



WANAWAKE

**Plan estratégico  
de acción social  
Wanawake Mujer  
2021-2024**

**Plan estratégico**

**de acción social**

**Wanawake Mujer**

**2021-2024**

<b>1. Introducción</b>	<b>p. 4</b>
<b>2. Objetivos del plan</b>	<b>p. 6</b>
<b>3. Áreas de intervención</b>	<b>p. 7</b>
<b>4. Líneas estratégicas</b>	<b>p. 9</b>
<b>5. Estrategias metodológicas</b>	<b>p. 10</b>
<b>6. Colectivos de actuación prioritarios</b>	<b>p. 12</b>
<b>7. Niveles de intervención</b>	<b>p. 12</b>

# 1. Introducción

**Wanawake Mujer** se fundó hace 4 años con un propósito claro: promover la igualdad de género y prevenir todas las formas de violencia que se ejercen hacia las mujeres y las niñas, especialmente aquellas consideradas como nocivas (mutilación genital femenina y matrimonio infantil precoz y concertado) y la trata con fines de explotación. Esa meta nos ha llevado a buscar diferentes estrategias que se adecúen a la consecución de este fin, siendo imprescindible el empoderamiento de las mujeres a través de dos líneas: la formación y el acceso a oportunidades laborales, que les permitan desarrollarse integralmente y participar en todos las áreas de la sociedad que consideren pertinentes.

La situación de pandemia que hemos sufrido a nivel mundial en este último año ha puesto en entredicho un sistema que sigue excluyendo y castigando a los colectivos más vulnerables, entre ellos, el de las mujeres. Tal y como se describe en la introducción del informe **“La perspectiva de género, esencial en la respuesta a la Covid-19”** del Instituto de la Mujer (2020), “En esta triple dimensión de la pandemia, sanitaria, social y económica, se hace necesario conocer el alcance del impacto de género que produce e incorporarlo en la respuesta de una crisis que, por sus propias características, afecta de manera diferente a mujeres y hombres. Estas características son:

- **Sobrecarga del trabajo sanitario y de servicios esenciales:** *las mujeres representan el 70% del personal sanitario en todo el mundo y son mayoría en sectores del comercio de alimentación y de los servicios de limpieza hospitalaria y de residencias que son esenciales para el mantenimiento de las poblaciones.*
- **Centralidad de las tareas de cuidados:** *las mujeres siguen realizando la mayor parte del trabajo doméstico y cuidado de personas dependientes, remunerado y no remunerado, asumiendo también una mayor carga mental derivada de la misma. Además, muchas mujeres se ven abocadas a no poder seguir trabajando por tener que hacer frente a las tareas de cuidado al encontrarse los centros escolares cerrados.*
- *Las mujeres sufren **mayor precariedad y pobreza laboral**, lo cual las sitúa en un peor lugar para afrontar un nuevo periodo de crisis (**especialmente mujeres jóvenes, las mujeres con baja cualificación y las mujeres migrantes**), además algunos de los sectores más afectados, como el comercio, turismo y hostelería, están altamente feminizados.[...]*
- **Aumento del riesgo de violencia de género** y otros tipos de violencia contra las mujeres derivado de la situación de confinamiento.

Partiendo de esta realidad y en el marco general impulsado por los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**, este Plan Estratégico quiere convertirse en la herramienta principal para conseguir la inclusión y el acceso a oportunidades laborales de aquellas mujeres con las que trabajamos y que se encuentran en una situación de extrema vulnerabilidad. Para ello, queremos continuar este apartado introductorio, realizando un análisis exhaustivo de la situación actual para Wanawake Mujer (WM) y, específicamente para este área de trabajo, a través del siguiente DAFO.

---

## DEBILIDADES

---

- Wanawake Mujer es una entidad pequeña con recursos materiales y humanos limitados.
- La situación provocada por el coronavirus ha imposibilitado el crecimiento planificado para 2020.
- Wanawake Mujer continúa sin tener un volumen importante de subvenciones públicas.
- El equipo técnico de la entidad ha de trabajar en diferentes áreas, estando la persona encargada de Acción Social coordinando también educación, voluntariado y parte del área institucional.
- No se dispone de beneficiarias directas, por lo que hay que buscarlas en otras entidades, con el tiempo de coordinación que ello conlleva.
- Falta de espacios adecuados para el desempeño de algunas labores que realizan las mujeres contratadas.
- El trabajo con este colectivo, dentro del ámbito de la inserción laboral, requiere de la puesta en marcha de determinadas estrategias que, en principio, pueden ir en detrimento de la productividad y la eficiencia en el trabajo.

---

## AMENAZAS

---

- La crisis sanitaria, social y económica puede afectar al ingreso de recursos de la entidad.
- Existen numerosas entidades sociales que elaboran productos de merchandising social dirigidos a empresas, eventos, etc. por lo que el nivel de exigencia es elevado en este aspecto.

---

## FORTALEZAS

---

- La experiencia generada durante estos 4 años de vida de la entidad ha perfilado la estrategia a seguir en este área y formado al equipo técnico para la intervención con las mujeres.
- Se han conseguido numerosos contactos de entidades sociales y privadas a nivel estatal para la ejecución de las propuestas.
- La entidad ha sobrellevado el 2020 y cuenta en el 2021 con un punto de partida adecuado al nivel de recursos.
- El no disponer de beneficiarias directas, hace que la coordinación con otras entidades sociales sea necesaria y fluida, aportando enormes beneficios a la entidad.
- El equipo de voluntariado de la entidad, si bien no es demasiado numeroso, sí que se encuentra muy motivado y comprometido, especialmente con este área.
- Cada año se generan novedades respecto a los productos asociados al área de acción social (Maua y merchandising social).
- Las alianzas con medios y plataformas de comunicación que tiene la entidad, así como el número de seguidores en rrrs, permiten una amplia difusión de los proyectos.

---

## OPORTUNIDADES

---

- Los proyectos asociados al área de acción social (línea Maua y productos de merchandising sociales) tienen una muy buena aceptación por parte de la sociedad.
- La población, en líneas generales, está cada día más sensibilizada con la necesidad de un consumo que repercuta en una mejora ambiental y social.
- La línea de incluir la perspectiva de género en el ámbito social, laboral y económico por parte de diversas políticas, incide de forma positiva en la consecución de los objetivos.
- Incluir la perspectiva de género en la línea de RSC de las empresas es un valor al alza.
- Los medios de comunicación consideran noticiable las actuaciones realizadas dentro del entorno Maua.

Una vez analizado el contexto general del que se parte, continuamos con el desarrollo de este plan estratégico de acción social para el período 2021-2024.

## 2. Objetivos del plan

El **objetivo final** a largo plazo que se pretende alcanzar está directamente vinculado con el [Objetivo de Desarrollo Sostenible número 5](#) propuesto por Naciones Unidas:

### **Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas.**

Para la consecución del mismo, dentro del área social, abordaremos diferentes áreas como la formación integral de las beneficiarias, la inclusión en la sociedad de estas mujeres a través del trabajo y la implicación y participación social tanto de personas físicas, como de entidades.

Con ese fin, se proponen a continuación los siguientes objetivos específicos dentro de este plan:

#### **1. Promover la formación integral de las mujeres supervivientes de violencia como primer paso para su inclusión en la sociedad.**

- 1.1. Generar los espacios y el tiempo necesarios para trabajar la formación de las mujeres, contando con los recursos materiales y humanos suficientes.
- 1.2. Abordar aspectos básicos de la competencia social (habilidades sociales, empatía, asertividad, normas básicas de convivencia, valores, etc) para facilitar la inclusión de las mujeres en la sociedad.
- 1.3. Trabajar de forma grupal, y en coordinación con el personal técnico de las entidades sociales de referencia, la autoestima y motivación de las mujeres, promoviendo un clima de distensión y confianza en las acciones formativas.
- 1.4. Formar e informar sobre aspectos relacionados con el ámbito laboral que les puedan ser de utilidad en un futuro.
- 1.5. Ofrecer otras alternativas formativas que se adecuen a las expectativas detectadas entre las mujeres y que se encuentren dentro del trabajo que se realiza en WM (por ejemplo, costura, elaboración de artesanías, etc).
- 1.6. Sensibilizar, de forma transversal, sobre la sostenibilidad, el respeto al medio ambiente y el cuidado del planeta, incluyendo sesiones formativas que contemplen la producción sostenible de materiales y productos.

#### **2. Ofrecer diversas oportunidades laborales a las mujeres como primer paso para convertirse en ciudadanas con plenos derechos y con posibilidad de participación activa en su comunidad (empoderamiento).**

- 2.1. Buscar y ofrecer diversas alternativas laborales que puedan adecuarse al perfil de mujeres con el que se trabaja.
- 2.2. Identificar las fortalezas de cada una de ellas para conseguir que la experiencia laboral sea enriquecedora.
- 2.3. Formar, en caso de que fuera necesario, a las mujeres para un adecuado desempeño de la actividad por la que se le ha contratado.
- 2.4. Acompañar a las mujeres en el proceso de inserción laboral.
- 2.5. Intentar conseguir oportunidades laborales de calidad y dilatadas en el tiempo.

### **3. Potenciar la coordinación con diferentes entidades para crear una red de inclusión que acoja e impulse a estas mujeres.**

- 3.1. Mantener, fortalecer y ampliar los contactos y las coordinaciones con diferentes entidades sociales en el ámbito autonómico y nacional.
- 3.2. Trabajar de forma conjunta con las entidades sociales para presentar diferentes propuestas tanto a la administración como a otras empresas.
- 3.3. Fortalecer y ampliar la red de entidades privadas que participan, de una forma u otra, en el desarrollo de este área, a través de Maua y otras iniciativas.
- 3.4. Ofrecer a las empresas propuestas para fomentar la igualdad de género y la inclusión social como líneas estratégicas de su RSC.
- 3.5. Emplear los canales de comunicación necesarios para que las coordinaciones con entidades sean efectivas y sensibilicen además a la población que se adscribe a este sector (empleados/as, clientes y proveedores).

### **4. Fomentar la participación de la población en la creación y mantenimiento de acciones que redunden en un beneficio para todos/as, especialmente para los colectivos más vulnerables.**

- 4.1. Realizar, junto con el departamento de educación y sensibilización de WM y, si se viera pertinente, junto con otras entidades sociales y/o privadas, campañas en las que contar a la población la situación de las mujeres con las que se trabaja.
- 4.2. Promover la participación de la sociedad en el cambio y transformación, a través de Maua y otros productos sociales.
- 4.3. Ofrecer a la población la oportunidad de realizar acciones de voluntariado dentro de este área y mantener un equipo de voluntariado específico para la intervención directa con las mujeres.

## **3. Áreas de intervención**

Las **áreas de intervención** que se plantean para la consecución de los objetivos planteados son las siguientes:

### **1. Formación grupal de las beneficiarias, aportando espacios, tiempos, herramientas, recursos y habilidades que reviertan en la integración social de estas mujeres. Las áreas que se abordarán en este momento serán:**

- 1.1. Competencia Social, trabajando todo lo relacionado con las normas básicas de convivencia, las habilidades sociales básicas y avanzadas, la asertividad, la empatía y la cooperación.
- 1.2. Autoestima - inteligencia emocional, ayudando a identificar las emociones básicas, a aceptarlas, como primer paso para trabajar la autoestima de las mujeres destinatarias de las acciones que se pondrán en marcha.
- 1.3. El ámbito laboral: habilidades y estrategias, ofreciendo herramientas que ayuden a la integración de la mujer en el ámbito laboral. Desde estrategias para la búsqueda activa de empleo, hasta actitud y comportamiento en el trabajo, pasando por simulacros de entrevistas laborales, administración del sueldo recibido, comprensión de documentación específica, etc.
- 1.4. Manufactura y creatividad, formando a las mujeres en diversas alternativas laborales relacionadas con los proyectos de Wanawake Mujer (WM). Costura y elaboración de artesanías serán dos constantes en la formación de estas mujeres.

- 1.5. Confianza y distensión. Todo ello en un clima de distensión y confianza que les permita sentirse cómodas, estar motivadas y que, a su vez, les exija lo necesario para conseguir una formación adecuada.
- 1.6. Medio ambiente y sostenibilidad. En la línea de las intervenciones de WM se trabajará de forma transversal todo lo referente a sostenibilidad, respeto por el medio ambiente y buenas prácticas para el cuidado del planeta. Se abordará, de igual forma, alternativas de producción sostenibles y que contemplen la regla de las 3R (Reducir, Reutilizar y Reciclar)

**2. Acceso a alternativas laborales que favorezcan la inclusión de las beneficiarias, convirtiéndolas en ciudadanas con plenos derechos.** Para ello, los esfuerzos de la entidad se centrará en:

- 2.1. A través, principalmente de **“Maua, flores para la igualdad”** y de todos los proyectos de merchandising social que se pongan en marcha, se intentará fomentar la contratación de mujeres en situación de extrema vulnerabilidad en nuestro país. Normalmente, los empleos que se consiguen suelen tener las siguientes características:
  - Primer empleo de la mujer beneficiaria.
  - De corta duración.
  - Dentro del área de costura, manualidades y/o atención al cliente.

El objetivo final de esta intervención será conseguir empleos de calidad y sostenibles en el tiempo.

- 2.2. Formación y preparación de la mujer para el trabajo. Siempre que sea necesario, cada mujer contratada recibirá una formación específica sobre el trabajo a realizar. Esa formación, se acompañará de un seguimiento inicial y continuo por parte de WM para que la mujer pueda realizar el proceso de incorporación de forma correcta y con todas las garantías.
- 2.3. Coordinación con entidades sociales que provean a Wanawake Mujer de las beneficiarias. Nuestra entidad no cuenta con infraestructuras ni recursos para atender a beneficiarias directas por lo que éstas, al igual que pasa en el área de cooperación al desarrollo, se localizan en otras entidades, en este caso, nacionales. Nuestro trabajo consistirá en la búsqueda de esas oportunidades laborales y en la coordinación continua y eficiente con las entidades sociales con las que se trabaje para identificar a las posibles beneficiarias y realizar una adecuada intervención con ellas.

**3. Sensibilización y participación de la población en base a tres niveles:**

- 3.1. Apuesta por la participación de las entidades privadas en el cambio social como agentes principales, debido a varios factores:
  - Son el espacio adecuado para conseguir los futuros puestos de trabajo de las mujeres.
  - Se convierten en clientes de WM a través del merchandising social que desde nuestra entidad se les propone, aportando así recursos económicos para el sostenimiento y ejecución de la formación de las mujeres con las que se trabaja.
  - Pueden desarrollar su línea de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) con nuestra entidad, apostando por la igualdad de género y la inclusión de las mujeres en situación de vulnerabilidad.
  - Cuentan con recursos (subvenciones, donaciones y premios) para apoyar los proyectos de WM.



- Se convierten en un espacio privilegiado para sensibilizar a la población por el enorme impacto que tienen de cara a empleados/as, clientes y proveedores.
- 3.2. Acciones dirigidas a la sensibilización y propuesta de participación de la población en general para contar lo que se hace, cómo se hace y sobre todo, la realidad de las mujeres a las que se beneficia.
  - 3.3. Captación, formación y mantenimiento de un equipo de voluntariado vinculado al área social de la entidad.

## 4. Líneas estratégicas

Las líneas que se van a desarrollar para la puesta en marcha de las acciones y proyectos vinculados a este área de acción social, versarán en algunos de los objetivos y metas propuestos en la [Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible](#), promulgada por Naciones Unidas en el año 2015. Estas líneas estratégicas serán las siguientes:

- 1. Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública (meta 5.5).** Se crearán espacios, tiempos y oportunidades para facilitar el acceso de las mujeres beneficiarias a una formación de calidad y a oportunidades laborales dignas. Son estas las dos herramientas principales para conseguir una adecuada inclusión de las mujeres en la sociedad y que se conviertan así en ciudadanas con plenos derechos. Es un modo también de que ellas se sientan capaces y con derecho a alzar su voz, dar su opinión en espacios públicos y decidir sobre sus vidas privadas con mayor seguridad y garantía.
- 2. Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces en las esferas pública, público-privada y de la sociedad civil aprovechando la experiencia y las estrategias de obtención de recursos de las alianzas (meta 17.17).** El establecimiento de alianzas se considera una línea esencial para el adecuado desarrollo de las acciones que se propongan a lo largo de estos tres años. La intervención de WM no se entiende, en ninguna de sus áreas, sin ese establecimiento de alianzas que fortalecen y enriquecen la práctica diaria y los proyectos que se ejecutan. Todas las entidades (empresas, asociaciones y administración) y personas (socios/as, clientes, voluntarios/as, etc) son claves para la consecución de los objetivos planteados en este plan estratégico. Sin ellas, nuestras opciones se reducen drásticamente.
- 3. Fomentar el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos (ODS 8),** sabiendo que:
  - 3.1. Queremos conseguir un trabajo decente para las mujeres con las que trabajamos.
  - 3.2. Se hace necesario un cambio de patrón en el consumo de la sociedad, hacia uno que sea más inclusivo y más sostenible.
  - 3.3. Es imprescindible que todos/as nos embarquemos en una apuesta por una sociedad más humana, que promueva todo lo que esté relacionado con el desarrollo humano, con la justicia y economía social y con el acceso a oportunidades dignas para los/as más vulnerables.
- 4. Potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, etnia, origen, religión o situación económica u otra situación (meta 10.2).** Las mujeres con las que trabajamos, todas ellas en una situación de extrema vulnerabilidad por diversas causas (supervivientes de violencia, trata con fines de explotación, migrantes, etc), han pasado por situaciones laborales y vitales en las que se han vulnerado sus derechos más básicos. Precisan, por tanto, de oportunidades que las protejan y les devuelvan la dignidad que perdieron en un momento de sus vidas, volviendo así a formar parte de la sociedad en la que viven.
- 5. Asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos**

**pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza (meta 12.8)** Dentro de la filosofía de WM, se contempla el desarrollo sostenible y el cuidado del medio ambiente como un área de trabajo imprescindible. Esto influye en el trabajo desarrollado en todas y cada una de sus áreas de acción, incluida ésta de acción social en la que se erige como principal de cara a ofrecer información a las usuarias y, sobre todo, de cara a lograr una producción de artesanías y merchandising que sea sostenible y respetuoso con el medio. Por tanto, a lo largo de estos tres años, podrán ponerse en práctica diversas alternativas dentro de Maua o generar nuevos proyectos, que reviertan en una empleabilidad de las mujeres, que sensibilicen a la población en la necesidad de un cambio en el patrón de consumo actual y que sean eminentemente sostenibles.

## 5. Estrategias metodológicas

Para el desarrollo de esas líneas estratégicas, se proponen las siguientes estrategias metodológicas:

- 1. Puesta en marcha de talleres formativos (taller prelaboral)** en colaboración con otras entidades a nivel local. Se pretende así generar espacios y tiempos de formación y aprendizaje dirigido a las mujeres. Esos espacios estarán ubicados en los centros de las entidades sociales con las que se trabaja y en las que son atendidas las mujeres y contará con la coordinación de una persona de WM y otra técnico de la entidad en cuestión. Además, se ejecutará gracias a la colaboración de un equipo de voluntariado que puede ser plenamente de WM o mixto. Estos talleres, si bien en principio se circunscriben a la Comunidad de Madrid, tienen la meta de expandirse, a lo largo de estos años, al ámbito nacional.
- 2. Búsqueda de alternativas laborales para las mujeres.** Se realizará a través de diversas vías:
  - 2.1. Maua, flores para la igualdad. A través de este proyecto propio de WM se podrá contratar de forma puntual, en principio, y sostenida, a medio-largo plazo y siempre y cuando Maua tenga una proyección adecuada, a mujeres para realizar diferentes acciones vinculadas a la producción, difusión y logística de este proyecto.
  - 2.2. Proyectos sociales financiados por entidades públicas y/o privadas que contemplen la contratación dentro de WM de mujeres en situación de vulnerabilidad.
  - 2.3. Propuestas de contratación específicas de mujeres en situación de extrema vulnerabilidad, dirigidas a empresas privadas dentro de proyectos sociales y en la línea de su RSC.
  - 2.4. Proveer de materiales y/o servicios a empresas con un tinte social. Desde ofrecer opciones de merchandising social y sostenible elaborado por las mujeres beneficiarias, hasta que WM se convierta en proveedora de servicios para empresas, todo ello, con el objetivo de contratar al mayor número de mujeres posible y con unas condiciones de trabajo dignas.
  - 2.5. Creación de cualquier otra iniciativa que redunde en una contratación más duradera de las mujeres con las que se trabaja.
- 3. Creación, mantenimiento y coordinación de una red de entidades sociales para:**
  - 3.1. Identificar y conseguir beneficiarias para los proyectos y/o actividades que se pongan en marcha.
  - 3.2. Fortalecer las propuestas de intervención de WM con las mujeres, generando espacios y tiempos para el intercambio de experiencias, propuestas de ideas y proyectos, etc.
  - 3.3. Optar, de forma conjunta (socios/as) o contando con su apoyo, a diferentes proyectos sociales de entidades privadas y públicas.
- 4. Utilización de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en extrema vulnerabilidad como línea de RSC de diferentes empresas.** Se incluye dentro de esta

estrategia a todas las empresas, independientemente de su tamaño, que quieran desarrollar como línea estratégica de su RSC la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer, adaptando las propuestas que se lanzan a sus necesidades. De esta forma, dicha colaboración puede ir en las siguientes líneas:

- 4.1. Financiar a través de subvenciones, donaciones y/o premios algunas de las acciones o proyectos que se proponen en este área social (formación, oportunidades laborales, sensibilización).
- 4.2. Formar parte de [Maua, flores para la igualdad](#), artesanías que sostienen los proyectos de cooperación y acción social de WM:
  - Incluyendo los productos en su merchandising social como regalo a clientes, proveedores y/o empleados/as. Este merchandising, además de aportar recursos, se erige como una herramienta para la sensibilización de todas esas personas a las que llega.
  - Formando parte de la red de difusión de Maua, como punto de difusión de estas artesanías.
- 4.3. Aceptar algunas de las **propuestas específicas de merchandising social** que proponga WM. Por ejemplo: [MásQueUnaMuñeca](#) para la Carrera de la Mujer.
- 4.4. Convertirse en cliente de alguno de los servicios planteados por Wanawake Mujer y que contemplan la contratación de mujeres en situación de vulnerabilidad (Atención de stands en ferias y exposiciones, elaboración de productos, etc)

Para conseguirla, WM elaborará presentaciones, materiales y comunicaciones dirigidas específicamente a este colectivo. Además, se presentarán todos aquellos proyectos que se consideren subvencionables a las diferentes convocatorias que se lancen desde el sector privado.

**5. Elaboración de una estrategia de comunicación y sensibilización dirigida a la población en general.** Esta estrategia irá dirigida a la captación de personas, entidades y recursos que redunden en una mejor ejecución de los proyectos propuestos en este área. Además, a través de campañas específicas se intentará sensibilizar a la población sobre la realidad de las beneficiarias con las que se trabaja y sobre los beneficios que tiene la inclusión de estas acciones para la creación de una sociedad más justa, inclusiva, equitativa y sostenible.

**6. Mantenimiento de la sostenibilidad, el respeto al medio, la innovación y la calidad como seña de identidad de todas y cada una de las propuestas realizadas en este área.** Uno de los fines de nuestra entidad es el de mantener unos estándares de calidad elevados. Por tanto, en este área de acción social, no íbamos a ser menos, especialmente por la complejidad que conlleva el trabajo que se propone y los colectivos beneficiarios a los que se dirige, especificados en el siguiente punto del plan. Además, tal y como se ha citado en otros puntos de este plan, la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente cobran una relevancia especial tanto para la formación de las mujeres, como para la creación de alternativas productivas sostenibles que puedan integrarlas en el mercado de trabajo.

**7. Participación de la sociedad en el cambio.** Para la consecución de los objetivos planteados resulta imprescindible la participación de toda la sociedad. Dicha participación se puede ofrecer de diferentes formas y con distintos niveles:

- 7.1. Con la posibilidad de formar parte del equipo de voluntariado de la entidad, concretamente en el área de acción social.
- 7.2. Ofreciendo la opción de convertirse en embajador/a de nuestras mujeres a través del proyecto Maua. En este punto pueden participar tanto personas físicas, como jurídicas.
- 7.3. Lanzando campañas de sensibilización que redunden en la captación de recursos para el sostenimiento de los proyectos.
- 7.4. Facilitando las aportaciones de recursos a través de diferentes canales.

## 6. Colectivos de actuación prioritarios

Los colectivos de actuación de este plan estratégico son los siguientes:

**1. Mujeres beneficiarias de entidades sociales y/o administraciones públicas** que cumplan algunos de los siguientes requisitos:

- Que sean supervivientes de trata con fines de explotación.
- Que sean supervivientes de cualquier tipo de violencia.
- Que se encuentren en situación de vulnerabilidad.
- Que sean derivadas por parte de la entidad social y/o administración pública que trabaje con ellas, independientemente de su situación.

El perfil de estas mujeres, si bien es muy diverso, puede contar con algunos rasgos característicos definidos por la situación que están atravesando y que, en líneas generales, serían:

- Pérdida de confianza: el trauma ocasionado por la situación experimentada influye en que no puedan depositar su confianza en otras personas.
- Aislamiento social: pérdida de la red de apoyo social, experimentación de sentimientos de soledad y culpa.
- Depresión y baja autoestima.
- Abandono psicológico, en referencia a la invasión del espacio mental de la mujer derivado de la situación vivida y que provoca la anulación personal.

Además, la mayor parte de ellas, coincide con el perfil descrito en la introducción de este plan como colectivo muy vulnerable a los efectos de la crisis sanitaria, social y económica que estamos atravesando, pues son mujeres jóvenes, con baja cualificación y migrantes. Por ello, todas las acciones descritas en este plan, cobran una mayor relevancia, si cabe, durante estos tres años que se contemplan, como medio para intentar que estas mujeres no caigan en el círculo de la exclusión social.

**2. Entidades sociales** con las que se coordinan actuaciones. Bien porque se presenten de forma conjunta o contando con su apoyo diferentes proyectos para los que se necesite la transferencia de fondos, o bien porque pongan en marcha acciones con las mujeres beneficiarias que WM considere financiables con recursos propios.

**3. Entidades privadas**, a las que se dirigirán las acciones de sensibilización y captación de recursos y que podrán llegar a convertirse en clientes, socios, donantes y/o embajadores de las acciones y/o proyectos que se propongan. Desde grandes empresas a PyMEs.

**4. Población en general** como beneficiarios para formar parte del equipo de voluntariado de la entidad y como destinatarios de las acciones de sensibilización y campañas que se lleven a cabo.

## 7. Niveles de intervención

Los niveles de intervención que se contemplan para el desarrollo de las estrategias y consecución de objetivos de este plan son los siguientes:

**1. Local/autonómico**, teniendo en cuenta que el desarrollo de los talleres formativos será, en principio y de forma prioritaria y predominante, dentro de la Comunidad de Madrid. Por tanto, la mayor parte de las mujeres que opten, al menos en los primeros años de ejecución del plan, al taller prelaboral, residirán en la Comunidad de Madrid. De la misma forma,

el equipo de voluntariado con el que se realizan las acciones presenciales dentro de este área, es también preferentemente de Madrid, limitando en este aspecto la intervención con personas de otras comunidades, debido principalmente a que la sede principal de WM se encuentra en esta Comunidad Autónoma.

**2. Nacional,** dado que la intervención de WM abarca el territorio español, los proyectos y acciones que se proponen en cualquiera de las áreas de trabajo son de alcance nacional. De hecho dentro de este área, ya se ha contado con experiencias previas al respecto en lo que tiene que ver con:

- Presentación de proyectos a administración pública y/o entidades privadas de ámbito nacional, contando con el apoyo de entidades sociales de diversas comunidades autónomas.
- Coordinaciones y puesta en marcha de proyectos de alternativas laborales (primer empleo) para mujeres de diversas comunidades autónomas (Comunidad Valenciana, País Vasco, Asturias, Galicia, Andalucía, Aragón y Cataluña).
- Comunicaciones y coordinaciones continuadas para el intercambio de información y experiencias entre entidades del Tercer Sector.
- Trabajo con diferentes entidades privadas de ámbito nacional, sensibilizando y haciendo partícipes a su comunidad (clientes, empleados, proveedores, etc), independientemente de su ubicación geográfica.

Por tanto, a lo largo de estos tres años de Plan Estratégico, se continuará manteniendo el mismo nivel de actuación nacional, intentando además fortalecer la parte de participación de la sociedad a través del voluntariado, conformando equipo de voluntariado en diferentes comunidades autónomas.

**3. Global,** desde la perspectiva especialmente de la sensibilización de la sociedad a través de canales que contemplen el uso de las tecnologías de la información y la comunicación. Con todas las campañas que se lancen, se alcanzará por tanto, un nivel de intervención global.

WANAWAKE  
😊



<http://wanawake.es>