

INFORME FINAL

# PROYECTO LILA

Jóvenes Empresarias por México





**Informe elaborado por**

Jocelyn Cruz Venegas  
Karen Durán Mendoza  
Misheyly Eugenia Ruiz Ramírez  
Irvin Martínez González

# Mensaje

Estamos en un momento de transición, somos quienes quieren levantarse día a día para construir un mundo mejor, creemos en el poder de la acción colectiva y sabemos que no estamos solas, quizá un poco dispersas, pero ya nos hemos empezado a juntar.

**Jóvenes Empresarias en Oaxaca**

# PRESENTACIÓN

El equipo ENACTUS de la Universidad Tecnológica de la Mixteca tiene como misión promover y estimular el desarrollo holístico del entorno mediante la creación y fortalecimiento de negocios sociales en un contexto de globalidad y sostenibilidad, mediante la aplicación de un modelo de acompañamiento y fortalecimiento empresarial.

ECOOS, por su parte, tiene la misión de combatir las desigualdades humanas, a través del impulso de iniciativas de economía social y solidaria. En cada proyecto facilitamos herramientas empresariales, para

que las personas se conviertan en protagonistas de sus procesos y puedan alcanzar sus objetivos. Creemos firmemente en el poder de la acción colectiva, para la transformación social.

Este informe es resultado del trabajo colaborativo y las sinergias, entre Enactus UTM y ECOOS-Escuela de Economía Social. Sin embargo, esto no hubiera sido posible sin el valioso apoyo de Enactus México, a través del proyecto Jóvenes Empresarias por México; y de la contribución económica de Fomento Social Banamex.



# Contenido

<b>Resumen Ejecutivo</b>	<b>6</b>
<b>Objetivo del Desarrollo Sostenible (ODS)</b>	<b>8</b>
<b>Desigualdades en evidencia Jóvenes Empresarias por México</b>	<b>11</b>
<b>Diagnóstico inicial</b>	<b>14</b>
<b>Liderazgo en Acción: LILA</b>	<b>17</b>
<b>Metodología LILA</b>	<b>21</b>
<b>Fases del proyecto:</b>	<b>24</b>
Convocatoria	25
Diagnóstico: Dimensión Empresarial y Social	29
Adaptación de la secuencia didáctica	32
Programa de Formación y Acompañamiento	34
Estrategia de Difusión	40
Impulso de la Comunidad	42
<b>Resultados</b>	<b>47</b>
<b>Evidencia fotográfica</b>	<b>49</b>
<b>Referencias</b>	<b>50</b>

# Resumen Ejecutivo

---

El emprendimiento, es un proceso creativo necesario para la subsistencia de modelos económicos establecidos dentro del orden social. A lo largo de los años, se han desarrollado conceptos y procesos que atañen al emprendimiento en distintos ámbitos, que van desde una mirada conservadora como el emprendimiento tradicional hasta una corriente más disruptiva como lo es el emprendimiento social y solidario. Desde hace algún tiempo, se empezó a visibilizar el concepto de emprendimiento femenino, que es concebido como un fenómeno natural, propio de un modelo de desarrollo de una sociedad.

Sin embargo, cuando se habla de emprendimiento femenino, es evidente que no se puede excluir la perspectiva de género. En México existen percepciones encontradas hacia el trabajo realizado por las mujeres; ya que, por lo general, no se valora y se tiene la creencia de que la mujer sólo debe desempeñar trabajos de cuidados, que en la mayoría no son retribuidos económicamente.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en Oaxaca de la población de 12 años y más, un 70.62% realiza trabajos

no remunerados del cual el 87.89% son mujeres. Esta situación reduce significativamente las oportunidades para el acceso a la educación de calidad y trabajo digno y decente.

Para la Comisión Económica Para América Latina y el Caribe (CEPAL), la noción de emprendimiento femenino y la actividad emprendedora de la mujer en América Latina es un concepto de creación reciente el cual se encuentra sumamente ligado al concepto de empoderamiento de la mujer, definida por esta institución como el proceso en que la mujer alcanza el control de su propia vida y condiciones. Es un proceso de cambio: de dependencia, marginalización e inseguridad a, independencia, participación, toma de decisión y autoestima fortalecida (CEPAL, 2010).

Desde la óptica del emprendimiento femenino, se busca un cambio en las relaciones de poder ya establecidas en el orden social que tiene como resultado la redistribución del poder y la destrucción de las estructuras patriarcales.

Actualmente, de acuerdo al INEGI, las mujeres representan el 51% de la población total en el país,

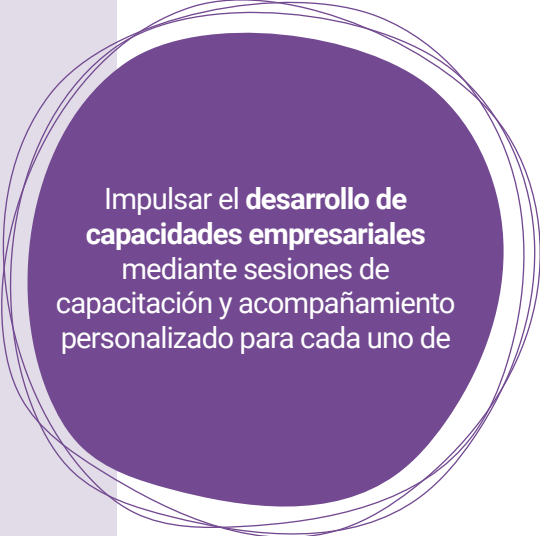
reportándose así que hay 95 hombres por cada 100 mujeres, Oaxaca es el estado, a nivel nacional, con el mayor porcentaje de mujeres, 52.2%. Esto evidencia una ventaja demográfica de la mujer en México, por lo que el papel que juegan en la economía nacional no debería desestimarse.

Con respecto a las unidades económicas, en Oaxaca, de cada 100 empresas que se crean, más de 80% cierra en menos de cuatro años, de acuerdo con cifras del Instituto Oaxaqueño del Emprendedor y de la Competitividad (IODEMC, 2018). Por lo tanto, la esperanza de vida de un negocio en el estado es sólo de 3.8 años, la tasa más baja del país, pues la media nacional es de 7 años.

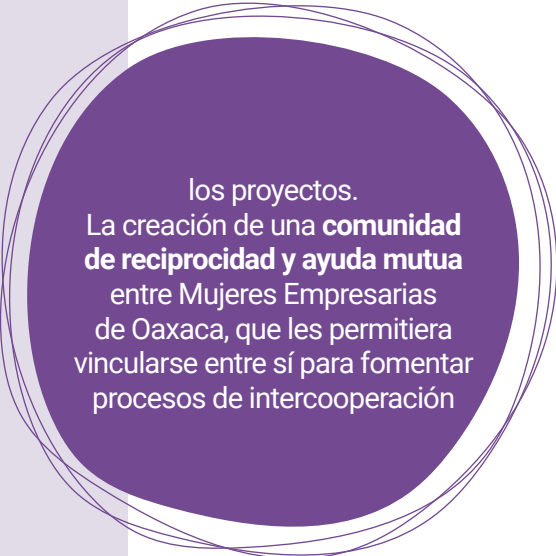
Ante el complejo escenario, resulta pertinente impulsar programas de fortalecimiento de capacidades dirigido a mujeres jóvenes, porque son ellas las que tienen menos tiempo para recibir educación, ganar un salario digno y participar en el ámbito público-comunitario.

El proyecto Jóvenes Empresarias por México, es implementado por ECOOS-Escuela de Economía Social en colaboración con la Universidad Tecnológica de la Mixteca (UTM), a través del equipo Enactus-UTM. El cual tiene como objetivo fortalecer las capacidades empresariales de emprendimientos liderados por mujeres universitarias. Adopta el nombre local Liderazgo en Acción (LILA), y tiene una cobertura en el estado de Oaxaca.


El proceso de interacción social que se llevó a cabo con la implementación de este programa se ha basado en tres pilares esenciales, por una parte:



Impulsar el **desarrollo de capacidades empresariales** mediante sesiones de capacitación y acompañamiento personalizado para cada uno de



los proyectos.  
La creación de una **comunidad de reciprocidad y ayuda mutua** entre Mujeres Empresarias de Oaxaca, que les permitiera vincularse entre sí para fomentar procesos de intercooperación



mediante el tejido de redes.  
Una **estrategia de difusión** de proyectos que permitiera visibilizar los emprendimientos.

# Objetivo del Desarrollo Sostenible (ODS)

El proyecto se encuentra alineado a los siguientes ODS:

**4 EDUCACIÓN DE CALIDAD**  
Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad, al promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos y todas.  
Se contribuye a aumentar considerablemente el número de jóvenes mujeres que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para crear y fortalecer emprendimientos desde una óptica de la Economía Social y Solidaria (ESS), buscando eliminar disparidades de género.

**5 IGUALDAD DE GÉNERO**  
Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.  
Se han implementado estrategias para poner fin a las formas de discriminación contra las mujeres, reconocer y valorar el trabajo de cuidados y el trabajo doméstico no remunerado, además de incentivar la participación económica.

**8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO**  
Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible.  
Se abona promoviendo el programa orientado al fortalecimiento de emprendimientos, fomentando la formalización y crecimiento de las Mipymes, así como reducir considerablemente la proporción de jóvenes en situación de desempleo.

**10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES**  
Reducir las desigualdades entre los países.  
La desigualdad social que presenta la sociedad mexicana es abrumadora, resulta ofensiva la manera en la que menos de 10 personas concentran la misma cantidad de recursos que más de 30 millones, por eso, es importante garantizar la igualdad de oportunidades y reducir la desigualdad de resultados.

**12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES**  
Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.  
El consumo y la producción mundiales que constituyen las fuerzas impulsoras de la economía mundial, dependen del uso del medio ambiente natural y de los recursos de una manera que continúa teniendo efectos destructivos sobre el planeta. Incentivamos el uso racional de los recursos y la absorción de los costos aparejados con las actividades productivas.

**17 ALIANZAS PARA LOS OBJETIVOS**  
Revitalizar las alianzas para lograr los objetivos.  
Los objetivos de desarrollo sostenible y en general los programas que busquen un impacto significativo dentro de su entorno, solo se consiguen con asociaciones sólidas y cooperación. Fomentamos y promovemos la constitución de alianzas eficaces en las esferas pública, público-privada y de la sociedad civil, aprovechando la experiencia y las estrategias de obtención de recursos de las alianzas para la consecución de metas.

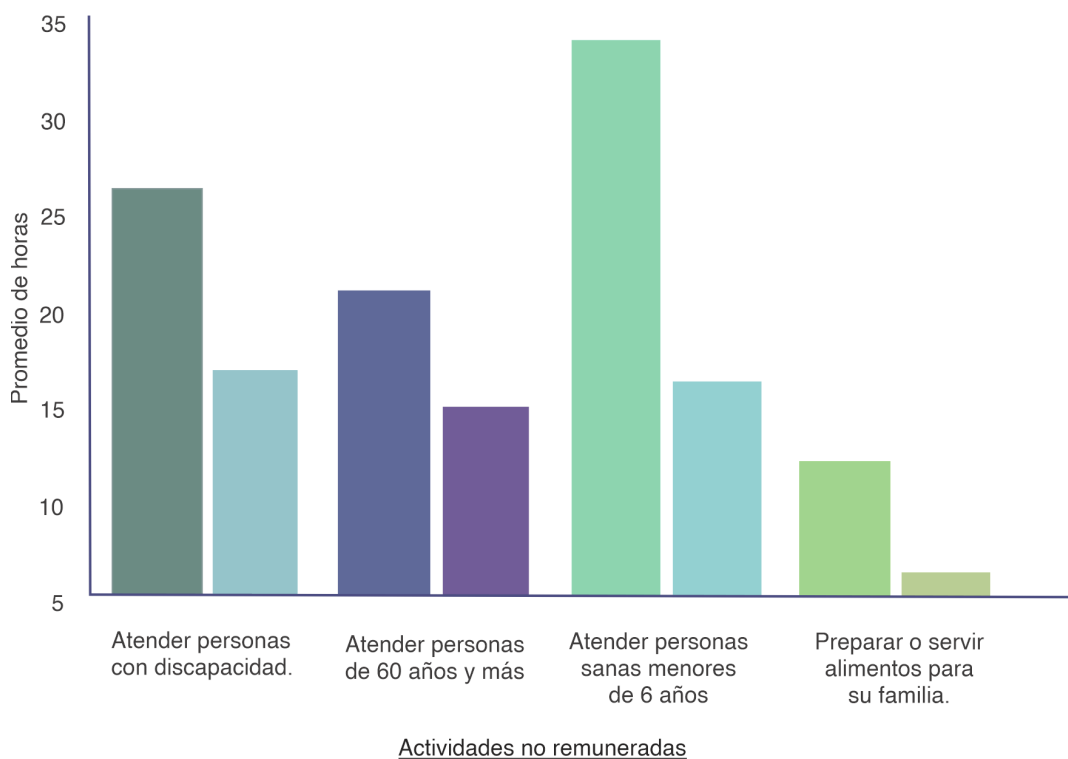


## CONTEXTO

El estado de Oaxaca se divide en 8 regiones, cada uno con un legado cultural y natural muy peculiar.

Con sus 570 municipios y 16 pueblos originarios, Oaxaca es la entidad federativa con el mayor porcentaje de población que se considera indígena en el país. “Casi siete de cada diez personas se auto adscriben como indígenas en la entidad, categoría demográfica que le brinda una riqueza cultural y étnica particular a nuestro estado, donde se hablan igualmente diversas lenguas indígenas, de las cuales sobresalen el zapoteco y el mixteco, que juntas concentran más del cincuenta por ciento de los hablantes de 3 años y más de alguna lengua indígena en la entidad” (DIGEPO, 2018).

Sin embargo, pese a los importantes aportes culturales, sociales, políticos, económicos e históricos a los que contribuye este grupo de población, es evidente aún la deuda histórica en materia de desarrollo y bienestar social que se tiene con las comunidades indígenas.



De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) y el Consejo Nacional de Población (CONAPO):

Oaxaca es el estado, a nivel nacional, con el mayor porcentaje de **mujeres**, 52.2%.

Oaxaca ocupa el lugar 31 de 32 en materia de **educación**.

La violencia durante la **contingencia** de Covid-19 ha cobrado la vida de 45 mujeres y niñas.

El 68.1% de la población se encuentra en situación de **pobreza**.

Del total sólo el 11.15% de la población de 15 años y más cuenta con instrucción media superior.

De la población de 12 años y más (3,039,382) un 70.62% (2,146,411.57) realiza **trabajos no remunerados** del cual el **87.89%** son mujeres.

Grado de **marginación** estatal *Muy alto*, 2.2

Alerta de **Violencia de género** contra las Mujeres<sup>1</sup> en 40 municipios.

<sup>1</sup> La alerta de violencia de género contra las mujeres (AVGM) es un mecanismo de protección de los derechos humanos de las mujeres único en el mundo, establecido en la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia y su trámite para emitirla o concederla lo describe el Reglamento de dicha Ley.

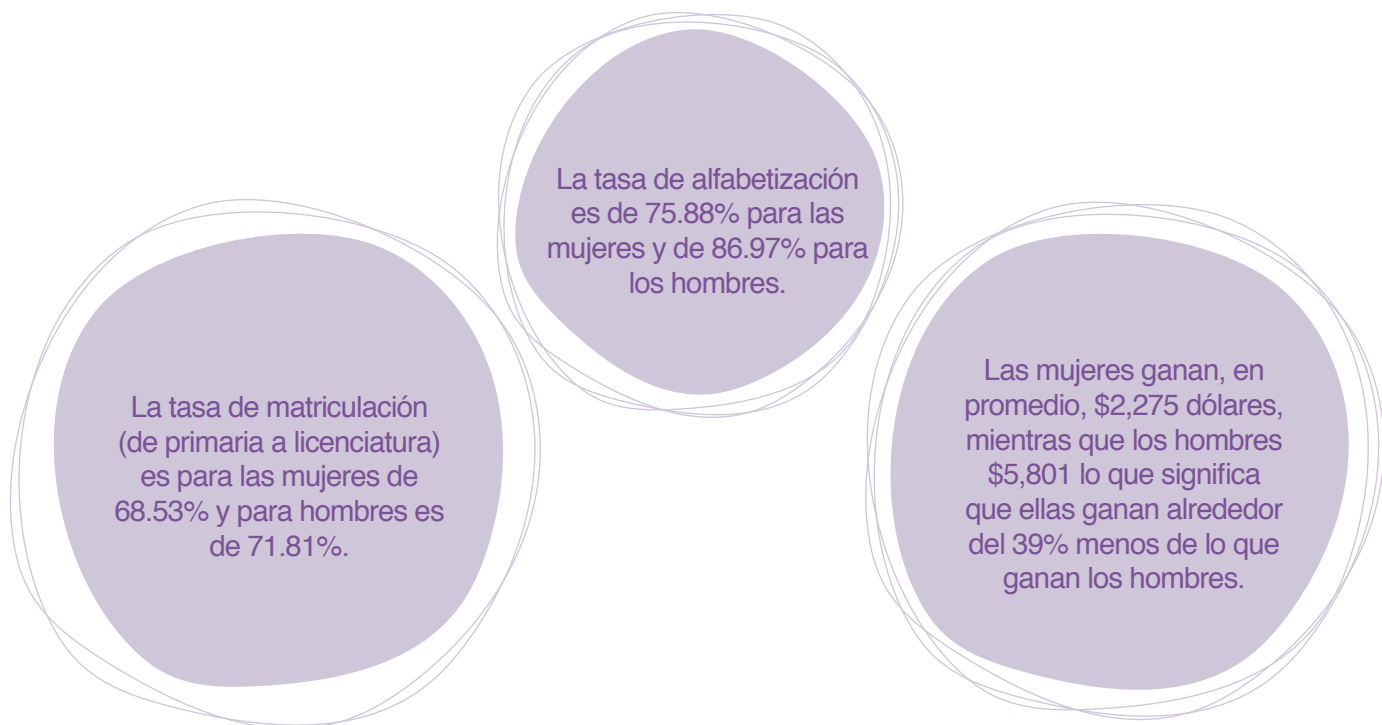
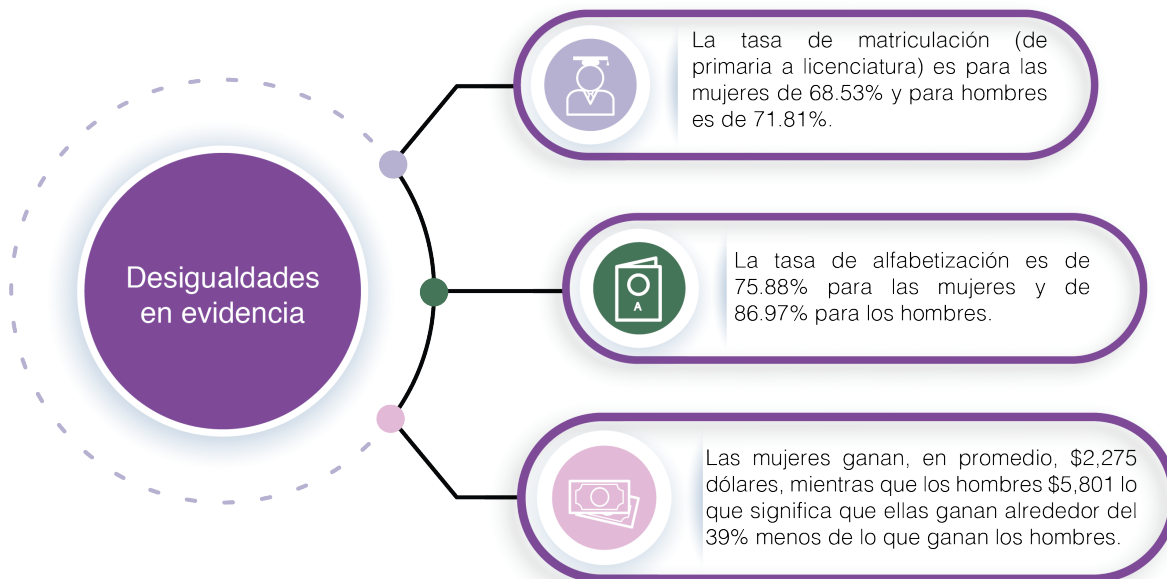
# DESIGUALDADES EN EVIDENCIA

---

Uno de los elementos para alcanzar el Desarrollo Humano y en el cumplimiento de los derechos humanos reconocidos a nivel internacional es lograr que mujeres y hombres tengan las mismas oportunidades de participación en los ámbitos público y privado. Esto queda de manifiesto en acuerdos internacionales como los asumidos en la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación Contra la Mujer (CEDAW)<sup>2</sup>.

El Índice de Desarrollo Humano (IDG) resume aspectos sociales y económicos básicos para el desarrollo mediante indicadores de esperanza de vida, logros educacionales e ingresos (PNUD, 2014).

El IDG en el estado de Oaxaca implica una deficiencia en el desarrollo humano que ha sido calculada en alrededor de **1.76% debida a la desigualdad entre hombres y mujeres**. “Estas cifras destacan que las mujeres en Oaxaca tienen un trato asimétrico que redundará en la restricción de sus libertades y en el ejercicio de sus derechos”.



<sup>2</sup> Convención Interamericana para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres. (CEDAW/ C1992/I1/Add.15), Nueva York.



# lila

## Mujeres LíderESS

*Identidad gráfica del proyecto*

### Jóvenes Empresarias por México

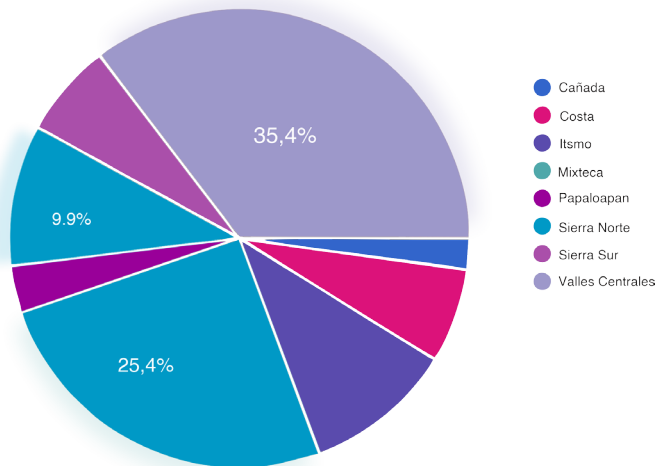
Ante el complejo escenario, resulta pertinente impulsar programas de fortalecimiento de capacidades dirigido a mujeres jóvenes, porque son ellas las que tienen **menos tiempo para recibir educación, ganar un salario digno y participar** en el ámbito público-comunitario.

El proyecto Jóvenes Empresarias por México, el cual tiene como objetivo incrementar el número de mujeres emprendedoras, adopta el nombre local Liderazgo en Acción (LILA). Tiene una cobertura en el estado de Oaxaca y busca fortalecer, acompañar y vincular proyectos

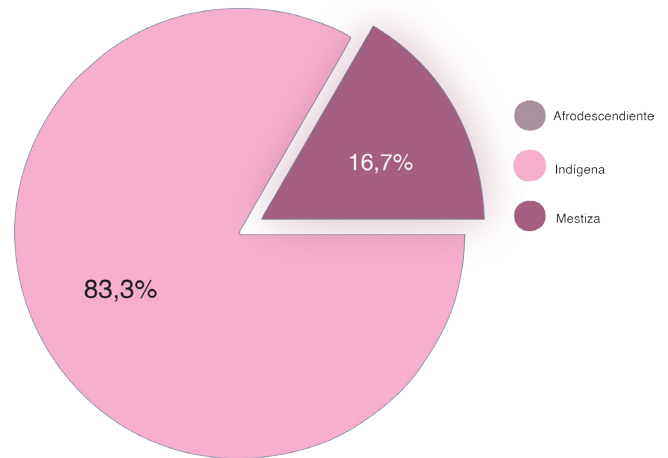
sociales, culturales, ambientales, educativos, empresariales y de salud; liderados por mujeres jóvenes universitarias.

En un primer momento, se tenía planteado implementar el programa de manera presencial en dos municipios: Huajuapán de León y Miahuatlán de Porfirio Díaz. Sin embargo, debido a la situación actual, derivada por la pandemia de SARS COVID, se realizó una transición del plano presencial al virtual lo que provocó una adaptación a la metodología, por ende, hubo una expansión del programa que logró la presencia de este en las 8 regiones del estado.

# Diagnóstico inicial



Porcentajes: Sierra Sur 6,6%, Papaloapan 3,3%, Cañada 2,2%, Istmo 10,5%, Costa 6,6%



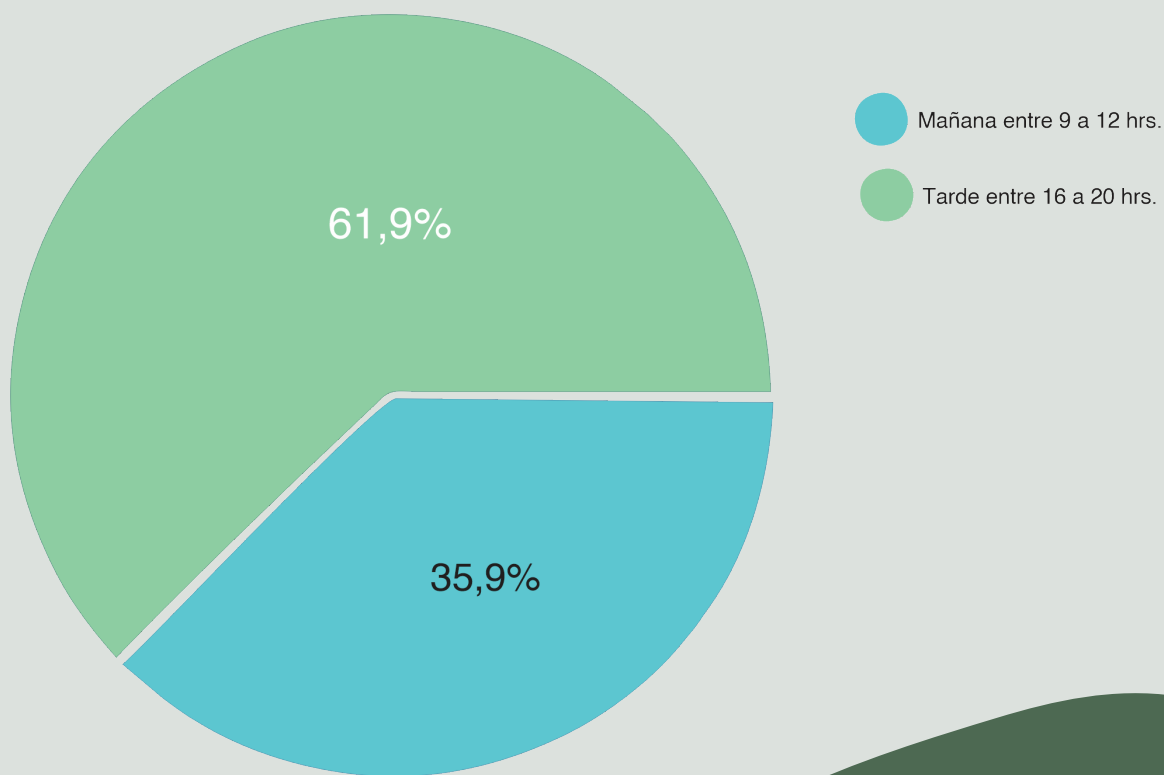
La edición de este programa capacitó, fortaleció y vinculó proyectos de 123 participantes, originarias de las 8 regiones del estado de Oaxaca.

De las cuales 83.3% indicaron sentirse identificadas como indígenas y el 16.7% como mestizas.

Provenientes de 46 diferentes Instituciones de Educación Superior, entre las que destacan:

1. Escuela Normal Bilingüe E Intercultural De Oaxaca.
2. Escuela Normal Experimental De Teposcolula.
3. Escuela Normal Urbana Federal del Istmo.
4. Instituto Superior Intercultural Ayuuk (ISIA).
5. Instituto Tecnológico De La Cuenca Del Papaloapan.
6. Instituto Tecnológico de Oaxaca.
7. Instituto Tecnológico del Valle de ETLA.
8. Instituto Tecnológico Superior de San Miguel el

- Grande.
9. Instituto Tecnológico Superior de Teposcolula.
10. Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca.
11. Universidad del Mar.
12. Universidad para el Bienestar Benito Juárez García.
13. Universidad Pedagógica Nacional.
14. Universidad Tecnológica de la Mixteca.
15. Universidad Tecnológica de los Valles Centrales de Oaxaca.

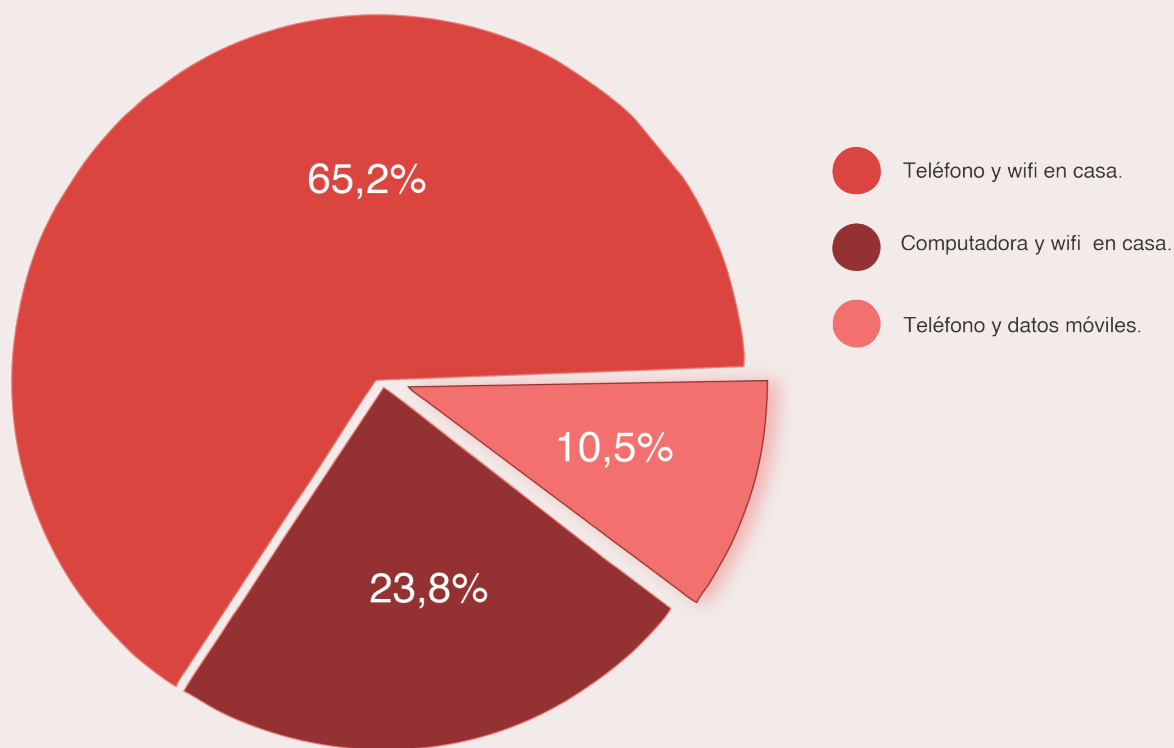


Al preguntarles ¿qué opción de horarios se adapta mejor a su **disponibilidad**?

El 61.9% indicó que en la tarde noche (18-21 hrs). Y el 35.9% por las mañanas (8-11 hrs). El porcentaje mayor a horarios nocturnos responde, a las múltiples actividades que realizan, entre las clases virtuales de la universidad y el trabajo de cuidados a la familia, y hacia los hijos e hijas, en algunos casos.

“El trabajo de cuidados es el "motor oculto" que mantiene en funcionamiento nuestras economías, empresas y sociedades”

*Oxfam Internacional*



*En Oaxaca únicamente el 60.5% del estado tiene cobertura de internet; sin embargo, el 78% de la población oaxaqueña cuenta con un dispositivo móvil de tipo smartphone.*

INEGI

Al preguntarles, ¿Con qué medios de **acceso a Internet** cuentas?.

El 65% indicó que con teléfono y wifi en casa, el 23.8% con computadora y wifi en casa y solo el 10.5% con teléfono y datos móviles.

Lo que permitió identificar los elementos clave de la metodología de trabajo: Horarios de las sesiones generales y de las mentorías, dinámicas y actividades.

# Liderazgo en Acción: LILA

## METODOLOGÍAS CONSIDERADAS

Los procesos educativos son transformadores, son ejes importantes en una sociedad que se encuentra en constante mejora. Para transitar hacia aquella anhelada transformación social, es menester impulsar programas que caracterizan la realidad que se vive al interior de cada uno de los territorios, así como tomar en consideración a la comunidad y sus procesos endógenos, desde una mirada de Economía Social.

Conscientes de que una metodología debe de ser lo suficientemente compleja para tomar en consideración todas las variables de interacción, pero también lo suficientemente sencilla para su correcta aplicación, por lo tanto, el equipo que integra el programa LILA diseñó una metodología de fortalecimiento empresarial con visión de género, Economía Social-Solidaria y medio ambiente que consideró las siguientes metodologías:

### 1- Social Business Journey - Enactus México

Una metodología desarrollada por la organización más grande de emprendimiento social en México: Enactus Mx, toma como base algunos estudios sobre la empresa realizados en el extranjero.

La metodología aborda el proceso de emprendimiento como una ruta de viaje, cuenta con 5 estaciones:

**- Idea and problem definition:**

Identificación de la idea de negocio y validación como oportunidad de negocio.

**- Define your route:**

Definición de misión y visión, testeo de prototipos de producto.

**- Take the wheel:**

Estrategia de negocios.

**- Fill it up:**

Búsqueda de financiamiento y medición del impacto.

**- Go further:**

Plan de escalabilidad del proyecto.

## **2 - GET Ahead for Women in Enterprise / Organización Internacional del Trabajo**

La metodología GET Ahead for Women in Enterprise, desarrollada por la Organización Internacional del Trabajo, considera al emprendimiento desde una visión de género, pues de acuerdo con la organización, no es lo mismo el desarrollo de un emprendimiento liderado por el género masculino, al del género femenino, ya que las mismas cargas de trabajo que culturalmente se han asignado a los roles no permiten el florecimiento pleno de las capacidades.

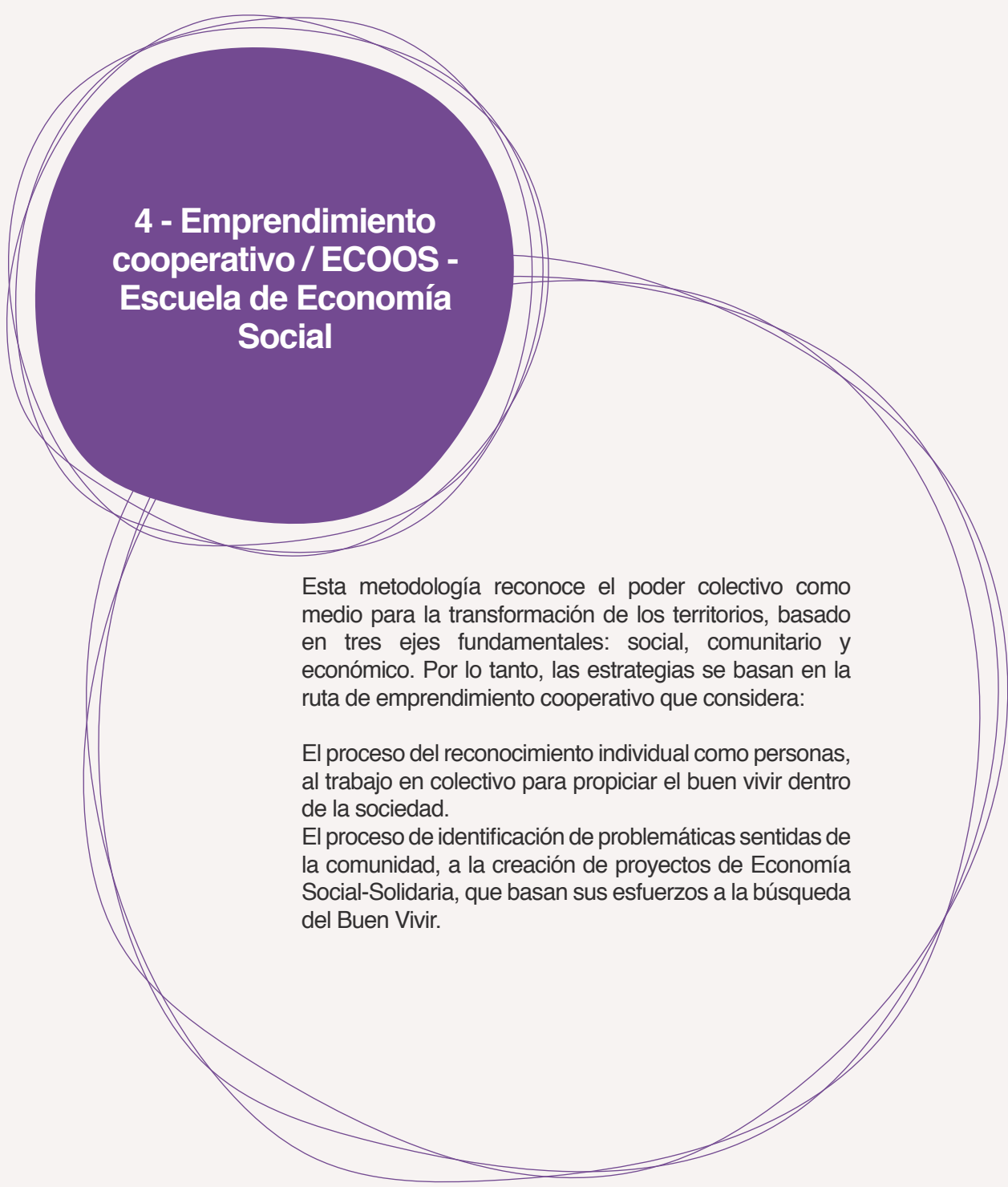
La metodología es una aproximación al desarrollo de habilidades de empresas pequeñas, donde se busca el desarrollo de habilidades a mujeres con perspectiva de género, generalmente dirigido a mujeres de bajos ingresos.

Todas las comunidades del mundo cuentan con recursos endógenos que son susceptibles de aprovechamiento, sin embargo, factores como la desvalorización y la incorporación parcial de los recursos en actividades productivas sustentables provoca que las poblaciones no transiten hacia un desarrollo local que permita elevar la calidad de vida de las personas.

Mediante un proceso integral de desarrollo de capacidades en la población, la metodología de Valor Agregado Comunitario pretende, a través de la revalorización e incorporación de los recursos endógenos en una estrategia interinstitucional multiactor impulsar el Desarrollo Económico Local (DEL) en las comunidades oaxaqueñas.

La metodología contempla la transformación del entorno impulsado mediante la entidad empresa, por lo que el fortalecimiento de las micro pequeñas y medianas empresas es un eje fundamental de acción.

## **3 - Valor Agregado Comunitario - Karen Durán, Alumni Enactus**



## 4 - Emprendimiento cooperativo / ECOOS - Escuela de Economía Social

Esta metodología reconoce el poder colectivo como medio para la transformación de los territorios, basado en tres ejes fundamentales: social, comunitario y económico. Por lo tanto, las estrategias se basan en la ruta de emprendimiento cooperativo que considera:

El proceso del reconocimiento individual como personas, al trabajo en colectivo para propiciar el buen vivir dentro de la sociedad.

El proceso de identificación de problemáticas sentidas de la comunidad, a la creación de proyectos de Economía Social-Solidaria, que basan sus esfuerzos a la búsqueda del Buen Vivir.

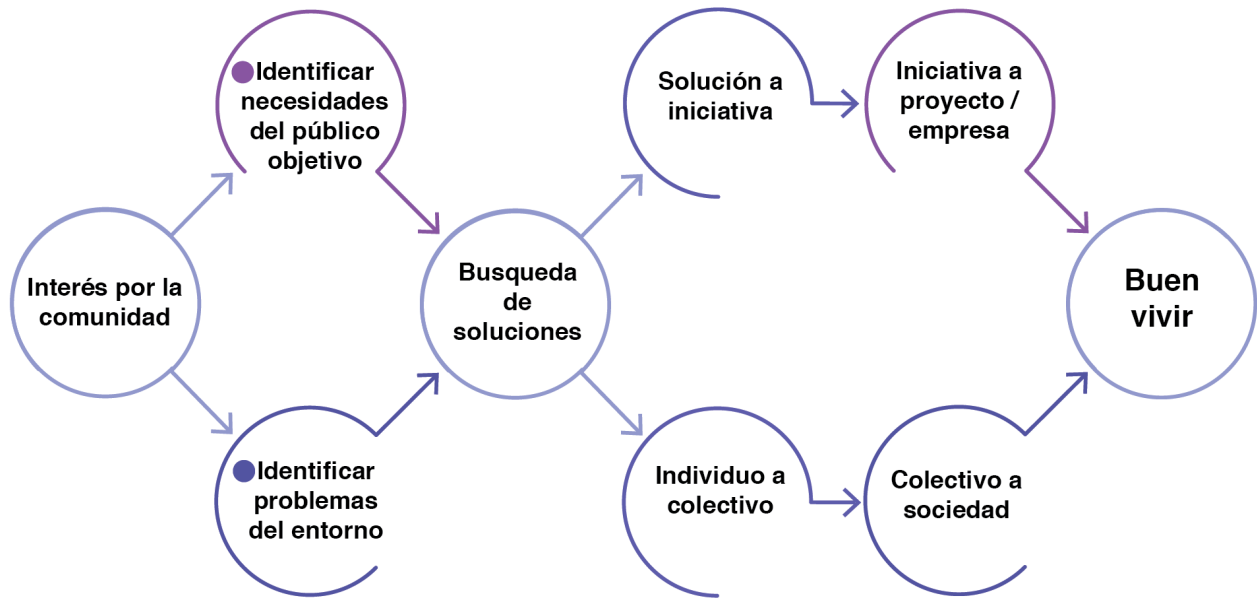


Diagrama 1: Ruta para la creación de proyecto ESS.

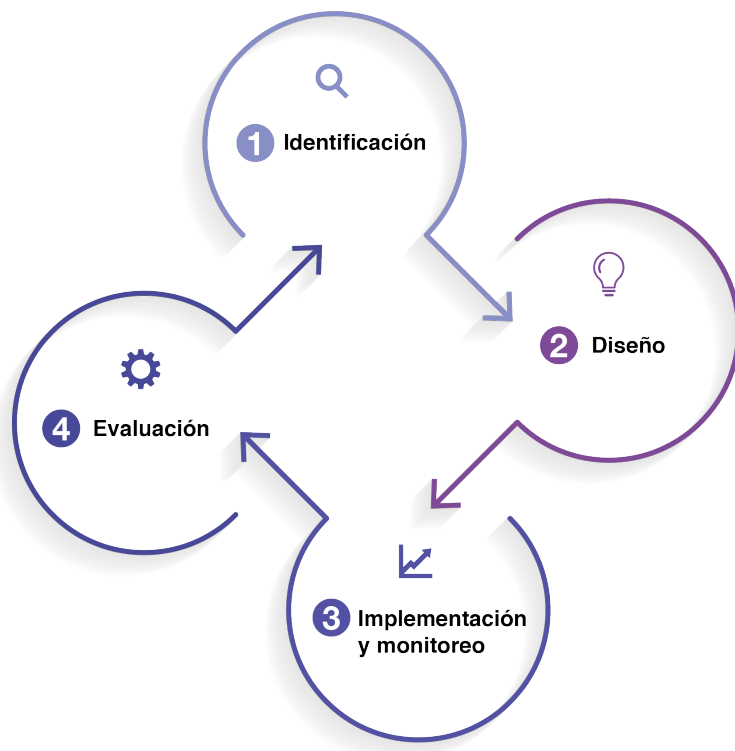


Diagrama 2: Proceso de gestión de proyectos ESS.

Como se muestra en el diagrama anterior, la ruta de proyectos trabaja en dos sentidos, el impacto directo hacia la comunidad y el fortalecimiento de la iniciativa a empresa, que para efectos de análisis se separan, sin embargo, son procesos conjuntos.

Del diagrama anterior se desprende la siguiente figura, que muestra las fases del proceso de gestión de proyectos ESS.

# Metodología LILA

---

Se recuperaron algunos ejes relevantes que plantean las metodologías anteriores para crear una que respondiera a las necesidades especiales de las participantes.

La metodología LILA se basa en 3 ejes principales; y en cada uno de ellos, permea en todo momento los *principios y valores de la Economía Social y solidaria*<sup>3</sup>.

## Programa de formación y acompañamientos a emprendimientos de mujeres

Se deben de evitar supuestos tradicionales de información que no caracterice las necesidades reales de un entorno, consciente de ello, la metodología LILA considera la realización de un análisis del contexto en el que se desenvuelven las participantes. Con herramientas como encuestas, entrevistas, observación e involucramiento en la vida diaria de las mujeres, se logra recuperar información importante para la adaptación de los contenidos de formación y los medios para propiciar un ambiente de intercambio de saberes.

Tomando en consideración el análisis del contexto, se realiza un plan de formación tanto para las facilitadoras del programa como para

las participantes, tal plan considera actividades teórico-prácticas que permitan la aplicación del conocimiento a sus proyectos en marcha. Por último, se lleva a cabo el despliegue de estrategias educativas, en esta fase, de manera transversal se realiza un proceso de acompañamiento personalizado por proyecto y colectivo que permite afianzar y aplicar el conocimiento visto durante las sesiones de formación, así como fortalecer el vínculo individual-colectivo.

Para un verdadero impacto del programa se trabaja en una estrategia autogestiva de las participantes para un seguimiento post-programa.

---

<sup>3</sup> Principios Cooperativos: Adhesión abierta y voluntaria, Gestión democrática, Participación económica, Autonomía e independencia, Educación, Intercooperación y Amor por la comunidad (Alianza Cooperativa Internacional).

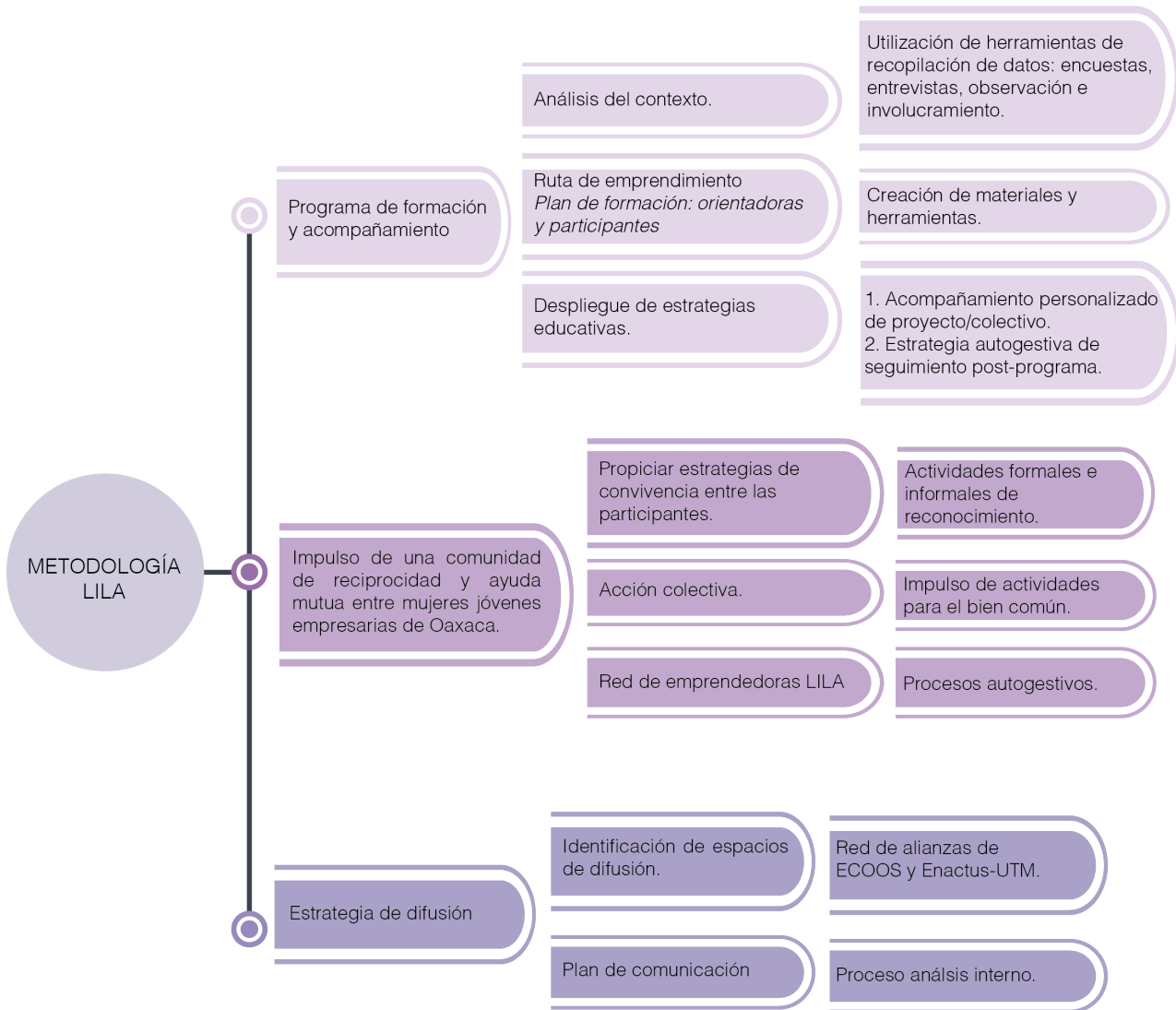
## **Impulso de una comunidad de emprendimientos femeninos**

Para poder lograr que exista una verdadera red de intercooperación entre las participantes lo primero es propiciar el reconocimiento entre ellas, por lo que el programa LILA, considera el impulso de espacios virtuales de convivencia que les permita conocerse e interactuar en un “espacio entre amigas”, con actividades formales e informales. Después de eso, se llevan actividades colectivas en donde las participantes identifiquen necesidades afines susceptibles de resolución cooperativa y mediante una estrategia autogestiva diseñan un plan de acción.

## **Estrategia de difusión de emprendimientos liderados por mujeres oaxaqueñas**

El talento de las participantes no solo debería conocerse por un grupo reducido de personas, LILA considera que una manera exitosa de interactuar con el ambiente externo es mediante procesos comunicativos eficientes, por lo que, en este eje, se identifican medios potenciales de difusión y se realiza un plan de comunicación efectivo que permita llegar al público objetivo deseado.

A continuación se muestra un resumen de la metodología LILA.



Metodología Mujeres LiderESS: Liderazgo en Acción (LILA)

# Fases del proyecto

El proyecto LILA con una duración de 7 meses se desarrolló en 6 fases, las cuales se esquetmatizan a continuación:



*Fases del proyecto. Elaboración propia.*

# 1. Convocatoria

Se diseñó una identidad gráfica y una serie de materiales de difusión, los cuales se presentan a continuación:

## ¿Lideras un proyecto de Economía Social y Solidaria?



**Programa virtual de fortalecimiento empresarial  
¡100% gratuito!  
Dirigido a Jóvenes Mujeres de Oaxaca**



# Anatomía de las #MujeresLíderESS



**lila**  
Mujeres LíderESS

Inteligente

Creativa

Analítica

Empática

Apasionada

Perseverante

Interés por la comunidad

Le gusta trabajar en equipo

Capacidad de adaptación

Valiente

**¿TE IDENTIFICAS?  
Participa**

Programa virtual de fortalecimiento empresarial 100% gratuito  
Dirigido a Jóvenes Mujeres de Oaxaca

**citibanamex**



@ECOOSMX



ecoosmx@gmail.com



**enactus**  
Universidad tecnológica de la mixteca

Adicionalmente, se generaron vínculos con 16 alianzas estratégicas para la difusión del proyecto:

1. Secretaría de Bienestar del Estado de Oaxaca.
2. Instituto Nacional de la Economía Social (INAES).
3. Instituto Mexicano de la Juventud (IMJUVE).
4. Instituto Oaxaqueño del Emprendedor y de la Competitividad (IOEMC).
5. Universidad Tecnológica de los Valles Centrales de Oaxaca (UTVCO).
6. Universidad de la Sierra Sur (UNSI).
7. Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca (UABJO).
8. Dirección de Economía del Municipio de Oaxaca de Juárez.
9. Subdirección de Promoción y Desarrollo Empresarial del Municipio de Oaxaca de Juárez.
10. Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC).
11. ATENEO Nacional de la Juventud Capítulo Oaxaca.
12. Fondo Guadalupe Musalem A. C.
13. Mano Vuelta A.C.
14. Fomento Juvenil Oaxaca A. C.
15. Eka Jiva A. C.
16. Centro de Imaginación Oaxaca.

## Laboratorio de Economías Alternativas ¿Cómo organizarnos en tiempos de crisis?

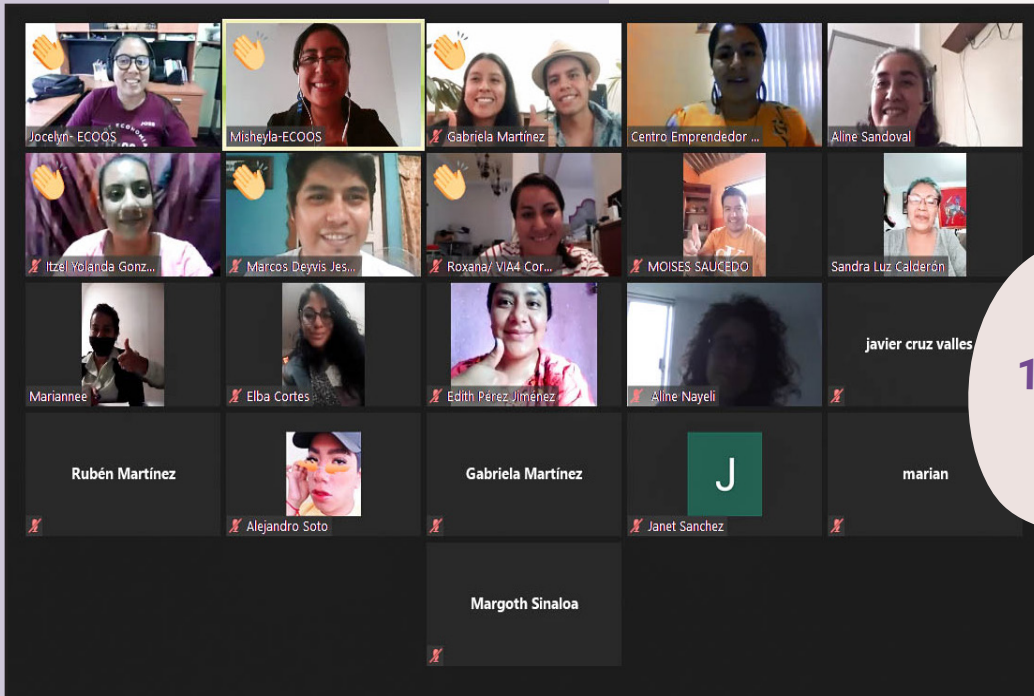
Taller Virtual  
Gratuito

Vía zoom

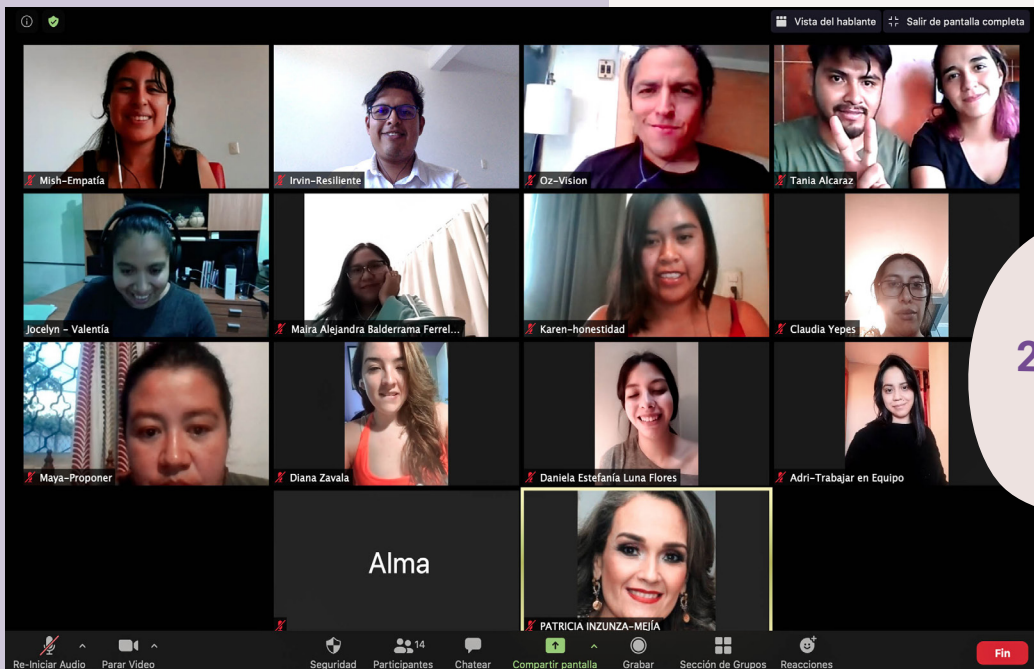


Lunes 31 agosto 2020  
5:00 a 7:00 pm hora CDMX

Se realizaron 2 webinars abiertos con la asistencia de más de 40 personas, con el objetivo de difundir la convocatoria.



1º Webinar

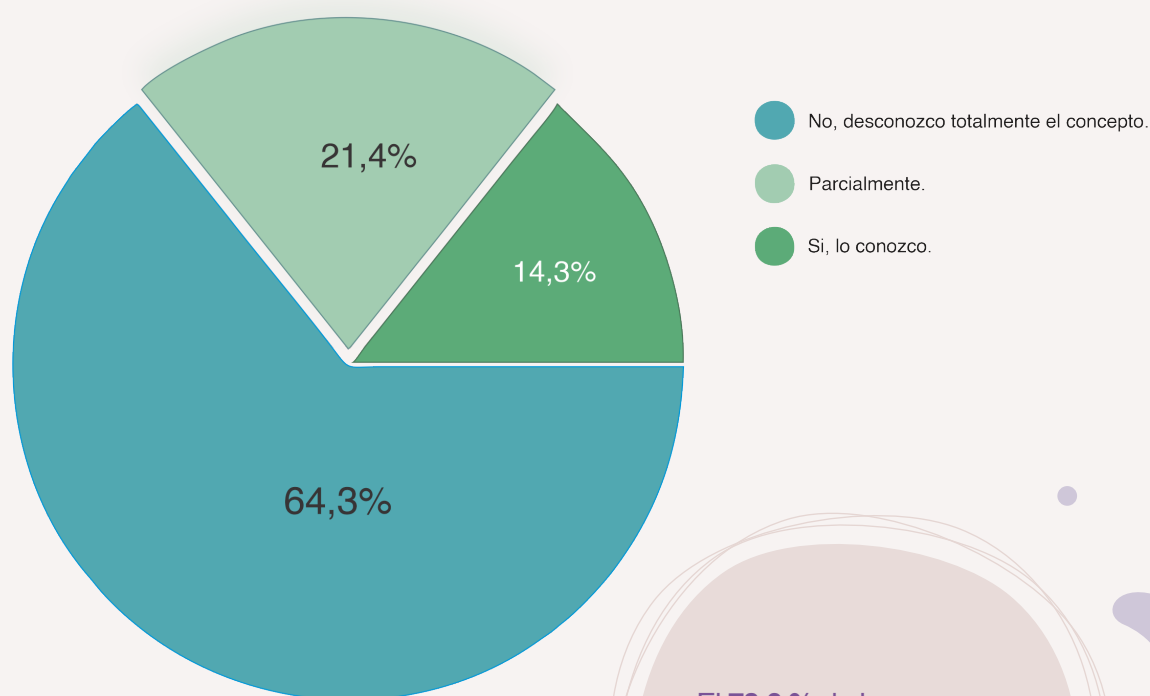


2º Webinar

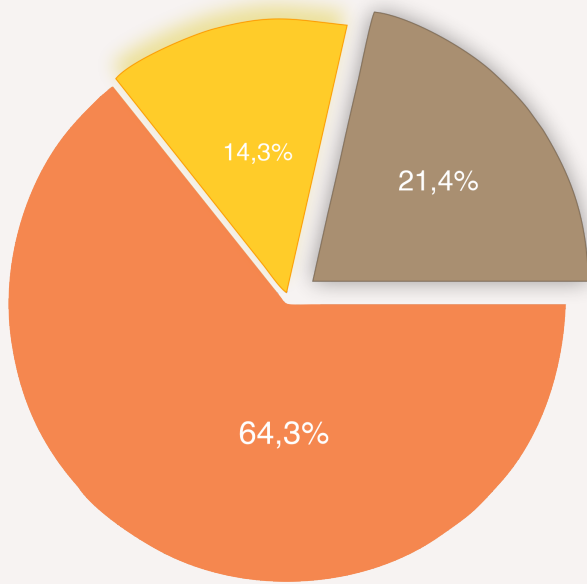
## 2. Diagnóstico: Dimensión Empresarial y Social

Previo a iniciar el programa de fortalecimiento empresarial-social, se solicitó a las participantes responder el diagnóstico de entrada.

Entre los principales hallazgos:

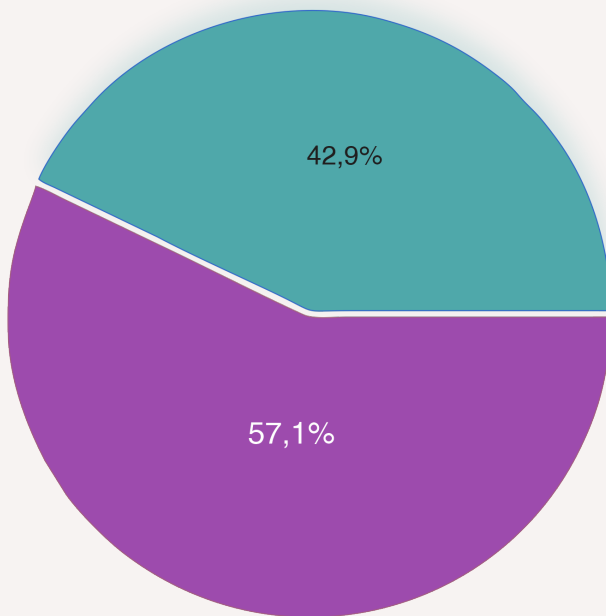


El **78.6 %** de las participantes aún **no tienen identificado el valor agregado** que ofrece a su clientela.



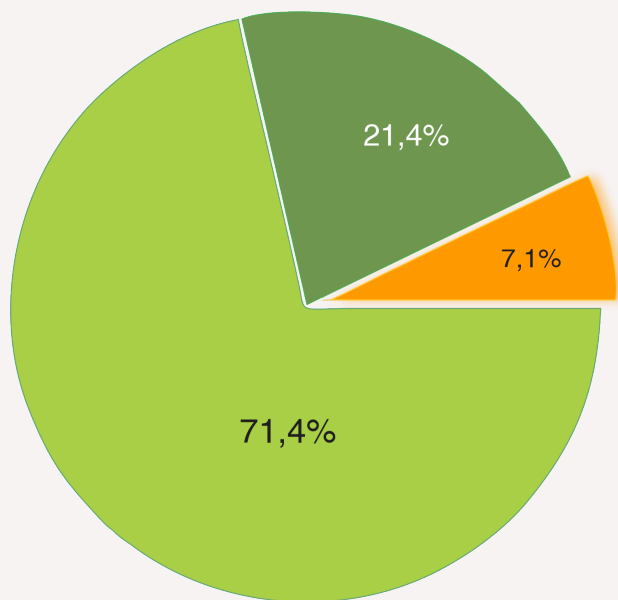
- No lo tengo identificado.
- En proceso de identificación.
- Lo tengo claramente identificado.

El **85.7 %** de las participantes **desconoce las fases del ciclo financiero** en el ámbito personal y empresarial.



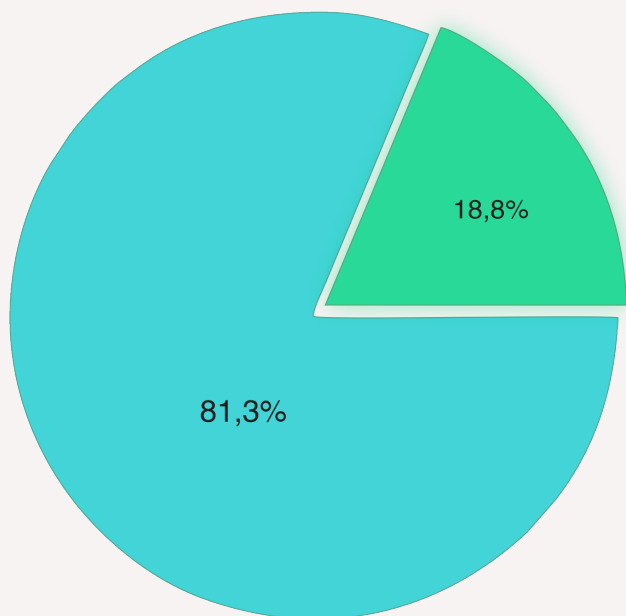
- No, desconozco totalmente el concepto.
- Parcialmente, lo tengo en la mente.
- Si, y la tengo por escrito.

El **57.1 %** de las participantes **no cuenta con una planeación estratégica.**



- No, desconozco totalmente el concepto.
- Si, eh escuchado el concepto.
- Si, conozco el concepto y lo aplico.

El **71.4 %** de las participantes desconoce qué es la **Innovación Social** y las metodologías para implementarla en sus proyectos. Solo el **7.1 %** conoce el concepto y lo aplica.



- No.
- Sí.

El **81.3 %** de las participantes indicó que no trabaja en red o en alianza con alguien más. Solo el **18.8 %** mencionó que sí y su red aún es pequeña, máximo con 5 entidades más.

# 3. Adaptación de la secuencia didáctica

Es importante resaltar que en cada edición se realizaron adecuaciones para atender a las necesidades de capacitación de las participantes. Haciendo mayor énfasis en ciertos contenidos.

## Ruta de emprendimiento Plan de contenidos

01

### ¡Bienvenida a tu viaje!

Presentación del programa y personal (objetivos, metas, inspiraciones)

Presentar la descripción del programa y sus componentes, así como ensalzar su relevancia

02

### Construye otra economía

Economía social, principios y valores cooperativos.

Comprender la propuesta de la Economía Social y Solidaria y los conceptos que dan forma y base a las organizaciones.

03

### IMAGINA Soñar

I) Identificación de problemática.  
II) Identificación de participantes directos e indirectos.  
III) Propuesta de valor.  
IV) Corazón Ideológico.

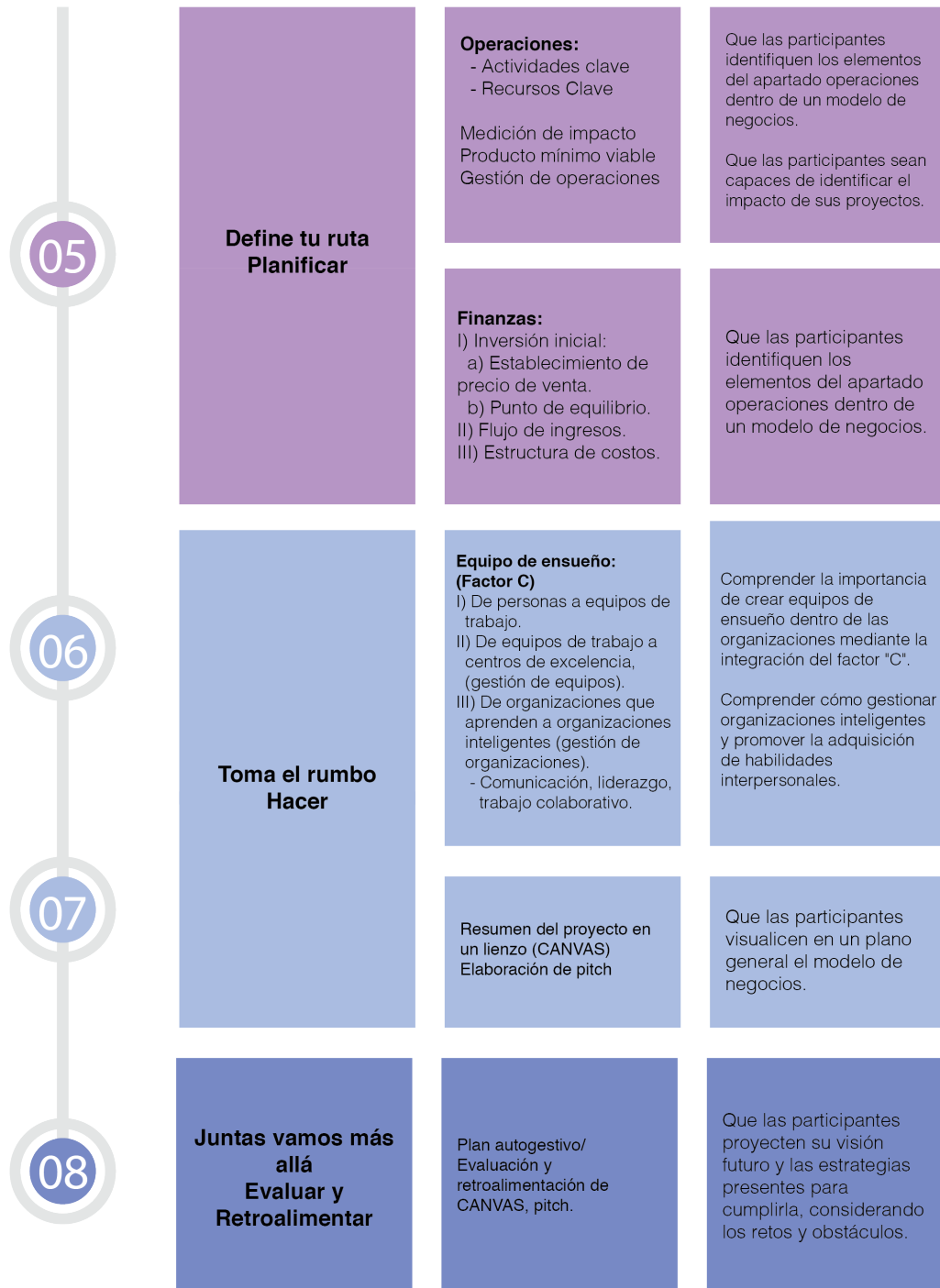
Que las participantes identifiquen el problema que resuelven con sus emprendimientos, los participantes directos e indirectos a los que impactan y su propuesta de valor.  
Que las participantes sean capaces de crear y plasmar el corazón ideológico de su proyecto.

04

### Define tu ruta Planificar

**Mercados:**  
I) Segmentación de mercado (Cliente).  
II) Plan de mercadeo:  
- Canales de distribución  
III) Planes de comercialización:  
- Ventas (estrategias de venta).  
- Plan de comunicación.

Que las participantes identifiquen los elementos del apartado mercados dentro de un modelo de negocios.



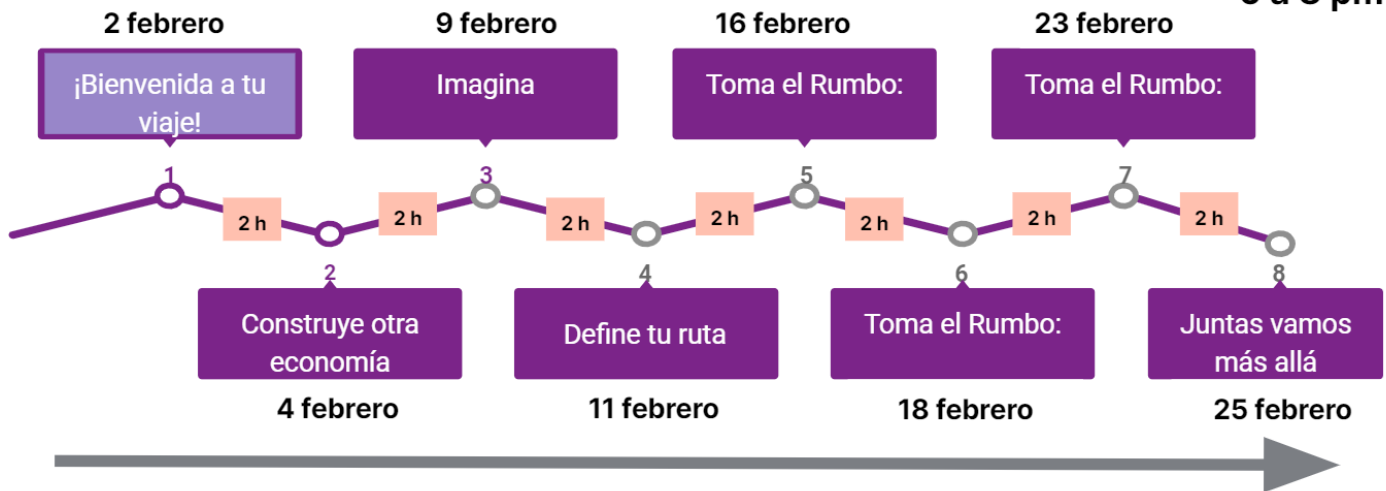
# 4. Programa de Formación y Acompañamiento

Se planteó una ruta de 8 sesiones virtuales sincrónicas, en horarios de 18 a 20 hrs. en respuesta a la mayor disponibilidad de las participantes.



## Mapa general

Vía Zoom  
6 a 8 pm



- 4 horas de **acompañamiento** colectivo, 1 hora cada semana.
  - Actividades de **aterrizaje** entre una sesión y otra.
    - Tutorías personalizadas y Zona de retos

## Cuaderno virtual de trabajo

Dado que en el programa se planteó impulsar estrategias teórico-prácticas se diseñó un cuaderno de trabajo para cada proyecto, vía drive con actividades de aterrizaje entre cada sesión:

The screenshot displays a virtual notebook application interface. At the top, the title bar reads "Cuaderno de trabajo Gen Empatía" with navigation icons for home, star, and share. Below the title bar is a menu with options: Archivo, Editar, Ver, Insertar, Formato, Diapositiva, Organizar, Herramientas, Complementos, Ayuda, and a link for "Última modificación hac...". To the right of the menu are buttons for "Presentar" and "Compartir".

The main workspace shows a slide titled "4.2 Propuesta de valor". The slide content includes:

- 4.2 Propuesta de valor**
- A continuación se encuentran formatos editables que deberás rellenar con respecto a la información de tu proyecto. ¡Cualquier duda escríbenos!**
- Recuerda revisar los apuntes de la sesión 4*

On the right side of the slide, there is an illustration of a man in a red shirt standing and a woman in a blue dress sitting at a desk with a laptop. The slide number "23" is visible in the bottom right corner.

On the left side of the interface, there is a vertical navigation pane showing a list of slides from 23 to 28. Slide 23 is highlighted. The slides are:

- 23: 4.2 Propuesta de valor
- 24: 4.3 Diseñando la propuesta de valor
- 25: 4.4 Diseñando la propuesta de valor
- 26: 4.5 Diseñando la propuesta de valor
- 27: 5
- 28: 5.1 Precio de venta

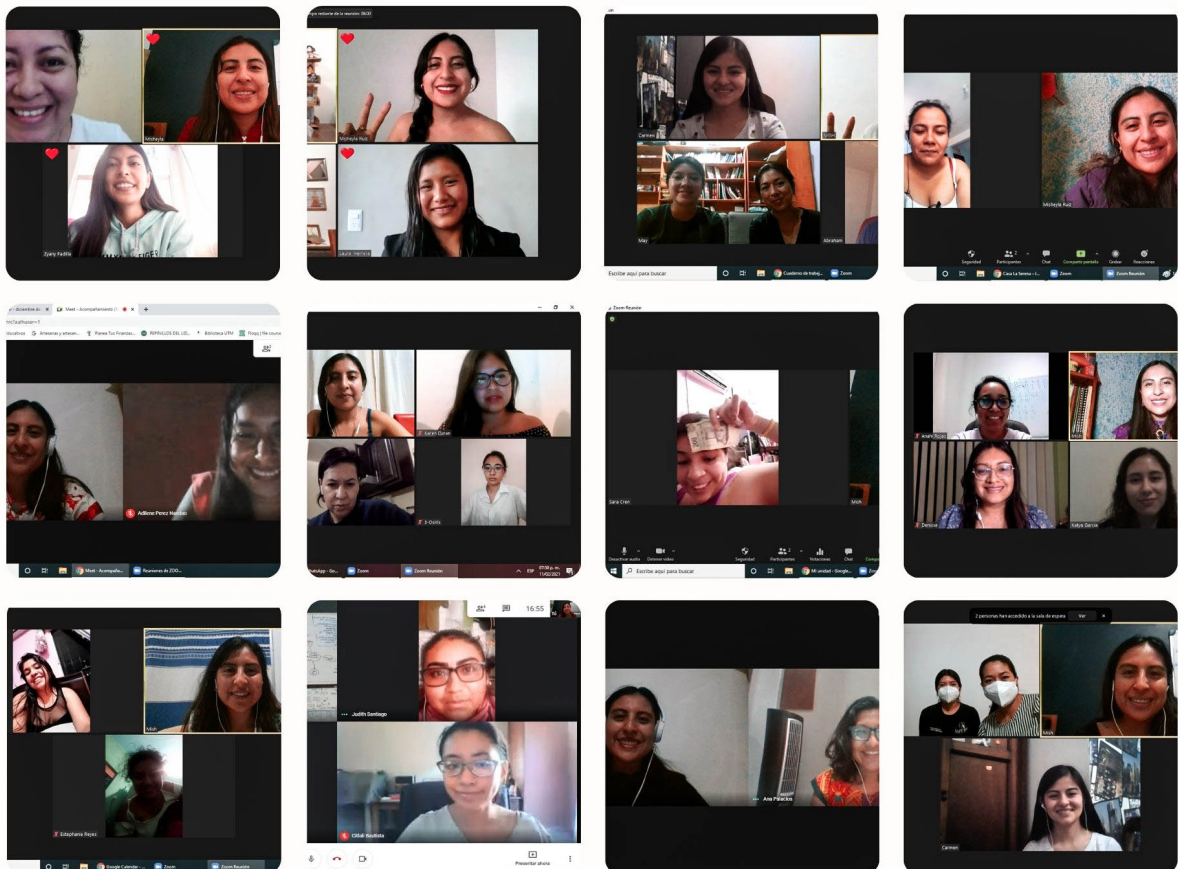
At the bottom of the interface, there is a text prompt: "Haz clic para añadir notas del orador".

## Acompañamiento individual y colectivo

El cuaderno de trabajo virtual, fue el elemento base para las sesiones de acompañamiento personalizado y totalmente flexible a los días, horarios y medios de comunicación de las participantes, se notó la preferencia en horarios muy temprano, al inicio de la jornada, o muy tarde, al cierre de la misma.

Cada sesión tenía una duración de 60 minutos, y en ocasiones dependiendo de las dudas, se extendía.

Se contabilizaron más de 800 horas de acompañamiento.



## Dinamización de los grupos de WhatsApp

Cabe señalar que se crearon siete grupos, uno por cada generación y uno más, para aglutinar a todas las participantes, en un espacio

general vía Whatsapp. Con la intención de hacer una canal con contenido de valor se organizó la semana de la siguiente manera:

**Lunes** de reconocimientos y felicitaciones.

**Martes** de ventas y promociones.

**Miércoles** de tips

**Jueves** de trueque y ayuda mutua.

**Viernes** de Convocatorias.

En los **Miércoles de Tips**, se fortalecieron los contenidos con la estrategia de Microlearning<sup>4</sup>. Se abordaron diferentes temas de interés de las participantes, y ellas también nutrieron el espacio virtual:

- Autocuidado.
- Autoestima.
- Salud Mental.
- Menstruación consciente.
- Educación financiera
- Manejo de redes sociales.
- Desarrollo de equipo humano.
- Prevención de la violencia de género.
- Empresariales.
- Innovación social.

**CONOZCA LA DIFERENCIA ENTRE COSTO, GASTO E INVERSIÓN**

**GASTO**  
Es un egreso que financia una actividad específica en beneficio de la empresa, quedando consumido en ese instante.  
Se espera un ingreso para recuperar el desembolso inicial.  
Se relaciona con las funciones de distribución, administración y financiamiento de la empresa.  
Está conformado por:  
• Gestión  
• Comercialización  
• Ventas  
• Distribución  
Se incorpora al estado de resultados a través del renglón de gastos de ventas, gastos de administración y gastos financieros.

**INVERSIÓN**  
Es un egreso del que se espera obtener un beneficio óptimo en el transcurso de su ejecución.  
Se espera generar ingresos durante más de un ejercicio económico.  
Se relaciona con los recursos utilizados para cumplimiento de fines.  
Está conformado por:  
• Tiempo  
• Capacitaciones  
• Maquinaria y equipos.  
Forma parte del activo inmovilizado de la empresa.

**COSTO**  
Es un egreso de dinero para financiar el proceso de un bien o servicio.  
Se espera de obtención un ingreso futuro.  
Está conformado por:  
• Materia prima  
• Mano de obra  
• Costos indirectos de fabricación.  
Se incorporan al inventario de materias primas, productos en proceso, y/o productos terminados, y se refleja dentro del balance general.

**CLAVES PARA FIDELIZAR TUS CLIENTES**

- 1 IDENTIFICA LOS TIPOS DE CLIENTES**  
Identifica a los distintos tipos de clientes que componen tu cartera de negocio y establece planes personalizados para cada grupo para interactuar mejor con ellos.
- 2 PIENSE EN EL LARGO PLAZO**  
Planifica la relación con el cliente en función de todo el tiempo que va a permanecer haciendo negocios con la empresa. ¡Piensa a largo plazo!
- 3 ESCUCHA LA VOZ DE LOS CLIENTES**  
Es muy importante escuchar las quejas o reclamaciones de los clientes. Hay que valorar todas las críticas. ¡Hay segundas oportunidades!
- 4 ESTABLEZCA UNA COMUNICACIÓN PROACTIVA**  
Comuníquese con los clientes antes de que ellos lo hagan con tu empresa. El diálogo continuo es muy importante para fidelizar al cliente.
- 5 PROPORCIONE UN FLUJO CONTINUO DE VALOR**  
El conocimiento del cliente permite conocer sus necesidades. No dude en proporcionar nuevas herramientas para su negocio o ideas para potenciarlo.
- 6 GENERA COSTES DE CAMBIO**  
Vincula al cliente con tu empresa ya sea a través de costos emocionales relacionados con la confianza o con costos físicos relacionados con el método de trabajo.

**CÓMO ESTABLECER UNA RELACIÓN POSITIVA CON MI CLIENTE**

**MANTÉN UNA COMUNICACIÓN CLARA Y EFECTIVA**

- ENTIENDE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE
- SÉ SINCERO
- REALIZA PREGUNTAS Y CONSULTA INQUIETUDES
- MANTÉN AL CLIENTE INFORMADO
- HAZ REVISIONES DEL PROYECTO
- IMPÚLSATE

Fuente: The Freelancer's Guide 2013 por Bryce Blankin  
contratals

Ejemplo de infografías compartidas

<sup>4</sup> Esta modalidad formativa consiste en dotar de pequeñas píldoras de contenido formativo a la alumna. Este contenido puede tener diversos formatos, como por ejemplo videos, infografías, documentos de texto, aplicaciones móviles o podcasts breves.

## Master Class

Para fortalecer las capacidades de las participantes se ofrecieron 10 sesiones de Master Class, por expertas. El criterio fue que también fueran mujeres, para que se pudieran tener referentes femeninos:

- Liderazgo y cultura organizacional, por la Profesora Iliana Herrera Arellano.
- Marketing para redes sociales, por la agencia de publicidad Arrecife.



## Mentorías

En los espacios de acompañamiento, se invitó a especialistas y organizaciones para resolver dudas puntuales.



*Mentoría por parte de la Profesora Corina Cisneros, para proyectos de residuos*

## Zona de retos

Se provocó la reflexión-acción de las participantes a través de tres retos planteados:

1. Ahorro y manejo de finanzas personales: Consistió en que cada una de las participantes imaginara qué le gustaría conseguir, alguna mejora para su proyecto, o la adquisición de algún insumo, con su respectiva cantidad monetaria. Se incentivó el aprendizaje colectivo.
2. Acción colectiva: Al inicio del programa se generaron equipos de trabajo organizados de acuerdo al giro empresarial. Se les pidió identificar una necesidad común y diseñar una acción que pudieran implementar durante 4 semanas. Los resultados se detallarán en el siguiente apartado.
3. Amiga secreta: Se planteó el objetivo de propiciar la confianza mutua entre participantes al incentivar la colaboración y comunicación interna mediante la creación de redes de amistad. Los resultados se detallarán en el siguiente apartado.



*Evidencias de las alcancías.*

# 5. Estrategia de Difusión

Desde el programa de fortalecimiento empresarial consideramos que un pilar fundamental en el éxito de los proyectos que se acompañan es una buena estrategia de comunicación que permita, no solo difundir los resultados obtenidos, ó la consecución de ventas, sino también inspirar a más personas a ser parte de este gran movimiento en pro de un mundo mejor.

Por lo tanto, el objetivo del plan de comunicación fué visibilizar y promover el proyecto de fortalecimiento empresarial, mediante experiencias de mujeres líderes que han formado parte de él.

*“Es muy bueno que entre nosotras conozcamos nuestros proyectos, pero ¿Por qué no unir a los y las demás a esta mágica experiencia?”*

(Participante de LILA).

Los mensajes claves fueron:

El proyecto LILA, ayuda a las mujeres universitarias a reducir el riesgo de fracaso de sus proyectos mediante la facilitación de un programa de fortalecimiento empresarial

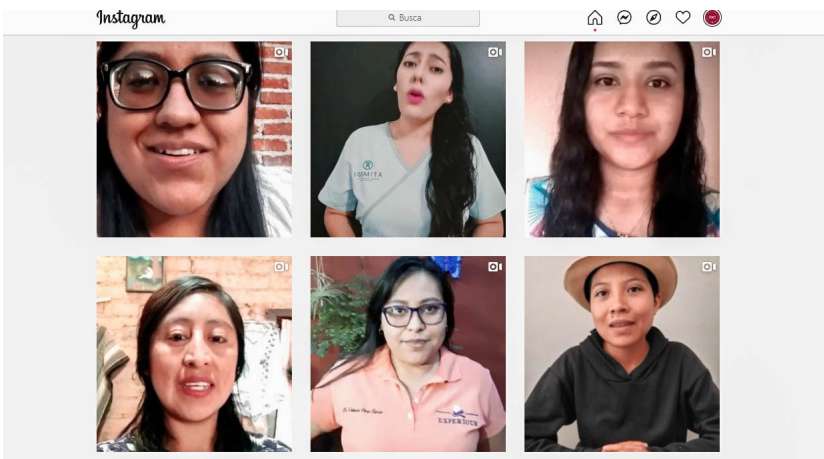
Las mujeres universitarias que experimentaron el programa de fortalecimiento empresarial tienen nuevas perspectivas sobre la economía social y solidaria.

Es viable Implementar proyectos de Economía Social y Solidaria.

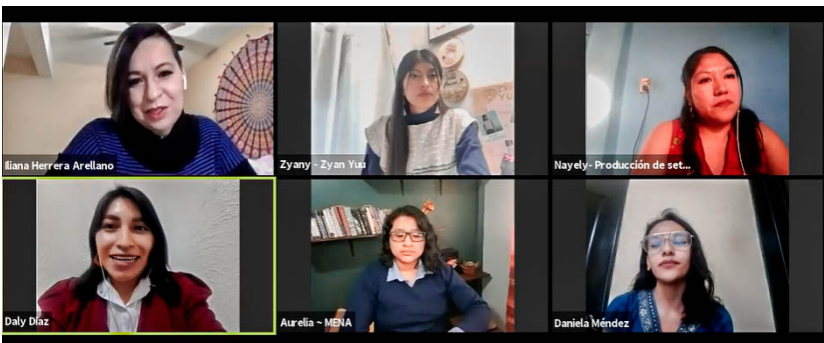
## Medios de difusión



Entrevista en radio con Amira Cruz, transmitido en Facebook y dos radiodifusoras locales.



Video pitches compartidos en la cuenta oficial de instagram Ecoosmx



10 Entrevistas, transmitidas en redes sociales (Facebook) y por Stereo Uno y Radio Mar de <https://grupofmradios.com/>

Video Pitches para stories y feed en instagram.

2 Foros en alianza con la Dirección de Economía del Municipio de Oaxaca de Juárez y con Make Sense, que en conjunto suman más de 5 mil reproducciones en redes sociales:

- Vídeo promocional <https://fb.watch/42cvkyPIDr/>
- 1er Foro LILA <https://fb.watch/42bFngfcdx/>
- 2do Foro LILA <https://fb.watch/42bzrzboBJ/>

# 6. Impulso de la Comunidad

Si caminamos solas podemos llegar más rápido, pero si vamos acompañadas podemos llegar más lejos, tejer alianzas se vuelve imprescindible en un proceso transformador, es decir, para poder enfrentar los retos es necesario crear comunidad, una comunidad vista como un conjunto de personas que confluyen en un mismo espacio, y que cuentan con características similares en donde se fomentan valores cooperativos.

Conscientes de que para poder generar alianzas y propiciar la intercooperación es necesario que las participantes se conozcan e interactúen entre ellas en un ambiente de confianza, el programa consideró encuentros formales e informales con el objetivo de fomentar relaciones interpersonales de amistad, tales encuentros fueron los siguientes:

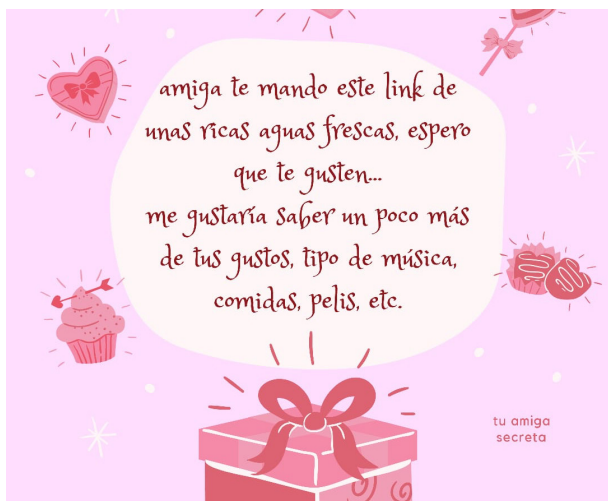
## Amiga secreta

Dentro de un apartado llamado Zona de Retos, se desarrolló la actividad de la amiga secreta que tuvo como objetivo propiciar la confianza mutua entre participantes al incentivar la colaboración y comunicación interna mediante la creación de redes de amistad.



Diagrama 6.1 Dinámica Amiga secreta, programa Lila 2020

Durante el programa, las participantes, intercambiaron presentes virtuales que permitieron a todas sentirse conectadas e identificadas, por lo que en las sesiones de formación, todas se sentían cómodas y en confianza.



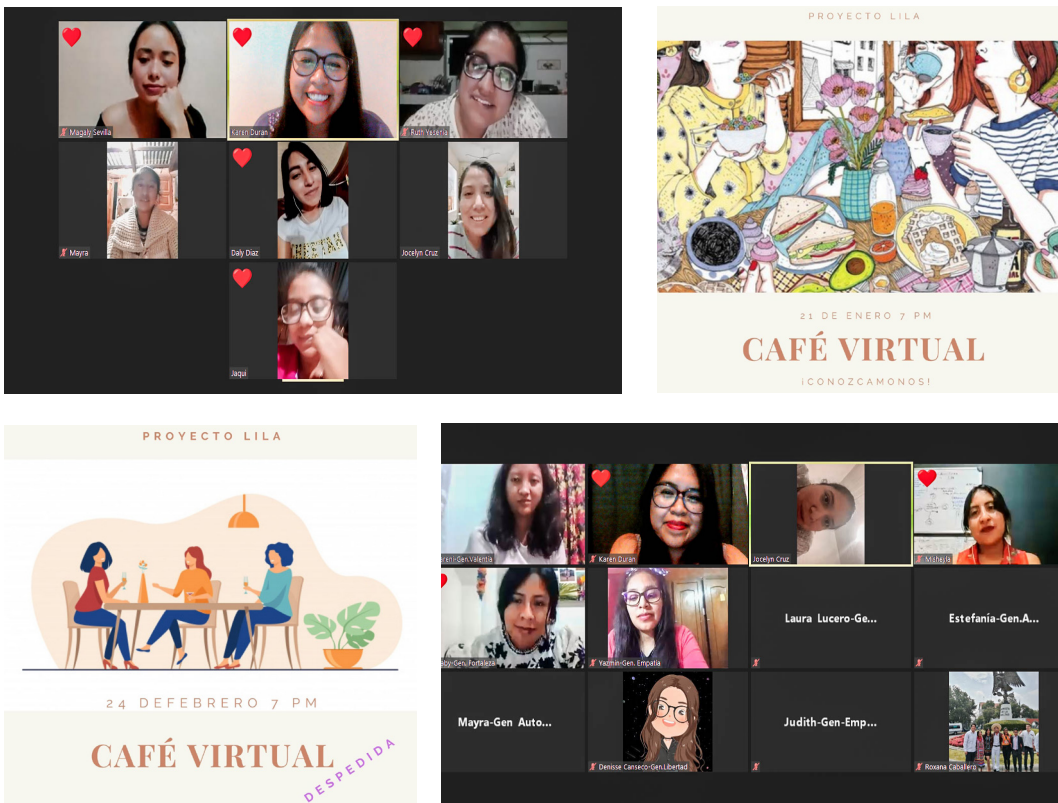
Evidencias de regalos intercambiados por las participantes durante la dinámica de amiga secreta.

## Café virtual

Los encuentros virtuales denominados “Café virtual” nacieron con la inquietud de seguir dinamizando la interacción entre orientadoras-participantes y participantes-participantes.

El objetivo es propiciar un punto de encuentro con las participantes del programa LILA para que puedan fortalecer lazos de amistad y colaboración.

Los encuentros virtuales tuvieron una duración aproximada de 1 hora a 2 horas, por la plataforma zoom, los días jueves en un horario previsto de 19:00 a 20:30 hrs.



*Evidencias cafés virtuales programa liderazgo en acción.*

Como resultado, se fortaleció la comunidad de mujeres empresarias, existe un intercambio de productos entre ellas y se abrió la posibilidad de trabajar en conjunto en nuevos proyectos y en pro de sus emprendimientos.

## Acción colectiva

Con el referente de la creación de un espacio de confianza en el que las participantes pudieran expresarse e interactuar libremente, también se fomentó el trabajo en equipo y una actividad que impulsó una acción que les permitiera tener una experiencia vivencial de los principios y valores cooperativos: la acción colectiva, la cual también formó parte de la estrategia: Zona de retos.

La acción colectiva consta de una actividad que beneficia directamente a las integrantes de los equipos de trabajo, se identifican los siguientes momentos:

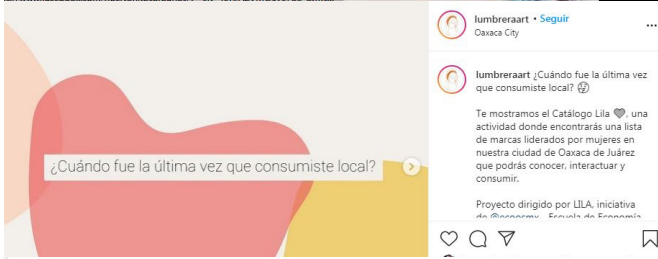
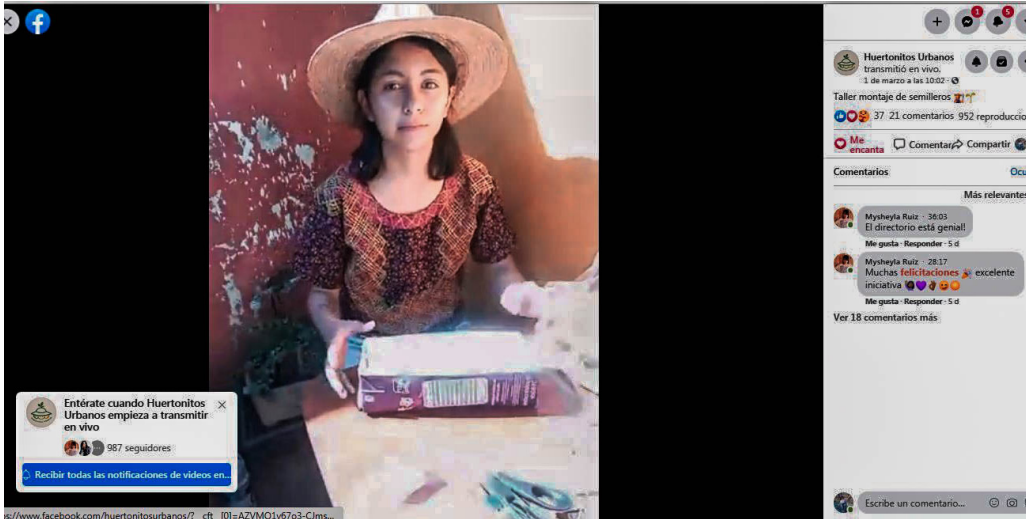
1. Integración de los equipos de trabajo de acuerdo a los giros de proyectos.
2. Identificación de una necesidad colectiva.
3. Diseño de una estrategia de aplicación colectiva.
4. Documentación de la actividad.
5. Sesiones de acompañamiento y monitoreo de la actividad.
6. Compartencia de resultados en plenaria.

Se contabilizaron 20 acciones colectivas durante todo el programa, entre las que destacan:

1. Catálogos virtuales.
2. Give Away.
3. Sesiones fotográficas colectivas y colaborativas.
4. Sesiones informativas entre ellas.
5. Difusión y recomendación en redes sociales.
6. Talleres virtuales colaborativos.
7. Creación de contenidos informativos.



Evidencia de la acción colectiva  
FASE 1: LA INVESTIGACIÓN Y EXPERIMENTACIÓN



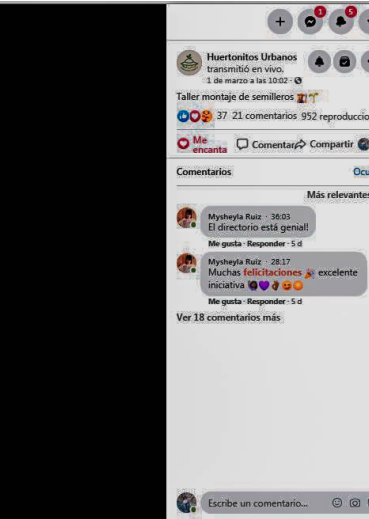
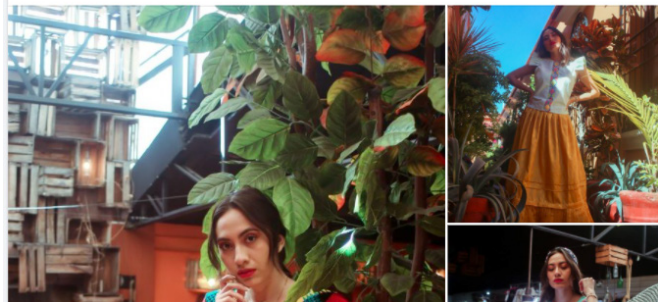
**Zyan Yuu**  
19 de febrero a las 10:48 · 🌐

Hace unas semana atrás hicimos esta acción colectiva con mujeres muy talentosas. Hicimos una sesión fotográfica combinando las creaciones de: [Benshap](#), [Huipilito Textiles](#), [Flor y Cadenilla](#). y [Zyan Yuu](#) ❤️

¿A poco no, el resultado es increíble? 🤩

Vayan y conozcan cada uno de los proyectos de mis compañeras, dejaremos en la descripción de cada foto que pieza es de cada marca ✨

También agradecemos enormemente a [ECOOS - Escuela de Economía Social](#) por brindarnos todo su apoyo y conocimientos. Y por abrir espacios seguros donde se puedan crear lazos colaborativos. ❤️🌈



Xol Xol Quevedo está con Libelula Azul y 2 personas más.  
26 de febrero a las 20:05 · 🌐

Continuando con la información informativa sobre la Violencia de género, el Equipo ULA, de la Escuela de ECOOS - Escuela de Economía Social, les brinda la siguiente información sobre la VIOLENCIA POLÍTICA 🙌🏻



¿Qué tipos de violencia contra las mujeres existe?

**1 La violencia económica**

¿Qué es?

Corresponde a cualquier acción o acciones (sean estas directas o indirectas) que buscan restringir o eliminar los recursos económicos/patrimoniales, mediante la limitación (por ejemplo, las mujeres no pueden tener propiedades o hacer uso de su dinero o de sus derechos). Este tipo de violencia es de las más comunes aunque no pareciera, e incluye todo tipo de acto que genere limitaciones económicas con la intención de controlar el dinero o privar de medios económicos para vivir de forma autónoma.

¿Cómo se manifiesta?

- Cuando alguien impide el crecimiento profesional o laboral de las mujeres, como forma de limitar sus ingresos económicos.
- Cuando se les paga menos que a un hombre por las mismas responsabilidades o actividades.
- Cuando se ven obligadas a asumir solas el cuidado y la manutención de los hijos/as.
- Cuando su pareja controla todos los gastos del hogar y se apropia de todo el patrimonio familiar.

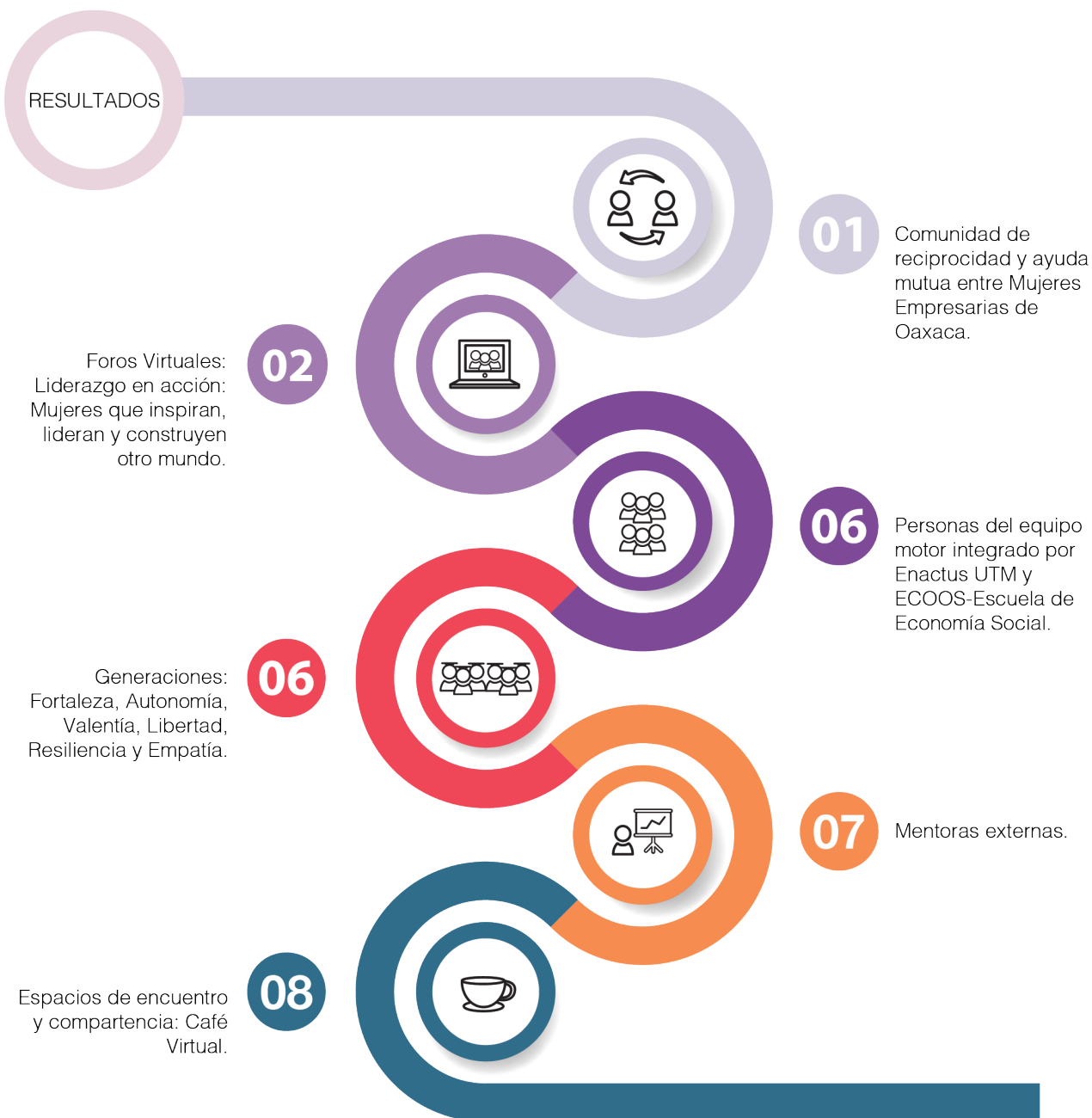
¿Cuáles son las consecuencias?

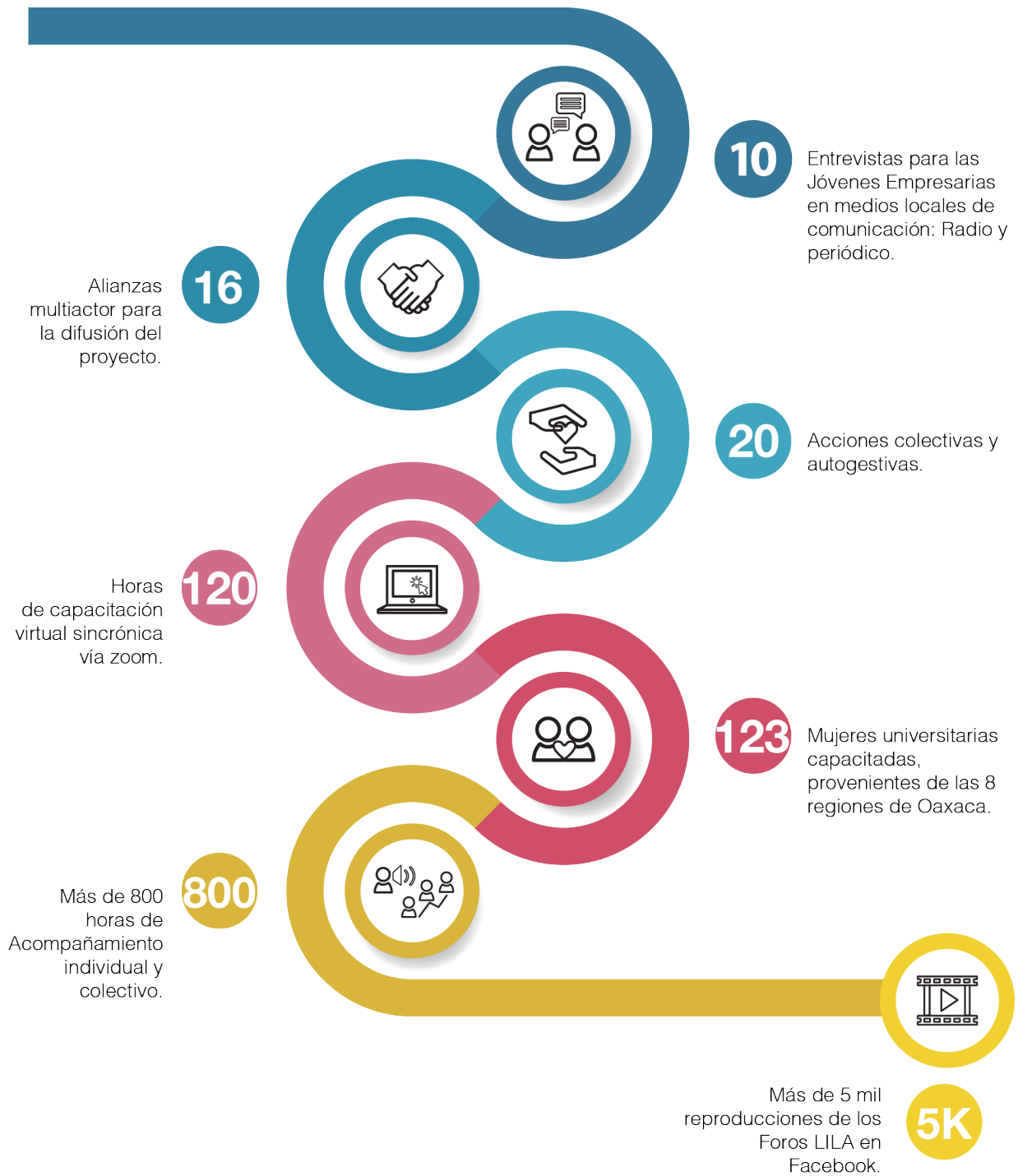
- ✓ Cuando una mujer es víctima, presenta efectos desfavorables en su autoestima y autonomía para tomar decisiones.
- ✓ Se encuentra vulnerable para ser víctima de otros tipos de violencia como la física y sexual.
- ✓ Le es difícil tomar la decisión de denunciar y alejarse de su agresor, al no tener recursos económicos y poseer un patrimonio que le garantice su supervivencia y la de sus hijos/as.

¡Gracias por leerlo!

Evidencias de la acción colectiva

# Resultados





# Evidencia fotográfica

## Mujeres





UWNÁ  
mujeres en el arte

Diseño Editorial / Diseño Gráfico  
elaborado por:

**Colectivo UWNÁ**  
*Mujeres y niñas liberadas en el Arte.*

Colectivo becado por el  
Proyecto Lila.

**Contacto:**  
FB e IG @uwna.arte  
uwna.colectivo.arte@gmail.com

## Referencias

- (s.f.). POBLACIÓN INDÍGENA - Dirección General de Población de Oaxaca. Se recuperó el febrero 28, 2021 de <http://www.digepo.oaxaca.gob.mx/recursos/revistas/revista42.pdf>
- (2021, enero 25). Más de 126 millones de mexicanos y otros datos ... - Forbes México. Se recuperó el febrero 28, 2021 de <https://www.forbes.com.mx/noticias-cuantos-mexicanos-somos-censo-2020-inegi/>
- (2020, enero 22). Alerta de Violencia de Género contra las Mujeres | Instituto Nacional .... Se recuperó el febrero 28, 2021 de <https://www.gob.mx/inmujeres/acciones-y-programas/alerta-de-violencia-de-genero-contra-las-mujeres-80739>
- (s.f.). Indicadores de Desarrollo Humano y Género en México - UNDP. Se recuperó el febrero 28, 2021 de <https://www.undp.org/content/dam/mexico/docs/Publicaciones/PublicacionesReduccionPobreza/InformesDesarrolloHumano/DHyG%20baja%20res.pdf>
- (s.f.). Las mujeres en Oaxaca. Se recuperó el febrero 28, 2021 de [http://www.diputados.gob.mx/documentos/Congreso\\_Nacional\\_Legislativo/delitos\\_estados/Las\\_Mujeres\\_Oaxaca.pdf](http://www.diputados.gob.mx/documentos/Congreso_Nacional_Legislativo/delitos_estados/Las_Mujeres_Oaxaca.pdf)
- (s.f.). No todas las desigualdades son visibles: el verdadero valor del .... Se recuperó el febrero 28, 2021 de <https://www.oxfam.org/es/no-todas-las-desigualdades-son-visibles-el-verdadero-valor-del-trabajo-de-cuidados>