



RED DE EMPRENDEDORAS

## Diseño de marca respaldo de calidad para empoderar a madres de familia de 25 a 30 años de edad para combatir las limitaciones en el desarrollo personal a causa del abandono de estudios escolares secundarios

Lic. Stefany Loconi

La participación de la mujer forma parte importante para el desarrollo de las sociedades y sistemas. A través del tiempo, ellas han luchado por sus derechos en la sociedad, desde la economía, la educación, entre otros sectores.

Durante el siglo XX, los esfuerzos de las mujeres por alcanzar la igualdad de derechos han transformado al mundo. Sin embargo, aún existen grandes brechas de género, y por consiguiente, menores oportunidades de desarrollo para ellas. En el siglo XXI, la presencia femenina en todos los sectores se ha incrementado, aunque los factores limitantes persisten.

En ese sentido, ¿cómo generar una mayor participación y mejores oportunidades para las mujeres en nuestra sociedad? Habría que pensar en empoderar a las mujeres, sobre todo en los ámbitos más vulnerables, y brindarles herramientas que les permitan alcanzar mayores niveles de desarrollo personal. De esta manera, las actividades que realizan in-

crementarán su valor, y ellas se sentirán capaces de avanzar y enfrentar las adversidades.

Programas de capacitación, formativos, de inserción laboral, de salud, son algunos de los mecanismos que incentivan a más mujeres a alcanzar sus metas, y demostrar lo que pueden lograr cuando se sienten empoderadas y libres.

Para contribuir con este gran objetivo, Mujer Talento es un proyecto que ayuda a mujeres con pocas oportunidades laborales, sociales, educativas y económicas a desarrollar sus habilidades e incrementar el alcance y productividad de sus pequeñas empresas. A través de asesorías y capacitaciones, las mujeres beneficiadas por Mujer Talento reciben un nuevo enfoque para potenciar sus habilidades y generar nuevas y mejores fuentes de ingreso para ellas y sus familias. Mujer Talento es una nueva alternativa de educación no convencional que les permitirá adquirir los conocimientos necesarios para emprender y hacer crecer su propio negocio.



## Descripción del problema

En el Perú, las barreras o límites para el desarrollo laboral de las mujeres son un gran problema social. Se trata de una situación compleja cuya solución continúa desatendida por el Estado peruano.

Podemos observar que la empleabilidad de las mujeres en sectores formales es menor a la de los hombres. Como consecuencia, la informalidad laboral se fortalece y termina por imponer peores escenarios (bajos salarios, explotación laboral, explotación sexual), para muchas mujeres, especialmente para quienes cuentan con menor nivel educativo. Como señala Wong, a menor nivel educativo, menores posibilidades de desarrollo socioeconómico y peores condiciones de vida.

Si una mujer con estudios superiores enfrenta desafíos para ejercer su profesión en nuestra sociedad machista, ¿qué posibilidades de progreso económico podría tener aquella que no ha completado la etapa escolar? A esta compleja situación se suman la violencia y discriminación a las que este segmento está más expuesto debido a su posición vulnerable en la sociedad.

Ante este escenario, una manera de aportar con el progreso de las mujeres es a través del desarrollo de un proyecto que las ayude a impulsar sus emprendimientos. Desde la perspectiva de una tesis enfocada en el diseño como agente de cambio social, considero posible lograr este propósito a través de la incorporación de temas propios de la comunicación visual y la imagen de marca en los emprendimientos de las mujeres asesoradas.

¿Cómo cumplir con este objetivo? A través de capacitaciones y asesorías empresariales, se busca que el grupo objetivo -mujeres de un pequeño asentamiento humano de Lima-, aprenda conceptos básicos de gestión, comunicación y diseño que sean útiles, prácticos y efectivos para mejorar la productividad de sus negocios.

### **Problema principal**

**Limitaciones en el desarrollo laboral personal a causa del abandono de estudios escolares secundarios en madres de familia de 25 a 30 años del AA.HH. Flor de Amancaes del distrito del Rímac en la ciudad de Lima Metropolitana.**

### **Problemas secundarios**

**Alto índice de casos de violencia de género a consecuencia de las limitaciones en el desarrollo personal del grupo objetivo.**

**Bajos ingresos económicos generados por las limitaciones en el desarrollo educativo del grupo objetivo, que les impide acceder a mejores oportunidades.**

## Justificación del problema

El posicionamiento y desarrollo de las mujeres en el mercado laboral peruano es todavía incipiente y vulnerable. Más del 60% de las mujeres no accede a oportunidades suficientes para crecer laboralmente, mientras que el 40% restante mantiene una lucha constante para avanzar. A través del marco teórico de esta tesis, se explicarán las razones por las cuales es importante brindar más herramientas para que las mujeres del público objetivo puedan emprender proyectos exitosos que les permitan mejorar sus condiciones de vida.

Para ello, el marco teórico aborda temas que explican de qué manera la mujer ha sido relegada y postergada desde una perspectiva histórica, coyuntural y sociocultural.

Una de las principales misiones de esta investigación es presentar alternativas de solución para que las mujeres del grupo objetivo puedan emprender un camino hacia un desarrollo económico independiente. Para ello, este proyecto de tesis incentivará el empoderamiento de las participantes, y les brindará la posibilidad de reconocer capacidades y elementos útiles para que puedan emprender o hacer crecer una empresa, y de esta manera logren incrementar sus ingresos.

### Objetivo principal

**A través de asesorías y talleres sobre emprendimiento, diseño, imagen de marca y desarrollo personal, se busca empoderar a las mujeres del grupo objetivo (madres de 25 a 30 años residentes en el Asentamiento Humano Flor de Amancaes) y brindarles capacitaciones que les permitan emprender negocios exitosos y generar más recursos.**

### Objetivos secundarios

**Informar a las mujeres del grupo objetivo acerca de las limitaciones en el desarrollo laboral personal propiciadas por el abandono de estudios escolares secundarios.**

**Elaborar un análisis del entorno laboral de las mujeres del grupo objetivo, que muestren las razones de las limitaciones en su propio desarrollo personal y laboral.**

## Las mujeres y su relación con la pobreza

El Portal del Estado Peruano (2018) indica que, al estar ubicado en una zona sísmica, el Perú es azotado constantemente por sismos. Además, los peruanos también sufren de una gran cantidad de inundaciones, deslizamientos de tierra y sequías. Todos estos desastres naturales tienen diferentes formas de impactar a las personas. Con el medio ambiente del Perú alterado por la naturaleza, la agricultura se puede desacelerar perjudicando la economía del país y la seguridad alimentaria de las personas. El daño que dejan los desastres naturales en las casas y las ciudades también tiende a dañar la economía, ya que se necesita más dinero para las reparaciones.

Se indica además que hay un muro que divide a los ricos y pobres del país, literalmente. La capital de Lima se divide en dos partes: los pobres y los ricos. Los ricos son tan estrictos en mantener su espacio aislado que en la entrada de sus condominios se solicita mostrar una tarjeta de identificación para poder entrar. Esta enorme brecha de riqueza entre ricos y pobres no es beneficiosa para la economía. Con una división tan extrema, los pobres probablemente seguirán siendo pobres ya que las personas que podrían ayudarlos están prácticamente recluidas.

Las mujeres peruanas ganan un 30% menos que los hombres en el lugar de trabajo. También están sujetas a violencia sexual y asesinato. En un intento por lograr la igualdad, las mujeres han participado en marchas para defender sus derechos. Si se trata mejor a las mujeres y se les brindan más oportunidades, tendrán más para ofrecer económicamente y podrán proveer para ellas y sus familias en mayor medida. A pesar de todo lo anterior, se han producido algunos avances. La pobreza general en el país disminuyó 1.1% entre 2015 y 2016. Afortunadamente, el Perú continúa abordando la pobreza y eliminará algunas de las causas.

A partir del 2016, la demanda de vivienda adecuada por parte de la población migrante de bajos ingresos en Lima ha superado la oferta, lo que ha provocado un gran déficit de vivienda (Fondo Mivivienda). Esta escasez se caracteriza por la falta de inversión en servicios básicos de vivienda, títulos de tierra formales insuficientes y el aumento en los precios de las propiedades, lo cual ha tenido graves efectos en el área metropolitana.

Estos efectos incluyen el desarrollo de viviendas informales en las afueras de la ciudad (conocidas como barriadas) y la falta de movilidad social ascendente que buscan los migrantes rurales. La ausencia continua de acción hacia la construcción de complejos habitacionales de calidad para peruanos de bajos ingresos podría, en última instancia, obstaculizar el progreso económico a largo plazo. Para que la urbanización sea sostenible en Lima y ayude a la creciente economía del Perú, el mercado de viviendas de alquiler debe ser más estructurado; las actuales políticas informales de titulación de tierras deben ser más incluyentes, así como la coordinación de planificación urbana entre las agencias gubernamentales.

El propósito de este capítulo es analizar cómo las grandes olas de migración a Lima han afectado la situación de la vivienda en la capital para grupos de menores ingresos, y analizar cómo se puede poner en marcha una iniciativa de vivienda sostenible para el crecimiento futuro. Describo los derechos de vivienda adecuados, los patrones de la migración rural a urbana en Lima en los últimos 60 años, los problemas actuales de las viviendas en Lima, y las políticas de vivienda en curso implementadas por el gobierno. Finalmente, examino los crecientes impactos de la población migrante rural sobre la oferta y la demanda de viviendas, y cómo la acción adecuada puede fomentar la autosostenibilidad para el sector.

## Las mujeres y la escuela

Guadalupe (2017) indica que, si bien la educación es ostensiblemente gratuita en el Perú, a nivel primario y secundario muchas familias aún luchan por educar a sus hijos y pagar por las cosas que necesitan. Por lo tanto, a menudo se necesita que los niños trabajen para ayudar a sus familias a sustentarse hasta fin de mes.

En agosto del año 2000 se aprobó una ley en Perú que fijaba en 12 años la edad mínima legal para los niños trabajadores una cifra récord para los estándares de América Latina. Las cifras publicadas ese mismo año estiman que hay más de medio millón de niños menores de 12 años trabajando en el Perú, y casi dos millones menores de 18 años.

Mientras que algunos logran adaptar la escuela a su horario diario, otros se quedan atrás. El abismo en las tasas de alfabetización entre hombres y mujeres es grande, especialmente en la fuerza de trabajo, donde la tasa de alfabetización de los hombres es del 66%, pero solo es del 24% para las mujeres.

A menudo son las niñas quienes más sufren, ya que tienen que hacer frente a las tareas domésticas además de trabajar largas horas, fuera del hogar por salarios muy bajos. Equilibrar las demandas del hogar, el trabajo y la escuela es extremadamente exigente. Las estadísticas indican que solo el 36% de las niñas se gradúan de la escuela secundaria en el Perú rural.

## Las mujeres y el trabajo

La Revista de Educación Social señala que, en los últimos tiempos, se ha vivido un cambio significativo respecto a la relación entre el género y el empleo como dimensiones inherentes. Propone que la desigualdad de género en el mercado de trabajo se inicia a partir del siglo XX, en el cual se empieza a comprender el proceso de invisibilización que las mujeres han vivido. El estudio propone la necesidad de realizar un análisis sociocrítico sobre procesos laborales.

Este análisis intenta entender lo masculino y lo femenino en diferentes contextos y condiciones sociales, así como en situaciones particulares.

Por su parte, Lagarde (2001) también considera que se debe realizar un análisis de las relaciones sociales intergeneracionales e intrageneracionales en el mismo ámbito y una misma función. A inicios del siglo XX comienzan a vislumbrarse las primeras diferencias de la división salarial y laboral en función de los estereotipos de hombres y mujeres en la sociedad moderna. En el momento de la mecanización de las fábricas, se inicia la abolición del trabajo manual (donde la "delicadeza" de las mujeres era un bienpreciado para la producción).

En este contexto, se impuso un sesgo machista que priorizó el empleo masculino. Los hombres retornaron a las fábricas para manipular la maquinaria, relegando la presencia femenina que estaba a cargo de estas labores incluso en empresas textiles o de confección (Soto, 1997).

Recién en la década de 1960 la mujer empieza a ser tomada en cuenta para tareas administrativas, pero sin autoridad ni poder alguno. Durante la década de 1970 se empieza a hablar de informes en los cuales se mostraba a la mujer en desventaja económica respecto de la posición masculina. Esto dio origen a la denominada "feminización de la pobreza", concepto que surge como consecuencia de estudios e investigaciones que dan como resultado que las mujeres perciban sueldos que no corresponden con sus estudios y nivel de preparación, lo cual contribuye con el incremento de los índices de pobreza entre el género femenino. (Martín Casares, 2000).

## Nombre del proyecto

El nombre elegido para el proyecto es Mujer Talento. El público objetivo son mujeres con habilidades manuales, gastronómicas entre otras que han desarrollado de manera autodidacta por la necesidad de querer superarse.

El nombre tiene fuerza, es breve (dos palabras), de fácil recordación, y cumple con el objetivo de establecer una identificación y generar empatía con las mujeres a quienes está dirigido este proyecto. Las participantes tendrán la oportunidad de aprender gratuitamente cómo hacer crecer sus emprendimientos a través del uso de herramientas de comunicación y diseño, y además, podrán fortalecer su concepto personal.

La palabra “mujer” hace referencia a una etapa de desarrollo adulto. Aquella que se identifica Como una “mujer” –en vez de otros términos como ‘chica’, ‘señora’, ‘dama’- se asume en un periodo de fortaleza y esplendor, con la capacidad de asumir la responsabilidad de su propio destino. Es por eso que colocar “Mujer” en el título del proyecto ya es un elemento que empodera a quien se identifica como tal.

A propósito de la palabra talento, la RAE indica lo siguiente: “Persona inteligente o apta para determinada ocupación”. Sin duda, un proyecto que incluya la palabra talento en su denominación ya establece lo que se espera de quienes participan en el mismo. La palabra talento se aplica con bastante precisión como título de una investigación que pone en vitrina los logros de un grupo de mujeres emprendedoras que han superado múltiples problemas y que, al mismo tiempo, no han dejado de creer que es posible ser mejores.

## Descripción del proyecto

Crear una marca respaldo como Mujer Talento funciona como aval o garante del desarrollo de las marcas, productos y estrategia de marketing de las participantes. Este proyecto permite empoderar a las mujeres a través de la formación de competencias y la adquisición de conocimientos que les permitirán ser más eficientes y generar mejores ingresos.

Las mujeres de la plataforma Mujer Talento aprenden la importancia de generar una identidad gráfica para sus productos o servicios. De manera sencilla y didáctica, se les capacita en psicología del color, tipos de consumidor, tipos de canales de venta, entre otros temas vinculados con la imagen de marca, el marketing y la gestión empresarial. Al conocer estos conceptos, las participantes empiezan a prestar atención a elementos más allá de la producción y venta, los cuales pueden generar una mayor rentabilidad.

De esta manera, ellas logran cambiar toda la estructura de ventas y optimizar su productividad. Al comprender la importancia de conceptualizar el diseño de sus productos, desde el logo y los empaques, estos alcanzan un mayor atractivo para potenciales clientes. Importancia del diseño.

En el Perú, el diseño y la gestión de una marca no es un tema tomado con seriedad en el ámbito de la pequeña empresa. Se suele creer que es suficiente colocar un logo y una etiqueta en el producto. En su mayoría, los pequeños emprendedores no consideran la importancia de generar una identidad de marca que atraiga a determinados consumidores que se identifiquen con la misma. No consideran o desconocen las ventajas del uso de ciertos colores en una imagen de marca o tipografía reconocible.

Un tema clave es la creación de la identidad del producto, que permite que estos tengan una mayor aceptación en el mercado que les permita destacar entre la competencia. Este tipo de trabajo creativo no está muy extendido en el mercado peruano. Ejemplos de imágenes de marca con vida propia y aceptación global son los casos de Coca Cola, que no solo vende una gaseosa, sino un sentimiento que es asociado con un estilo de vida. Un efecto similar de identificación y recordación de marcas también es generado por empresas como el BCP, Interbank, entre otras marcas reconocidas en el Perú.

Como marca madre, Mujer Talento se convierte en una plataforma para el desarrollo e impulso de los proyectos empresariales de las participantes, quienes con dedicación y entusiasmo poco a poco podrán ver crecer sus negocios e ingresos. Asimismo, Mujer Talento es una marca que permite que las mujeres reconozcan la importancia de invertir en sí mismas y en su propia educación como una herramienta clave para alcanzar sus anhelos, y que genera valor. En una primera fase, se realizarán talleres de capacitación todas las semanas durante seis u ocho meses.



