Teniendo en cuenta que algunas de las mujeres presentes en las sesiones no sabían leer y escribir, y otras mujeres presentaban algún tipo de discapacidad, este espacio fue ideal para su alta participación y estructuración básica de sus modelos de negocio. Aquí se dieron explicaciones acerca de los componentes y se buscó relacionarlos directamente con ejemplos provenientes de sus mismos emprendimientos.

En segundo lugar, se elaboró un formato de identificación de aspectos del modelo de negocio en sesiones de tipología taller, en los cuales se trabajó fundamentos esenciales para la comprensión de los propósitos empresariales, la estructura de trabajo y los objetivos, relacionados a las dinámicas de innovación empresarial que serán explicadas a continuación.

En la herramienta de trabajo durante el taller los componentes a ser elaborados posterior a la explicación fueron:

Modelo de negocio

Nombre del negocio
Equipo de trabajo
¿Por qué el negocio? Propósito
¿Qué quiere lograr a 10 años con su negocio? Propósito

Identificación del nombre del negocio: muchas de las mujeres que atendieron la sesión, no tenían nombre del negocio, por lo cual se buscó que este se empezara a conformar en la medida que fueran adquiriendo insumos durante la resolución de otros componentes y preguntas en el proceso.

Equipo de trabajo: Aquí se identificaron los participantes en el negocio, sus roles e importancia para la ejecución o planeación de las actividades.

¿Por qué el negocio?: Se trabajó la comprensión de los propósitos esenciales del negocio y de los integrantes participantes en el mismo, reconocidos en el ejercicio previo.

¿Qué quiere lograr a 10 años?: Se buscó determinar el propósito del negocio en periodos de tiempo que son comúnmente visualizado por las emprendedoras como a largo plazo. Las respuestas esperadas estaban orientadas a fines no comerciales aunque siempre buscando que prevalezca la tendencia a la sostenibilidad integral y personal.

En una segunda instancia de la herramienta, se trabajaron aquellos componentes que estaban dirigidos a la estructuración de la propuesta de valor desde el entendimiento de

las necesidades y problemáticas percibidas en el mercado (especialmente clientes y consumidores).

Para esto se generaron cuestionamientos encaminados a la formulación de soluciones que contemplaran el equipo de trabajo ya reconocido y las características vistas y discutidas en el ejercicio anterior propias al modelo de negocio y el planteamiento de estrategias que llevaran a planes iniciales desde los mismos componentes del modelo.

¿Qué beneficio entrega a sus clientes?

1	2
---	---

Aspectos indispensables que identifica de su negocio

¿Qué beneficios entrega a sus clientes? Esta pregunta permitió no solo que las empresarias entendieran los beneficios, sino los atributos que permitían llegar a entregar estos; es decir, aquellos elementos que asemejaban en sus negocios que facilitarían llevar la propuesta de valor y valor agregado al mercado.

Aspectos indispensables que identifica de su negocio. Se le solicitó a las emprendedoras que esta casilla fuera llenada solamente en el momento que se sintieran con toda la propiedad para hacerlo. Parte de lo sucedido, fue que las participantes dejaron este punto para el final, con la sorpresa que fue muy fácil de resolver e increíble el valor reconocido para sus negocios al reconocer aquellos elementos que lo hacían formidable y que brindaba la identidad que poseen actualmente.

Por otro lado, desde la metodología se trabajó los fundamentos de innovación percibidos y encontrados en los negocios y en las emprendedoras los cuales se basaron en:

- Componente tecnológico y de factibilidad, el cual busca comprender los elementos tangibles del negocio, desde su infraestructura, maquinaria, dispositivos y funciones digitales que requiere para la innovación y trascendencia operativa.
- Componente de negocio y de viabilidad, el cual trabaja el desarrollo de las dinámicas intangibles del negocio y que se requieren para su evolución en el tiempo, como la marca, las experiencias de servicio, las estrategias y conocimientos.
- Componente de talento humano y deseabilidad, trabaja las dinámicas humanas de la organización buscando que las emprendedoras proyecten sus necesidades de talento en el tiempo y los requerimientos operativos y de mercadeo del negocio.

El formato utilizado para el desarrollo de la temática de costos de producción en el taller de capacitación fue la hoja de costeo de producto.

5.1.2. Planteamientos de planes de negocio

De acuerdo a lo planteado en la sesión y descrito en los puntos anteriores, se lograron conformar modelos de negocios iniciales y de reconocimiento medio de las características y elementos que lo componen, al igual que el entendimiento y aplicación inicial de algunos componentes financieros, que permite llevarlos a la fase de planteamiento, es decir la elaboración de planes de negocio.

Entre la información recogida de los planes iniciales se pudo encontrar:

- La mayoría de mujeres comprendió la importancia de mantener separado las características del negocio con la persona que lo tiene a cargo, facilitando el manejo de cuentas, distinción de marca, actividades de contacto y relacionamiento, entre otros.
- Las participantes entienden la importancia de conocer la participación y roles de sus equipos de trabajo. Ellas reconocen a los participantes de sus negocios, e igualmente dan la razón de no tener funciones especializadas dentro del emprendimiento ni procesos ajustados a los talentos de cada integrante del equipo.
- En los modelos planteados, se entiende la importancia de funciones principales de producción, ventas y relacionamiento con proveedores; sin embargo, se discrimina la necesidad de otras funciones como la planeación, procesos de investigación, entendimiento de la competencia, y en la mayoría de los casos, el reconocimiento del manejo de cuentas.
- En el planteamiento de los propósitos del negocio, las emprendedoras valoran altamente su desarrollo personal y familiar; así mismo reconocen como

su principal objetivo a corto plazo la sostenibilidad económica de su negocio desde el incremento en ventas y visualización empresarial.

- En muchos de los casos se les dificulta plantear beneficios al cliente, pues no reconocen la necesidad, problemática u oportunidad a solucionar en las personas que adquiere sus productos. En la mayoría de los modelos revisados, se sigue hablando de calidad o buen servicio como factores diferenciales y beneficios relevantes para el cliente.

- En los modelos, se reconocen así mismas como aspecto indispensable para la operatividad actual de su negocio. En muchos de los planteamientos, también reconocen el tiempo y el dinero como una limitante, pero con posibilidades de ser vencido por otros medios o métodos de trabajo.

- Los parámetros de innovación tecnológica, de talento humano y de negocio, permitió que las emprendedoras relacionaran el modelo de negocio y los planteamientos iniciales con las necesidades del negocio y los beneficios a ser entregados a otros.

5.1.3. Estructura de los planes de negocio

Previamente a la estructuración de los planes de negocio se buscó que las empresarias interiorizaran la importancia del trabajo en equipo, los roles y su disposición a fin de que seleccionaran quienes hacen parte de su equipo de trabajo, e identificaran los roles, talentos y tiempo disponible para sus labores. Posteriormente se buscó que clasificaran sus fortalezas en el equipo al señalar quien consideraban era la persona que da orden al negocio, la persona que mejores relaciones y ventas logra, la persona que da vida y emociones al negocio, la persona que siempre genera iniciativas y por último la persona que realiza aportes adicionales relevantes.

Para la estructura de los planes de negocio, se buscó hacer un recorrido que inició en el entendimiento de la problemática o necesidades en un entorno o personas para soportar la actividad del negocio y a partir de ese punto, definir las necesidades complementarias a la problemática principal y se interpretan en el consumidor objetivo.

Posteriormente se describió a la persona que presenta la necesidad y/o oportunidad, entendiéndola desde su forma de vida, sus deseos y características. Una vez lograda la comprensión de la problemática y las personas y/o entorno que la presenta, las emprendedoras identificaron las causas y consecuencias de la misma, las cuales se volvieron insumos de trabajo para la conformación de soluciones específicas y de entendimiento de la competencia.

En una segunda fase, las empresarias iniciaron el planteamiento de sus objetivos de negocio, para lo cual se les explicaron los mecanismos para la elaboración de objetivos

partiendo de las necesidades del consumidor. Una vez los objetivos fueron desarrollados, las emprendedoras llegaron a la ideación de la solución artesanal y sus posibilidades de venta y competitividad ante el mercado.

Durante esta etapa del proceso las emprendedoras asumieron el rol de administradoras y gerentes de su propio negocio, entendiendo que la producción es un ciclo importante para el desarrollo de su actividad, pero que hay otras actividades fundamentales para poder tener respuesta ante un mercado exigente y un equipo de trabajo con necesidades puntuales y altas expectativas.

Como elemento de trabajo se empleó una cartilla guía del proceso emprendedor y se fue estructurando el negocio de acuerdo a sus ritmos de trabajo, facilitando que entendieran la posición de su negocio, las oportunidades y características que brinda a los diferentes actores participantes del mismo, (empleados, consumidores, clientes, competencia y comunidad).

5.1.4. Taller de costos y manejo contable

El propósito del taller de capacitación fue la de desarrollar competencias y habilidades empresariales en cada una de las mujeres artesanas asistentes, específicamente desarrollar habilidades para el cálculo de costos de producto, cálculo del margen de contribución del producto, cálculo del precio del producto, cálculo de escala de descuentos por volumen, cálculo del punto de equilibrio en ventas y el manejo de las cuentas de su unidad productiva.

El taller de costos utilizó como instrumento de trabajo la hoja de costeo de producto, la cual se entregó a cada asistente en las diferentes sesiones de taller y se realizaron ejercicios prácticos aplicados a un producto elaborado por cada mujer artesana, como practica que podrían aplicar a los demás productos elaborados en su unidad productiva.

A partir de los tres elementos del costo como son: materia prima, mano de obra al destajo y otros costos indirectos, costearon cada producto y se aplicó la metodología de calcular el precio del producto basado en la estimación de un margen de ganancia esperado.

5.2. Análisis del entorno

Se realizó un DOFA que arrojó los siguientes resultados:

Fortalezas

- La mayoría de los materiales son reciclables y existe un gran sentido de responsabilidad con el medio ambiente
 - Alto sentido de pertenencia por el negocio
 - La Corporación Mundial de la Mujer cuenta con una marca de responsabilidad social empresarial
 - La CMMC cuenta con aliados estratégicos interesados en incluir en sus cadenas de valor microempresarias
 - La CMMC cuenta con una dirección comercial que facilita la gestión de ventas entre las empresas y microempresarias.

Oportunidades

- Desarrollo de productos innovadores y con estándares de calidad gracias al acompañamiento brindado por los diseñadores de Artesanías de Colombia y teniendo en cuenta la demanda identificada por la CMMC
 - Fortalecimiento del plan de negocio gracias a los talleres y capacitaciones
 - Creación de líneas de productos corporativos
 - Segmentación del mercado de acuerdo a sus necesidades
 - Elaboración de productos con material recuperado
 - Agrupación de diferentes líneas de productos como estrategia de promoción

Debilidades

- Baja estandarización en los procesos de producción y distribución
- Poco conocimiento del mercado y sus necesidades
- Carencia de equipos de trabajo
- No hay claridad en los roles de las personas dentro de las microempresas
- Baja innovación de producto y técnicas de producción
- No tienen precios competitivos
- Incumplimiento con las entregas y pedidos
- Bajo nivel de iniciativa y resolución de problemas
- Baja capacidad de producción

Amenazas

- Productos con características similares a menor precio
- Desconfianza por parte del comprador debido a que son productos nuevos en el mercado
 - La infraestructura es deficiente y la movilidad es baja lo que entorpece el desplazamiento de los microempresarios y dificulta la entrega de los pedidos

5.3. Estrategia de marketing

5.3.1. Producto

De acuerdo a la demanda/alianzas que tiene actualmente la Corporación Mundial de la Mujer, planteó para apoyar a las beneficiarias que apoyaría la comercialización de los siguientes productos o líneas:

1. Línea de marroquinería
2. Confecciones
3. Joyería
4. Tarjetería
5. Artesanías

Para una articulación exitosa se trabajó de la mano con los diseñadores de Artesanías de Colombia para desarrollar productos a la medida de las necesidades de las empresas y canales identificados. Se hizo especial énfasis en los productos con potencial para ser regalos corporativos.

5.3.2. Plaza/ oportunidades de negocio

La comercialización de productos a Empresas en Bogotá representa una gran oportunidad si se tiene en cuenta que de acuerdo a cifras de la Cámara de Comercio al terminar el 2014 el número de empresas en Bogotá llegó a 324 mil y la ciudad se consolidó como el centro empresarial del país. Junto con Cundinamarca, conforman la región con más empresas de Colombia con 384 mil. Con un crecimiento de 4.2% en 2014,* Bogotá se consolida como la principal economía de Colombia, junto con Cundinamarca aportan el 29,7% del PIB nacional.

En el territorio existen empresas de diferentes sectores económicos en las que la promoción empresarial, la celebración de fechas comerciales, las políticas de RSE representan una nicho de mercado potencial al que la Corporación apuntaría para la comercialización de productos innovadores y de calidad realizados por las mujeres seleccionadas en el Proyecto.

Los clientes potenciales para los productos gestionados se clasificaron en grandes grupos de acuerdo al mercado objetivo:

- Empresas. Algunas que actualmente son clientes de la CMMC y a las cuales se les presentaría el catálogo con los productos seleccionados serían: Agrocampo, Natura, Givaudan, Bavaria, Bancamía, Museo Nacional, Media Luna, entre otras.
- Hoteles

- Universidades: Javeriana, Universidad de los Andes.
- Colegios
- Espacios para ferias comerciales – Feria el rastrillo

La Corporación tuvo la capacidad de apoyar la comercialización de productos para temporadas (Halloween y Navidad) que se puedan comercializar en empresas. Buscó canales fijos de comercialización para los productos para este tipo de segmento. Se gestionó la participación de algunas mujeres en la Feria el Rastrillo en el Parque el Chico.

5.3.3. . Promoción

Los diferentes productos se comercializarían utilizando:

- La marca de responsabilidad social de la CMMC
- Incentivos para las empresas (informes de impacto social, certificados de responsabilidad social, y publicidad en redes de la CMMC)
- Inclusión de marca corporativa
- Publicidad en las redes sociales de la CMMC
- Inclusión de los productos en los catálogos de la CMMC
- Inscripción de los microempresarios en la red de la CMMC (auto – promoción entre ellos)
- Ferias comerciales
- Gestión de negocios inclusivos

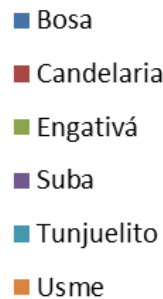
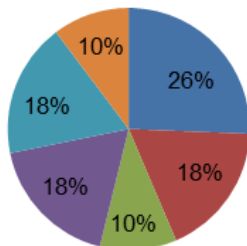
5.3.4. Precio

Los rangos de precios varían según el canal comercial y las cantidades. Se hizo énfasis con el consultor de educación financiera para guiar a las participantes en el desarrollo de tablas de precio a escala para facilitar la gestión de ventas, así como la elaboración de cotizaciones de manera adecuada. Teniendo en cuenta que la fortaleza de la Corporación son los regalos corporativos y la venta de productos a empresas, se buscó establecer rangos de precios flexibles que respondieran a las necesidades del comprador de \$ 3.000 hasta \$ 100.000 pesos según el producto y la cantidad.

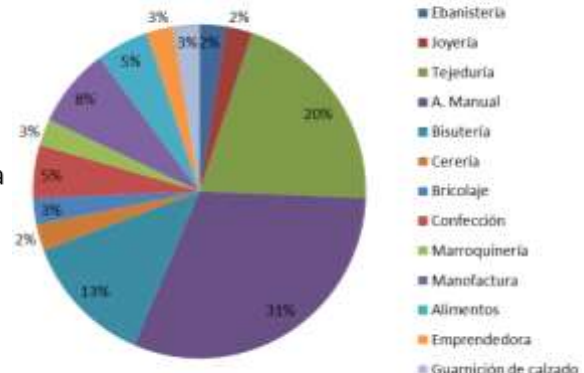
Un 23% de las emprendedoras evaluadas son candidatas para Expoartesanías, el 77% restante son candidatas para comercialización con clientes corporativos, a las cuales se les buscaron diferentes canales comerciales con el apoyo de la Corporación Mundial de la Mujer.

A continuación se presenta la participación de las beneficiarias por localidades y las especialidades encontradas:

Participacion por localidades



Especialidades encontradas



5.4. Eventos comerciales

Las artesanas tuvieron la oportunidad de vender sus productos y recibir pedidos a futuro, en tres eventos feriales:

5.4.1. Feria del Parlamento Andino I

El 25 de noviembre de 2015 se desarrolló una feria pequeña para las mujeres artesanas y que practican las manualidades del proyecto en el Parlamento Andino. Las 20 mujeres emprendedoras beneficiarias se organizaron cada una en su mesa, disponiendo los productos que tenían listos para la venta de acuerdo con la orientación de los consultores.

Durante el evento pasaron por la terraza del edificio algunas personas interesadas en conocer los productos. Algunas de estas compraron los productos de las señoras, en su mayoría aquellos productos relacionados a la joyería y cajas.

Las señoras se mostraron motivadas y altamente agradecidas por la oportunidad de exhibir su productos, sabiendo que quizás sus ventas no fueran tan elevadas, pero si teniendo la oportunidad de recibir retroalimentación de su actividad económica, producto, métodos de comercialización y capacidad de diferenciación desde su propuesta entregada.

Durante la feria siempre hubo personal relacionado a comercialización y emprendimiento, apoyando a cualquier necesidad que pudieran tener las emprendedoras. Los principales productos que se ofrecieron por parte de las mujeres artesanas fueron: calzado, artículos navideños, cajas decorativas, joyería, lencería y alimentos. Para la exhibición de los productos, se dispusieron tres carpas, mesas, sillas y manteles.

Beneficios adquiridos.

- Participación de las emprendedoras en escenarios nuevos que ponen a prueba sus competencias.
- Se efectuaron ventas y pedidos futuros.
- Hubo integración y nuevas motivaciones entre las participantes.
- Se pusieron a prueba nuevas experiencias de venta.
- Se canalizaron esfuerzos dirigidos a ver la apropiación de las enseñanzas en clase ante los clientes y consumidores.

Durante la jornada de la feria hubo baja afluencia de visitantes, teniendo en cuenta que la feria se realizó en una pequeña área de aproximadamente 150 metros cuadrados al aire libre en un tercer piso, la cual no era paso obligado por parte del personal que labora en el edificio. Como estrategia de dar a conocer la realización del evento la funcionaria de apoyo a temas culturales diseño y repartió volantes, sin embargo no se obtuvo mucho impacto.

- Algunas artesanas se ubicaron en áreas fuera de las carpas de exhibición, debido a que el número de carpas disponibles fueron cuatro.
- El espacio en el que se realizó el evento le faltaban características para el acceso del público.
- Falto mayor tiempo para la preparación del evento y por lo tanto de los productos de venta de las emprendedoras.
- Las ventas realizadas no significaron ingresos significativos para las emprendedoras, teniendo casos en los que no se vendió ningún producto.

El total de las ventas realizadas fue por \$1'598.000 pesos aproximadamente. Igualmente se dejaron pedidos por \$410.000 pesos aproximadamente. Las ventas en productos de joyería fueron aproximadamente el 60% del total de las ventas.

La feria permitió lograr mayor interacción entre las participantes, para así darse apoyo y fortalecer su oferta en nuevos mercados.

Se comprendieron algunos de los procesos de comunicación en los que incurren las emprendedoras, con el ánimo de potencializar sus fortalezas y ser atendidas sus dificultades.

Se lograron espacios de motivación hacia la generación de nuevos esfuerzos emprendedores, donde se pusieron a prueba las competencias adquiridas durante las capacitaciones.

5.4.2. Feria del Parlamento Andino II

Los días 14 y 15 de diciembre, 14 negocios de mujeres que desarrollan artesanías y manufacturas pertenecientes al programa brindado entre Artesanías de Colombia y la Secretaría de la Mujer, se reúnen en el Parlamento Andino para buscar a través de un espacio ferial la comercialización de sus productos, poniendo en práctica lo aprendido en el programa en emprendimiento, diseño y comercialización.

Durante el tiempo transcurrido del evento, las emprendedoras buscaron poner en marcha mecanismos para la atracción de los clientes, discursos de sus negocios y productos, y mecanismos de relacionamiento entre empresarias para generar logros de ventas conjuntas.

Ambos días se mantuvo alta actividad de venta y presentación a posibles clientes. Las empresarias adaptaron estrategias de venta, desde su promoción, exhibición de los productos, y manejo del espacio para hacer del espacio un lugar atractivo para el cumplimiento de sus objetivos.

La feria logra mantener en un alto nivel la motivación de las emprendedoras, permitiendo que estas se desenvuelvan con extensa libertad y confianza en el lugar. Los estantes, mesas y elementos ubicados en el espacio facilitaron la manera de atender al público que accedía en este, y generaron atracción para las personas que lo veían desde lejos.

Algunos de los beneficios logrados en el evento son:

- Puesta en marcha de nuevas aptitudes adquiridas en las sesiones grupales e individuales.
- Generación de ventas.
- Establecimiento de relaciones y redes entre las participantes.
- Promoción de sus marcas, productos y técnicas de trabajo.
- Puesta en marcha de procesos de comercialización en comunidad.
- Validación de prototipos relacionados a la forma de venta.

Las siguientes ventas totales realizadas fueron por: \$1´728.000

Planificar la preparación en pre-feria, feria y post-feria que se debe realizar a las artesanas que participarán en Expoartesanías 2015.

Se brindó a las empresarias un espacio de comercialización de sus productos, donde pudieron poner en práctica las lecciones aprendidas en el programa.

- Se logró generar ventas a partir de la puesta en marcha de nuevas estrategias de comercialización de los productos.
- Se reconoció nuevas competencias adquiridas desde lo aprendido en las sesiones de emprendimiento y comercialización.
- Se pudo establecer aproximaciones a nuevos mercados a los cuales comúnmente no acceden las emprendedoras

5.4.3. Expoartesanías 2015

Los diseñadores identificaron 15 unidades productivas cuyo producto lograba clasificar según los estándares establecidos en el Manual de Participación en Expoartesanías 2015, siendo aprobadas por el comité de diseño de Artesanías de Colombia.

La participación en Expoartesanías 2015 se realizó con los productos seleccionados y expuestos en el stand N° 134 del Pabellón 1 de Corferias.

De forma simultánea, se realizó un recorrido por Expoartesanías con 64 artesanas del proyecto con el objetivo de que conocieran el espacio de exhibición y se familiarizaran con los objetos artesanales que allí se exhiben, provenientes de distintas partes del país.

La experiencia de participación fue muy valiosa para las artesanas, quienes manifestaron sentirse satisfechas con el trabajo realizado y se saber que pueden acceder a nuevos y más grandes mercados para comercializar su producto. El resultado final de las ventas del stand del proyecto fue de \$ 8.583.000, destacándose la venta de productos de bisutería collares y pulseras de diferentes tamaños en chaquiras, puffs, aretes fusión, cojines de animales de colores, muñecos elaborados en lana crochet, entre otros.

6. Conclusiones

Las mujeres beneficiarias manifestaron estar muy satisfechas con la calidad humana de los talleristas y la forma en la que se impartieron las actividades de capacitación. Resaltaron la calidad de los contenidos desarrollado en los talleres de costos y comercialización, así como su utilidad dentro de su plan de vida como emprendedoras. Destacaron el hecho de que se involucró el tema de la familia.

El trabajo con los diseñadores aportó mucho al mejoramiento en la calidad de los productos y la interiorización de la importancia de la “innovación” fue de gran provecho para las participantes viéndose reflejado en mejores resultados comerciales, con excelente aceptación de las sugerencias y del proceso de intervención en diseño.

El proyecto no se desarrolló durante el tiempo suficiente como para alcanzar un nivel óptimo de producción por parte de las artesanas, no obstante sus productos cambiaron gracias a las mejoras productivas impartidas.

En general las emprendedoras participantes, tienen buen dominio de las técnicas, aunque no cuentan con oficio Artesanal. Un grupo de emprendedoras se mostró interesado en cambiar su actividad productiva: pasaron de arte manual a artesanía. Se encontró algunas mujeres que ejercen un oficio artesanal étnico, aunque no es propio de la ciudad.

Las mujeres que realizan alimentos como actividad económica, consideran que se debe desarrollar un proyecto específico para ellas, a través cual se apoye la formalización y radicación de registro INVIMA.

Un tema importante para todas las localidades es el de las madres cuidadoras, identificando en cada una al menos una mujer dispuesta a liderar el tema en su comunidad, mediante la creación de una empresa o institución en la que puedan trabajar como emprendedoras y sus familiares puedan recibir los cuidados y atención que necesitan.

La receptividad del grupo fue bastante alta así como la participación en las actividades desarrolladas y la disposición para el proyecto. En la mayoría de artesanas se observó un elevado sentido comunitario y demostraron un gran esfuerzo para mejorar sus

actividades productivas a pesar de sus múltiples ocupaciones para la generación de ingresos. El deseo de independencia económica está presente en muchas de ellas.

Las mujeres han recibido acompañamiento de diversas entidades, entre ello asesoría en diseño gráfico (empaques, tarjetas, folletos), sin embargo no se tuvo en cuenta el diseño y producción de producto, evidenciando la falta de una acción integral.

El 73.5% de las beneficiarias asistieron a los talleres de diseño y producción y solamente el 51% de las beneficiarias asistieron a los talleres de creatividad.

Algunas manifestaron que no asistieron a las actividades debido a que las reuniones se llevaron a cabo en el centro, retirado de sus localidades; sin embargo se observó que personas que viven en el centro no asistieron.

Los espacios suministrados por Artesanías de Colombia contaron con la infraestructura apropiada y los equipos necesarios, además de estar localizados en un punto central para realizar las actividades.

Las emprendedoras comprendieron la problemática, consecuencias y causas del mercado para llegar a soluciones vendibles, atractivas y con recordación. Así mismo la importancia de consolidar planes de negocio con metas e impactos definidos. Obtuvieron bases para desarrollar un plan de mercadeo empresarial partiendo del análisis del mercado, con énfasis en la competencia.

En cuanto al potencial para asistir a Expoartesanías 2015, la mayor parte de las tejedoras cumplieron con los requisitos para participación.

Existe debilidad por parte de las mujeres en el cálculo de los costos de cada producto, por los siguientes factores:

- Ausencia de prácticas de medición de la materia prima utilizada en cada producto.
- Ausencia de prácticas de medición de tiempos para la elaboración de cada producto.
- Ausencia de registros de compras de materias primas, como base de cálculo de costeo del producto.
- Desconocimiento de cómo asignar costos indirectos al producto.
- Ausencia de prácticas de investigación del mercado, en cuanto a precios y productos similares.

Las artesanas de Bogotá presentan dificultades a nivel individual, grupal y familiar, por concepciones inequitativas de la cultura, acerca de su rol, lo que hace necesario

fortalecer el desarrollo de actividades de formación que les brinde herramientas desde un enfoque de género. La democratización familiar es vital para el pleno desarrollo de la autonomía económica de las mujeres, pues las tensiones y los conflictos que se generan al interior de su núcleo, repercute en la emocionalidad de las mujeres y en el estancamiento de sus iniciativas.

Los espacios de formación deben tener en cuenta las diferencias culturales de las participantes, en una ciudad donde la heterogeneidad de la población es característica.

Las organizaciones a las que pertenecen las mujeres artesanas tienen como papel fundamental la integración a proyectos desarrollados por instituciones y la gestión de espacios de comercialización, por cual es importante fortalecer su labor, pues aunque no trabajan directamente en la producción artesanal, su labor incide en el crecimiento y sostenimiento de dicha actividad por parte de las mujeres. Las mujeres se han interesado en formar organizaciones solidarias, integrales, con carácter democrático pero tienen el reto de aprender a gestionar y crear redes con instituciones privadas y otras organizaciones sociales, con la finalidad de mejorar su producto y establecer alternativas reales de comercialización. El fortalecimiento se puede generar mediante herramientas de carácter informativo y formativo así como la realización de alianzas o vínculos entre la organización y redes de apoyo.

Las artesanas deben reconocer las políticas públicas que inciden en su actividad productiva, de manera que aseguren el crecimiento de este tipo de emprendimientos. Es necesario continuar con el abordaje de temas que generen empoderamiento de las mujeres que les permita vencer los miedos y sentirse seguras para el desarrollo de su emprendimiento, su participación y la ampliación creativa de sus productos manuales.

7. Resultados

Se logró que las mujeres se motivaran a cambiar su percepción personales sobre ellas, su entorno y su negocio, de manera que pueden actuar de una manera más adecuada ante los retos y los obstáculos propios del emprendimiento.

Se recolectó y sistematizó información sobre las organizaciones de las artesanas pertenecen que incluye las falencias de su administración y estructura interna, todo lo cual permitirá proyectar acciones para el fortalecimiento de estos colectivos.

Se logró la difusión a las mujeres sobre la Política pública de Bogotá, la cual se basa en los derechos de las mujeres, cuya importancia radica en que contribuye a mejorar su actuación como ciudadanas, al tener presente la información sobre las instituciones y las políticas que el Distrito desarrolla en pro del cumplimiento de la garantía sobre los derechos.

Las gestiones para capacitar a las redes de artesanas y la consecución de espacios feriales, permitieron fortalecer estos colectivos al dotarlos con herramientas e información que les permitirá fortalecer su labor de comercialización.

Se caracterizó a un grupo de 91 mujeres y 16 organizaciones de artesanos, se asesoró a 38 mujeres pertenecientes a las redes de mujeres productivas y productoras para mejorar su gestión y quehacer como grupo y se apoyó a 34 mujeres durante las ferias realizadas en el Parlamento Andino.

8. Limitaciones y dificultades

Los escasos oficios artesanales encontrados en las localidades se constituyeron en una limitación para el trabajo de diseño, más aún cuando en las beneficiarias se aprecia un bajo nivel de habilidad, incluso en las manualidades; en su mayoría carecen de una idea de negocio o de un plan de emprendimiento a pesar de haber recibido ayudas previas en diferentes aspectos.

El poco tiempo destinado a la ejecución de las actividades que se realizaron en las localidades dificultó la asistencia de mujeres que por problemas económicos no pudieron continuar asistiendo.

Las actividades artesanales o manuales en las que se desempeñan las mujeres, no son fuente significativa de ingresos para el sostenimiento de sus hogares por lo que recurren a otras actividades laborales.

Algunas artesanas consideraron de poca utilidad asistir a los espacios de formación en desarrollo humano, asociado a los imaginarios que se tienen sobre los espacios de crecimiento personal.

La disponibilidad de tiempo de las artesanas disminuyó hacia el final de año, fechas destinadas a diversos espacios de comercialización como ferias.

La situación económica de las mujeres, en muchos casos, afectó su asistencia a las actividades del proyecto; las participantes comentaron su falta de recursos para pasajes o la necesidad de anteponer un trabajo que les permitiera un recurso económico adicional en la temporada de fin de año.

La capacidad de producción de las mujeres se puede fortalecer con recursos que les permita acceder a materiales o recurso humano; sin embargo, este aspecto no fue contemplado dentro del proyecto.

Las principales limitaciones encontradas para el fortalecimiento de las competencias en costeo de producto y asignación de precios, fueron las siguientes:

- Falta de asistencia a la totalidad de las sesiones de los talleres de costos, ya que de 103 mujeres atendidas, solamente 19 asistieron por lo menos tres veces, con

asistencia discontinua, perdiendo la integralidad de la temática tratada. En cada sesión asistían mujeres que no habían asistido previamente o llegaban tarde a las sesiones, lo que implicó repetir temas ya tratados.

- Poca habilidad matemática por parte de algunas mujeres artesanas.
- Poco tiempo disponible para impartir la temática de costos que se trató en tres aspectos: Plan de negocios, desarrollo humano y costos.
- En razón a las múltiples tareas que asignaron los asesores a las beneficiarias para su casa, no se evidenció la realización de costeo para otros productos por cuenta propia de las mujeres artesanas.

9. Recomendaciones

Los proyectos de estas características deben plantear intervenciones integrales y establecer una muy buena coordinación entre el equipo ejecutor a fin de que los beneficiarios realmente logren fortalecer su iniciativa empresarial durante el desarrollo del proyecto.

Es importante considerar las condiciones económicas de los participantes así como sus requerimientos de materiales y acceso a recurso.

Es necesario que las instituciones tengan un enfoque de género de manera que se traten los temas de manera adecuada y acorde con la realidad de la población beneficiaria.

Desde el área humana se fortalece al artesano como individuo, como parte de un grupo de producción y como miembro de una comunidad; adicionalmente se pueden ampliar las acciones hacia la enseñanza-aprendizaje del artesano para gestionar, investigar y educar. Los temas de desarrollo humano deben plantearse acordes con las necesidades y potencialidades de los participantes.

Es importante que los beneficiarios que por algún motivo no puedan seguir asistiendo al proceso de un proyecto, lo manifiesten de manera escrita.

Es importante mejorar la coordinación del proceso de intervención con la población a atender y mejorar la programación de tiempos de un proyecto para el logro de los objetivos e impacto.

En el módulo de emprendimiento las beneficiarias sugirieron:

- Los temas tratados requieren más tiempo y quedan aspectos y dudas por aclarar.
- Desde el principio se debe socializar con los beneficiarios el cronograma definitivo de actividades.
- Manejo de mayor cantidad de material de apoyo y pedagógico a nivel de videos y cartillas.
- Existe expectativa sobre asesorías futuras de tipo personalizado
- Realizar las actividades del proyecto en cada una de las localidades.

- Explicar los temas de manera más minuciosa.









Para obtener un mayor impacto en el mejoramiento organizacional de las unidades productivas de las mujeres artesanas de la ciudad de Bogotá, se recomienda realizar sesiones adicionales de capacitación con grupos pequeños (máximo quince asistentes), en las cuales tengan oportunidad de resolver dudas e inquietudes. para que se pueda dedicar más tiempo individual a cada asistente.

Es importante tener en cuenta que cada asistente, tiene un nivel de conocimiento y de aprendizaje diferente, dependiendo de su nivel de educación formal y de su experiencia con su unidad productiva.

Productos en Stand de Expoartesanías 2015

Producto	Imagen	Materia Prima	Oficio	Técnica	Proveedor
Individuales y posavasos plaza fusión		Mdf, resina gemelos y fomy	Trabajos en madera	Resinado y pintura	Isleny Gamboa
Muñeca heroína		Franela, algodón, lino	Muñequería	Confección	Rosa Amelia Martínez
Cojín perro		Tela polar, algodón siliconado	Muñequería	Confección	Edilma Quintana
Cojín caballo		Tela polar, algodón siliconado	Muñequería	Confección	Edilma Quintana
Cojín pequeño serpiente		Tela polar, algodón siliconado	Muñequería	Confección	Edilma Quintana
Cojín pequeño cocodrilo		Tela polar, algodón siliconado	Muñequería	Confección	Edilma Quintana
Cojín grande serpiente		Tela polar, algodón siliconado	Muñequería	Confección	Edilma Quintana
cojín grande cocodrilo		Tela polar, algodón siliconado	Muñequería	Confección	Edilma Quintana

Producto	Imagen	Materia Prima	Oficio	Técnica	Proveedor
Fachada		Carton, papele, servilleta	Reciclaje	Corte, moldeado armado	Luz Aguilera
Nacimiento		Carton, papele, servilleta	Reciclaje	Corte, moldeado armado	Luz Aguilera
Fachada Belen		Carton, papele, servilleta	Reciclaje	Corte, moldeado armado	Luz Aguilera
Fachada Sahara		Carton, papele, servilleta	Reciclaje	Corte, moldeado armado	Luz Aguilera
Sobre		Cuero, Banner	Tejido	Tafetán	Alba Baracaldo
Sobre tafetan		Cuero, Banner	Tejido	Tafetán	Alba Baracaldo
Individual y posas vaso		Cuero, Banner	Tejido	Tafetán	Alba Baracaldo
Cojín redondo		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Amira Quintana


Producto	Imagen	Materia Prima	Oficio	Técnica	Proveedor
Muñecos colores		Lana e hilos	Tejeduría	Tejido de punto	Amira Quintana
Burro		Lana e hilos	Tejeduría	Tejido de punto	Amira Quintana
Caballo		Tripa algodón	Tejeduría	Tejido de punto	Graciela Morales
Caracol		Tripa algodón	Tejeduría	Tejido de punto	Graciela Morales
Tortuga		Tripa algodón	Tejeduría	Tejido de punto	Graciela Morales
Pájaro		Tripa algodón	Tejeduría	Tejido de punto	Graciela Morales
Marranito		Tripa algodón	Tejeduría	Tejido de punto	Graciela Morales
Puff		Tripa algodón	Tejeduría	Tejido de punto	Graciela Morales

Producto	Imagen	Materia Prima	Oficio	Técnica	Proveedor
Capa verde		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Constanza Goelke
Capa gris		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Constanza Goelke
Capa café		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Constanza Goelke
Capa trenza		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Constanza Goelke
Capa morada		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Constanza Goelke
Capa roja		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Constanza Goelke
Ruana matizada		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Constanza Goelke
Chaleco gris		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Constanza Goelke

Producto	Imagen	Materia Prima	Oficio	Técnica	Proveedor
Bufanda morada		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Constanza Goelke
Throw		Algodón	Tejeduría	Aplicación de tela	Rita del Carmen Fonseca
Saco cerrado		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Gloria de la Cruz
Chaleco rojo		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Gloria de la Cruz
Chaleco blanco		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Gloria de la Cruz
Chaleco café		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Gloria de la Cruz
Saco rojo		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Gloria de la Cruz
Torero blanco		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Gloria de la Cruz
Saco gris		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Gloria de la Cruz


Producto	Imagen	Materia Prima	Oficio	Técnica	Proveedor
Saco gris		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Gloria de la Cruz
Ruana Blanca		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Gloria de la Cruz
Ruana gris		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Gloria de la Cruz
Ruana gris marizada		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Gloria de la Cruz
Chaleco colores		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Gloria de la Cruz
Ruana negra		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Gloria de la Cruz
Chalina blanca		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Gloria de la Cruz
Bufanda		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Gloria de la Cruz
Capa gris		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Gloria de la Cruz

Producto	Imagen	Materia Prima	Oficio	Técnica	Proveedor
Gorro combinado		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Gloria de la Cruz
Gorro		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Gloria de la Cruz
Gorro verde		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Gloria de la Cruz
Chaleco gris		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Gloria de la Cruz
Ruana verde		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Gloria de la Cruz
Saco gris		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Gloria de la Cruz
Ruana gris		Lana	Tejeduría	Tejido de punto	Gloria de la Cruz
Cojin		Lana	Tejeduría	Fieltro	Ana lucia Royers
Porta vasos (juegos de 4).		Cuentas de metal, o chaquiron.	Bisutería	Ensartado	Maria Helena Pita.

Producto	Imagen	Materia Prima	Oficio	Técnica	Proveedor
Porta calientes		Cuentas de metal, o chaquiron.	Bisutería	Ensartado	Maria Helena Pita.
Pulsera navo		Chaquiras, mostacillas.	Bisutería	Tejidos ensartados	Maria Helena Pita.
Pulsera espiral resorte		Hilos de metal	Bisutería	Trabajo con alambre.	Maria Helena Pita.
Candonga espiral resorte		Hilos de metal	Bisutería	trabajo con alambre.	Maria Helena Pita.
Pulseras tejidas		Mostacillas, chaquiron, esferas de metal, hilos.	Bisutería	Telar de puntillas, tejidos ensartados	Maria Helena Pita.
Servilleteros (juegos de 4)		Chaquiron, esferas de metal.	Bisutería	tejidos ensartados	Maria Helena Pita.
Pulsera cuatro hileras esfera plateada.		Esferas plateadas e hilo	Bisutería	Telar de puntillas, tejidos ensartados	Chestin Cardona
Pulsera dos hileras esfera plateada.		Esferas plateadas e hilo	Bisutería	Telar de puntillas, tejidos ensartados	Chestin Cardona
Porta vasos (juegos de 4).		Cuentas de madera o ceramica	Bisutería	ensartado	Luz Edith Sanchez Pineda.

Producto	Imagen	Materia Prima	Oficio	Técnica	Proveedor
Individuales		Cuentas de madera o ceramica	Bisutería	ensartado	Luz Edith Sanchez Pineda.
Posa vasos.		Tapas, botones, cordones.	Reciclaje	Material reciclado	Luz Edith Sanchez Pineda.
Pulsera mostacilla, 3 anchos.		Mostacillas y esferas de metal.	Bisutería	Telar de puntillas, tejidos ensartados	Rosa Ana Aya Rodriguez
Tejido porta vasos		Cuentas e hilos de metal	Bisutería	Tejido croche y ensartado.	Rosa Ana Aya Rodriguez
Pulseras delgadas unisex		Mostacillas, chaquiras, cuero, alambres	Bisutería	Entorchado, ensartado, tejido.	Aida Camacho Ramirez.
Pulseras delgadas mujer		Cuentas de colores, cristales, cordón de celular.	Bisutería	Anudados, ensartados	Aida Camacho Ramirez.
Pulsera con ojal		Mostacillas e hilo.	Bisutería	telar de puntillas.	Aida Camacho Ramirez.
Posa vasos		Cuentas de madera o ceramica	Bisutería	tejido y ensartados.	Martha Isabel Vargas Bernal
Aretes plaza fusion		Alpaca y resina.	Bisutería	armado de joyas y aplicación de resina.	Ester Andrea Lopez

Producto	Imagen	Materia Prima	Oficio	Técnica	Proveedor
Juego plaza mostacilla		Mostacillas e hilo.	Bisutería	tejidos y ensartados con mostacillas	Maria Helena Pita.
Brazaletes elasticos		Cuentas de color y caucho nylon.	Bisutería	tejido y ensartado	Martha Isabel Vargas Bernal
Billeteras		Tejido con chaquiras	Bisutería	tejido con chaquiras	Alicia Guasoma Arce
Collares chaquira		Tejido con chaquiras	Bisutería	tejido con chaquiras	Alicia Guasoma Arce
Collares chaquira		Tejido con chaquiras	Bisutería	tejido con chaquiras	Alicia Guasoma Arce
Dije crochet y piedras		Hilos de plata y piedras naturales	Joyería	armado y tejido.	CHESTIN CARDONA.
Dije árbol hilos.		Hilos de plata y piedras naturales	Joyería	armado y tejido.	CHESTIN CARDONA.
Brazalete organico		Bronce o latón.	Joyería	sincelado, martillado, calado.	Ester Andrea Lopez

Producto	Imagen	Materia Prima	Oficio	Técnica	Proveedor
Brazaletes orgánicos		Bronce, latón o alpaca, resina.	Joyería	sincelado, martillado, calado y resinado.	Ester Andrea Lopez

Anexo 18 Material fotográfico del proyecto
Seminario Taller de Imagen Gráfica y Empaque Septiembre 2015





Talleres de Diseño y producción, creatividad y asesoría puntual. Octubre 2015

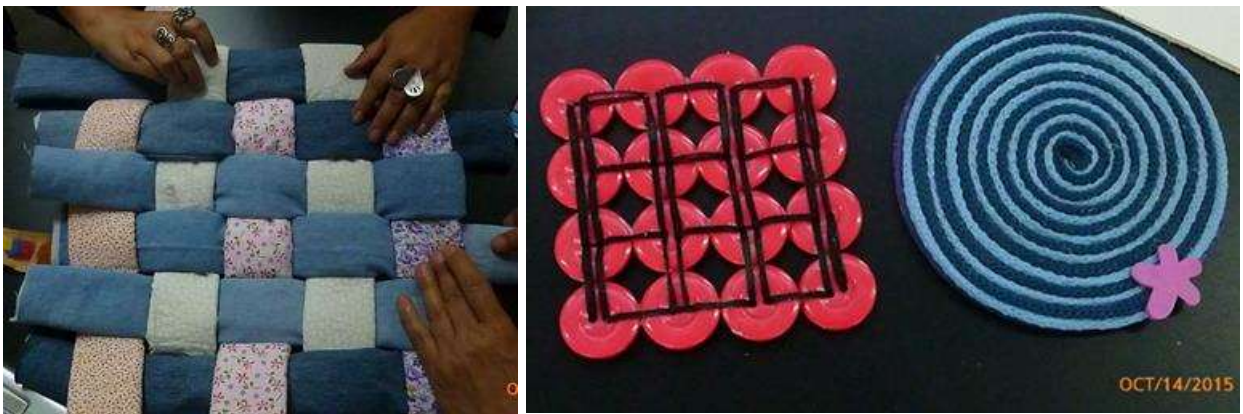




Socialización de fichas de producto, Mejoramiento de producto actual, experimentación con materia en técnicas textiles. Octubre 2015







Taller Costos y plan de mejoramiento. Noviembre de 2015



Talleres de diseño taller de tintes y un taller de broches para bisutería. Diciembre 2015





Taller Costos y cuentas, Noviembre. 2015



Feria Parlamento Andino I .2015
Fotos Corporación Mundial de la Mujer



Feria Parlamento Andino II – Diciembre 2015
Fotos Corporación Mundial de la Mujer

