

# Transformación y Empoderamiento de Mujeres Valientes

Presentado por

Danilsa Vallejos Guerra

Luisa Mishelly Nagles

Director

Juan Sebastián Avila Santo

Diplomado en innovación social

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

Noviembre 2024

## Resumen

Este artículo analizó la Red de Mujeres Emprendedoras de Turbo, un ejemplo de innovación social enfocada en la venta de alimentos y el empoderamiento económico local. Se utilizó un enfoque cualitativo para identificar su impacto social y empresarial, destacando la participación y co-creación de las mujeres. Los resultados revelan cómo la red ha transformado la economía local y ha fortalecido el sentido de comunidad, demostrando la relevancia de los enfoques productivos y colaborativos en la innovación social.

Palabras clave: Empoderamiento, Innovación, Emprendimiento, Comunidad, Economía.

## Abstract

This article looked at the Turbo Women Entrepreneurs Network, an example of social innovation focused on food sales and local economic empowerment. A qualitative approach was used to identify its social and business impact, highlighting women's participation and co-creation. The results reveal how the network has transformed the local economy and strengthened the sense of community, demonstrating the relevance of productive and collaborative approaches in social innovation.

**Keywords:** empowerment, Innovation, Entrepreneurship, Community, Economy.

## Tabla de contenido

|   |    |
|---|----|
| Transformación y Empoderamiento de Mujeres Valientes del municipio de Turbo |    |
| Antioquia .....   | 1  |
| Resumen .....   | 2  |
| Palabras clave .....  | 2  |
| Abstract.....   | 3  |
| Keywords.....   | 3  |
| Introducción.....   | 6  |
| Metodología.....  | 8  |
| Resultados.....   | 12 |
| Figura 1 grafica de mujeres empleadas hasta la actualidad .....             | 14 |
| Conclusiones.....   | 15 |
| Recomendaciones .....   | 17 |
| Referencias bibliográficas .....  | 16 |

## Índice de figuras

|   |    |
|---|----|
| Figura 1 grafica de mujeres empleadas hasta la actualidad ..... | 14 |
|---|----|

## Introducción

La innovación social, para autores como Manzini (2006) y Echevarría (2008), se refiere a nuevas ideas que resuelven oportunidades sociales y culturales. Es una acción transformadora concreta, generalmente de carácter colectivo, que ofrece una respuesta a un problema social determinado, mediante procesos, técnicas y formas de organizar la acción de una comunidad. La innovación social está impulsada por los cambios en el comportamiento, más que por la tecnología o el mercado y se desprende de iniciativas locales, comunitarias, del ser social, entornos que están dispuestos a participar en la construcción social a partir de la conciencia de una necesidad que no está cubierta (Echevarría, 2008; Rodríguez y Alvarado, 2008)

La Red de Mujeres Emprendedoras de Turbo se fundó en el 2019 como una respuesta colectiva de mujeres que, tras enfrentar situaciones de maltrato laboral, bajos salarios y falta de oportunidades, decidieron unirse para mejorar sus condiciones de vida. Este proyecto de innovación social se centra en el empoderamiento económico femenino mediante la elaboración y venta de productos alimenticios, como empanadas, papa rellena, arepa de huevo, a partir de ingredientes agrícolas locales. De esta forma, la red no solo genera ingresos para sus integrantes, sino que también contribuye a fortalecer la economía de Turbo, Antioquia, a través del uso de recursos de la región.

El ecosistema de la Red de Mujeres Emprendedoras de Turbo Antioquia incluye a diversas instituciones gubernamentales y no gubernamentales, como la alcaldía, Fundación plan, que apoyan la organización y capacitación de las participantes. Además, la red ha forjado alianzas con otros actores comunitarios y fundaciones locales que promueven el

desarrollo social y económico en Turbo, aportando al crecimiento de un tejido comunitario sólido y resiliente. Este apoyo mutuo y la participación activa de las mujeres de la red han permitido que este proyecto evolucione como un referente de cooperación y unión social en la región.

El objetivo de esta sistematización es analizar los impactos de la Red de Mujeres Emprendedoras de Turbo en términos de empoderamiento, capital social y transformación económica. Esta evaluación documentará los logros, desafíos y lecciones aprendidas, con el fin de identificar los elementos clave que pueden inspirar proyectos similares de innovación social y desarrollo comunitario en otros contextos de vulnerabilidad.

## Metodología

la innovación social puede ser interpretada como un proceso de creación colectiva en el que los miembros de una cierta unidad social o colectividad, inventan y generan nuevas reglas para el juego de la colaboración frente al conflicto, o nuevas prácticas sociales, y en este proceso, adquieren las necesarias habilidades cognitivas, racionales y organizacionales”. (Crozier, Friedberg, 1993, p.19, citados por Howaldt, Butzin, Domanski & Kaletka, 2014. Geoff Mulgan (2006), exponen que la innovación social se refiere, además, a las actividades que motivan el logro de unas metas que tienen origen en necesidades sociales.

La presente investigación se centró en la sistematización de la experiencia de la Red de Mujeres Emprendedoras de Turbo Antioquia, con el objetivo de analizar el impacto de la iniciativa social en el contexto local. La sistematización se estructuró mediante una aproximación cualitativa, utilizando la metodología de Tecnologías de Innovación Social, que se centra en los niveles de maduración (TRL) de la iniciativa.

Selección de la experiencia y el contexto: La Red de Mujeres Emprendedoras de Turbo, una iniciativa comunitaria creada por mujeres para mejorar sus condiciones económicas a través de emprendimientos, fue seleccionada debido a su relevancia en el contexto local y su potencial de innovación social. El ecosistema involucrado incluye a las mujeres emprendedoras, organizaciones comunitarias, y actores externos como entidades gubernamentales y fundaciones que aportan recursos y apoyos.

Aplicación de los Niveles TRL: La experiencia de la Red de Mujeres Emprendedoras de Turbo fue analizada a través de los siguientes niveles del TRL, lo que permitió comprender su evolución y el nivel de maduración de esta experiencia.

TRL 3 (pruebas iniciales o validación inicial de la tecnología/ proceso/ metodología): En este nivel, se indagó sobre cómo la Red comenzó a definir su modelo de negocio, sus objetivos y los actores involucrados. Se exploraron las primeras pruebas del proyecto y su adaptación a las necesidades locales.

TRL 5 (Validación en entornos sociales más amplios / en contextos clave): En esta fase, se evaluó el impacto de la Red en la comunidad local y cómo sus actividades se integraron en el contexto social más amplio. Se analizaron las relaciones con otros actores clave y el impacto que la Red tuvo en la economía local y en las condiciones de vida de las mujeres participantes.

TRL 6 (Tecnología/ proceso/ metodología demostrada en entornos relevantes): Aquí, se evaluó la consolidación de la Red como una estructura organizativa estable y sostenible. Se analizó cómo la Red ha logrado asegurar su continuidad a largo plazo y cómo las estrategias implementadas están dando resultados concretos.

TRL 8 (Sistema completo y cualificado / validación social finalizada y valorada por la comunidad): En este nivel, se evaluó la validación social de la Red por parte de la comunidad. Se verificó cómo las mujeres emprendedoras han experimentado mejoras en su calidad de vida y el reconocimiento de los beneficios por parte de la comunidad, destacando el empoderamiento y el aumento de ingresos.

Técnicas de Recolección de Información: Se utilizaron varias técnicas cualitativas para la recolección de información durante el proceso de sistematización. Estas técnicas permitieron obtener datos ricos y diversos sobre las dinámicas de la Red, sus retos y logros. Las principales técnicas fueron:

Entrevistas semi-estructuradas: Se realizaron entrevistas con las mujeres de la Red, líderes comunitarios y actores externos, como aliados estratégicos y proveedores. Estas entrevistas permitieron conocer las experiencias y perspectivas de los participantes, así como el impacto personal y social que ha tenido la Red en la vida de las mujeres.

Observación participante: A través de la observación directa de las actividades de la Red (como ventas, reuniones y procesos organizativos), se recopiló información sobre la interacción entre las emprendedoras, sus prácticas de trabajo y cómo las actividades se desarrollan en el contexto local.

El trabajo de campo se llevó a cabo de forma presencial en el municipio de Turbo Antioquia, donde se realizaron visitas periódicas a las actividades de la Red. Durante estas visitas, se participaron en diversas actividades, incluyendo la venta de productos, reuniones de planificación y eventos comunitarios. Este contacto directo con las mujeres emprendedoras permitió observar el funcionamiento de la Red en su entorno natural, y entender de manera más profunda los factores que influyen en su éxito y los desafíos que enfrentan.

Análisis de la información: Una vez obtenida la información, se realizó un análisis cualitativo centrado en identificar patrones y temas clave relacionados con el impacto y la evolución de la Red. El proceso de análisis se centró en:

Evaluación de los niveles TRL: Se verificó en qué grado de maduración se encontraba la Red en cada uno de los niveles TRL aplicados, identificando los avances, los desafíos y las áreas de mejora.

Impacto en las mujeres participantes: Se analizó el impacto de la Red en las condiciones económicas y sociales de las mujeres emprendedoras, observando el grado de empoderamiento y la mejora en su calidad de vida.

Sostenibilidad y expansión: Se evaluó la capacidad de la Red para mantener su funcionamiento a largo plazo, así como su potencial para expandirse y replicarse en otros contextos.

## Resultados

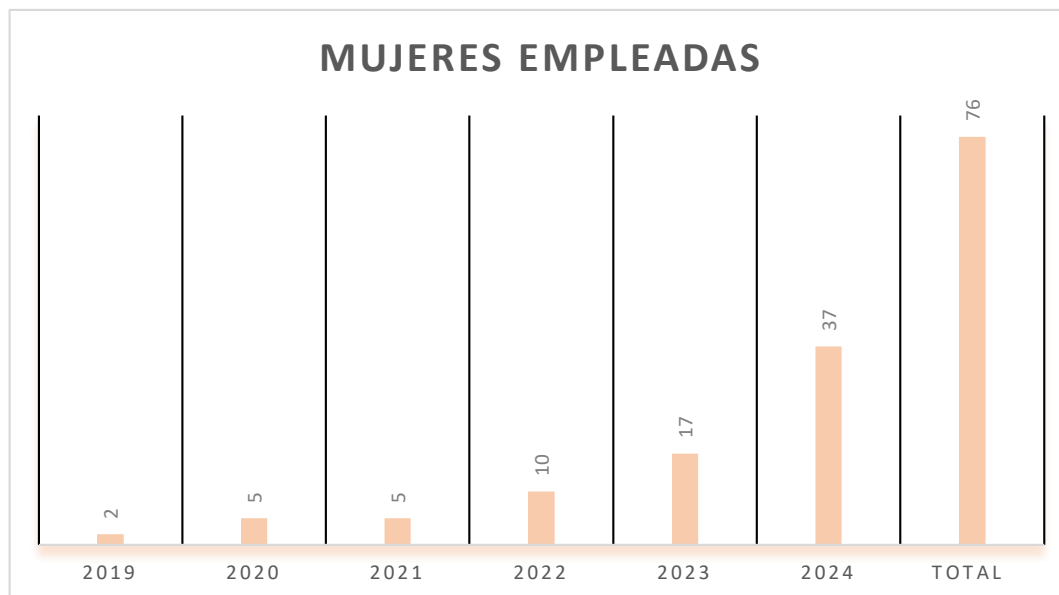
La experiencia con la Red de Mujeres Emprendedoras de Turbo demostró cómo la innovación social puede transformar vidas y comunidades. A través de este proyecto, se presentan importantes avances que se describen a continuación:

- La red identificó la necesidad de aprovechar recursos agrícolas locales para elaborar productos como empanadas, arepas de huevo y jugos. Este enfoque creativo permitió transformar las ideas en soluciones prácticas y sostenibles, fortaleciendo la confianza y las capacidades de las participantes.
- Se promovieron espacios de formación donde las integrantes intercambiaron conocimientos y experiencias, fortaleciendo sus habilidades en administración, ventas y marketing. Este proceso también consolidó las relaciones de cooperación y el sentido de pertenencia dentro del grupo.
- La definición de roles y la implementación de procesos organizativos optimizaron la producción y distribución de los productos, incrementando la eficiencia y garantizando una gestión más efectiva.
- La red se posicionó estratégicamente en el mercado de alimentos rápidos, respondiendo a una demanda creciente en la región. Este enfoque permitió generar ingresos sostenibles y visibilizar el potencial de las mujeres emprendedoras.
- La iniciativa contribuyó a fortalecer el tejido social al construir redes de apoyo basadas en la confianza y la colaboración. Además, el proyecto transformó la percepción comunitaria sobre el rol de la mujer, destacándolas como líderes y agentes de cambio.
- La Red de Mujeres Emprendedoras de Turbo evidencia cómo la creatividad, la organización y el trabajo colectivo pueden convertirse en herramientas clave para

abordar problemáticas locales. Desde la perspectiva de la innovación social, este proyecto no solo responde a necesidades económicas, sino que también fomenta el desarrollo humano y comunitario, generando un impacto profundo y duradero.

### Figura 1

Grafica de mujeres empleadas hasta la actualidad



Nota: Grafica de mujeres empleadas hasta la actualidad. Tomado de una entrevista, [Grafica], por, Danilsa vallejos; Luisa Nagles, 2024

## Conclusiones

La Red de Mujeres Emprendedoras de Turbo ha logrado un avance significativo en el empoderamiento social y económico de sus participantes. A través del emprendimiento y el trabajo conjunto, las mujeres han fortalecido su autoestima y autonomía, lo que se refleja en la mejora de sus condiciones de vida y la capacidad para tomar decisiones más informadas. Este empoderamiento no solo tiene un impacto positivo en el ámbito económico, sino también en el desarrollo personal y emocional de las integrantes, quienes ahora se sienten más confiadas en sus habilidades para liderar y gestionar proyectos.

El proyecto ha logrado generar un sentido de pertenencia y cohesión dentro de la comunidad, promoviendo la colaboración entre las mujeres y fortaleciendo el tejido social. La participación activa en la Red ha permitido que las emprendedoras se apoyen mutuamente, lo que ha sido crucial para superar obstáculos y enfrentar los desafíos del emprendimiento. Esta dinámica de cooperación también ha favorecido la creación de un entorno donde la solidaridad y el apoyo mutuo son fundamentales para el crecimiento colectivo.

El emprendimiento no solo transforma la vida de las mujeres a nivel individual, sino que también redefine sus roles dentro de sus familias y comunidades. Al ser vistas como líderes y proveedoras, las emprendedoras fortalecen su posición social y contribuyen a un cambio en la percepción de género en su entorno. Así que podemos concluir que esto ayuda a romper estereotipos de género y a promover la igualdad.

## Recomendaciones

**Acompañamiento psicológico:** Sería útil incorporar sesiones de apoyo psicológico para las participantes, para abordar las dificultades emocionales o de autoestima que puedan surgir en el proceso de emprendimiento. Este acompañamiento puede facilitar la resiliencia y el manejo de estrés en situaciones complejas de negocio. Es necesario asegurar que las participantes del proyecto continúen recibiendo apoyo emocional y psicológico en el largo plazo para evitar posibles agotamientos o desmotivación. Esto también puede ayudar a que la Red continúe consolidándose sin perder de vista el bienestar de sus miembros.

**Desarrollar una estrategia de comunicación interna y externa:** Para garantizar que la Red siga creciendo y llegue a más personas, es importante establecer una estrategia de comunicación clara. Esto incluye la creación de canales internos de comunicación para facilitar el intercambio de información y recursos entre las emprendedoras, y también una estrategia externa para promocionar sus productos a nivel local y regional. El uso de redes sociales y otras plataformas digitales puede ser muy útil para expandir su alcance y atraer nuevos clientes.

**Fomentar el Equilibrio entre Trabajo y Vida Personal:** Promover estrategias para que las integrantes de la red de mujeres emprendedoras aprendan a gestionar de forma balanceada sus responsabilidades laborales y familiares. Ya que la sobrecarga de trabajo puede llevar al agotamiento lo cual no le hace bien al ser humano, por lo que es esencial enseñar técnicas de organización y autocuidado para poder llevar una mejor calidad de vida.

## Referencias bibliográficas

- Bernal, M. (2016). La Innovación Social en América Latina y el Caribe Abrir este documento utilizando ReadSpeaker docReader\_. Capítulo II Pág. 95-110. [https://www.researchgate.net/profile/Nicolas-Monge-Iriarte/publication/311234454\\_Innovacion\\_Social\\_en\\_Latinoamerica\\_2016/links/583ffcd408ae8e63e61c6739/Innovacion-Social-en-Latinoamerica-2016.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Nicolas-Monge-Iriarte/publication/311234454_Innovacion_Social_en_Latinoamerica_2016/links/583ffcd408ae8e63e61c6739/Innovacion-Social-en-Latinoamerica-2016.pdf)
- Bettaglio, M. (2021). Innovación social a través de la narrativa gráfica: periodismo gráfico, auto narración y testimonios para el cambio social. *Revista Iberoamericana De Economía Solidaria E Innovación Socio ecológica*, 4(1). <https://doi.org/10.33776/riesise.v4i1.5302>
- DNP. (2021). Principos de la Innovación Pública en Colombia (p. 63). Departamento Nacional de Planeación. Abrir este documento utilizando ReadSpeaker docReader\_ [https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/ModernizacionEstado/EiP/Principios\\_Innovación\\_Pública.pdf](https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/ModernizacionEstado/EiP/Principios_Innovación_Pública.pdf)
- DNP. (2024). Sobre innovación pública. [https://www.dnp.gov.co/LaEntidad\\_/subdireccion-general-prospectiva-desarrollonacional/direccion-gobierno-ddhh-paz/Paginas/sobre-innovacion-publica.aspx](https://www.dnp.gov.co/LaEntidad_/subdireccion-general-prospectiva-desarrollonacional/direccion-gobierno-ddhh-paz/Paginas/sobre-innovacion-publica.aspx)
- Estrada, G; Montero, J. M. C; Hernández & Herrera, J. (2019). Innovación tecnológica: Reflexiones teóricas. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(85). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29058864011>

- Giraldo, F; Ortiz, L. (2020). Laboratorio de Innovación Social: escenario de participación, apropiación social e interdisciplinariedad. *Social Innovation Lab: escenario of social par. European Public & Social Innovation Review*. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31053180025>
- Gutiérrez, Jaime, and Gutiérrez, Luis. (2021). ¿Para qué la innovación en el sector público? Abrir este documento utilizando ReadSpeaker docReader\_Revista Estado, Gobierno y Gestión Pública, 36, 101–134. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8247332.pdf>
- Hernández, José; Tirado, P; Ariza, A. (2016). El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, núm. 88, diciembre, pp. 164-199 Centre International de Recherches et d'Information sur l'Economie Publique, Sociale et Coopérative Valencia, España. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17449696006>
- Jailler, É; González, S; Arias, C; Suárez, L (2020). Construyendo la innovación social. Guía para comprender la innovación social en Colombia. Capítulos 1 y 2. DOI: <http://doi.org/10.18566/978-958-764-809-6>
- Martínez, X. (2017). La innovación social: orígenes, tendencias y ambivalencias. *Sistema. Revista de Ciencias Sociales*, 247, 61-88. [https://www.researchgate.net/publication/319103913\\_La\\_innovacion\\_social\\_origenes\\_tendencias\\_y\\_ambivalencias](https://www.researchgate.net/publication/319103913_La_innovacion_social_origenes_tendencias_y_ambivalencias)

- Medina, R; & Basurto, C. (2018). Discusión de los distintos tipos de innovación. *Revista Publicando*, 5(15 (2)), 59-99. <https://core.ac.uk/reader/236644000>
- Mejía, J. (2020). Epistemología de las políticas de ciencia y tecnología en América Latina. *Cinta de Moebio*, (67), 14–25. <https://doi.org/10.4067/s0717-554x2020000100014>
- Meneses, T (2022). Innovación II parte. Radio UNAD Virtual. <https://ruv.unad.edu.co/ruvwp/programas/tramando-sentidos-88-innovacion/>
- Meneses, T (2022). Innovación. Radio UNAD Virtual. <https://ruv.unad.edu.co/ruvwp/programas/tramando-sentidos-87-innovacion/>
- Rivera, Y; Ganga, F; Parada, J. (2017). Estado del arte de la innovación social: una mirada a la perspectiva de Europa y Latinoamérica. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6233641>
- Salamanca, O. (2020). Cómo escribir un artículo científico Abrir este documento utilizando ReadSpeaker docReader. *CES Medicina*, 34(2), 169-176. <http://www.scielo.org.co/pdf/cesm/v34n2/0120-8705-cesm-34-02-169.pdf>
- V, D. N, L. (6 de noviembre de 2024). Entrevista con Luz Gómez, Propietaria Del Emprendiendo Red De Mujeres Emprendedoras.