

Los cinco tips de la fundación para potenciar su negocio a través de redes sociales

1. Escoger la red social más adecuada

Es necesario que responda a las siguientes preguntas: ¿dónde están los clientes de su negocio? ¿Qué red social encaja con el propósito de su empresa? ¿Cuál es su objetivo para estar en redes? ¿Cuáles son los recursos con que cuenta?

2. No es necesario estar en todas las redes

Lo recomendable es centrar los esfuerzos en una sola red social y hacerlo bien. En caso tal de que maneje diversas, debe tener en cuenta la frecuencia con la que publica en cada una y necesita definir cuál de todas será su fuerte.

3. Cronograma con los temas a publicar a diario

Publicar contenido no es nada fácil, por eso debe crear una tabla mensual en la que organice la información que les brindará a sus seguidores. Esto permitirá que publique contenido de interés y que su comunidad consuma todo lo que le comparta.

4. Responda todos los comentarios y mensajes

Debe planificar muy bien en qué momentos del día responder los mensajes y comentarios que le dejan, pues es claro que si deja de interactuar con sus seguidores puede perderlos, pero esto no debe ser labor de todo el día.

5. Los mejores horarios para publicar en redes

En Instagram: de 5:00 a 6:00 p.m. durante los días laborales. En Facebook: de 1:00 a 4:00 p.m. en semana. En Twitter: de 1:00 a 3:00 p.m. de lunes a viernes. Debe estar pendiente del comportamiento de ellas.

Sostenibilidad

Manejo exitoso del dinero es uno de los proyectos de educación

Un modelo para lograr mejores microempresarias

Una mujer invierte tres veces más en salud, educación y bienestar para su familia y por ahí es donde se rompe el círculo vicioso de la pobreza, cuenta Daniela Konietzko, presidenta de la fundación WWB Colombia. ¿Qué están haciendo desde la organización que, incluso, es accionista de un banco?



EDWIN BOHÓRQUEZ AYA

ebohorquez@elespectador.com
@EdwinBohorquezA

Ustedes trabajan en cerrar las brechas de desigualdad de género. ¿Qué resultados han logrado?

Desde el 2013 hemos trabajado con más de 10.000 mujeres en situación socioeconómica vulnerable y ya estamos en siete municipios del Valle del Cauca. Buscamos darles las herramientas para que ellas tomen decisiones acertadas y, actualmente, de todas las personas que atendemos el 85 % son mujeres y el 15 % son hombres que tienen un emprendimiento de subsistencia. Los acompañamos para que generen esas competencias y habilidades en cuanto a educación digital, financiera, liderazgo y emprendimiento, con el fin de que puedan sacar sus negocios adelante, se alejen del abismo del fracaso y tomen mejores decisiones frente a su entorno.

Son fundación, pero crearon un banco. ¿Cómo es eso?

Nos creamos en el año 82 como una ONG que buscaba inclusión financiera a través del microcrédito y llegamos a ser una de las instituciones de microcrédito más grandes del país. En el año 2011, en el entendido de que el cierre de esta brecha no se hace solamente a través del crédito, queríamos fomentar el ahorro y los microseguros, entonces teníamos que convertirnos en un banco. En el año 2011 creamos el banco W S.A., para prestar todos los servicios a esta población. Como fundación nos hicimos a un lado para repensar qué más necesitan estas personas, más allá de los servicios microfinancieros en este caso.

Si trabajan en emprendimientos

creados por necesidad, ¿han logrado escalarlos y llevarlos a un nivel más alto de la economía?

Al 25 % de esos emprendimientos que nacen por necesidad logramos subirlos un poquito más. El emprendimiento en Colombia está dividido por el de necesidad o subsistencia, el de oportunidad y el de alto impacto o alto crecimiento. Hay muchos programas que atienden el alto impacto y de oportunidad, pero hay muy poco que esté enfocado en los de necesidad. Nosotros decidimos estar con ellos para que sean la mejor tienda del barrio, la mejor peluquería, que puedan tener ahorros, que accedan a tecnología, que sean fuertes en valores y multiplicadores de buenas prácticas.

El 25 % de estos emprendimientos pasan a un programa llamado

Ruta Yarú, que es un programa de capacitación en el que estamos durante 12 meses y una asesoría empresarial uno a uno. Vemos si la capacitación se aplica en el negocio, y de estos entran al programa Voy de la Mano, que es mento-



Daniela Konietzko, presidenta de la fundación WWB Colombia. /Cortesía

ría y acompañamiento especializado en el negocio, entre tres, cuatro o cinco meses, dependiendo del negocio. En estos encontramos que logran pasar, a veces, de la necesidad a la oportunidad.

Las economías, por costumbre, siempre se enfocan en los hombres, pero ustedes miraron a otro lado y se enfocaron en las mujeres. ¿Qué pasa en una sociedad cuando el foco se cambia?

Las pymes en su mayoría en Colombia están lideradas por mujeres. En la India, en Colombia, en África, en Filipinas y en República Dominicana, las instituciones de microfinanzas están enfocadas en mujeres. Es así porque está más que comprobado que una mujer invierte tres veces más en salud, educación y bienestar para su familia y por ahí es donde se rompe el círculo vicioso de la pobreza. Cuando nos creamos en el 82 nos enfocamos en la mujer como agente de cambio. Y eso lo mantuvimos en el 2012, cuando repensamos la fundación.

Tienen un proyecto que se llama "Manejo exitoso del dinero". ¿De qué se trata?

Nos preocupa mucho el sobreendeudamiento de las personas, esa sobreoferta que hay de tarjetas de crédito, el gota a gota, el poco ahorro, y entonces dijimos: necesitamos que la gente tenga realmente salud financiera, buenos hábitos financieros, para

que pueda sacar esas empresas adelante. Por eso, de nuestras cuatro áreas de trabajo llamamos a educación financiera "Manejo exitoso del dinero", donde trabajamos a través del juego, de la lúdica, para que los empresarios puedan aplicarlo fácilmente en la vida diaria. Esto se divide en tres: ahorro, administración de deuda y presupuesto familiar. Cuando trabajamos con jóvenes, quitamos presupuesto familiar e incluimos tarjeta de crédito.

¿Y qué es "Ofelia no está sola"?

Cuando comenzamos a desarrollar el contenido de Yarú nos dimos cuenta de que no se trataba solo de trabajar en habilidades duras sino también blandas. Fuimos un año a Buenaventura para trabajar en *focus groups* y vimos que no era solo arreglar el negocio y llegar a un punto de equilibrio; vimos que se necesitaba un empoderamiento desde el propio ser, de la persona, y nos encontramos con la violencia contra la mujer. Tratamos de entender esas rutas de atención en los municipios y era muy difícil que ellas entendiesen qué deben hacer en caso de ser víctimas, por eso trabajamos con la Secretaría de Equidad de Género de Cali, que nos acompañó a entender. Creamos una historia, una caricatura. Ellas se identifican y saben cuáles son los pasos a seguir: te atiendes, te defiendes, y el otro es justicia, derecho y salud. En cada una hicimos un librito para que ellas pudieran entender. Hicimos una obra de teatro que explica todo esto, donde entra cada paso, y se llama *Ofelia no está sola*.

¿Cuáles son los retos en atención a población vulnerable?

En el 2021 cumplimos 40 años como fundación y por eso en el 2020 uno de los retos es llegar a la ruralidad. Ya hicimos un piloto y esperamos aumentar la cantidad de gente que podamos atender. Por otro lado, el fondo para la investigación ha dado unos frutos y esperamos poder crecerlo, ofrecer más financiación a más estudiantes y elevar el impacto social. Trabajamos sobre tres pilares: ruta capacitación, investigación (trabajamos en asocio con Icesi en equidad de mujeres) y negocios, donde hacemos inversión para impacto social.

¿Quiéren ir más allá del Valle?

En 10 años queremos estar en la mayor cantidad de municipios de Colombia, pero hay que ir con mucho cuidado y respetando las dinámicas de cada región. Como fundación estamos mirando más hacia la región Pacífica. ■



Una de las beneficiadas de los programas de la fundación durante el evento de lanzamiento de la sede en Cali. /Cortesía