

Origen Afro

Porque tu herencia,
es la fuerza que
necesitas para crecer



EN CONVENIO CON:



Cámara de
Comercio de Cali

CaliAfro



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI

SECRETARÍA DE BIENESTAR SOCIAL

Origen Afro



¡Te damos la bienvenida a Origen Afro!

Sabemos que en este viaje de hacer grande a tu negocio, tu pasión y tu berraquera son como un tambor que nunca deja de sonar, marcando el ritmo de tus pasos. Pero pilas, porque pa' que un negocio crezca de verdad y se sostenga en el tiempo, no alcanza sólo con desearlo. Lo que hace la diferencia es el atreverte a contar tu historia con orgullo pa' que otros la conozcan y la valoren, reconociendo que esto te permitirá aprender y fortalecer tu propósito y tu propuesta.

Con este junte que hemos armado, hoy te queremos compartir las herramientas necesarias, pa' que tu camino empresarial sea más firme y se consolide. En esta cartilla vas a encontrar una especie de brújula, que es una mezcla entre tu sabiduría ancestral y otras formas de impulsar esas habilidades que ya traés en la sangre, para continuar construyendo futuro.

¿Qué vas a ver?

Origen Afro

Es una estrategia de la Cámara de Comercio de Cali, desarrollada en convenio con la Política CaliAfro y la Alcaldía de Santiago de Cali, a través de la Secretaría de Bienestar Social. Nace con el propósito de impulsar la riqueza cultural afro como un verdadero motor de productividad y competitividad, tanto en Colombia como en el mundo.

Aquí serás protagonista de espacios de formación únicos, con enfoque étnico - racial, que se viven desde la práctica, a través de laboratorios diseñados bajo una metodología experiencial, basada en problemas reales de tu entorno. Esto significa que no solo vas a recibir los conceptos, sino que los vas a vivir y aplicar en dinámicas grupales, tomando decisiones bajo escenarios que simulan tu día a día empresarial.

Introducción

Identidad & Raíces

En esta sesión explorarás la riqueza y la diversidad de las **identidades afrodescendientes** en Colombia como fuente de diferenciación en el mundo empresarial. Aprenderás sobre el rol fundamental que las prácticas, conocimientos y tradiciones culturales de los pueblos afrodescendientes han tenido de manera histórica en la economía, la productividad y las industrias del país y en las empresas y economía propia de los pueblos afrodescendientes, con un enfoque especial en las empresas “afrocentradas”.

Capítulo 1

Laboratorio **Habilidades** para Emprender

Aquí descubrirás la **importancia de desarrollar habilidades blandas** que no solo abren puertas, sino que te permiten **liderar, conectar y proyectar tu negocio con seguridad**. La **comunicación asertiva** te permite contar tu historia con orgullo, la inteligencia emocional te ayuda a gestionar mejor los retos del día a día, manteniendo relaciones sólidas y de confianza y la resiliencia se convierte en una herramienta clave para enfrentar barreras históricas y sociales, transformándolas en oportunidades de crecimiento.

Capítulo 2

Laboratorio financiero **Cuentas en Orden**

Aquí aprenderás a mirar las finanzas desde una perspectiva distinta, porque sabemos que hablar de plata no siempre ha sido fácil, pero tener las cuentas claras es la clave para que tu negocio se sostenga en el tiempo, crezca con confianza y se abra camino hacia nuevos mercados.

Entender la diferencia entre la deuda buena que impulsa tu crecimiento y la deuda mala que frena tu progreso, vas a reconocer cómo planear tu flujo de caja, calcular tus verdaderos márgenes de ganancia y acceder a financiamiento responsable que te permita crecer sin perder el control.

Laboratorio
Comercial
**Historias que
venden**

Capítulo 3

Aquí, descubrirás cómo tu historia, tu raíz y tu identidad afrodescendiente pueden convertirse en la herramienta más poderosa para conquistar clientes, narrar con potencia lo que haces, construir un pitch de ventas sólido y entrenarte para destacar en cada oportunidad comercial que se te presente.

Aprenderás a darle valor a lo que te hace único, integrando tu herencia cultural en el corazón de tu propuesta de negocio. Vas a fortalecer tu comunicación comercial, practicando cómo conectar emocionalmente con tus clientes y cómo traducir tu identidad en ventajas competitivas reales. Además, recibirás herramientas prácticas para estructurar tu discurso de ventas, adaptarlo a distintos escenarios (locales, nacionales e internacionales) y entrenarte en técnicas de negociación que te permitan cerrar acuerdos con seguridad y confianza.

Espacios de conexión

Todo esto lo pondrás en práctica, porque aquí somos diciendo y haciendo. En **Origen Afro** podrás hacer parte de espacios de conexión en donde no solo vas a conocer a otros empresarios y empresarias afro que la están rompiendo, sino que también podrás generar alianzas, intercambiar experiencias y crear vínculos comerciales reales.

Además, podrás acercarte a entidades de financiamiento y acceder a una red amplia de proveedores estratégicos que facilitan el acceso a insumos, servicios y recursos clave para fortalecer y hacer crecer tu negocio.





Origen Afro

Introducción

Reconexión con tu **identidad**

**¡Ubuntu...yo
soy porque
nosotros
somos!**

La **identidad cultural es el sentir de pertenencia y conexión a una cultura de un grupo étnico**, nacional, religioso o social en particular. Se expresa la identidad cultural a través de las costumbres, las tradiciones, los comportamientos, el lenguaje y la herencia, y es una guía esencial para la moral y para las decisiones de vida. La identidad cultural colectiva de un grupo étnico, como los pueblos afrodescendientes en Colombia está intrínsecamente relacionado con los modos de vida del grupo incluyendo a las formas internas de gobernanza, las relaciones con el territorio y el medio ambiente, las visiones de desarrollo, las formas de educación y socialización de las nuevas generaciones y las prácticas productivas y la economía.

Aunque las situaciones y condiciones de los grupos están en constante transformación e influidas por otras culturas, muchos grupos étnicos logran mantener sus prácticas, conocimientos y tradicionales culturales a través de la trasmisión intergeneracional. **En el caso de los afrodescendientes tanto en sus territorios ancestrales como en sitios urbanos e incluso extranjeros, las prácticas, conocimientos y tradiciones culturales han sido un recurso esencial para la generación de las economías propias.**

Actividad



A través de una cartografía social de tu territorio, comunidad o barrio reflexiona acerca de estas preguntas:

- ¿Cuáles prácticas, tradiciones culturales y conocimientos ancestrales afrodescendientes identificamos en nuestro territorio?
- ¿Cuál ha sido el rol de estas prácticas en las economías, emprendimientos y empresas de las comunidades afrodescendientes?

La apropiación cultural y la justicia económica de los pueblos afrodescendientes

¡Quítate de mi escalera!

La **apropiación cultural** es la adopción de las prácticas o manifestaciones culturales de los grupos racializados o étnicos por miembros de un grupo dominante de manera irrespetuosa, explotadora o vaciada de su significancia cultural o espiritual. Muchas veces implica el uso de expresiones culturales por fines comerciales y ganancias sin el consentimiento o el reconocimiento político, social o económico a los grupos dueños intelectuales de la cultura.

Los aportes fundamentales de los pueblos afrodescendientes a las economías de los países de las Américas han sido desvalorados e invisibilizados desde la época colonial y la implementación del sistema de esclavización y trabajo forzoso de los africanos esclavizados durante lo cual se generó enorme riqueza para los países colonizadores europeos, las instituciones privadas, las familias dueñas de las industrias fundadoras de la nación, y eventualmente para el mismo estado independiente republicano.

¡Quítate de mi escalera!

Desde esa época los aportes de los africanos y sus descendientes no han sido solamente a través de la mano de obra forzada o explotadora, sino también a través de los conocimientos y prácticas culturales que los africanos esclavizados trajeron con ellos y que permitían la implementación de sistemas de producción agrícola, minera y de construcción en territorios y ambientes que eran foráneos e inmanejables para los europeos. A pesar de estos aportes invaluables a la construcción de la economía nacional ni los africanos esclavizados ni sus descendientes han recibido compensación económica por sus contribuciones.

Pregunta de reflexión



¿Cómo se vive la apropiación cultural de las prácticas y conocimientos afrodescendientes hoy en día?

¿Puedes pensar en ejemplos de ello en Cali?

Hoy en día muchas comunidades afrodescendientes enfrentan las mismas injusticias económicas. Las prácticas culturales afrodescendientes son recurso y fuente central en la economía del país, sobre todo en el sector de las industrias culturales (la música, el arte) y de la gastronomía, pero muchas veces son otros grupos dominantes que se benefician económicamente de estas prácticas y conocimientos. Estas dinámicas muchas veces están interrelacionadas con prácticas de discriminación, racismo, exclusión y explotación.

Por ello es esencial generar y fortalecer las economías propias de los pueblos afrodescendientes y crear mecanismos y normas para asegurar el acceso justo e igualitario a los mercados e industrias del país e internacionales sin condiciones de discriminación, racismo y explotación.

Las empresas afrocentradas

Las empresas afrocentradas son empresas cuyos productos, servicios o visión se centra en o se deriva de las prácticas, conocimientos, tradiciones u identidad africana, o afrodescendiente. Muchas veces su modelo de negocio enfatiza la cultura y los aportes de los africanos al desarrollo de la civilización occidental y busca promover y visibilizar estos aportes en la sociedad.

Actividad de Reflexión



Identifica ejemplos de empresas afro-centradas que conoces y reflexiona sobre las siguientes preguntas:

¿Cuáles son los sectores más comunes para las empresas afro-centradas?

¿Cuál es el rol de la cultura afrodescendiente en las empresas afro centradas?

¿Qué es IVWWo que les hace exitosas a las empresas afrocentradas?

¿Quiénes son los clientes y consumidores principales?

¿Cuáles son las barreras particulares que enfrentan?



Y LA NAPA...

Aunque tu negocio sea “afrocentrado” o no, aunque vendes productos u ofreces servicios enraizados en las prácticas y **conocimientos afrodescendientes o no, como empresario/a afrodescendiente tu identidad y cultura afrodescendiente forma parte esencial de tu proyecto económico.** Es lo que hace único y especial tu empresa, es lo que inspira y orienta tu plan de negocios, y es lo que será tu fuerza y poder al momento de posicionar tu marca y vender tu producto o servicio.

Pero ser empresario/a afrodescendiente es incluso mucho más que eso, es una apuesta al fortalecimiento de las economías colectivas de las comunidades afrodescendientes, rompiendo con las barreras y obstáculos históricos que han limitado la participación económica de las personas afrodescendientes en un contexto de racismo estructural y aportando al empoderamiento de la comunidad. **Al ser empresario/a afrodescendiente te conviertes en referente e inspiración para los/as niños/as y jóvenes afrodescendientes que también sueñan en ser sus propios jefes, en montar sus propios negocios y revindicar su derecho a la autonomía y el empoderamiento económico.**





CAPÍTULO 1

Laboratorio **Habilidades Para Emprender**



Las Habilidades emprendedoras son esas habilidades que no se aprenden en un salón de clases, sino en la vida misma. Son el “**saber ser**” y el “**saber estar**” que acompañan al “**saber hacer**”. Nos ayudan a comunicarnos mejor, manejar las emociones, resolver conflictos y adaptarnos a los retos.

En **las comunidades afrocolombianas**, estas competencias son un legado cultural que se transmite de generación en generación.

La comunicación asertiva es la clave que marca el ritmo claro del respeto y la escucha. La resiliencia es como la raíz del mangle: fuerte y flexible ante las mareas. Y el liderazgo, es como una fiesta que inspira a la comunidad a avanzar unida y celebrar la diversidad.



1. COMUNICACIÓN ACERTIVA

¡Hablame claro, vé!

La comunicación asertiva es la habilidad de expresar tus pensamientos, sentimientos y necesidades de forma clara y respetuosa, sin agredir a los demás ni dejarte minimizar, en otras palabras, es el arte de escuchar y ser escuchado.

En las comunidades afrocolombianas, los refranes y las historias son una forma de transmitir conocimiento y valores. Así, la **comunicación asertiva utiliza un lenguaje que construye, no que destruye.**

Actividad



Responde a este test

¿Qué tan asertivo/a eres?

Este ejercicio te ayudará a identificar cómo te comunicas en tu día a día, sé honesto/a contigo mismo/a y marca la opción que mejor te represente.

Recuerda que **¡No hay respuestas correctas o incorrectas!**

Para comenzar lee cada pregunta y selecciona la opción que más se parezca a tu forma de actuar.

1. Cuando un cliente no está satisfecho con tu producto o servicio, ¿qué haces?

- A. Evitas la conversación, prefieres no enfrentar el problema.
- B. Te enojas y le dices que no tiene la razón.
- C. Escuchas su queja con calma y le propones una solución sin alterarte.

2. Si necesitas ayuda con una tarea, pero quien te colabora está ocupado, ¿cómo te diriges hacia él o ella?

- A. Te quedas en silencio y esperas a que él se dé cuenta de que necesitas ayuda.
- B. Le hablas fuerte y le dices: “¡Tienes que ayudarme ahora! ¡Necesito esto ya!”.
- C. Le preguntas: “¿Tendrás un minuto para ayudarme cuando termines lo que estás haciendo?”.

3. Cuando no estás de acuerdo con una decisión en un grupo, ¿qué es lo que normalmente haces?

- A. Te quedas callado/a, pero te sientes frustrado/a por dentro.
- B. Dices a todos que la idea es mala y que solo la tuya es la correcta.
- C. Expresas tu punto de vista de forma tranquila, explicando el porqué de tu opinión.



4. Si alguien te hace una crítica que no te gusta, ¿cómo reaccionas?

- A. Te sientes herido/a y te alejas de la persona.
- B. Te pones a la defensiva y le devuelves la crítica de forma agresiva.
- C. Agradeces el comentario y le preguntas qué fue lo que le molestó para entender mejor.

5. Si un proveedor no ha cumplido con un acuerdo, ¿cómo lo abordas?

- A. Dejas pasar el tiempo, con la esperanza de que el problema se resuelva solo.
- B. Le envías un mensaje enojado y lo amenazas con cancelar el pedido.
- C. Lo llamas y le dices: "Entiendo que pueden haber imprevistos, pero me preocupa que no se cumpla lo que hemos acordado. ¿Qué podemos hacer para solucionarlo?".

Análisis de Resultados

Mayoría de respuestas A: Tu estilo de comunicación es pasivo. Tiendes a evitar los conflictos y a no expresar tus necesidades, lo que puede generar frustración.

Mayoría de respuestas B: Tu estilo de comunicación es agresivo. Sueles expresar tus opiniones sin tener en cuenta los sentimientos de los demás, lo que puede afectar tus relaciones.

Mayoría de respuestas C: ¡Felicitaciones! Tu estilo de comunicación es asertivo. Sabes escuchar, expresas tus ideas con respeto y buscas soluciones de manera constructiva.

El objetivo es movernos hacia la opción C, no te desanimes si aún no lo logras, y si por el contrario ya lo estas, ¡felicitaciones! Esto quiere decir que procuras comunicarte de forma clara y armónica.



2. LIDERAZGO INCLUSIVO Y COLABORATIVO

“El que mucho abarca, poco aprieta”

El **liderazgo inclusivo** va más allá de dar órdenes, es la capacidad de crear un ambiente donde todos se sientan valorados, respetados y escuchados; es entender que la diversidad de talentos y visiones es la mayor riqueza que puedes tener en el momento de conformar un equipo de trabajo.

Al igual que en los Palenques, donde la toma de decisiones era colectiva para la supervivencia de la comunidad, un líder que escucha a los demás fortalece su proyecto, emprendimiento, empresa y más.

Actividad

Laberinto de Ubuntu



¡Te damos la bienvenida al camino que conecta el espíritu de Ubuntu con la fuerza de tu negocio! Tu misión es guiar el bus que lleva la palabra **“Ubuntu”** la cual significa **“Yo soy porque nosotros somos”** desde el inicio del laberinto hasta la plaza de mercado, donde crecen los negocios y la colaboración.



Moraleja

El camino está lleno de giros y vueltas, tal como se simboliza en el laberinto mostrando el sin número de retos que puede tener un negocio. Sin embargo, el espíritu de conexión y de comunidad, contribuye de forma positiva a la toma de decisiones y búsqueda de soluciones que nos acercan hacia el éxito en conjunto.





3. RESILIENCIA Y TOLERANCIA A LA FRUTRACIÓN

“No ando cogiendo lucha, no”

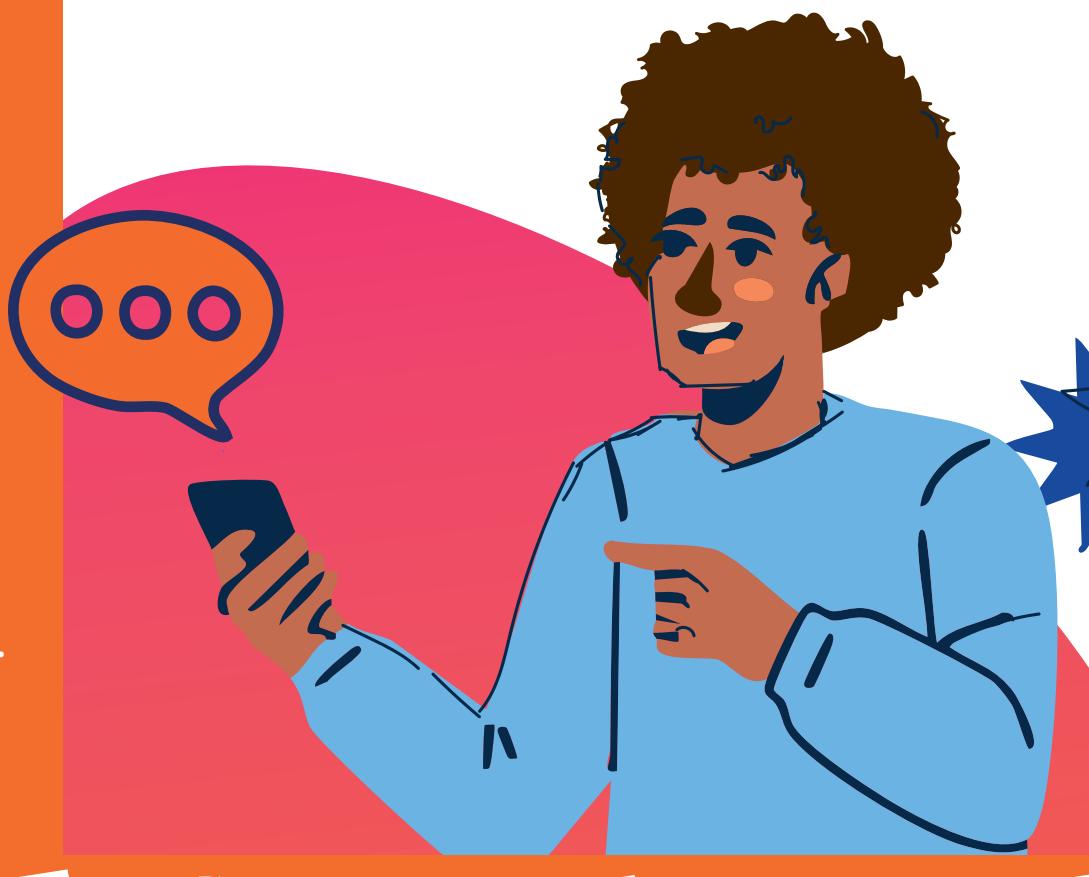
La resiliencia no es la ausencia de dolor, sino la capacidad de recuperarse y crecer a partir de él. Es el espíritu de lucha que ha caracterizado a la comunidad afrocolombiana a lo largo de la historia, al igual que la palma que se dobla con el viento pero no se quiebra, la resiliencia es el legado de los ancestros, es aceptar la frustración como parte del proceso, pero mantener la esperanza, ya que eres protagonista de tu propia historia.

Recuerda que la resiliencia no es algo que se tiene o no se tiene. Es como un músculo que puedes entrenar todos los días.

Actividad



Encuentra los tesoros escondidos y repasemos los conceptos aprendidos en este capítulo.





- AFRO
- ASERTIVA
- BLANDAS
- COMUNICACION
- COMUNIDAD
- FRUSTRACION
- HABILIDADES

- INCLUSIVO
- LIDERAZGO
- PALENQUES
- RESILIENCIA
- SANCOCHO
- SENTIMIENTOS
- SABERES

- TAMBOR
- TOLERANCIA
- INTELIGENCIA
- EMOCIONAL
- PALABRA
- CONFIANZA
- FORTALEZA

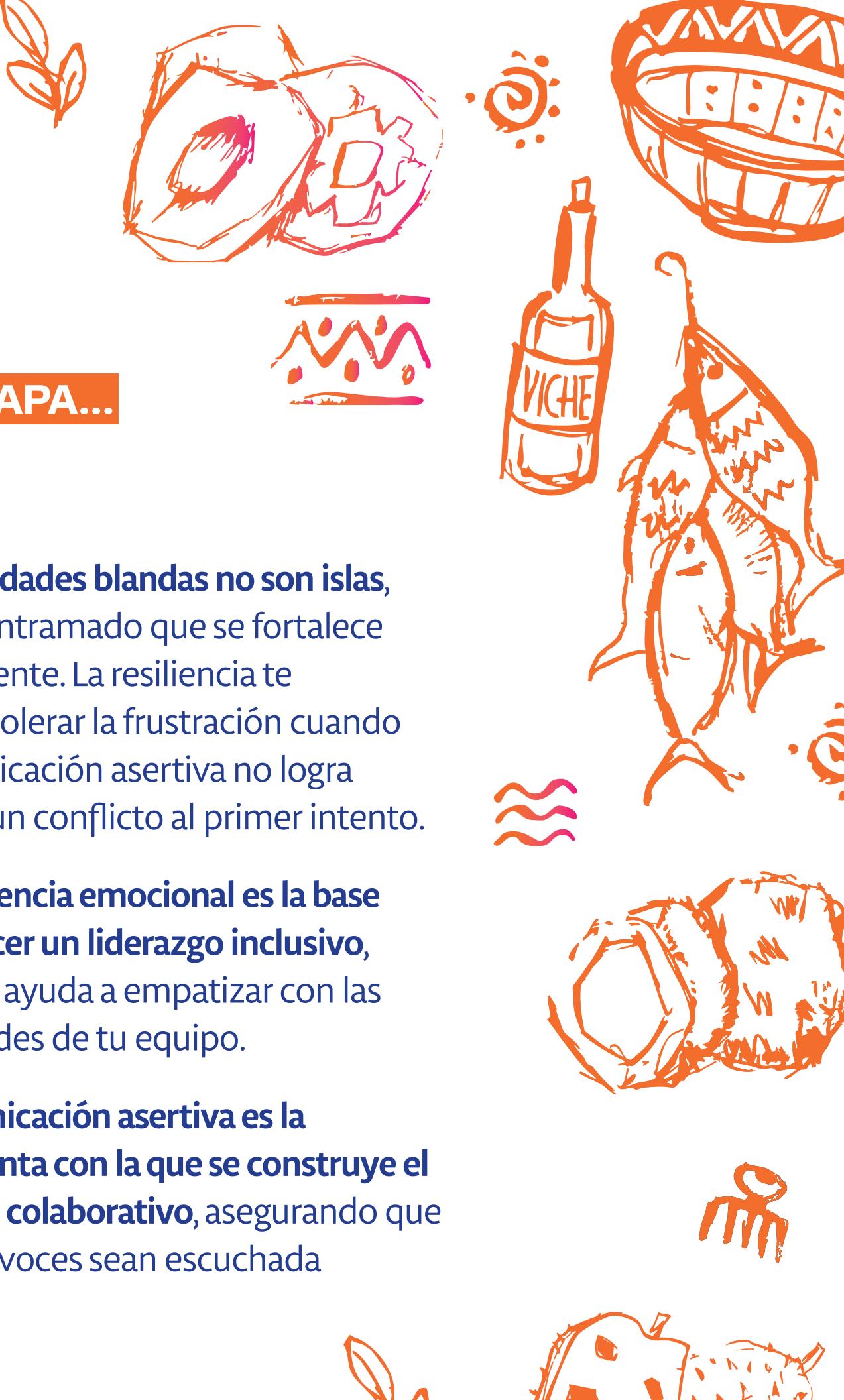


Y LA ÑAPA...

Las habilidades blandas no son islas, sino un entramado que se fortalece mutuamente. La resiliencia te permite tolerar la frustración cuando la comunicación asertiva no logra resolver un conflicto al primer intento.

La inteligencia emocional es la base para ejercer un liderazgo inclusivo, ya que te ayuda a empatizar con las necesidades de tu equipo.

La comunicación asertiva es la herramienta con la que se construye el liderazgo colaborativo, asegurando que todas las voces sean escuchadas



Toma tus apuntes aquí

Origen Afro



CAPÍTULO 2

Laboratorio financiero **Cuentas en Orden**



WORTEL®
Tienda de Diseños Étnicos

Entender las finanzas es vital para cualquiera que desee crear un negocio, porque permite tomar decisiones con claridad, anticiparse a los riesgos y aprovechar mejor las oportunidades del mercado. Sin este conocimiento, un negocio puede tener buenas ideas y productos valiosos, pero quedarse sin recursos para sostenerse o crecer. En una sociedad en la cual los y las empresarios y emprendedores afrodescendientes enfrentan tantos retos relacionados con la discriminación y la explotación estas habilidades resultan ser aún más esenciales para proteger los proyectos económicos.

Al conocer **conceptos financieros básicos**, no solo basta con tener los números bajo control, sino que vas a ganar seguridad, la posibilidad de planificar tu futuro y lo más importante, garantizar que el esfuerzo invertido se pueda traducir en resultados reales y duraderos.

1. EL DINERO EN MOVIMIENTO

Porque Camarón que se duerme...

Hablar de finanzas en un negocio va mucho más allá de aprender números: se trata de cambiar tu forma de pensar sobre el dinero y de entenderlo como una herramienta de crecimiento, sostenibilidad y libertad. Vas a entrar en un viaje que combina lo técnico con la reflexión, porque lo que crees acerca del dinero y la relación que tienes con él, influye directamente en cómo lo usas y en las decisiones que tomas a diario.

Primero, trabajas la conciencia del flujo del dinero, visualizando cómo cada ingreso, gasto, deuda o ahorro impacta tu riqueza y la estabilidad de tu negocio. Reconocer estos movimientos es el primer paso para dejar de improvisar y empezar a tomar el control de tu vida.



Actividad

En grupos de 6 personas.

- Cada grupo recibe un sobre con \$5 millones simbólicos (billetes ficticios).
- La dinámica dura 5 rondas. En cada ronda, un integrante distinto del grupo lanza dos dados.
- Según la suma de los dados, ejecuta la acción que correspondiente:

Suma de los dados	Acción	Movimiento de dinero
2-4	Gasto	Entregan \$1 millón a la caja común
5-7	Ingreso	La caja les entrega \$1 millón
8-9	Deuda	Reciben \$2 millones prestados, pero deben pagar 25% adicional por cada ronda en que lo usen
10-12	Ahorro	Guardan \$1 millón en el sobre de ahorro → gana 20% adicional por cada ronda que permanezca guardado



2. CONSCIENCIA FINANCIERA

Los sesgos financieros, son esos pensamientos y hábitos que, sin darte cuenta, te acercan o te alejan de tus metas. Esta parte te invita a cuestionar creencias que te están limitando y a abrir tu mente hacia nuevas formas de relacionarte con la plata. Este ejercicio es especialmente importante para las comunidades que históricamente han sido excluidos de los espacios de poder económico u obstaculizados de las oportunidades para fortalecer su propia autonomía económica.

Robert Kiyosaki plantea cuatro cuadrantes en los que se mueven las personas frente al dinero:

- (E) (Empleado):** Gana dinero trabajando para alguien más.
- (A) (Autoempleado):** Gana dinero trabajando por su cuenta (ejemplo: un estilista, un cocinero, un artesano que depende 100% de su tiempo).
- (D) (Dueño):** Tiene un sistema o empresa que trabaja para él (ejemplo: un restaurante afro con personal que genera ingresos, aunque el dueño no esté presente).
- (I) (Inversionista):** Su dinero trabaja por él (inversiones, bienes raíces, acciones, etc.).

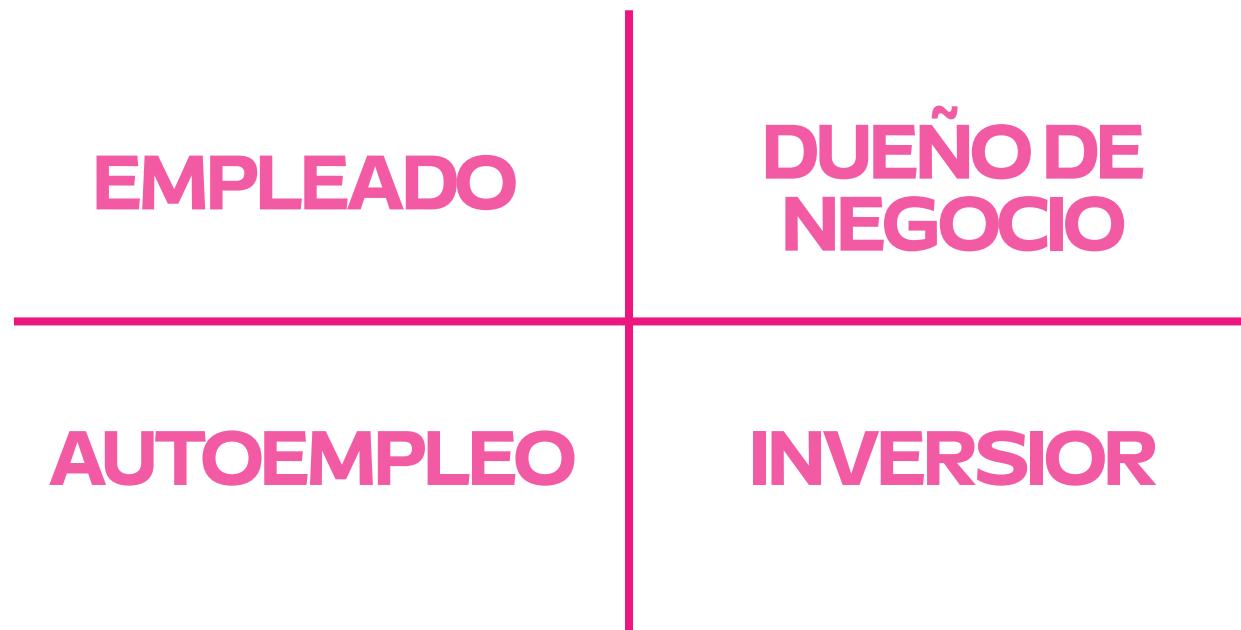


Actividad



Reflexioná sobre tu relación actual con el dinero e imagina cómo podrías pasar de generar ingresos solo con tu esfuerzo, a construir una riqueza que sostenga y haga crecer tu negocio.

1. Ubícate en el cuadro y marca con una **X** en donde te encuentras hoy:



2. Escribí por qué te ubicás allí y qué ventajas y limitaciones tenés en ese espacio.



3. ¿Cómo influye tu historia, tu cultura y la forma de ver el trabajo en la relación que tenés con el dinero?

4. ¿Qué sesgos o creencias heredadas pueden estar limitando tu paso a otro cuadrante? (ejemplo: “tener mucho dinero es malo”, “a más dinero más problemas”, “plata llama plata”).



3. MANIFIESTO DE CIERRE

Después de reflexionar sobre tus creencias, sesgos y relación con el dinero, es momento de dar un paso más profundo: **escribir un manifiesto personal de compromiso con vos mismo y con tu futuro financiero.**

Este manifiesto no es solo un ejercicio, es una declaración que te va a servir como guía para mantener el rumbo en tu vida y en tu negocio.

Pensá en lo que descubriste sobre tus hábitos financieros, tus miedos, tus sesgos y las formas en que hasta hoy has manejado la plata.

Reconocé lo que querés dejar atrás y lo que querés fortalecer.

Acta: Mi sueño financiero

Nombre Completo _____

Fecha _____

Mi negocio es:

Mi sueño financiero en los siguientes 12 meses es:

La acción que voy a tomar esta semana para acercarme a ese sueño es:

El impacto que espero lograr es:

Firma _____

Y LA ÑAPA...

Hablar de dinero va mucho más allá de los números: es también un tema cultural, lleno de creencias y aprendizajes heredados que han marcado la manera en que nos relacionamos con él. Durante mucho tiempo, el acceso limitado a la educación financiera, las desigualdades históricas y la lucha por la supervivencia de las comunidades afrodescendientes hicieron que el dinero se viera más como algo para resolver lo inmediato, que como una herramienta para construir un futuro.

Hoy es momento de cambiar de mentalidad, de dejar los miedos, de pasar de pensar en la escasez a la abundancia, de sobrevivir a prosperar y de ver el dinero como un problema a verlo como un aliado para abrir más caminos de bienestar y oportunidades para ti y toda tu comunidad.





Origen Afro



Toma tus apuntes aquí

CAPÍTULO 3

Laboratorio **Historias que venden**



**¡Este *laboratorio*
es un espacio
hecho pa' que
vos y tu negocio
brillen con voz
propia!**

Aquí vas a descubrir cómo darle fuerza y coherencia a tu marca, reconociendo y resaltando lo que te hace único y diferente en el mercado; también, vas a aprender cómo podés contar tu historia de una forma que conecte con la gente de verdad. No se trata solo de tener un logo o un nombre bonito, sino de dejar huella, de construir una marca que hable desde quién sos, desde tu raíz, tu cultura y tu propósito, y que cuente la historia tuya y de tu comunidad, conectando con la gente de manera auténtica.

A lo largo de este laboratorio vas a recorrer tres caminos que se cruzan entre sí: **en lo que somos**, vas a mirar hacia adentro pa' reconocer la identidad de tu marca, esa esencia que nace de tu historia, tus valores y tu herencia como persona hija de la diáspora africana. **En lo que hacemos**, vas a organizar tu oferta, tus productos y servicios, pa' que todo tenga coherencia con lo que querés proyectar y con el valor que entregás. **Y en lo que solucionamos**, vas a aprender a conocer mejor a tus clientes, entender qué buscan, qué necesitan y cómo llegarles con estrategias claras, reales y sostenibles.

Estos tres ejes son como los pilares de una casa: **cada uno sostiene algo distinto, pero juntos mantienen firme tu marca**. Cuando los entendés y los conectás, tu historia deja de ser solo palabras y se convierte en una propuesta sólida, auténtica y lista pa' vender.



Actividad



A través de **símbolos, palabras y dibujos**, vas a plasmaren una silueta los pensamientos que inspiran tu negocio, la forma en que comunicás y vendés, los valores que sostienen tu marca, lo que construís con tus manos y el territorio desde donde proyectás tu actividad comercial.

Este ejercicio te invita a reflexionar de manera personal sobre la relación entre tu identidad y tu labor comercial. En la silueta, representá con símbolos o palabras.

En la cabeza

Escribí o dibujá las ideas que inspiran tu negocio. Pensá en los sueños que te mueven, las motivaciones que te hicieron emprender o los pensamientos que guían tus decisiones.

En la boca

Mostrás cómo comunicás y vendés, podés anotar frases que usás con tus clientes, palabras que definen tu forma de hablar o gestos que te representan cuando ofrecés tu producto o servicio.

En el corazón

Reflejá los valores que sostienen tu marca, aquí van esas convicciones que no negociás, como la honestidad, la calidad, el respeto, el amor por lo que hacés o el compromiso con tu comunidad.

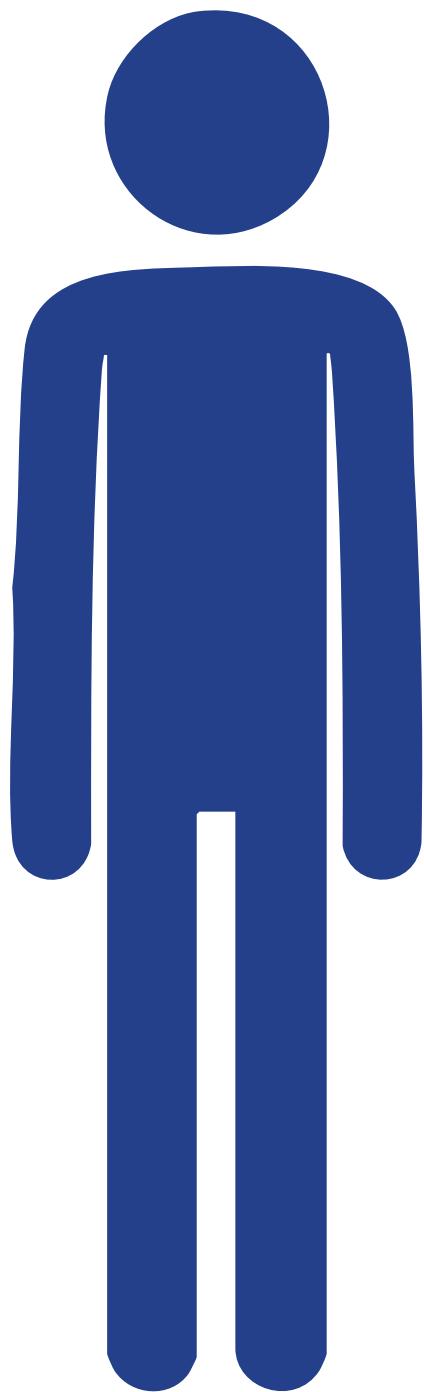
En las manos

Representá lo que ofrecés con tu trabajo, dibujá o escribí tus productos, servicios o acciones concretas que muestran lo que sabés hacer y lo que entregás al mercado.

En los pies

Señalá el lugar desde donde proyectás tu actividad comercial, puede ser tu barrio, tu comunidad, tu territorio o el espacio desde donde soñás crecer; también, podés escribir a dónde querés llegar con tu negocio.

Instrucción: dibujá o completá la silueta con los símbolos o palabras que mejor representen tu historia, tu marca y lo que querés proyectar en el mercado.



Lo que somos

Vamos a trabajar los **modelos de negocio**, explorando cómo la identidad afro se refleja en propuestas de valor con sello propio y bien diferenciado. Lo haremos a partir de ejemplos prácticos y casos de éxito de marcas que han sabido vender desde lo propio, mostrando que cuando hay coherencia entre quiénes somos y lo que ofrecemos, el negocio se fortalece.

Lo que ofrecemos

Vamos a trabajar los **productos, los servicios y los procesos** usando herramientas como el storytelling, las técnicas de venta y la identificación de canales de comercialización, tanto tradicionales como digitales. Todo esto lo haremos sin perder la coherencia con la marca afro, pa' que lo que vendás tenga conexión real con tu historia, tu identidad y la forma en que querés que te reconozcan.

Lo que solucionamos

Nos vamos a centrar en la **demand, los clientes y el mercado**, revisando cómo segmentar los públicos, analizar el portafolio y entender la competencia. También vamos a mirar las tendencias y esos factores externos que influyen en la proyección comercial de los negocios, pa' que tengás una visión más clara de dónde estás y cómo podés moverte con estrategia.

1. LO QUE SOMOS

¿Y por qué me compran a mí?

Antes de vender, crecer o buscar clientes nuevos, es clave que entendás cómo funciona tu propio modelo de negocio. Un empresario que no sabe bien qué vende, a quién le vende, cómo genera ingresos y cuáles son sus costos, camina sin rumbo fijo.

Por eso, en esta sesión vas a trabajar en mapear tu modelo de negocio, identificando cada una de sus partes. El objetivo es que al final tengas claro qué te hace diferente, dónde está el valor que entregás y cómo se conecta todo para que tu empresa sea sostenible.

CONCEPTOS CLAVES

Lo que te hés que tener claro

¿Qué es un Modelo de negocio?

El modelo de negocio es la estructura que te muestra cómo funciona tu empresa: qué ofrecés, a quién le vendés, cómo llegás a tus clientes, cuánto ganás y qué necesitás pa' mantenerte firme. Es como el mapa de tu negocio, el que te ayuda a ver si todo lo que hacés tiene sentido y coherencia con tu historia, tus valores y tu propósito. (Basado en Osterwalder & Pigneur, 2011; Kotler, 2017)

¿Qué es la propuesta de valor y diferenciación?

La propuesta de valor es eso que hace que la gente te elija: el motivo por el que tu producto o servicio tiene sentido y conecta con las necesidades de tus clientes. La diferenciación es ese toque propio que te hace destacar en el mercado, lo que te hace único. Ambas nacen de tu identidad y de la forma en que mostrás lo que hacés con coherencia, calidad y orgullo por lo tuyo. (Basado en Osterwalder & Pigneur, 2011; Kotler, 2017; Solomon, 2018)

Actividad



¿Y por qué me compran a mí?

Es momento de que te hagás unas preguntas pa' revisar qué tan claro tenés lo que ofrecés, ve.

La idea es que te detengás un ratico y pensés si tus productos o servicios realmente muestran el valor que querés entregar y si están conectados con tu historia, tu marca y tu gente.

Marcá tus respuestas con una **X** y completá donde se te pida.

1. Sobre tus productos y servicios

Preguntas	Sí	No
¿Tengo claro cuál es mi propuesta de valor?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Sé cómo entregar mi propuesta de valor a mis clientes?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Identifico con claridad cuáles son los elementos diferenciales de mi propuesta de valor?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Tengo claro qué beneficios entrega mi producto o servicio a mi buyer persona (cliente ideal)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Conozco si el cliente ideal tiene clara mi propuesta de valor?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Preguntas para pensar un poquito más

- ¿Realmente estoy proyectando mi propuesta de valor en lo que hago y comunico?

- ¿Cómo se conecta ese diferencial con mi identidad, mi cultura o mi herencia afro?
-
-
-
-

Cuando terminés, contá cuántos “Sí” marcaste y ubicáte en una de las siguientes categorías:

Categoría	Interpretación	Movimiento de dinero
De 5 “Sí”	Estoy caminando firme	Tu propuesta de valor está clara y coherente con tu identidad; ya lograste mostrar lo que te hace diferente. Seguí fortaleciendo tu comunicación y buscá nuevas formas de contar tu historia pa' conectar con más gente.
De 3 a 4 “Sí”	Voy por buen camino, pero puedo afinar	Tenés claridad en varias cosas, pero todavía hay puntos por ajustar. Usá este espacio pa' revisar cómo mostrás tu diferencial y cómo se nota tu identidad en tu marca.
De 0 a 2 “Sí”	Hora de mirar hacia adentro	Estás en el punto perfecto pa' construir una propuesta de valor sólida desde tu historia. Aprovechá el laboratorio pa' encontrar lo que te hace único y armar un modelo de negocio con propósito.

Lo que somos

Vamos a trabajar los **modelos de negocio**, explorando cómo la identidad afro se refleja en propuestas de valor con sello propio y bien diferenciado. Lo haremos a partir de ejemplos prácticos y casos de éxito de marcas que han sabido vender desde lo propio, mostrando que cuando hay coherencia entre quiénes somos y lo que ofrecemos, el negocio se fortalece.

Lo que ofrecemos

Vamos a trabajar los **productos, los servicios y los procesos** usando herramientas como el storytelling, las técnicas de venta y la identificación de canales de comercialización, tanto tradicionales como digitales. Todo esto lo haremos sin perder la coherencia con la marca afro, pa' que lo que vendás tenga conexión real con tu historia, tu identidad y la forma en que querés que te reconozcan.

Lo que solucionamos

Nos vamos a centrar en la **demand, los clientes y el mercado**, revisando cómo segmentar los públicos, analizar el portafolio y entender la competencia. También vamos a mirar las tendencias y esos factores externos que influyen en la proyección comercial de los negocios, pa' que tengás una visión más clara de dónde estás y cómo podés moverte con estrategia.

2. LO QUE OFRECEMOS

¿Lo que hago muestra realmente quién soy?

Muchas veces trabajamos tanto en producir, atender y vender, que se nos olvida mirar si lo que hacemos refleja de verdad quiénes somos. En esta sesión vas a parar un ratico pa' revisar tu oferta: tus productos, tus servicios y la manera en que los mostrás al mundo.

La idea es que todo lo que ofrecés tenga sentido con tu historia, tu forma de hacer las cosas y lo que querés transmitir con tu marca. Vas a aprender a contar lo que hacés desde tu voz, usando herramientas que te ayuden a mostrar tu esencia sin perder la coherencia. El objetivo es que al final tengás claro si lo que vendés habla por vos, si tu oferta conecta con la gente y si tu forma de mostrarte le hace justicia a lo que sos y al valor que entregás.

CONCEPTOS CLAVES

Lo que tenés que tener claro

¿Qué es storytelling?

Es contar la historia de tu marca de forma clara y real, mostrando de dónde venís, qué te mueve y por qué hacés lo que hacés. Sirve pa' conectar con la gente y dejar huella con tu forma de contar. (Basado en Solomon, 2018)

¿Qué son las técnicas de venta?

Son formas prácticas de ofrecer lo tuyo con claridad y respeto. No es solo vender, es saber escuchar y conectar pa' mostrar el valor real de lo que hacés. (Basado en Kotler, 2017)

¿Qué son los canales de comercialización?

Son los caminos pa' que tu producto llegue a la gente. Podés usar ferias, mercados o redes sociales, pero lo importante es que te sirvan pa' mostrarte como sos y llegar a quienes te buscan. (Basado en Osterwalder & Pigneur, 2011)

¿Qué son productos y servicios tangibles e intangibles?

Los tangibles se pueden tocar, como una prenda o una artesanía; los intangibles se viven, como un taller o una experiencia. Lo importante es que ambos reflejen tu saber y tu identidad. (Basado en Kotler, 2017)

¿Qué es empaque, presentación y coherencia de marca?

Es cómo mostrás tu producto pa' que la gente te reconozca. Todo lo visual, colores, logo, empaquedebé tener sentido con lo que hacés y con lo que querés transmitir. (Basado en Kotler, 2017)

Actividad

“Pa’ entender bien qué ofrezco”



Es momento de que te hagás unas preguntas pa’ revisar qué tan claro tenés lo que ofrecés, ve.

La idea es que te detengás un ratico y pensés si tus productos o servicios realmente muestran el valor que querés entregar y si están conectados con tu historia, tu marca y tu gente.

Marcá tus respuestas con una **X** y completá donde se te pida.

1. Sobre tus productos y servicios

Preguntas

¿Tengo claro qué productos o servicios ofrezco actualmente?

¿Mi oferta de productos y servicios refleja de manera coherente la propuesta de valor de mi marca?

¿Tengo claro mi pitch de venta pa’ conectar con mi audiencia en diferentes espacios comerciales?

¿Tengo definidas estrategias para los distintos canales de venta?

¿Gestiono bien esos canales?

2. Sobre mi historia y mi manera de vender

Preguntas

¿Estoy contando la historia detrás de mi marca cuando ofrezco mis productos o servicios?

¿Mis productos o servicios reflejan lo que quiero comunicar con mi marca?

¿Mis canales de venta (ferias, redes, tiendas) están ayudando a mostrar bien mi marca?

¿He identificado en qué canales me siento más fuerte para vender y conectar con el cliente?

Preguntas para pensar un poquito más

- ¿Qué hace que mi oferta sea especial y diferente a otras del mercado?
-
-
-

- ¿Cómo puedo fortalecer la forma en que muestro y vendo lo que hago?
-
-
-

Cuando terminés, contá cuántos “Sí” marcaste y ubicáte en una de las siguientes categorías:

Categoría	Interpretación	Movimiento de dinero	
De 8 a 9 “Sí”	Estoy mostrando con orgullo lo que hago	Tenés clara tu oferta, sabés contarla y tus canales están funcionando con coherencia y sentido. Tu propuesta se nota, tu marca habla de vos y ya estás conectando con tu público.	Seguí fortaleciendo tu narrativa y buscá nuevas formas de mostrar tus productos o servicios sin perder tu esencia. Aprovechá los canales digitales pa’ amplificar tu voz.
De 5 a 7 “Sí”	Voy bien, pero me falta ajustar algunas tuercas	Sabés qué ofrecés, pero hay detalles que podés pulir: la forma en que contás tu historia, cómo manejás tus canales o cómo se refleja tu identidad afro en lo que vendés.	Revisá si tu comunicación y tu presentación son coherentes con tu propuesta de valor. Afiná tu pitch pa’ que lo que decís y lo que mostrás hablen el mismo idioma.
De 0 a 4 “Sí”	Hora de revisar mi oferta desde la raíz	Tal vez tus productos o servicios no están mostrando todo el valor que tienen, o todavía no lográs conectar con tu público como querés.	Usá este laboratorio pa’ repensar tu oferta desde lo que sos: tu historia, tu propuesta de valor y tu propósito. A partir de ahí, construí una manera clara, coherente y atractiva de mostrar lo que hacés.

Lo que somos

Vamos a trabajar los **modelos de negocio**, explorando cómo la identidad afro se refleja en propuestas de valor con sello propio y bien diferenciado. Lo haremos a partir de ejemplos prácticos y casos de éxito de marcas que han sabido vender desde lo propio, mostrando que cuando hay coherencia entre quiénes somos y lo que ofrecemos, el negocio se fortalece.

Lo que ofrecemos

Vamos a trabajar los **productos, los servicios y los procesos** usando herramientas como el storytelling, las técnicas de venta y la identificación de canales de comercialización, tanto tradicionales como digitales. Todo esto lo haremos sin perder la coherencia con la marca afro, pa' que lo que vendás tenga conexión real con tu historia, tu identidad y la forma en que querés que te reconozcan.

Lo que solucionamos

Nos vamos a centrar en la **demandas, los clientes y el mercado**, revisando cómo segmentar los públicos, analizar el portafolio y entender la competencia. También vamos a mirar las tendencias y esos factores externos que influyen en la proyección comercial de los negocios, pa' que tengás una visión más clara de dónde estás y cómo podés moverte con estrategia.

3. LO QUE SOLUCIONAMOS

¿Estoy llegando a la gente que de verdad necesita lo que ofrezco?

Vender no es solo ofrecer un producto o un servicio, es entender a quién le hablás y qué problema le estás ayudando a resolver. En esta sesión vas a enfocarte en conocer mejor a tus clientes: quiénes son, qué buscan, cómo compran y por qué te eligen.

También vas a mirar cómo se mueve tu entorno: qué pasa con la competencia, qué tendencias hay en el mercado y qué oportunidades podés aprovechar pa' crecer sin perder tu esencia.

El objetivo es que al final sepás si estás llegando a la gente correcta, si tu mensaje conecta de verdad y cómo podés ajustar tu estrategia pa' fortalecer la relación con tus clientes y sostener tu negocio en el tiempo.

CONCEPTOS CLAVES

Lo que tenés que tener claro

¿Qué es la segmentación de clientes (Buyer persona)?

Busca reconocer que cada cliente tiene sus gustos, costumbres y motivaciones. No todos compran igual, ni por las mismas razones. La segmentación te ayuda a identificar esos grupos de personas con los que podés conectar mejor, mientras que el buyer persona es como el retrato de tu cliente ideal: el que más vibra con tu marca y con lo que hacés (*Basado en Kotler, 2017; Solomon, 2018*)

¿Qué es la propuesta de valor y diferenciación?

Se trata de usar instrumentos que te permitan conocer mejor a tu cliente. Son formas sencillas de observar, preguntar y analizar qué compran, cuándo, cómo y por qué. Con

esa información podés ajustar tu oferta, mejorar tu estrategia y mantenerte conectado con lo que la comunidad valora de verdad. (*Basado en Kotler, 2017; Solomon, 2018*)

¿De qué se trata el análisis de la competencia y del mercado?

Se trata de mirar con atención cómo se mueve el entorno de tu negocio. Analizar la competencia y el mercado te deja ver quién más ofrece algo parecido, qué precios se manejan, qué tendencias marcan la parada y en qué parte podés destacarte. Sirve pa' entender el panorama y tomar decisiones con más claridad y estrategia. (*Basado en Kotler, 2017; Osterwalder & Pigneur, 2011*)

Actividad



“Pa’ entender bien a quién le vendo”

Es momento de que te hagás unas preguntas pa’ revisar qué tan claro tenés lo que ofrecés, ve.

La idea es que te detengás un ratico y pensés si tus productos o servicios realmente muestran el valor que querés entregar y si están conectados con tu historia, tu marca y tu gente.

Marcá tus respuestas con una **X** y completá donde se te pida.

1. Sobre tus productos y servicios

Preguntas

Sí

No

¿Tengo claros los gustos y preferencias de mi buyer persona (cliente ideal)?

¿Tengo claras las tendencias de mercado que impactan la venta de mis productos o servicios?

¿Tengo identificados los factores políticos, económicos, sociales y culturales que pueden afectar el desempeño comercial de mi negocio?

¿Tengo identificado qué me diferencia de mi competencia directa?

¿Qué canales y estrategias me permiten llegar de forma más efectiva a mis clientes y ampliar mi presencia en el mercado?

¿Cómo puedo medir y evaluar el impacto comercial de mis acciones para ajustar y fortalecer mis resultados?

Cuando terminés, contá cuántos “SÍ” marcaste y ubicáte en una de las siguientes categorías:

Categoría	Interpretación	Movimiento de dinero
De 4 “SÍ”	Estoy conectado con mis clientes	Conocés muy bien a tus clientes, sabés qué los mueve y cómo llegarles. Estás leyendo el mercado con claridad y tu estrategia comercial tiene foco.
De 2 a 3 “SÍ”	Voy entendiendo, pero aún me falta conocer más	Tenés claridad en algunos puntos, pero todavía hay cosas por profundizar sobre tus clientes, la competencia o el entorno.
De 0 a 1 “SÍ”	Hora de salir a conocer el terreno	Aún no tenés claro quién es tu cliente ni cómo se mueve el mercado, pero eso está bien: estás justo donde empieza el aprendizaje.

MODO COMERCIAL

Hoy nos vamos en Modo Comercial. Este es el momento de que te pongas la camiseta de tu negocio y declarés con toda: **“¡Hoy me voy en modo comercial!”**

¿Qué es ponerse en Modo Comercial?

Ponerse en modo comercial es entrar en esa energía donde tu negocio y vos se alinean para mostrar lo mejor de lo que hacés. Es activar el chip de vendedor/a con confianza y estrategia.

Cuando estás en modo comercial:

- Creés en tu producto o servicio y lo comunicás con seguridad, porque sabés que lo que hacés tiene valor.
- Te conectás con tu cliente desde la empatía y la autenticidad, mostrando que tu negocio nace de tu historia y tu identidad afro.
- Buscás oportunidades, no te quedás esperando, salís a tocar puertas, a contar tu propuesta y a abrir camino.
- Te organizás mejor, entendés que vender no es improvisar, sino planear y tener metas claras.
- Le metés tumbao, porque vender también es actitud, es ponerle energía y estilo propio a cada encuentro comercial.

En pocas palabras, estar en modo comercial es decidir que tu negocio merece brillar, que vos sos la mejor persona para representarlo y que cada interacción puede ser una oportunidad para crecer.

Actividad



Escribí una acción concreta que te ayude a entrar en modo comercial, esa decisión que va a impulsar tu negocio para que crezca, se mueva y se haga notar en cada espacio comercial en donde tengas la oportunidad de participar.

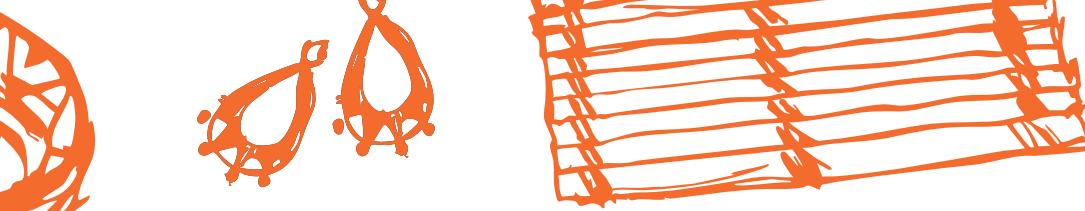
La clave es que dejes por escrito qué vas a hacer diferente a partir de hoy, ese cambio real que marque un antes y un después en tu forma de mostrar y proyectar tu negocio.



Y LA ÑAPA...

Vender no es solo una transacción: es contar quiénes somos y de dónde venimos. Cada negocio afrodescendiente lleva consigo un valor ancestral, una identidad colectiva y una riqueza cultural que, cuando se reconoce y se comunica con coherencia, se convierte en su mayor diferencial en el mercado.

Hoy aprendiste que una marca no se limita a un logo o un nombre, sino que es la huella que se deja en la memoria y en el corazón de las personas. Vender desde la cultura y la identidad afrodescendiente no es solo una estrategia comercial: es un acto de orgullo, resistencia y proyección que te permite crecer y aportar al desarrollo económico de tu comunidad.



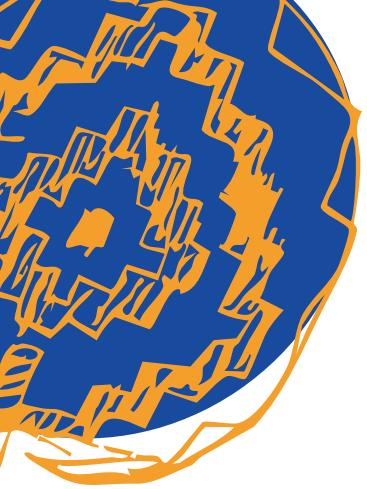
Origen Afro

Toma tus apuntes aquí

Tu camino apenas comienza...

Recordá que esta cartilla es un punto de partida, no el destino. De manera, que la práctica constante y la reflexión son la clave para interiorizar los temas que viste.

Recuerda que eres protagonista de tu propio futuro y tenes en tus manos las herramientas para construir un legado de éxito, no solo para ti, sino para las generaciones que vienen.



Origen Afro



Glosario de conceptos claves

Las acciones afirmativas

Las acciones afirmativas son medidas especiales adoptadas por a través de leyes o políticas públicas para superar la exclusión o subrepresentación de ciertos grupos en sectores específicas o barreras para el goce efectivo de ciertos derechos debido a los patrones de discriminación histórica. Estos pueden incluir por ejemplo, becas para aumentar el acceso a la educación superior de los estudiantes afrodescendientes o cupos para garantizar que un porcentaje mínimo de puestos en una institución o empresa sean ocupados por mujeres.

La apropiación cultural

La apropiación cultural es la adopción de las prácticas o manifestaciones culturales de los grupos racializados por miembros del grupo dominante de manera irrespetuosa, explotadora o vaciada de su significancia cultural o espiritual. Muchas veces implica el uso de expresiones culturales por fines comerciales y gananciasssin el consentimiento o el reconocimiento político, social o económico a los dueños intelectuales de la cultura.

Los conocimientos tradicionales

Los conocimientos tradicionales son cuerpos de conocimiento y saberes, prácticas y habilidades desarrollados y transmitidos de manera intergeneracional dentro de una comunidad o pueblo, y que forman parte integral de su identidad cultural. Pueden incluir conocimientos y prácticas ancestrales áreas como la agricultura y sistemas de producción, la medicina o el manejo ambiental y la relación con la biodiversidad y el clima. Los conocimientos tradicionales se transmiten a través de las historias orales o escritos, los ritos, la educación propia y las expresiones culturales y artísticas.



La discriminación racial

La Discriminación Racial y Formas Conexas de Intolerancia, la discriminación racial es “cualquier distinción, exclusión, restricción o preferencia, en cualquier ámbito público o privado, que tenga el objetivo o el efecto de anular o limitar el reconocimiento, goce o ejercicio, en condiciones de igualdad, de uno o más derechos humanos o libertades fundamentales consagrados en los instrumentos internacionales aplicables a los Estados Parte. La discriminación racial puede estar basada en motivos de raza, color, linaje u origen nacional o étnico” (Convención Interamericana sobre racismo, art. 1.1)

La deuda histórica

La deuda histórica se refiere a los daños históricos y duraderos generados en el marco del colonialismo y la esclavización de los pueblos africanos y afrodescendientes y sus impactos y consecuencias en la vida contemporánea. Las violencias físicas, psicológicas, culturales, espirituales y las demás violaciones de derechos causaron daños duraderos en las víctimas del colonialismo y esclavización. Siglos de trabajo forzoso realizado por las personas esclavizadas lo cual generó riqueza para los estados coloniales, las empresas privadas, las familias esclavistas y otras instituciones generó una deuda económica con las víctimas y sus descendientes. Hoy en día, la persistencia del racismo, las desigualdades raciales económicas y sociales, la exclusión política y la marginación de las comunidades y personas afrodescendientes son todas manifestaciones de esa deuda histórica y parte central del reclamo de los pueblos afrodescendientes para las reparaciones históricas.

Interseccionalidad

Es un marco teórico para entender como los distintos marcadores de la identidad de una persona, ej, género, sexo, raza/etnicidad, religión, edad, clase social, estatus de discapacidad, pueden sobreponerse para generar formas de discriminación únicas y particulares basados en las distintas ideologías y sistemas de opresión en la sociedad. Ej. La intersección del clasismo, el racismo y el sexism puede resultar en formas únicas de discriminación que enfrenta las mujeres negras en la sociedad. Este análisis es esencial para poder adoptar leyes y políticas de equidad que no excluyan a los grupos más marginados de una sociedad.



La Justicia Racial

Las luchas por la justicia racial buscan abordar la inequidad racial y estas condiciones estructurales que la perpetúan. Una sociedad con justicia racial (o equidad racial) implica el trato justo sistemático de las personas de todos los grupos étnicos y racializados, que posibilita el vivir sabroso de todos. La justicia étnico racial se define como el refuerzo proactivo de políticas, prácticas, actitudes y acciones que producen poder, acceso, oportunidades, tratamiento, impactos y resultados equitativos para todos y todas. Va más allá del "antirracismo", en ese sentido no implica solamente la ausencia de discriminación e inequidades, sino también la presencia de sistemas, procesos y apoyos deliberados para lograr y sostener la equidad racial a través de medidas proactivas y preventivas, construyendo sociedades justas y equitativas.

El Racismo

"El racismo consiste en cualquier teoría, doctrina, ideología o conjunto de ideas que enuncian un vínculo causal entre las características fenotípicas o genotípicas de individuos o grupos y sus rasgos intelectuales, culturales y de personalidad, incluido el falso concepto de la superioridad racial. El racismo da lugar a desigualdades raciales, así como a la noción de que las relaciones discriminatorias entre grupos están moral y científicamente justificadas..." (Convención Interamericana contra el Racismo, art 1.4).

El racismo estructural

Se manifiesta en las **políticas, prácticas y actitudes** que producen de forma rutinaria o sistemática los resultados adversos de manera acumulativa y crónica para los grupos racializados, y que son normalizadas y legitimadas dentro de las estructuras de la sociedad. Se manifiesta en las situaciones de desigualdad racial en las sociedades y en el goce efectivo de los derechos humanos entre otros en:

"Bajas tasas de participación y representación en los procesos políticos e institucionales de adopción de decisiones; acceso a la educación de calidad y permanencia, transmisión intergeneracional de pobreza; el acceso desigual al mercado del trabajo; el limitado reconocimiento social y la escasa valoración de su diversidad étnica y cultural, y su desproporcionada presencia en la población carcelaria"



Porque tu
herencia es
la fuerza que
necesitas
para crecer

Origen Afro

<http://www.ccc.org.co>



@camaracali

EN CONVENIO CON:



Cámara de
Comercio de Cali

CaliAfro



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI

SECRETARÍA DE BIENESTAR SOCIAL