

Dossier



Guía para incluir el enfoque de género en los proyectos de emprendimiento en el marco de la Economía Social y Colaborativa

© Copyright 2021. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua (UNAN-Managua)
Todos los derechos reservados



**“Especialización en Gestión de Iniciativas Económicas
Colaborativas y Economía Social en Centroamérica”**

**Guía para incluir el enfoque de género en los
proyectos de emprendimiento en el marco de la
Economía Social y Colaborativa**

Dinamia S. Coop (España)



Marzo 2021

INDICE

OBJETO DE LA GUIA.....	3
ECONOMÍA COLABORATIVA Y GÉNERO	4
ECONOMIA SOCIAL Y SOLIDARIA Y GÉNERO	5
MARCO CONCEPTUAL	6
LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN LA EMPRESA	8
EL PLAN DE IGUALDAD	11
EL EMPRENDIMIENTO CON PERSPECTIVA DE GÉNERO	14
AUTO TEST PARA MEDIR EL ENFOQUE DE GÉNERO DE NUESTRO PROYECTO	15
INDICADORES DE GÉNERO	16
CANVAS FEMINISTA.....	17
CANVAS: ¿QUÉ?	18
CANVAS ¿A QUIEN?.....	19
CANVAS ¿CÓMO?.....	20
CANVAS ¿CUÁNTO?.....	21
CONSIDERACIONES FINALES	22
ANEXO: ALGUNOS SOPORTES UTILES PARA ELABORAR UN PLAN DE IGUALDAD	24

OBJETO DE LA GUIA

Esta Guía tiene por objeto ayudar a las personas que desarrollan proyectos de emprendimiento en el marco de la Economía Social y Colaborativa, a entender la importancia de la igualdad entre hombres y mujeres dentro de las empresas y reforzar el enfoque de género de sus proyectos y organizaciones.

La Guía se ha elaborado en el marco del proyecto INICIA y es el resultado del trabajo realizado por DINAMIA S. COOP, como servicio de apoyo para mejorar el enfoque de género de los proyectos de emprendimiento de los estudiantes del curso de **“Especialización en Gestión de Iniciativas Económicas Colaborativas y Economía Social”**.

Esperamos que la Guía sea un instrumento útil y pueda ser aplicada en términos prácticos, a los proyectos nacidos o desarrollados en el ámbito de la Economía Colaborativa y Social y Solidaria en toda América Latina así como la Unión Europea.

Los objetivos de la Guía son:

1. Sensibilizar a personas emprendedoras y relacionadas con el mundo productivo sobre la necesidad de incorporar el enfoque de género en los proyectos empresariales, con el fin de dotarles de equidad y herramientas de gestión innovadoras.
2. Mostrar la conexión entre los principios de la Economía Social y Solidaria y la perspectiva de género, reforzando el vínculo entre Economía Colaborativa y el necesario enfoque de género, sin el cual no puede existir un modelo de economía sostenible .
3. Generar una herramienta útil para la mejora del impacto de género de los proyectos de emprendimiento y productivos en el marco de la Economía Colaborativa y Social y Solidaria.

Ante las desigualdades, las posiciones neutras perpetúan la discriminación e incluso pueden aumentarla. Por ello es estratégico adoptar una postura coherente y beligerante en todos los ámbitos académicos y empresariales para garantizar la visibilidad de las mujeres, los principios de la no discriminación y entender y aplicar el enfoque de género como una herramienta clave del desarrollo socio-económico de los países

ECONOMÍA COLABORATIVA Y GÉNERO

La investigadora catalana Mayo Fuster Morell en su ensayo “Una nueva economía social, procomún, feminista y ecológica”¹ afirma que una "característica de la producción colaborativa es su ambivalencia: puede tomar forma de economía social y hacer escalar modalidades cooperativas, o surgir del más feroz corporativismo de corte capitalista.

Es cierto que en estos momentos de desarrollo de la Economía Colaborativa bajo un sistema dominante capitalista, se desarrollan a mucha más velocidad modelos de negocio tipo Uber o AirBnB que otros modelos más basados en el intercambio y el bien común, amparados para fórmulas de Economía Social. En estos modelos de economía de los comunes, no hay un "mercado libre" donde un/a consumidor/a individual pueda demandar y recibir ofertas de emprendedores individuales para beneficiarse de bienes gratuitos o baratos gracias a la tecnología moderna. Lo que implican estos modelos es la responsabilidad compartida en el cuidado y el tejido de redes para una economía procomunal. En estos modelos se incorporan los cuidados, la producción pero también la reproducción social y la corresponsabilidad como eje básico de un modelo económico sostenible y equitativo.

Las mujeres vienen generando este tipo de prácticas comunitarias desde hace siglos, en distintas comunidades y territorios. La Economía colaborativa no es nada nuevo, se lleva practicando desde hace siglos en comunidades indígenas, campesinas, barrios urbanos.... La incorporación de la tecnología la hace más rápida, más eficiente y sobretodo la globaliza ampliando su alcance. El reto es que esta digitalización no la pervierta, manteniéndose la principal de sus características: la Equidad.

Bajo este modelo, los servicios y bienes producidos (físicos y/o digitales) tienen en cuenta no solo los aspectos técnicos y económicos sino también los reproductivos y afectivos, porque todos ellos son necesarios para el sostenimiento de la vida. Las empresas por tanto, deben dar respuesta a las necesidades humanas y sociales tomando en cuenta todos estos elementos. Y solo las organizaciones basadas en modelos económicos controlados democráticamente, tanto por las personas que las integran (trabajadores-as), como por aquellas que utilizarán sus servicios (clientes o consumidores-as) serán eficientes y sostenibles.

¹ “Una nueva economía social, procomún, feminista y ecológica”, Mayo Fuster, 2018

ECONOMIA SOCIAL Y SOLIDARIA Y GÉNERO

Esos principios y valores de la Economía Social y Solidaria pueden agruparse en cinco planos:

1. **Asociatividad.** Alude a la voluntad de vinculación con otros para responder a los requerimientos de la actividad que se va a realizar. La asociatividad se manifiesta dentro de la empresa en la acción colectiva de sus miembros y fuera de la misma, en la vinculación a otras empresas con las que se comparten principios, valores y compromiso social.
2. **Empoderamiento.** Se refiere al conocido principio del cooperativismo que dispone la primacía de las personas y el fin social sobre el capital (Resumido generalmente como “una persona, un voto). Implica la gestión democrática y participativa, estableciendo las correspondientes salvaguardas ante cualquier forma de discriminación (por género, raza, etnia, origen social, etc.). Abarca todos los ámbitos de la gestión de la empresa u organización, como las condiciones de trabajo, la conciliación laboral/familiar, etc.
3. **Equidad.** Implica la distribución proporcional de los excedentes producidos por la empresa en su actividad, en la remuneración del trabajo realizado, ajustada a la continuidad del proyecto (reversión) y al fin social perseguido (calidad del producto/servicio). Eso implica que los abanicos salariales deberían ajustarse a unas proporciones socialmente justas. Supone también el mantenimiento de unas condiciones contractuales y de empleo dignas.
4. **Sostenibilidad.** Supone un compromiso contrastado con mantenimiento de las condiciones medioambientales en que se desenvuelve la actividad. Además, una práctica coherente con el uso adecuado de los recursos utilizados y los residuos producidos.
5. **Viabilidad.** Una condición básica de todo emprendimiento, desde el momento del diseño, es la definición y prolongación en el tiempo de unas condiciones económicas de funcionamiento (entre ellas la productividad) que garanticen la continuidad del negocio.

Las empresas de la Economía Social y Solidaria proponen que:

- La economía esté al servicio de las personas, del bien común, de la sostenibilidad de la vida y que garantice la atención y cuidado de quién lo necesite.
- Trabajan para que los territorios redefinan su modelo de desarrollo con el fin de construir sociedades más equitativas, inclusivas, social y ambientalmente sostenibles y se hacen corresponsables para lograr una gestión comprometida, democrática y participativa de los bienes públicos y comunes.

MARCO CONCEPTUAL

Entre los retos que enfrenta la Economía y la organización de las actividades económicas en el siglo XXI se encuentra la superación del binomio “Trabajo productivo-Trabajo Reproductivo” por un nuevo concepto de ***Trabajo Corresponsable***, que asegure tanto la producción de bienes y servicios, como la sostenibilidad de la vida.

Trabajo productivo: es la actividad reglamentada y reconocida jurídica y socialmente, a partir de la Revolución Industrial, como aquella que tiene una remuneración económica. Queda pues así, fuera de dicho concepto, la actividad, tradicionalmente realizada por las mujeres, en el ámbito doméstico/privado y que está vinculada al cuidado de las personas.

Trabajo reproductivo: es la actividad no mercantilizada que tiene como objetivo la reproducción de la vida y que, en su sentido más amplio, abarca todas las tareas, funciones y responsabilidades del hogar, el cuidado de las personas que lo integran así como el mantenimiento y transmisión de los códigos identitarios. El trabajo reproductivo comprende aquellas actividades o tareas imprescindibles o necesarias para el mantenimiento de las personas pero que, sin embargo, no son contabilizadas entre las actividades productivas. Son trabajos realizados mayoritariamente por las mujeres que incluyen el cuidado de personas dependientes.

La Corresponsabilidad es la asunción equitativa por parte de hombres y mujeres de las responsabilidades, derechos, deberes y oportunidades asociados al ámbito de lo privado, lo doméstico, el parentesco y los cuidados, con el fin de distribuir justamente los tiempos de vida. Esto conlleva que tanto mujeres como hombres puedan dedicar tiempo al trabajo remunerado, al familiar, al doméstico, así como disponer de tiempo propio.

La aplicación de políticas de corresponsabilidad y conciliación conlleva ventajas o beneficios en diferentes ámbitos, que redundan en una mejora de la productividad y competitividad de la empresa:

- **Aplica nuevas formas de organización del trabajo innovadoras y adaptables al cambio**

Trabajo basado en objetivos y resultados y no en el cumplimiento de horarios; uso de tecnologías de la información y comunicación; organización de espacios

colaborativos de trabajo, abiertos y que tomen en cuenta las necesidades de las personas (hombres y mujeres).

- **Mejora el clima laboral y la productividad socialmente sostenible**

Genera una mayor satisfacción de las personas, que ven sus necesidades en el centro de la organización, lo que contribuye a mejorar el clima de trabajo y refuerza el compromiso con los objetivos de la empresa.

- **Mejora la imagen pública de la empresa**

En una sociedad cada vez más concienciada y sensibilizada con la igualdad y los impactos sociales y ecológicos de la actividad productiva, la aplicación de medidas de corresponsabilidad y conciliación mejora la imagen de la empresa y su posicionamiento como actor socialmente responsable.



LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN LA EMPRESA

Las cuestiones relativas al género dentro de los entornos empresariales suelen ser percibidas como ajenas y de difícil incorporación, como un esfuerzo que conlleva la inversión de recursos materiales, humanos y económicos más que como un valor añadido; sin embargo son muchos los niveles que pueden beneficiarse de una transformación de las empresas en esta línea.

Incorporar la perspectiva de género supone reconocer las relaciones de desigualdad que se establecen entre hombres y mujeres en la sociedad y participar en los esfuerzos por transformar los entornos en los que las empresas desarrollan su actividad.

En el actual contexto internacional de toma de conciencia de las desigualdades en base al género, sumar esfuerzos en esta línea, visibilizarnos y ponerlos en valor favorece el reconocimiento social de estas empresas.

Si se asume además que las empresas no son espacios ajenos a las desigualdades de su entorno y que las desigualdades de género permean al interior de la entidad, se podrá realizar una mejor gestión de las Personas a diferentes niveles:

- Selección de personas: Tomar conciencia de los sesgos inconscientes de género que funcionan en los procesos de selección así como de la feminización y masculinización de determinadas profesiones y cargos, implica que en ocasiones **se pierda talento al no favorecer la incorporación de las mujeres**. A través de c.v. ciegos, tribunales paritarios o acciones positivas se favorecerá que los procesos de selección sean más igualitarios y que tanto hombres como mujeres tengan las mismas oportunidades de entrar a formar parte de nuestros equipos.
- Retener el talento: Las desigualdades de género resultan en un reparto desequilibrado de las tareas de cuidado siendo las mujeres las que en mayor medida asumen el cuidado de las personas dependientes de sus núcleos familiares; es por esto que muchas mujeres abandonan su carrera profesional cuando son madres. Establecer medidas de conciliación de la vida familiar y laboral no sólo facilitará que las mujeres permanezcan en nuestras empresas sino que aumentará el sentimiento de pertenencia tanto de los varones como de las mujeres en relación a las facilidades que la empresa les ofrece, aumentando su compromiso y su productividad.
- Clima laboral: Un entorno laboral con medidas de conciliación adaptadas a las características y necesidades de la plantilla de cada empresa, limita las

tensiones que puedan producirse con la plantilla en relación a esta cuestión y reduce el número de bajas por estrés y depresión, problemas de salud mental habituales en personas cuidadoras. Contar además con protocolos de acoso en razón de sexo y diversidad sexual combinado con campañas de sensibilización contra estas agresiones, crea un ambiente de trabajo más proclive a la colaboración y limita también el número de bajas por depresión así como los casos de mobbing.

- Gestión de la diversidad: Contar con medidas de conciliación y favorecer que los espacios de trabajo sean lugares seguros para que tanto las mujeres como las personas LGTBI puedan desarrollarse laboralmente favorece la colaboración y retiene el talento. El saber que se está dentro de un espacio de trabajo donde se cuida la diversidad genera un espacio colectivo más comprometido y, por tanto, más productivo. La simple asunción de la diversidad dentro de las entidades es el primer paso para favorecer la gestión la misma.

La incorporación de la perspectiva de género supone además una herramienta de posicionamiento estratégico.

La existencia de un espacio laboral que incluye la diversidad de personas desde el punto de vista de género, orientación sexual, culturas, etnias, etc, facilita que las organizaciones y empresas sean más operativas y eficientes ya que los equipos diversos son más creativos, con mayor capacidad de adaptación al cambio y más adaptados al entorno ya que éste es heterogéneo.

Además nuestro mercado (nuestros clientes) no suele ser homogéneo por lo que contar con equipos de personas tan diversas como nuestra clientela favorece la fidelización, la personalización de la comunicación y de la interacción así como permite ajustar la cartera de servicios y productos y la publicidad que se realiza de los mismos. Se favorece así la detección y el posicionamiento en nichos de mercado innovadores y novedosos.

Tomar conciencia de las desigualdades de género que operan en la sociedad permite ajustar el análisis del impacto que van a tener nuestras actuaciones. Un posicionamiento desde la igualdad de género nos permite además posicionarnos de forma favorable en el mercado especialmente ante determinados segmentos de la población e instituciones.

Es por todo esto que más allá de principios de justicia social la incorporación de la perspectiva de género en el trabajo diario de las empresas debe ser entendida como un proceso de innovación y posicionamiento estratégico.

Estas medidas y consideraciones brevemente expuestas más arriba pueden ser materializadas a través de la elaboración del *Plan de Igualdad de la Empresa*. Teniendo en cuenta lo anterior podemos afirmar que **un Plan de Igualdad** no es un documento que forme parte de la Responsabilidad Social Corporativa de una empresa o un documento necesario para cumplir la Ley, sino que es un elemento de innovación. Además, el proceso de desarrollo del plan favorece la detección de líneas de mejora en la organización interna (comunicación, coordinación, clima laboral...) así como sistematiza, comunica y pone en valor medidas de conciliación que ya pueden estar operando dentro de la empresa, para actualizarlas, modificarlas y consensuarlas con la plantilla.

EL PLAN DE IGUALDAD

Un Plan de igualdad es un conjunto ordenado de medidas cuyo objetivo es la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en la organización, así como la eliminación de cualquier discriminación o desigualdad por razón de sexo.

Las características de todo plan son:

- ✓ **Colectivo-Integral:** pretende incidir positivamente no sólo en la situación de las mujeres sino en toda la plantilla.
- ✓ **Transversal:** implica a todas las áreas de gestión de la organización.
- ✓ **Dinámico:** es progresivo y está sometido a cambios constantes.
- ✓ **Flexible:** se confecciona a medida, en función de las necesidades y posibilidades de cada empresa, para lo que se diagnostica la situación de partida
- ✓ **Temporal:** Tiene una duración determinada, tras la que se procederá a su revisión y actualización

La Subdirección General para el Emprendimiento, la Igualdad en la Empresa y la Negociación Colectiva de Mujeres, perteneciente al Instituto de las Mujeres (Ministerio de Igualdad) de España, publicó en enero de 2021, una Guía para elaborar Planes de Igualdad, de la que extraemos a continuación algunas herramientas y Fases, a tomar en cuenta:

Fase I – Diagnóstico

El objetivo del Diagnóstico es identificar en qué medida la igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres está integrada en el sistema general de gestión empresarial o ha sido tomada en cuenta en el diseño del Plan de Empresa.

Para ello es necesario:

1. Hacer visible la situación de partida de la plantilla (hombres y mujeres) y detectar una posible segregación horizontal y/o vertical.
2. Analizar los efectos que para mujeres y hombres tienen el conjunto de las actividades de los procesos técnicos y productivos, la organización del trabajo y las condiciones en que este se presta. Incluyendo, además, la prestación del trabajo habitual, a distancia o no, en centros de trabajo ajenos o mediante la utilización de personal cedido a través de contratos de puesta a disposición, y las condiciones, profesionales y preventivas, en que este se preste.
3. Detectar si existen discriminaciones o desigualdades en las prácticas de gestión de recursos humanos cuando se dirigen a mujeres o a hombres.

4. Formular recomendaciones y propuestas de acción tendentes a corregir las desigualdades o necesidades detectadas y determinar ámbitos prioritarios de actuación que sirvan de base para la definición de las medidas que integrarán el plan de igualdad.

La finalidad del diagnóstico será, por tanto, la de identificar y estimar la existencia y magnitud de las desigualdades, desventajas, dificultades y obstáculos, que se dan, o que puedan darse en la empresa, para conseguir la igualdad efectiva entre mujeres y hombres, obteniendo la información precisa para diseñar medidas dirigidas a corregir dichas desigualdades.

Fase II – Diseño del Plan de Igualdad

Diseñar el plan de igualdad implica definir la política de la empresa sobre el principio de igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres a partir de los resultados obtenidos en el diagnóstico de situación.

Los planes de igualdad tienen como objetivo general alcanzar la igualdad de trato y oportunidades, eliminando cualquier posible discriminación por razón de sexo en el ámbito de la empresa. Con esta finalidad se definirán objetivos específicos, cuantitativos y cualitativos, necesarios para dar respuesta a las desigualdades y necesidades de mejora detectadas en el diagnóstico.

Una vez definidos los objetivos específicos para cada materia o área de mejora, se determinarán las medidas para su consecución. Al planificar las medidas, se recomienda tener en consideración:



Fase III – Diseño del Sistema de Seguimiento del Plan

En el documento final del plan de igualdad, junto con la fijación de objetivos y la definición de medidas, se detallará el sistema de seguimiento, cuya finalidad es verificar el cumplimiento de las medidas previstas y la consecución de los objetivos marcados. Para ello, es necesario definir los indicadores de medición e instrumentos de recogida de información. También se elaborarán los informes de seguimiento periódicos que incluyan análisis y valoración de la ejecución, así como propuestas de modificación o mejora. Estos informes servirán de base para la evaluación del plan.

10 Acciones para la Igualdad

Algunos ejemplos de medidas y acciones para evitar la discriminación y fomentar la igualdad en la empresa:

Acciones	
1	Evitar la discriminación por sexo en los procesos de selección de personas (anuncios de empleo, entrevistas y pruebas, descripción y valoración de los puestos de trabajo)
2	Evitar discriminaciones en el acceso a la formación, en las retribuciones, en la evaluación del desempeño y en la comunicación interna
3	Asegurar sistemas de promoción y desarrollo de la carrera profesional que no sean discriminatorios
4	Adaptar los horarios, ofrecer medios para la conciliación de la vida personal y laboral
5	Facilitar medios para la aplicación práctica de las medidas de igualdad
6	Contar con protocolos contra el acoso sexual en el trabajo
7	Seleccionar proveedores que contribuyan a la igualdad de género
8	Realizar una publicidad no sexista de los productos de la empresa
9	Utilizar un lenguaje no sexista tanto en los documentos internos como externos de la organización
10	Contar con un Plan de Igualdad y evaluar periódicamente el avance de sus medidas

EL EMPRENDIMIENTO CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

- Emprender utilizando fórmulas de Economía social y solidaria y Economía Colaborativa
- Favorecer los procesos de empoderamiento de las mujeres
- Aplicar Valores: colaboración versus competencia
- Ser conscientes de que estamos insertas en una economía de mercado pero existen muchos matices de la misma
- Analizar los efectos que tienen en este contexto las tecnologías, la globalización y nuevos conceptos como la Economía Feminista
- Explorar y aplicar la innovación social
- Incorporar medidas de conciliación, corresponsabilidad, cuidado de la vida y de las personas

Cuando se redacta el Proyecto empresarial es conveniente autoanalizar su enfoque de género de una manera crítica y constructiva. Para ello proponemos realizar este auto-test en las distintas fases de elaboración del mismo.

AUTO TEST PARA MEDIR EL ENFOQUE DE GÉNERO DE NUESTRO PROYECTO

I. Identificación de la idea de negocio

1. ¿Se identifican a “las mujeres” como un grupo específico en relación al producto/servicio?
2. ¿La problemática/necesidad a la que responde el proyecto es relevante para las mujeres?
3. ¿Se han identificado sesgos, estereotipos o prejuicios machistas relacionados con los productos/servicios que desarrollará el proyecto?
4. ¿La problemática que se presenta es identificada como relevante por las propias mujeres? ¿ha realizado ud alguna prospección en este sentido?
5. ¿Se identifican otras categorías que “interseccionan” al género y condicionan los problemas e intereses de hombres y mujeres? (edad, etnia, capacidades, estatus socio-económico, estado civil, identidad sexual, etc.)

II. Definición del proyecto empresarial

1. ¿Los objetivos y resultados planteados plantean beneficios para hombres y para mujeres? ¿Contribuyen a la promoción de la igualdad de género?
2. ¿Se plantean objetivos y resultados que benefician a grupos de población definidos por la intersección de otras categorías con el género (edad, etnia, capacidades, estatus socio- económico, estado civil, identidad sexual etc.)?
3. ¿Se plantean objetivos y resultados vinculados directamente con la transformación de las relaciones de género?
4. ¿Se identifican claramente los grupos meta, desagregando información en género, edad, etnia, capacidades, estatus socio-económico, estado civil, etc..?
5. ¿Se priorizan actuaciones que fomentan relaciones de género equitativas?

III. Seguimiento del Proyecto

1. ¿Los Indicadores de seguimiento diseñados toman en cuenta el género?
2. Se cuenta con indicadores de brecha de género (acceso a recursos, representación, participación en los beneficios del proyecto, etc.)
3. Se han establecido indicadores cualitativos sobre el impacto del proyecto en las relaciones de género.

INDICADORES DE GÉNERO

- Son aquellos que usan medidas cuantitativas y cualitativas para captar los cambios en las relaciones de género en la sociedad a través del tiempo.
- Pueden ser relativos al estatus, roles de las mujeres y los varones, a las relaciones de género, a las condiciones de vida de mujeres y hombres, etc.
- Aportan evidencias directas de la situación de las mujeres en relación a un estándar normativo acordado o grupo de referencia explícito.
- Se refieren a las mediciones de aspectos de las relaciones de in/equidad de género, que son susceptibles de ser cuantificados o sistematizados a lo largo del tiempo.

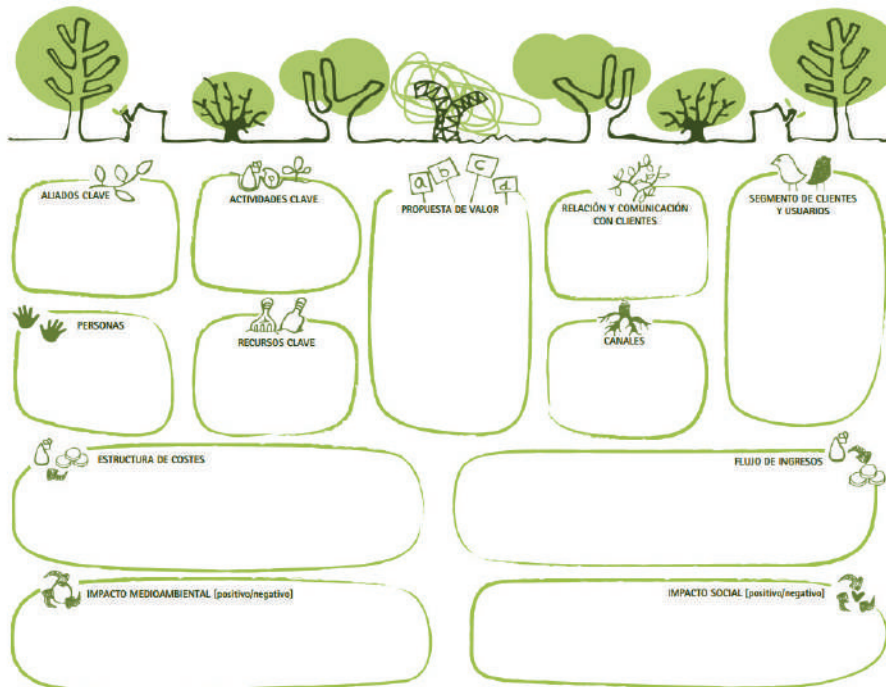
Los Indicadores de Género permiten analizar:

- ✓ En qué medida hombres y mujeres participan en determinados procesos y las razones de su ausencia o diferencias en los mismos.
- ✓ En qué medida se ha tomado en cuenta las necesidades (básicas y estratégicas) de hombres y mujeres y si las acciones responden a las mismas.
- ✓ En qué forma se trata o ignora la discriminación de género, es decir, señalan cómo es esa participación para ambos sexos.

CANVAS FEMINISTA


El CANVAS es un método innovador y muy sencillo. No es sustitutivo del plan de negocio, es previo y complementario. Sirve para un diseño rápido y muy gráfico de la idea de negocio de un proyecto

- ✓ Método de **aproximación**, de **aterriaje** de la **la idea de negocio**.
- ✓ Es un “**lienzo**” **gráfico** donde se detalla la idea de negocio, los diferentes factores que influyen en ella en el momento de ponerla en marcha, sus derivaciones.
- ✓ Es una **herramienta muy práctica**, que **permite modificar** a medida que se avanza en su análisis y se testan las hipótesis más arriesgadas de la viabilidad de tu negocio
- ✓ Permite introducir enfoques innovadores (de género, social, medioambiental, etc.



CANVAS: ¿QUÉ?

¿Cuál es nuestra propuesta de valor?

<p>1-PROPUESTA DE VALOR ÚNICA Es la razón por la cual los clientes/as usuarios/as escogen una empresa u organización sobre otra. ¿Qué ofrecemos? ¿Cuál es nuestro ADN?</p> <p>1.1. PROBLEMAS: Se debe identificar un problema. Qué alternativas identificamos a nuestra propuesta ¿Le ayudamos a resolver algún problema? ¿Cuál? Novedades / Innovaciones</p> <p>1.2. SOLUCIONES: Característica de nuestra solución para cada problema especificado. ¿Satisfacemos las necesidades de nuestros clientes/as?</p> <p>1.3- VENTAJA DIFERENCIAL: Cualidad que te distingue y es difícil de copiar ¿Por qué lxs consumidores me eligen a mi? ¿En qué me diferencio de la competencia? Diseño, Precio, Calidad, Rapidez, Accesibilidad, etc.</p>	<p>1-PROPUESTA DE VALOR ÚNICA </p> <p>¿Incorporamos el el enfoque de género en nuestro ADN? ¿Continúa con los roles de género tradicionales?</p> <p>¿Contribuye nuestro producto o servicio a la sostenibilidad de la vida?</p> <p>¿Incorpora la dimensión del cuidado nuestro servicio o producto?</p> <p>IMPACTO PREVISTO para las mujeres y hombres implicadas en el emprendimiento ¿Existe alguna diferencia en el impacto generado?</p>
---	---

CANVAS ¿A QUIEN?

<p>2-SEGMENTOS DE CLIENTES</p> <p>Diferentes grupos de personas u organizaciones (asociaciones, empresas, fundaciones, etc.) a las que mi proyecto quiere llegar. ¿Para quién estamos creando valor? ¿Quiénes son nuestros clientes/as más importantes?</p> <p><i>Necesidad de conocimiento concreto de la clientela</i></p>	<p>2-SEGMENTOS DE CLIENTES</p> <p>¿Es accesible nuestro producto y servicio para todos los colectivos de personas?</p> <p>¿El producto o servicio colabora en la corresponsabilidad de la vida?</p> <p>¿Es un espacio abierto a todas las personas y transgeneracional?</p> <p><i>Estereotipos</i> ¿Cómo se mueven las mujeres? Características del grupo a quién nos dirigimos ¿Cómo consume, etc?</p>
<p>3. RELACIONES DE CLIENTELA (Estrategia de comunicación)</p> <p>¿Cómo nos acercamos a nuestra clientela para comunicar nuestra propuesta de valor. ¿A través de qué canales quieren ser alcanzados nuestros clientes/as</p> <p>Off line: Tarjetas de visita, Promociones, Revistas, Radio...</p> <p>On line: Web, Twitter, Facebook, Blog, etc...</p>	<p>3-RELACIÓN CON CLIENTES (estrategia de comunicación)</p> <p>¿En qué horario vamos a realizar la comunicación?</p> <p>¿Vamos a utilizar un lenguaje inclusivo? ¿Utilizamos un lenguaje no sexista?</p> <p>¿Se tiene en cuenta la brecha tecnológica?</p> <p>¿Ofrecemos una atención (dentro y fuera) desde los cuidados?</p>
<p>4-CANALES DE DISTRIBUCIÓN (punto de venta y logística)</p> <p>¿Cómo llegamos a nuestra clientela?</p> <p>Ejemplo: Venta online, espacios propios, relación ftof, entrega a domicilio, mayoristas, aliadas, etc.</p>	<p>4-CANALES DE DISTRIBUCIÓN (punto de venta y logística)</p> <p>¿Utilizamos canales participativos y democráticos? ¿Utilizamos y fomentamos el trabajo en red?</p> <p>¿Hombres y mujeres accederán de la misma forma a tu producto o servicio?</p> <p>Atención generacional.</p>

CANVAS ¿CÓMO?

<p>5-ACTIVIDADES CLAVE Los productos, servicios y acciones más importantes para que el proyecto funcione. ¿Qué actividades necesitamos hacer para generar nuestra propuesta de valor? <i>Nota: ¿Cuáles son prioritarias?</i> -Servicio post venta, logística de distribución, procesamiento de algún material para el producto final, plataformas, redes, etc.</p>	<p>5-ACTIVIDADES CLAVE ¿Cómo se van a distribuir las funciones? ¿Cómo y quién ejecutará las tareas? ¿Cuál es el papel de las mujeres en la ejecución de actividades? ¿En el diseño de actividades se reduce (o al menos no se incrementa) la carga de trabajo no remunerado? ¿Quién lleva a cabo las tareas tanto las remuneradas (visibles y no visibles) como no remuneradas? ¿Quién hace lo visible(+ reconocimiento)? ¿Se tienen relaciones horizontales entre las personas trabajadoras? ¿Cómo se gestionan los conflictos relacionados con el género? ¿Existe un procedimiento de control y reflexión por si se reproducen las relaciones desiguales/jerárquicas de poder? ¿Igualdad de oportunidades en los RR.HH? Procesos de toma de decisiones desde la igualdad y la horizontalidad ¿Se toman decisiones de manera participativa y democrática? ¿Se tiene en cuenta la igualdad desde la diversidad? ¿Existe corresponsabilidad?</p>
<p>6-RECURSOS CLAVE ¿Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor, nuestros canales, nuestras relaciones con los clientes/as, nuestras fuentes de ingresos? <i>Nota: ¿Qué son los recursos? Pueden ser:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Físicos • Intelectuales (marcas, patentes, derechos de autor, datos, etc.) • Humanos • Financieros (garantías, grandes inversiones...) 	<p>6-RECURSOS CLAVE ¿Qué recursos clave tiene tu propuesta para que las personas usuarias sepan que tiene enfoque de género? ¿Cómo se ha producido? ¿Son responsables social y ambientalmente los recursos materiales? ¿Finanzas éticas?</p>
<p>7-ALIANZAS ¿A quién necesitamos para que el proyecto funcione? ✓ Proveedores/as ✓ Prescriptores/as ✓ Clientes/as ✓ Redes (Clasificar) <i>Nota: Las redes del proveedor y los socios que hacen que mi proyecto funcione.</i> Empresas conjuntas para crear nuevos proyectos, comprar de forma conjunta</p>	<p>7-ALIANZAS ¿Se establecerán alianzas con otras entidades que trabajen con perspectiva de género? ¿Priorizamos alianzas donde las mujeres tengan puestos de responsabilidad? ¿Se establecen relaciones horizontales y de cooperación? ¿Apoyamos la creación de empresas con este mismo enfoque feminista?</p>

CANVAS ¿CUÁNTO?

¿Cómo de reparten los ingresos? ¿Se contemplan fuentes económica no monetarizadas, salarios indirectos, tiempos, etc.

<p>8.- ENTRADAS DE RECURSOS ECONÓMICOS Momento inicial, día a día. FINANCIACIÓN ¿Qué fuentes utilizaremos para adquirir la Inversión Inicial? -Financiación propia -Financiación ajena INGRESOS: Todas las ENTRADAS MENSUALES DE \$ esperadas. ¿Cómo generamos ingresos? -Ventas de productos -Tarifas por servicios -Suscripciones -Licencias -Comisiones - Publicidad, etc.</p>	<p>8.- ENTRADAS DE RECURSOS ECONÓMICOS Momento inicial. FINANCIACIÓN. ¿Se contempla la responsabilidad en la devolución si la financiación es privada? ¿Se estudian fórmulas de finanzas éticas?</p>
<p>9- SALIDAS DE RECURSOS ECONÓMICOS (Momento inicial) (Día a día) INVERSIÓN INICIAL Todas las adquisiciones necesarias para empezar el proyecto. ¿Qué necesitas para comenzar? ¿Cuánto cuesta? ¿Lo adquieres de primera o segunda mano? GASTOS: Todas las salidas para el proyecto funcione. Costes fijos Costes variables</p>	<p>9.- SALIDAS DE RECURSOS ECONÓMICOS Momento inicial INVERSION INICIAL: Entre las necesidades iniciales, ¿se contempla alguna necesidad básica de cuidados? GASTOS: Brecha salarial: ¿Cómo se van a fijar los salarios, cómo se planifican? Medidas retributivas indirectas???</p>

CONSIDERACIONES FINALES

Para finalizar presentamos 10 recomendaciones finales que consideramos útiles para las personas, estudiantes o profesorado, que quieren diseñar y desarrollar proyectos de emprendimiento o comunitarios con enfoque de género:

1. Utilizar un lenguaje inclusivo y no sexista a lo largo de todos los documentos y en todas las comunicaciones.
 - a. Descartar fórmulas como @, x y /a.
 - b. Utilizar la combinación del uso de genéricos como alumnado o plantilla combinado con el masculino y el femenino: todos los trabajadores y todas las trabajadoras. Esto último es especialmente útil para dar énfasis.
2. Para aplicar la perspectiva de género es necesario que se cuenten con las herramientas para poder realizar diagnósticos de nuestro entorno, social y laboral, así como informes de impacto de género. Aplicar la perspectiva de género no significa que las medidas o los beneficios puedan ser accesibles tanto para hombres como para mujeres, sino que consideramos las diferentes situaciones de partida y se diseñan y aplican medidas tanto para asegurar que las mujeres puedan participar y/ o recibir los beneficios como para reducir la brecha de género.
3. Asentar el compromiso de género en los documentos estratégicos de la entidad, a nivel de planificación tanto como de entidad: misión/visión, estrategia, planificación...
4. Apostar por la transversalización de la perspectiva de género y reconocer el feminismo como un valor de la economía social y solidaria en todos los foros y redes en las que se participe.
5. No reproducir roles y estereotipos sexistas ni (re) victimizar a las mujeres. Especialmente a las que pertenecen a colectivos de especial vulnerabilidad como supervivientes de violencia de género, cabezas de hogares monomarentales...
6. Apostar por la sensibilización y capacitación a la plantilla
7. Considerar los diferentes usos del tiempo, de los espacios y de la palabra a la hora de planificar y moderar los diferentes espacios de participación y toma de decisiones.

8. Considerar que la perspectiva de género no es una descripción de la realidad social, sino es un compromiso político por reconocer las desigualdades estructurales de género orientado a la acción.
9. Reconocer que las mujeres son diversas en función de una serie de ejes de opresión que interseccionan de forma contingente como la clase social, la etnia, el origen, la edad, la diversidad sexual, la diversidad de género...
10. Trabajar desde enfoque de equidad y justicia social no desde enfoques asistencialistas e individualistas que nos reconozcan las raíces estructurales de la desigualdad.

ANEXO: ALGUNOS SOPORTES UTILES PARA ELABORAR UN PLAN DE IGUALDAD

EQUIDAD Y DIVERSIDAD	
<p>¿Se han aplicado acciones positivas para fomentar la diversidad en la entidad? (Por ejemplo que estén recogidas en los estatutos, a la hora de contratar, hacer cursos o talleres específicos, etc.)</p> <p><input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No</p>	
	% de mujeres
	% de trans
	% de personas con diversidad funcional
	% de migrantes (personas cuya nacionalidad no está incluida en el espacio Schengen)
	% minorías étnicas
	% personas en riesgo de exclusión (edad, paro prolongado...)

CORRESPONSABILIDAD	
Estructura organizativa	
	a) Jerárquica
	b) Jerárquica y con comisiones
	c) Comisiones
	d) Asamblearia y con comisiones
	e) Asamblearia

Número de trabajadores y trabajadoras...	hombres	mujeres
...que participaron en la planificación general de la empresa y en la elaboración del presupuesto		
...que realizan la aprobación del plan general y la aprobación del presupuesto		
...que participaron en la elección de cargos de responsabilidad		

CORRESPONSABILIDAD (continuación)	
¿La entidad utiliza un lenguaje no sexista e inclusivo?	
<input type="checkbox"/>	a) Normalmente no
<input type="checkbox"/>	b) Los documentos que utiliza la entidad se escriben con lenguaje inclusivo
<input type="checkbox"/>	c) Se utiliza el lenguaje verbal inclusivo
¿Tiene la entidad metodologías para que todas las personas se comuniquen en igualdad de condiciones?	
<input type="checkbox"/>	a) No hay ninguna vía de participación
<input type="checkbox"/>	b) A nivel puntual o de manera informal
<input type="checkbox"/>	c) Hay canales formales y regularizados
¿La entidad distribuye de forma equitativa las siguientes responsabilidades y tareas?	
Responsabilidades y tareas públicas (representación en otros espacios, etc...)?	
<input type="checkbox"/>	a) Nunca
<input type="checkbox"/>	b) De manera puntual
<input type="checkbox"/>	c) De forma habitual
Responsabilidades y tareas en los cuidados (acogida, cuidados, resolución de conflictos, limpieza...)	
<input type="checkbox"/>	a) Nunca
<input type="checkbox"/>	b) De manera puntual
<input type="checkbox"/>	c) De forma habitual
Para prevenir y resolver conflictos en la entidad	
<input type="checkbox"/>	a) No dispone de ninguna medida específica
<input type="checkbox"/>	b) Existen espacios o momentos específicos para expresar conflictos
<input type="checkbox"/>	c) Hay protocolos que incluyen medidas de mediación
Para prevenir y resolver situaciones de acoso laboral	
<input type="checkbox"/>	a) No dispone de ninguna medida específica
<input type="checkbox"/>	b) Existen espacios o momentos específicos para expresar conflictos
<input type="checkbox"/>	c) Hay protocolos que incluyen medidas de mediación
Para prevenir y resolver situaciones de acoso sexual	
<input type="checkbox"/>	a) No dispone de ninguna medida específica
<input type="checkbox"/>	b) Existen espacios o momentos específicos para expresar una situación de acoso sexual
<input type="checkbox"/>	c) Hay un protocolo que incluye un procedimiento sobre la gestión y personas preparadas para llevarlo a cabo

CORRESPONSABILIDAD	
Bloque 1. Cuidados a personas dependientes. ¿Hay medidas para que las personas trabajadoras puedan conciliar su trabajo con el cuidado de otras personas dependientes?	
Destinatarias del cuidado	
<input type="checkbox"/>	a) Sí, hay medidas para el cuidado de hijas/os
<input type="checkbox"/>	b) Sí, hay medidas para cuidar a la familia extensa (madre, padre, compañero/a de piso, pareja, abuelo/a....)
<input type="checkbox"/>	c) La entidad no tiene medidas de conciliación
Excedencias y/o flexibilidad (en la jornada laboral, teletrabajo...)	
<input type="checkbox"/>	a) Sí, cuando son cuidados urgentes
<input type="checkbox"/>	b) Sí, incluye cuidados no urgentes (reuniones con profesorado, acompañar a tu madre a revisiones médica...)
<input type="checkbox"/>	c) No tenemos medidas concretas
Permisos remunerados de maternidad y paternidad (para progenitores/as, adoptantes o acogedores) y/o lactancia	
<input type="checkbox"/>	a) Sí, las que contempla la ley
<input type="checkbox"/>	b) Sí, periodos más largos de los que establece la ley
<input type="checkbox"/>	c) No se contemplan
Permisos remunerados por motivos de cuidados urgentes (no se descuentan del salario ni hay que recuperar horas de trabajo)	
<input type="checkbox"/>	a) Sí, por cuidado urgente de hija/o
<input type="checkbox"/>	b) Sí, por cuidado urgente de familia extensa (madre, padre, compañero/a de piso, pareja, abuelo/a....)
<input type="checkbox"/>	c) No se contemplan

FORMACIÓN	
¿Se aplican medidas para fomentar la formación de las personas trabajadoras?	
<input type="checkbox"/>	a) No, ninguna
<input type="checkbox"/>	b) Se adaptan los horarios para facilitar la formación
<input type="checkbox"/>	c) Se incluyen horas de formación en el horario laboral o se ayuda a cubrir el coste de la formación
<input type="checkbox"/>	d) Se incluyen horas de formación en el horario laboral y se ayuda a cubrir el coste de la formación
¿Se fomenta un intercambio de conocimientos y habilidades entre las personas trabajadoras ?	
<input type="checkbox"/>	Sí
<input type="checkbox"/>	No