



igual VALOR  
IGUALES  
derechos



mujeres  
igualdad y  
trabajo



CARE



Fundación  
Bien  
Humano  
Unit for Humanitarian Action



THEMIS  
SINCE 1985



AFD  
AGENCE FRANÇAISE  
DE DÉVELOPPEMENT

---

**INFORME FINAL DE LA  
EVALUACIÓN EXTERNA DEL  
PROYECTO "MUJERES, DIGNIDAD Y TRABAJO"  
Programa Igual Valor, Iguales Derechos,  
CARE América Latina y El Caribe"**

**BRASIL – COLOMBIA – ECUADOR**

**RESUMEN EJECUTIVO**

**ENERO 2022**

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

### 1.1. DATOS GENERALES DEL PROYECTO

<b>Título:</b>	Proyecto "Mujeres, Dignidad y Trabajo", Programa Igual Valor, Iguales Derechos, CARE América Latina y El Caribe".
<b>Donantes:</b>	CARE Francia, CARE USA, CARE LAC, AFD y Fundación CHANEL.
<b>Instituciones Socias:</b>	Fundación Bien Humano en Colombia, THEMIS en Brasil y CARE Ecuador.
<b>Instituciones Aliadas:</b>	UNTHA, FENATRAD, UTRASD
<b>Fecha de inicio:</b>	01 de enero del 2019.
<b>Fecha de finalización:</b>	31 de diciembre del 2021.
<b>Presupuesto:</b>	USD. 1'437.722,00.
<b>Alcance Poblacional:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Directo: 1325 TRH (500 en Colombia, 600 en Brasil y 225 en Ecuador).</li> <li>Indirecto: 66450 personas (1450 en Colombia, 60000 en Brasil y 5000 en Ecuador).</li> </ul>
<b>Objetivo General:</b>	Contribuir al mejoramiento de la situación de las Trabajadoras Remuneradas del Hogar en América Latina por medio de estrategias de formación, incidencia, comunicación y desarrollo económico.
<b>Objetivo Específico:</b>	Contribuir a la autonomía y empoderamiento de las mujeres trabajadoras del hogar y sus organizaciones, para que incidan en políticas públicas, a favor del cumplimiento de sus derechos humanos y laborales en Ecuador, Colombia y Brasil.
<b>Resultados:</b>	<p><b>R1:</b> Escuela de Formación de Habilidades para la Vida y el Cuidado funcionando en Ecuador, Colombia y Brasil.</p> <p><b>R2:</b> Empresa de servicios de cuidado constituida desde los espacios organizativos en Ecuador y Colombia.</p> <p><b>R3:</b> La sociedad civil no organizada y los empleadores han sido sensibilizados en la importancia de los trabajos de cuidado.</p> <p><b>R4:</b> Generados espacios de investigación, intercambio, conocimiento y aprendizaje, que permitan la capitalización de la experiencia y la construcción de un modelo de gestión empresarial conducido desde las organizaciones de trabajadoras remuneradas del hogar.</p>

### 1.2. ALCANCE, IMPACTOS, LECCIONES APRENDIDAS Y RECOMENDACIONES

#### 1.2.1.- RESULTADO 1

ALCANCE	IMPACTOS
1.1. 1.117 TRH en Brasil, 534 en Colombia y 581 en Ecuador, han sido capacitadas y certificadas: alcance mayor al 100%	<p>Las "Escuelas de Formación de Habilidades para la Vida y el Cuidado", se crearon en los 3 países, mediante un proceso colaborativo con socias, aliadas, academia y organizaciones de TRH.</p> <p>Se superó el 100% de la meta, 2.232 TRH con formación en DD.HH. y laborales, gestión administrativa y certificación profesional. Esto se logró por las alianzas exitosas en los 3 países y la adaptación del modelo de formación en pandemia, mediante incorporación de herramientas virtuales, provisión de equipos y acceso a redes sociales, lo que motivó más TRH.</p>



	<p>Para la definición de contenidos de las mallas de formación en DD. HH. se usó como insumo la información los estudios CAP (Conocimientos, actitudes y prácticas) y para las mallas de formación en gestión y profesionalización de TRH, los estudios de mercado.</p> <p>Los contenidos de los modelos de formación de TRH incluyeron los enfoques de educación popular, género y derechos.</p>
<p><b>1.2.</b> 2 organizaciones en Colombia y Ecuador son fortalecidas las capacidades en gestión administrativa, para la creación de un negocio social: alcance igual al 100%.</p>	<p>Para la profesionalización de las TRH se capacitó en gestión y administración de negocios. Se entregaron Certificados de Profesionalización como requisito para ingresar a la empresa social en Ecuador y Colombia</p> <p>El módulo en gestión permite conocer cómo administrar un negocio e incluye estudios de mercado, modelos y planes de negocio y promoción de empresas en EC y COL.</p>
<p><b>1.3.</b> 3 modelos de formación replicables y 3 mallas curriculares, diseñadas y validadas en Brasil, Colombia y Ecuador: alcance igual al 100%.</p>	<p>Los 3 modelos de formación, 3 mallas curriculares y 1 plan de formación, fueron diseñados y validados con instituciones aliadas y académicas y las propias TRH, para que sean replicables con otros grupos de TRH.</p> <p>La emergencia sanitaria requirió una adaptación de los diseños metodológicos y pedagógicos, se incorporaron métodos virtuales y el acceso a redes sociales de las TRH. Se diseño modelo mixto, presencial y virtual</p> <p>La incorporación de las lideresas como ‘promotoras’ (en Ecuador y Colombia) o como ‘monitoras’ (en Brasil) es un mecanismo para irradiar la capacitación en cascada y ampliar la cobertura de los eventos.</p>

LECCIONES APRENDIDAS	RECOMENDACIONES
<p>La implementación de la “Escuela de Formación” enseña que es necesario conocer al grupo humano al que está dirigido el proyecto, con sus problemas y potencialidades.</p>	<p>Se recomienda fortalecer y profundizar los estudios CAP de inicio y final, que actualice la información sobre la situación de las TRH.</p>
<p>La Escuela tiene una doble misión, la formación de las TRH y la consolidación de sus organizaciones. Esta definición permite definir el modelo de formación adecuado a la realidad de las TRH</p>	<p>La Escuela de Formación de TRH deberá tener como horizonte contribuir a la autonomía y empoderamiento de las TRH y sus organizaciones, para su incidencia en políticas públicas a favor de su sector,</p>
<p>Es necesario la articulación de los responsables de la Escuela con los responsables de los estudios de mercado o los estudios CAP es muy importante para definir los contenidos de los módulos.</p>	<p>Se debe fomentar el trabajo en equipo para lograr la mayor pertinencia y eficacia en las acciones. Se recomienda un trabajo articulado entre todos los componentes del proyecto.</p>
<p>Es importante poner en valor los resultados positivos ya alcanzados con el plan de formación con sus respectivos módulos y mallas curriculares.</p>	<p>Se recomienda fortalecer los procesos de formación de las TRH, a partir del modelo de formación validado en esta fase.</p>
<p>La pandemia enseñó que es necesario mantener cierta flexibilidad frente a cambios inesperados o riesgos no previstos, sin dejar de contar con una propuesta segura y bien sustentada.</p>	<p>Se recomienda la formación en el uso de tecnologías de información (TIC) y manejo de redes sociales, para superar el alto nivel de analfabetismo digital de las TRH, así como el diseño de cursos mixtos, presencial y virtual.</p>
<p>La incorporación de los enfoques transversales de derechos y género deben continuar en forma sostenida, dado que implican cambios socio culturales que se modifican en el mediano plazo.</p>	<p>Dado que el machismo es un fenómeno social que se refuerza a diario, se recomienda incorporar módulos de Feminismo y Género, Violencia basada en Género, Feminismo Negro y uno de fortalecimiento de las organizaciones, que son temas de interés de las TRH.</p>



### 1.2.2.- RESULTADO 2

ALCANCE	IMPACTOS
2.1.- 2 empresas de servicios de cuidado conformadas en Colombia y Ecuador: alcance del indicador igual al 100%.	Los dos negocios sociales constituyen <i>unidades productivas</i> cuya gestión aporta al sector de Servicios de Cuidado y a la economía local, a través de la generación de empleo, además de contribuir al mejoramiento de las economías familiares de las TRH, a través de la generación de ingresos bajo los parámetros de un salario decente.
2.2.- 2 modelos de empresa social diseñados para contribuir a la incidencia política: alcance del indicador igual al 100%.	Empoderamiento y liderazgo de las TRH para construir el modelo de negocio conforme sus realidades socio económicas, a la vez que el modelo de negocio ya sea vía asociación o corporación las convierte en dueñas del negocio lo que constituye una transformación dentro de la lógica de entrega del servicio de cuidados de un nivel individual a un nivel colectivo, participativo, de generación de ingresos y de propiedad de una unidad productiva.
2.3.- 2 empresas sociales constituidas y puestas en marcha en Colombia y Ecuador: alcance del indicador igual al 100%.	El liderazgo de las TRH implicó no solo un involucramiento en las actividades del proyecto sino que evolucionó a un alcance “empresarial”.
2.4.- 10% de TRH con un contrato final: alcance del indicador en Colombia del 98% y en Ecuador el 40,91%.	En el escenario de la emergencia sanitaria, los negocios sociales desarrollaron procesos internos a través de la innovación y uso de herramientas tecnológicas, mejorando la prestación de servicios, ampliando su cartera de clientes y fortaleciendo su marca.
2.5.- Incremento de ingresos: alcance del indicador en Colombia mayor al 100% y en Ecuador el 81,82%.	La implementación de los negocios sociales tiende a mejorar los ingresos de las TRH, siendo un modelo replicable para otros grupos de TRH y otros países.

LECCIONES APRENDIDAS	RECOMENDACIONES
La construcción del modelo de negocio social requirió una participación activa de las TRH generando espacios de “ <i>consulta, consensos y decisiones</i> ” que dieron forma a cada negocio social conforme su realidad socio económica.	Generar bases legales internas así como herramientas administrativas de planificación.
El proceso de creación de los negocios sociales requirió de estudios técnicos como el estudio de mercado, plan de negocios, plan de marketing, que le permitieron dimensionar a cada negocio conforme su entorno económico.	Fortalecer la operatividad de cada negocio social desde los aspectos administrativo, financiero, logístico, comercial y de servicio a fin de posicionar al negocio en el mercado.
La capacitación en temas administrativos y financieros constituyeron una lección aprendida que debe mantenerse, reforzarse y evolucionar conforme los requerimientos de la administración de los negocios sociales.	Dados los resultados financieros de cada negocio se hace imprescindible que se trabaje paralelamente en: minimizar costos, incrementar las ventas y en obtener una inyección de capital de trabajo y que se invierta en actividades estratégicas permitiendo dotar de liquidez al negocio hasta que las ventas puedan sostenerlo financieramente.



<p>La estrategia de marketing aplicada ha permitido ampliar la cartera de clientes, sobre todo, aquellas estrategias impulsadas a través de las redes sociales.</p>	<p>Con el fin de que las TRH se encaminen en un proceso en el que sean ellas quienes gerencien completamente cada negocio se sugiere continuar con las capacitaciones en gestión empresarial y complementar con alguna actividad clave que les permita generar más habilidades prácticas de gerencia y manejo empresarial.</p>
<p>Flexibilidad de las TRH para que dentro de la estructura de los 2 negocios ofrezcan sus servicios incluso en el escenario de pandemia, lo cual implicó: una organización administrativa, una organización logística, la entrega del servicio con componentes de bioseguridad, implementación de estrategias de marketing vía virtual y también presencial a través de volanteo.</p>	<p>Contemplar la socialización constante de los avances que cada negocio social vaya logrando a manera que todas las socias conozcan tales particularidades y fundamenten su participación y percepción sobre los resultados reales del negocio y del proyecto.</p>

### 1.2.3.- RESULTADO 3

ALCANCE	IMPACTOS
<p><b>3.1.-</b> 3 campañas de comunicación y sensibilización sobre los resultados de los estudios CAP y la importancia de los trabajos de cuidado, 1 por país: alcance del indicador igual al 100%.</p>	<p>En Brasil, Colombia y Ecuador, una parte de la sociedad civil no organizada y empleadora vinculada al proyecto conocen y han sido sensibilizadas sobre el valor de las TRH, sus derechos y de la contribución de su trabajo en la economía de cada país.</p> <p>Las organizaciones sindicales de TRH de Brasil, Colombia y Ecuador a través de las campañas de sensibilización fortalecieron sus bases, permitiendo abrir espacios en mesas de diálogo sobre sus derechos, tanto con entidades estatales como con la empresa privada.</p>
<p><b>3.2.-</b> 50% de la población objetivo de la campaña conoce el valor del TRH y su importancia para la economía: alcance del indicador en Brasil y Ecuador mayor al 100% y en Colombia igual al 100%.</p>	<p>El cambio de la estrategia de implementación de campañas, de forma presencial a una virtual (producto de la pandemia), implicó que las TRH se formaran y perfeccionaran en el manejo de herramientas tecnológicas, para que sean actoras de su propia campaña, lo que permitió alcanzar a una audiencia de más de un millón de personas, en los 3 países.</p>

LECCIONES APRENDIDAS	RECOMENDACIONES
<p>Las campañas comunicacionales de sensibilización implementadas en Brasil, Colombia y Ecuador, reflejan que aún existen personas que no aceptan la importancia del TRH, en especial del grupo de empleadores/as vinculadas/os al proyecto.</p>	<p>De existir una segunda fase del proyecto, se recomienda en los tres países continuar con las campañas comunicacionales de sensibilización sobre la importancia del trabajo doméstico y la defensa de sus derechos, basada en los alcances y aspiraciones de las organizaciones de TRH y, dirigida a la sociedad civil en su conjunto y en especial al grupo de empleadores/as.</p>
<p>Otro aspecto es la importancia del trabajo organizado de las mujeres TRH en los tres países, que ha permitido frenar la explotación laboral, ya que permitió la negociación con los empleadores/as, en temas de salarios, horarios y condiciones de trabajo.</p>	<p>Se recomienda también que las campañas de sensibilización incorporen la estrategia de marketing para la oferta de servicios de los negocios sociales, con el propósito de llegar a un público que se constituiría en un mercado demandante más amplio, que pueda llegar a nichos específicos para el</p>

	segmento de los servicios de las TRH.
Con una parte de los empleadores/as vinculados/as al proyecto, se mejoró las relaciones como producto de las campañas comunicacionales de sensibilización, al punto de llegar a mantener los salarios de las TRH en los meses más críticos de la pandemia, aunque las TRH no se encontraban laborando, como es el caso de Colombia.	A través de las campañas de sensibilización, en los tres países, se recomienda continuar fortaleciendo la agenda de incidencia política a nivel estatal, para asegurar el cumplimiento de la normativa nacional e internacional; y con el sector privado (empleadores/as) comprometiéndoles a cumplir con la legislación local; para contribuir de esta forma a incrementar el acceso a bienes y servicios ofertados por las TRH.

#### 1.2.4.- RESULTADO 4

ALCANCE	IMPACTOS
4.1.- 2 modelos replicables con enfoque de negocio social, que fortalece la sostenibilidad de los procesos políticos de las TRH en Colombia y Ecuador: alcance del indicador igual al 100%.	La ejecución del proyecto MDT introdujo otro cambio importante y, fue el salto de un sindicalismo clásico a la empresa social, lo cual constituye un elemento para la sostenibilidad financiera de las acciones de incidencia política que esperan las TRH
4.2.- Alianzas que favorecen el posicionamiento de las organizaciones de TRH a nivel regional: alcance del indicador igual al 100%	Los espacios de diálogo en torno a la problemática de las TRH permitieron una participación activa de ellas como voceras con propuestas para el mejoramiento de su calidad de vida, con base en su realidad socioeconómica. La consolidación de las mesas interinstitucionales permitió encaminar agendas con lineamientos clave para la incidencia política a favor de las TRH

LECCIONES APRENDIDAS	RECOMENDACIONES
Las sistematizaciones con base en los estudios como el CAP han permitido diagnosticar la situación de las TRH a la vez de poder plantear las líneas de acción y de apoyo para este segmento social.	Mantener los foros para la socialización de los resultados respecto de las acciones que se realicen en el seno de los sindicatos en cada país y con ello, a través de las socializaciones a nivel regional, explorar las reacciones de los actores estratégicos sobre el tema. Se requiere un alto nivel de comunicación y diálogo que fomente el consenso con actores estratégicos, sobre todo aquellos que tienen poder de decisión en cuanto a la aprobación de normativas a favor de las TRH.
El proyecto aportó eficazmente en la articulación de las 39 alianzas entre los sindicatos de cada país y los actores estratégicos. A través del proyecto se aportó con experiencia en lograr concertar dichas articulaciones, encaminar consensos a fin de posicionar las agendas de los sindicatos a favor de las TRH, cuyo posicionamiento se dio a través de las campañas de sensibilización.	Consolidar las alianzas que favorecen el posicionamiento los negocios sociales, sean estas, alianzas para formación, así como con proveedores e instituciones crediticias.
La realización de 45 foros nacionales, que debieron transformarse en foros virtuales, constituyeron una buena herramienta para posicionar el accionar de los sindicatos en el sector público, privado y del conglomerado de las TRH en cada país. Los foros donde se dieron a conocer las problemáticas del	



igual VALOR  
IGUALES  
derechos



mujeres  
igualdad y  
trabajo



care



Fundación  
Bien  
Humano



THEMIS  
CENTRO DE INVESTIGACIONES  
Y ESTADÍSTICAS



AFD  
AGENCE FRANÇAISE  
DE DÉVELOPPEMENT

---

sector, también aportaron a través del intercambio de experiencias al empoderamiento de las TRH tanto en los requerimientos para la incidencia política como en la mentalización para la construcción y puesta en marcha de los negocios sociales.	
Las mesas interinstitucionales conformadas en cada país como espacios de participación activa de sus actores, el empoderamiento de las TRH, las agendas planteadas para el análisis y diálogo, son las bases de su consolidación	
La sistematización de los 2 modelos de negocios sociales, permiten contar con las bases para el fortalecimiento de su gestión empresarial	