

**JULIO 2023**



**Diagnóstico de Emprendimientos Femeninos  
Rurales en la Alianza del Pacífico:  
Buenas prácticas para potenciar su participación en  
encadenamientos productivos**

## CONTENIDOS

Introducción .....	3
Metodología .....	5
Análisis de resultados .....	7
Caracterización de instituciones participantes .....	7
Caracterización de los emprendimientos femeninos en la Alianza del Pacífico .....	13
Características del emprendimiento rural femenino en la Alianza del Pacífico.....	16
Participación en el comercio exterior.....	16
Barreras para acceder al comercio exterior .....	17
Oportunidades y fortalezas de las mujeres emprendedoras .....	20
Buenas prácticas en la implementación de políticas públicas .....	24
Elementos destacables en las políticas públicas reconocidas como exitosas.....	26
Obstáculos encontrados en las políticas públicas reconocidas como exitosas.....	27
Oportunidades de Política Pública para el fortalecimiento de los emprendimientos rurales femeninos.....	29
Otras iniciativas, políticas o programas destacados.....	33
Conclusiones y proyecciones.....	37
Bibliografía.....	41



## Introducción

El presente reporte da cuenta de los resultados del **“Diagnóstico sobre la participación de los emprendimientos femeninos rurales e indígenas en encadenamientos productivos: Hacia la construcción de una estrategia que promueva la participación de mujeres, particularmente rurales, en estos ámbitos”**, realizado por el Instituto de Desarrollo Local y Regional de la Universidad de La Frontera para el Grupo Técnico de Género de la Alianza del Pacífico, con apoyo de la Agencia Chilena de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AGCID).

El principal objetivo de este reporte es entregar insumos que permitan avanzar hacia la generación de una estrategia para la Alianza del Pacífico que permita fortalecer las trayectorias como empresarias y potenciar la participación en los encadenamientos productivos en mercados locales e internacionales de todas mujeres de la alianza, en especial mujeres rurales e indígenas.

De esta forma, el reporte da cuenta de los resultados obtenidos a partir de las entrevistas realizadas, buscando sistematizar las experiencias de instituciones que trabajan la temática, pudiendo aportar así con aprendizajes, buenas prácticas y proyecciones de un trabajo consolidado para fortalecer la participación de los emprendimientos femeninos rurales e indígenas en los encadenamientos productivos. Específicamente, el documento consta de tres grandes secciones, a saber, metodología, análisis de resultados y conclusiones y proyecciones. A su vez, la sección de análisis de resultados se divide en seis apartados, cada uno vinculado a las dimensiones abordadas con las informantes clave durante el proceso de levantamiento de información: Caracterización de instituciones participantes, Caracterización de los emprendimientos femeninos, Características del emprendimiento rural femenino, Oportunidades de la Política Pública para el fortalecimiento de los emprendimientos rurales femeninos, Buenas prácticas de políticas públicas y Otras iniciativas, políticas o programas destacados.

Este diagnóstico, de naturaleza cualitativa, contó con la participación de 23 personas que representaban a 18 instituciones de Chile, Colombia, México y Perú, las cuales fueron seleccionadas debido a su trabajo y experiencia en programas, unidades o políticas vinculadas al fomento de los emprendimientos, cuyas iniciativas podían abarcar a un público de usuarios general, pero con un énfasis especial en aquellas instituciones que trabajaban con mujeres emprendedoras que viven en territorios rurales, así como mujeres emprendedoras que se identifican con algún pueblo indígena. El levantamiento de información realizado, a partir de la aplicación de entrevistas semi estructuradas, se llevó a cabo entre el 21 de abril y el 18 de mayo de 2023.

El levantamiento de información realizado fue complementado con una revisión documental vinculada a instituciones de los países de la Alianza del Pacífico vinculados a la materia, a modo de complementar con datos e información secundaria y oficial los relatos recogidos desde las personas informantes.



En términos generales, el levantamiento de información realizado permitió constatar desde la experiencia de las actoras clave en la temática una baja participación de los emprendimientos femeninos rurales e indígenas en los encadenamientos productivos y el comercio exterior a nivel transversal para todos los países de la Alianza del Pacífico, teniendo como principales barreras para este proceso los estereotipos de género, las brechas de conectividad vial y digital y limitaciones regulatorias y normativas en estos ámbitos. Aun así, se perciben positivas proyecciones dadas por las potencialidades visualizadas en las mujeres emprendedoras y sus negocios, los cuales en su mayoría cuentan con un importante valor cultural para la transmisión de saberes y técnicas que permiten potenciar las economías locales y nacionales de los países de origen.



## Metodología

El diagnóstico realizado se llevó a cabo a partir de una metodología cualitativa de tipo interpretativa, con un levantamiento de información que consideró la realización de entrevistas semi estructuradas a representantes de instituciones de los países de la Alianza del Pacífico (Chile, Colombia, México y Perú) que trabajasen la temática del emprendimiento femenino<sup>1</sup>, especialmente aquellos orientados a la población rural e indígena.

La aplicación de entrevistas logró un alcance de 18 instituciones participantes, con 7 instituciones con presencia en Chile, 5 en Colombia, 2 en México, 2 en Perú y 2 provenientes de los grupos técnicos de la Alianza del Pacífico (AP) vinculados a la temática de estudio. El levantamiento de información se llevó a cabo entre los días 21 de abril y el 18 de mayo de 2023 y todas las entrevistas fueron aplicadas en modalidad de videollamada, a través de las plataformas Zoom o Microsoft Teams, de acuerdo con lo solicitado por las respectivas informantes.

La entrevista consideró el abordaje de cuatro dimensiones de análisis, según se enlistan a continuación:

1. **Contextualización del trabajo de la institución entrevistada:** Se profundiza sobre el trabajo realizado por la institución y su vinculación con el emprendimiento femenino. Se identifica la actual oferta de programas asociadas a la materia y el abordaje de sus iniciativas.
2. **Situación del emprendimiento femenino:** Se busca caracterizar la situación del emprendimiento femenino, rural e indígena en los países de la Alianza del Pacífico, su participación en el comercio exterior y las barreras y oportunidades visualizadas para alcanzar una mayor participación en este ámbito.
3. **Buenas prácticas de políticas públicas:** Se identifican experiencias exitosas en la materia a nivel local o nacional, recomendaciones, buenas prácticas o aprendizajes a destacar para la construcción de una agenda regional en estas temáticas.
4. **Recomendaciones de actores, instituciones o experiencias exitosas:** Se recogen otras políticas de fomento a la participación de emprendimientos femeninos en los encadenamientos productivos y el comercio exterior para servir de insumo durante el proceso de levantamiento de información.

El proceso de análisis de la información se basa en el análisis de contenido en función de las dimensiones propuestas, señaladas previamente, y fue trabajado a partir de la elaboración de matrices de vaciado que permitieron consolidar y sistematizar la información levantada a lo largo del proceso de recolección de información.

---

<sup>1</sup> Para efectos del presente diagnóstico, se entiende por **emprendimiento femenino** a aquellas actividades económicas emergentes impulsadas por mujeres, caracterizados por un desarrollo progresivo. Mientras que, al hablar de **mujeres rurales**, nos estaremos refiriendo a aquellas mujeres que viven en la ruralidad (territorios rurales).



Por otro lado, se recurrió a la revisión de fuentes de información secundaria correspondientes a documentos oficiales de instituciones de los países de la Alianza del Pacífico que hicieran referencia, a través de programas, iniciativas, políticas u otra instancia, a las temáticas de emprendimiento, emprendimiento femenino, emprendimiento rural, evaluación de programas vinculados a la temática, entre otros, con el objetivo de proveer de una fuente de información complementaria al levantamiento realizado a partir de las entrevistas a actores clave.



## Análisis de resultados

### Caracterización de instituciones participantes

Las instituciones participantes durante la elaboración del diagnóstico, se caracterizan por desarrollar un trabajo enfocado en el apoyo económico y social de diferentes grupos prioritarios de la población emprendedora en los países de la Alianza del Pacífico, existiendo distintos enfoques, principalmente en población rural, población indígena y población femenina. Como se mencionó previamente en el apartado metodológico, existen instituciones participantes que realizan un trabajo específico con el fomento del emprendimiento rural femenino, así como otras cuya principal línea de acción es el apoyo a los emprendimientos para participar en el comercio exterior. Se incluyeron también instituciones que abordan temáticas de emprendimiento a nivel transversal, tanto para mujeres como para hombres. Si bien se pudo observar que, en la mayoría de los casos, estas instituciones no estaban enfocadas exclusivamente en el trabajo con emprendimientos liderados por mujeres y/o mujeres rurales, sí presentan una alta tasa de participación femenina en los programas y proyectos gestados.

Enfoque	Institución	País
Apoyo específico hacia mujeres	ProMujer	México
	Prodemu	Chile
	ONU Mujeres Originarias	Alianza del Pacífico
	Ministerio de la Mujer y Equidad de Género (Mesa Mujer Rural)	Chile
	Estrategia Nacional Mujer Emprendedora	Perú
	Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer (CPEM)	Colombia
Apoyo a emprendimientos de manera general	PromPerú	Perú
	ProChile	Chile
	Instituto Yucateco de Emprendedores	México
	Grupo Técnico Pymes	Alianza del Pacífico
	Subsecretaría de turismo	Chile



	SENA	Colombia
	INNpulsa	Colombia
	IMEBU	Colombia
	Colombia Productiva	Colombia
	CONADI	Chile
	Centro de Negocios Inakeyu	Chile

Por otro lado, existe un apoyo bajo hacia las líneas de trabajo de comercio exterior, debido principalmente a que muchas de estas entidades están enfocadas en las etapas iniciales de emprendimientos pequeños y/o medianos, por lo que el principal objetivo es el fortalecimiento y la formalización tanto a nivel nacional como regional. En muchos casos las líneas de comercio exterior son de bajo impacto y/o participación, ya que, de acuerdo a las mismas instituciones, son pocos los emprendimientos que cumplen con las características base para internacionalizar su trabajo. A continuación, se realizará una caracterización de las líneas de comercio exterior presentes en cada uno de los países que participan de la Alianza del Pacífico, a partir de la información recogida durante el desarrollo del diagnóstico.

**Chile:** La institución ProChile trabaja en conjunto con la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (CONADI) para la comercialización internacional de productos hechos por emprendimientos de mujeres indígenas rurales, como también convocatorias para participación abierta para hombres indígenas rurales. Esta vinculación se caracteriza por la:

*(...) formación de capacidades, que incluye talleres en distintas temáticas, coaching exportador y asesoría con un diagnóstico, por supuesto primero inicial, para poder hacer un levantamiento de la información de las necesidades y las brechas que presentan las empresas por todas las particularidades que esto implica (ProChile).*

Posterior a las etapas de coaching exportador, diagnóstico y asesoría, comienzan una etapa de promoción comercial en el cual participan en misiones comerciales, ferias internacionales, ruedas de negocios y diversas actividades de internacionalización que generan oportunidades comerciales. El último ciclo de esta iniciativa entre ProChile y CONADI culminó en marzo de 2023 con la participación de los representantes en la Cumbre Mundial del Turismo Indígena.

De esta forma, la Dirección General de Promoción de Exportaciones de Chile incluye dentro de sus indicadores de desempeño 2023 contribuir al desarrollo sostenible e inclusivo del país a través del apoyo en el proceso o de internacionalización de empresas lideradas por mujeres, que



pertenezcan a pueblos originarios, o empresas que cuenten con gestión sostenible o sean empresas innovadoras.

**Perú:** PromPerú es una agencia de gobierno que promueve las exportaciones y el turismo. Cuenta con el programa “Ella Exporta”, que se originó a raíz del petitorio de las mismas mujeres que participaban en esta institución. Este programa consta de las siguientes etapas:

*La primera etapa, que es lo que le llamamos el coaching, donde se tocan justamente los temas de liderazgo, de comunicación eficaz, todo el tema de habilidades blandas, incluyendo también la parte de negociación. Y para luego pasar a otras temáticas, ya más técnicas, donde podemos hablar de logística de exportación, de la parte financiera, de responsabilidad social, empresarial, seguridad y salud en el trabajo, lo que es este marketing digital y finalmente lo que es la negociación internacional (Ella Exporta, PromPerú).*

Por otro lado, la Estrategia Nacional Mujer Emprendedora, está en proceso de generar una ruta exportadora que permita el acceso a mercados internacionales.

**México:** La institución ProMujer, apoya el emprendimiento de mujeres entregando elementos como capacitación e inclusión financiera, incluyendo además herramientas para el acceso a mercados digitales que permitan la internacionalización del comercio, entre otros aportes.

El Instituto Yucateco de Emprendedores es un ejemplo de carácter local que realiza un trabajo a través de intermediarios. Estos se encargan de la internacionalización de los productos producidos por las empresarias, así como de participar en ferias internacionales, en los siguientes términos:

*Les podemos ayudar que ellos exporten, pero también les podemos dar un intermediario que trate de tener el piso parejo para todos y que les ayude a conectar con el cliente para vender más y que les ayude a encontrar aliados de manera internacional (Instituto Yucateco de Emprendedores).*

**Colombia:** Colombia Productiva tiene el programa MIPYMES, que busca entregar las herramientas necesarias para la exportación de los productos de emprendimientos femeninos rurales y urbanos.

Por su parte, la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer (CPEM) tiene actualmente un acuerdo con mercados en Kenia y Francia para la comercialización e intercambio de los productos de sus emprendedoras:

*Es una estrategia para el fortalecimiento de capacidades y también establecimiento de propuestas de acuerdos comerciales o todo lo que tenga que ver con las líneas de trabajo de la OMC, para que las mujeres puedan exportar, y finalmente se anunció en el marco de la visita de África un programa desde el fondo que se llama Ellas Exportan África, para intercambiar productos en Kenia (Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer).*



**Alianza del Pacífico - Grupo Técnico de PYMES:** En conjunto con la colaboración de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), promueven la comercialización digital dentro de los países pertenecientes a la Alianza del Pacífico:

*Estamos trabajando junto a la CEPAL en un estudio que ellos están realizando que se llama “Promover la Exportación de las PYMES Mediante Plataformas Digitales de la Alianza al Pacífico” (Grupo Técnico PYMES)*

Dentro de las líneas de trabajo que presentan estas instituciones, se observó que, a excepción de dos<sup>2</sup> (2) de estas, todas tienen al menos un programa que se enfoca específicamente en el apoyo a mujeres emprendedoras.

### Pilares ejes de trabajo de instituciones participantes

En general, los cinco principales pilares de trabajo que se han observado por medio de lo manifestado en las entrevistas son: i) empoderamiento de las mujeres emprendedoras, ii) la formación y formalización de emprendimientos, iii) la capacitación, iv) el fortalecimiento de emprendimientos pequeños y medianos y v) la generación de vínculos tanto dentro de los mismos emprendimientos, como también con alianzas que permitan la comercialización internacional. Estos pilares se van desarrollando en una especie de hoja de ruta que permite acompañar a las mujeres en cada una de las etapas de desarrollo de sus emprendimientos.

**Figura 1.** Principales ejes de trabajo de instituciones participantes



**Fuente:** Elaboración propia.

En el pilar de **empoderamiento femenino** (trabajado por 9 de las 18 instituciones entrevistadas), se realiza un fuerte énfasis en los aspectos sociales que se ven afectados por el crecimiento económico y cómo se pueden observar grandes cambios en la calidad de vida de las emprendedoras y sus familias a partir de su inserción en el comercio y los encadenamientos

<sup>2</sup> Subsecretaría de Turismo y Grupo Técnico de PYMES



productivos. Dentro de este aspecto se busca, en primer lugar, que las mujeres emprendedoras se reconozcan a sí mismas como tal, pues en muchos casos las mujeres disminuyen la importancia de su rol como emprendedoras, indicando que es solo un trabajo pequeño para entregar un ingreso extra a la familia.

En conjunto con esto, se busca la autonomía económica y el desarrollo personal de las mujeres a través de distintos programas que les ofrecen habilidades socioemocionales para fortalecer sus emprendimientos, como talleres de liderazgo, comunicación efectiva, entre otros. Además, se tratan temáticas de género que les permiten comprender y defender sus derechos como empresarias, pero también como mujeres. Algunos de estos programas difunden información de interés para mujeres, como salud sexual y reproductiva, seguridad social, derechos de las mujeres, entre otros. Todas estas actividades han permitido que se generen redes de apoyo y contención entre las participantes de los diferentes programas que ofrecen estas instituciones.

El segundo pilar es la **formación y la formalización** de los diversos emprendimientos beneficiarios (abordado por 11 de las 18 instituciones participantes). Estos son llamados generalmente programas de incubación en los cuales se realiza un diagnóstico inicial que permite identificar las brechas y necesidades de los emprendimientos que están iniciando, para posteriormente organizar asesorías y capacitaciones en las temáticas que se consideran básicas y fundamentales para el correcto desarrollo de estos emprendimientos, como también aquellas más puntuales que surgen de estos mismos diagnósticos. Dentro de estas se encuentran talleres de *coaching*, manejo de negociaciones y presupuesto, educación financiera, entre otras. Por otro lado, muchas de las instituciones se encargan de facilitar y simplificar los procesos de postulación y entrega de créditos iniciales, por medio de la eliminación de requisitos de escolaridad y la entrega de capital semilla condonable y/o tasas preferenciales.

En Chile, por ejemplo, el fondo concursable “Capital Abeja” que busca promover la creación y formalización de negocios nuevos liderados por mujeres, ejecutado por el Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC), tuvo durante 2023 a 1.134 beneficiarias, de las cuales 68% se considera jefa de hogar y 45% tiene entre 30 y 39 años. El 33% de las beneficiarias del 2022 se desenvuelve en los sectores de industria manufacturera y 22% en el rubro del comercio (SERCOTEC, 2022).

El pilar de la **capacitación** tiene un fuerte posicionamiento en la mayoría de las instituciones participantes, representando el trabajo que realizan 15 de las 18 instituciones entrevistadas. Este busca generar un desarrollo de competencias y capacidades tanto en el ámbito socioemocional (habilidades blandas), como en el ámbito de los conocimientos técnicos. En términos del fortalecimiento de competencias socioemocionales, destacan elementos como el liderazgo, trabajo en equipo, comunicación efectiva, entre otros, mientras que en el caso de las competencias técnicas se fomentan aquellas vinculadas a la gestión administrativa de los negocios, organización y planificación, desarrollo de competencias digitales, por ejemplo. En



Perú, la iniciativa “Ella Exporta” ha beneficiado con capacitaciones a más de 120 empresas lideradas por mujeres, quienes han obtenido aprendizajes en áreas como gestión empresarial, gestión exportadora y modelos de sostenibilidad (PromPerú, 2023).

En términos del **fortalecimiento** (trabajado por 9 de 18 instituciones participantes), y una vez que está establecido el emprendimiento, se pasa a una etapa en donde las herramientas que se entregan buscan el crecimiento y la sostenibilidad de estos emprendimientos a largo plazo. Se trabaja, de igual forma, a través de capacitaciones y formaciones técnicas, en áreas como la negociación y formación de vínculos entre empresas, y también temáticas de marketing digital y exportación y negociación internacional de sus productos. Así también, se profundiza en la facilitación de cursos específicos que puedan surgir a partir de las necesidades particulares de cada emprendimiento que participe en estos programas. Es en esta etapa de crecimiento que las instituciones comienzan a entregar las herramientas necesarias para la internacionalización de los mercados, ya sea a través de medios digitales o por medio de la participación en ferias internacionales. Los principales puntos de énfasis se realizan en torno al acceso a nuevos mercados, de tipo regional, nacional e internacional y la asociatividad entre emprendimientos para un mayor y mejor desempeño. Un ejemplo de desarrollo en este eje es el caso de ProColombia, quienes en su informe de gestión 2018-2022 dan cuenta de los logros obtenidos tras la puesta en marcha de su iniciativa, en 2019, identificando a un total de 715 empresas que han abierto cuentas en más de 90 marketplaces y canales digitales y 310 empresas han realizado ventas por US\$33 millones (ProColombia, 2022).

Se pudo observar que resulta de gran importancia el trabajo y la asesoría especializada para cada uno de los emprendimientos que son partícipes de los programas de estas instituciones, siendo un elemento que, de acuerdo con lo informado por las personas clave, ha traído resultados positivos a todas las instituciones partícipes del diagnóstico.

Otra temática que se pudo observar en el transcurso de las entrevistas es la valoración que le entregan a los emprendimientos de pueblos indígenas y sus culturas, teniendo en algunos casos programas propios para el fortalecimiento de dichos negocios. Estos se desarrollan principalmente en las áreas de turismo y artesanías y buscan la comercialización internacional de los productos con certificación de origen, el correcto funcionamiento de la infraestructura y el acceso a información y capacitaciones en lenguas originarias, como es el caso de la Subsecretaría de Turismo en Chile, la Estrategia Nacional Mujer Emprendedora en Perú, ProColombia en Colombia y el Instituto Yucateco de Emprendedores en México. Por otro lado, y en particular después de la pandemia, se puede observar que existió una digitalización de estos programas, con capacitaciones y cursos que también se pueden desarrollar a través de plataformas como lo son *zoom* o *meet*, este tipo de capacitaciones fueron desarrolladas por 5 de las 18 instituciones entrevistadas. También, se introdujeron temáticas de manejo de redes sociales y marketing digital para el desarrollo de estos emprendimientos.

### Mecanismos de evaluación



Se pudo observar que no todas las instituciones entrevistadas cuentan con estos mecanismos de evaluación. No obstante, en el caso de aquellas que los presentaron, que fueron 10 instituciones de las 18 instituciones entrevistadas, no llevaban mucho tiempo activos y se basan en evaluaciones que realizan las mismas participantes al momento de terminar los programas, las cuales evaluaban la utilidad de éstos y el servicio entregado. En el caso de evaluaciones a largo plazo, Prodemu (Chile) y el Instituto Yucateco de Emprendedores (México) son algunos ejemplos de instituciones que se encargan de realizar una evaluación a los seis meses de finalizado sus programas, para identificar si estos emprendimientos siguen operando y cuál es su estado de funcionamiento.

De acuerdo con la información entregada por las 16 de las 18 instituciones participantes, los resultados han sido positivos, de acuerdo a las instituciones que presentan evaluaciones, indicando que la participación de mujeres va creciendo año a año, que la sostenibilidad de sus emprendimientos ha sido posible y que existe un bajo nivel de deserción en los programas. De acuerdo a los datos entregados por instituciones como los Centros de Negocios de Sercotec (Chile) durante 2022 atendió más de 32.000 clientes, donde el 59% fueron mujeres. Respecto del programa Mujeres Rurales de INDAP-Prodemu las mujeres egresadas de la cohorte 2019-2022, afirman haber tenido un aumento en el ingreso general, en un 86.2%; lo que permite concluir asimismo un mejoramiento o impacto bruto del programa sobre los ingresos. En el año 2022 fueron atendidas 3.224 mujeres en el programa. En el caso del programa ProMujer, dan cuenta que en el año 2022 se inscribieron 1114 mujeres, con una tasa de graduación de 87.7% que completaron el curso. Asimismo, según la información entregada por SENA, el programa SENA Emprende Rural en el año 2021, tuvieron 11.300 mujeres atendidas en el programa de. Esta cifra creció en el 2022, alcanzando a 13.460 mujeres atendidas en el programa.

## Caracterización de los emprendimientos femeninos en la Alianza del Pacífico

De acuerdo con la información entregada por los participantes, el emprendimiento femenino en los países de la Alianza del Pacífico ha experimentado un crecimiento en los últimos años, y esto se atribuye principalmente a dos factores clave: la pandemia de coronavirus y los estímulos gubernamentales para fomentar el desarrollo de emprendedoras y el fortalecimiento de la autonomía económica de las mujeres. En concreto, es importante considerar que la pandemia del Coronavirus afectó fuertemente el sector comercio, teniendo un impacto mayor en las mujeres producto del desempleo en ese sector, por lo que se vieron obligadas a buscar alternativas a través del emprendimiento (Saavedra García, Briseño Aguirre y Velázquez Rojas, 2022).

En efecto, según datos de la Red de Cámaras de Comercio de Colombia, en el año 2022, el 62,5% del total de empresas creadas en dicho país eran lideradas por mujeres. En Perú, de acuerdo con el Instituto INEI de Estadística e Informática, para el año 2021 el 53,6% de las empresas del país eran conducidas por mujeres. De acuerdo con datos levantados en Chile por el Ministerio de



Economía, Fomento y Turismo a través de la Encuesta Nacional de Microemprendimiento (2023), el 25,8% de las mujeres que crearon sus emprendimientos en 2022 fue por razones atribuibles al COVID-19.

Ahora bien, de conformidad con lo manifestado por 15 de las 18 las personas clave entrevistadas en el diagnóstico, se puede observar que, en general, los emprendimientos desarrollados por mujeres tienden a ser de pequeña escala y suelen involucrar a un núcleo familiar. Es importante destacar que, de acuerdo con lo mencionado por 15 de los 18 representantes de cuatro diferentes países, una gran parte de ellos operan en la informalidad. Esta situación se ve claramente reflejada en cifras entregadas desde los mismos países miembros de la Alianza del Pacífico. En concreto, en el caso Mexicano, el informe del Instituto Mexicano para la Competitividad, titulado *La puerta de la formalidad: una oportunidad para el emprendimiento femenino (2021)*, da cuenta que 8 de cada 10 emprendedoras se encuentran en la informalidad. Por su parte, el Ministerio de Economía de Chile en su informe *El Microemprendimiento Femenino en Chile (2020)* da cuenta que el 57,3% de los microemprendimientos que son liderados por mujeres se encuentran en la informalidad, mientras que en Perú esa cifra alcanza el 77,3% (Aranibar Ramos, E. R., Huachani Licon, D. Y., & Zúñiga Chávez, M. Y, 2022)

En lo que refiere a las mujeres emprendedoras, estas a menudo cumplen múltiples roles dentro sus empresas, incluyendo finanzas, producción, comercialización, y compra de insumos, lo que puede reflejar una falta de estructura en los negocios y una sobrecarga de trabajo de parte de las mujeres que, sin capacitación ni orientación, es difícil de reconocer y redistribuir. Así también, las personas entrevistadas mencionan la presencia limitada de mujeres en altos cargos de dirigencia gremial:

*En el entendido que si bien hay muchas mujeres que lideran empresas, cuando llega el minuto de la dirigencia de la asociación gremial, de participar en un directorio, en su mayoría son hombres. Entonces en esos espacios de discusión no encontramos mujeres (Informante 1\_09.05).*

*[La mujer] cumple distintos roles, la artesana por ejemplo, pasa a ser gerente comercial, gerente de finanzas, la que compra, la que busca la distribución de las materias primas, entonces están como en distintos roles y al mismo tiempo hacen parte de la búsqueda de oportunidades comerciales también, ellas están en las distintas reuniones con las instituciones con los clientes (Informante 3\_24.04).*

En términos generales, hay una serie de obstáculos comunes que dificultan el desarrollo de los emprendimientos femeninos. Uno de estos es el trabajo de cuidado no remunerado, que precisamente destaca por ser una de las razones por las cuales las mujeres optan por trabajar de manera independiente, pero que ante la falta de corresponsabilidad de tareas y redes de apoyo se vuelve una problemática que afecta el desarrollo de los negocios y, aún más, la salud mental de las mujeres. Esta situación se refleja en datos entregados por el DANA de Colombia, en el



documento *Participación de las mujeres colombianas en el Mercado Laboral (2020)*, donde se da cuenta que del total de mujeres inactivas, un 59% tiene como actividad principal los oficios del Hogar, lo que se complementa con otro dato del mismo documento donde se menciona que, del total de mujeres que cuentan con un micronegocio, el 49,3% tiene su negocio en su propia vivienda u otra vivienda. Estas cifras dan cuenta de un panorama donde muchas veces las mujeres prefieren mantener sus emprendimientos o negocios dentro de sus mismos hogares, lo que les permite seguir ejerciendo trabajos de cuidado no remunerado al mismo tiempo.

Otros de los obstáculos mencionados por las instituciones participantes, y que serán abordados más adelante en este informe, son las dificultades de acceso a financiamiento, la discriminación y violencia por razones de género, la desigualdad de ingresos entre hombres y mujeres, la falta de acceso a la educación, las dificultades para la formalización de sus negocios, entre otras.

En Latinoamérica, a pesar de que las mujeres tienen una mayor participación en el emprendimiento en comparación con otras regiones, todavía existen diferencias significativas de género, especialmente en el inicio del emprendimiento. Según Terjesen y Amorós (2010, citados en Saavedra García, Briseño Aguirre y Velázquez Rojas, 2022), las mujeres enfrentan desafíos y desventajas en términos de oportunidades e incentivos, incluso cuando poseen las habilidades y conocimientos necesarios. Es por esto que es de gran importancia empoderar a las mujeres, especialmente rurales, dado que el empoderamiento femenino en el desarrollo rural tiene beneficios económicos, sociales y a largo plazo, y es crucial para combatir la pobreza y promover un desarrollo sostenible en las zonas rurales (Buendía y Carrasco, 2013).

Por último, es posible identificar a partir de las entrevistas varios factores transversales que contribuyen al desarrollo de los emprendimientos liderados por mujeres, tanto personales como externos: su capacidad de liderazgo, habilidad para establecer asociaciones, interés en la formación y el aprendizaje, responsabilidad en el pago de créditos, así como factores externos relacionados con el fomento del desarrollo integral de las mujeres emprendedoras a través de programas especialmente diseñados para ellas.

En términos de la presencia de los emprendimientos femeninos en el comercio exterior, la revisión de políticas, programas e instituciones de la Alianza del Pacífico también permite identificar un bajo nivel de participación. Por ejemplo, datos de la Agencia Chilena ProChile (ProChile, 2022), dedicada a fomentar la exportación de productos y servicios en dicho país, da cuenta que en el 2021 solo el 6,7% de las empresas exportadoras “no cobre” en Chile son lideradas por mujeres. El 65% de estas exportaciones son alimentos (vinculados a los sectores agropecuario y de manufacturas, principalmente asociados a los productos agroelaborados), mientras que menos del 1% de las ventas al exterior son servicios. En esta línea, es importante destacar que la proporción exportadora del sector agropecuario de parte de las empresas lideradas por mujeres supera la participación nacional en los embarques totales no cobre (es decir, incluyendo las empresas lideradas por hombres), con un 47,7% de participación en



comparación con el 25,5% del total de exportaciones no cobre), dando cuenta de la relevancia que tiene este sector para las empresas lideradas por mujeres.

## Características del emprendimiento rural femenino en la Alianza del Pacífico

A partir de la información recabada en las entrevistas, junto con el desarrollo de actividades tradicionales, como aquellas asociadas a la agricultura, las emprendedoras rurales están incursionando en el sector del comercio y el turismo, enfocándose principalmente en la venta de productos agrícolas y agro elaborados y en actividades turísticas, como tour operadoras y en la producción de artesanías. Estas emprendedoras no solo se dedican a la producción para la venta, sino que también destinan parte de su producción al autoconsumo y la subsistencia. En su mayoría, estas emprendedoras constituyen microempresas y no se encuentran formalizadas.

En las entrevistas realizadas se encontró que existe un claro reconocimiento de la importancia de que los programas y acciones destinadas a las mujeres emprendedoras rurales tengan un enfoque diferenciado y consideren los contextos en los que se desenvuelven. Además, se destaca la relevancia de la asociatividad como elemento clave en estos emprendimientos.

### Participación en el comercio exterior

La información recogida tanto a partir de las entrevistas como de la recolección de información permite establecer que la participación de las mujeres emprendedoras de los países de la Alianza del Pacífico en el comercio exterior es baja, pero se observa su participación en cadenas productivas como proveedoras de productos agrícolas y servicios de alojamiento, así como en la producción de artesanías para decoración, casi siempre ligadas a un ámbito nacional. En el caso de Chile un porcentaje reducido de emprendedoras (33%) se enfocan en una cobertura nacional y tan solo un 5% de las personas emprendedoras tienen un enfoque hacia el mercado internacional. (Guerrero, M., Serey, T., Ibáñez, M. J., Romani, G., & Fernández, C., 2020). Mientras que en Perú 26% de representantes legales de las empresas exportadoras son mujeres, según un análisis realizado por PromPerú (2023).

De igual forma, las entrevistas realizadas permiten afirmar que, a pesar de su interés por participar en el comercio exterior y los encadenamientos productivos, las mujeres emprendedoras se enfrentan a obstáculos como la informalidad, la falta de resoluciones sanitarias y la escasez de capital. Estas limitaciones suelen llevarlas a enfocarse en el mercado nacional en lugar de expandirse internacionalmente.

Las personas informantes ponen como ejemplo a emprendedoras que han logrado exportar productos vinculados al mundo agrícola, productos agro elaborados, infusiones y artesanía indígena, pero la capacidad de exportación es limitada, especialmente en el sector de la artesanía, que se dirige a mercados de nicho.

En este contexto, las personas entrevistadas dan cuenta de la estrategia poco desarrollada de articular pequeñas y grandes empresas para un trabajo en conjunto que permita potenciar el encadenamiento productivo, junto con fortalecer el trabajo con otros actores clave del territorio



para avanzar hacia condiciones básicas en el sistema que permita que las emprendedoras participen en el comercio exterior.

### **Barreras para acceder al comercio exterior**

Tal como se ha mencionado anteriormente, si bien las mujeres emprendedoras enfrentan barreras para acceder al comercio nacional como internacional, las mujeres rurales se ven especialmente afectadas debido a su contexto territorial e indígena, según sea el caso, caracterizado en diferente medida, por ejemplo, por mayores índices de pobreza y aislamiento respecto al centro y las oportunidades de desarrollo, entre otros. Un reflejo de esto se encuentra en las altas tasas de informalidad de las personas de centros poblados y rurales dispersos, proporcionados en el boletín técnico de ocupación informal del trimestre móvil marzo – mayo 2023 entregado por DANE de Colombia, donde se da cuenta que el 83,6% de las mujeres ocupadas de estos sectores tienen un empleo informal, versus un 56,7% del total nacional, dando cuenta que vivir en la ruralidad se posiciona como una barrera de entrada a elementos fundamentales para el desarrollo e impulso de los emprendimientos como lo es la formalidad. A continuación, se presentan distintas categorías en las que se pueden agrupar esas barreras, a partir de los datos recolectados en las entrevistas:

1. **Barreras legales y regulatorias:** Las mujeres rurales se enfrentan a dificultades para obtener autorizaciones sanitarias y registros formales, lo que limita su acceso a programas de apoyo y financiamiento.

Según un estudio de la Organización Mundial del Comercio (2016, citado en PromPerú, 2023) en empresas de manufactura y servicios en Estados Unidos, las barreras no arancelarias que enfrentan las pequeñas empresas manufactureras están relacionadas principalmente con procedimientos y regulaciones extranjeras, como la dificultad para encontrar socios extranjeros, altos costos de transporte y la preferencia por productos locales en los mercados internacionales. Por otro lado, las empresas de servicios enfrentan obstáculos relacionados con regulaciones nacionales, como la falta de protección de propiedad intelectual, dificultades para establecer afiliados comerciales y obtener visas, y la escasez de financiamiento. En países en desarrollo, sectores como la agricultura, las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y la industria textil también enfrentan desafíos como costos de certificación, adaptación a regulaciones extranjeras y falta de transparencia regulatoria.

2. **Barreras de acceso a recursos:** Según lo manifestado por autoras como Deere y León (2005) o Gómez y Sanabria (2020), las mujeres rurales en América Latina tienen dificultades para acceder a la propiedad de la tierra, lo que limita su capacidad de fortalecer emprendimientos basados en recursos naturales, acceder a financiamientos, programas de apoyo y otras iniciativas. También enfrentan dificultades para acceder a financiamiento y créditos debido a la falta de garantías y activos a su nombre, lo que en



algunos casos hace necesario la participación de sus esposos en los procedimientos administrativos.

En el caso de las emprendedoras peruanas en el año 2019, solo el 41,3 % de las mujeres participaba del sistema financiero formal y solo el 39,9 % tenía una cuenta de ahorros según datos de INEI (2019). Mientras que en el caso de las mujeres mexicanas solo un 32% tiene acceso a un crédito formal y un 31% tiene una cuenta de ahorro (ENIF 2021).

Según datos de ONU Mujeres Colombia (2022), cerca de dos terceras partes (63,7%) de los predios de único propietario tienen a un hombre como propietario, mientras que el restante 36,3% a una mujer. En lo que respecta al tamaño de los predios, las mujeres están en desventaja al tener mayor participación en los pequeños y una menor presencia en los medianos y grandes. El 72,1% de la propiedad femenina se concentra en los predios menores de tres hectáreas (microfundios), frente a una concentración del 62,1% de la titularidad para los hombres. Esto afecta las posibilidades de las mujeres propietarias de un mayor desarrollo productivo y, por tanto, de generación de ingresos. Mientras que las principales restricciones que enfrentan las microempreendedoras chilenas para el crecimiento de su negocio, son la falta de clientes (27,8 %), seguido por la falta de financiamiento (23,7 %) (Ministerio de Economía de Chile, 2020)

3. **Barreras tecnológicas y de uso de herramientas digitales:** La falta de acceso a herramientas digitales y de internet dificulta la participación de las mujeres emprendedoras rurales en la economía digital y su acceso a información relevante sobre convocatorias o iniciativas de interés, o incluso la realización de trámites administrativos. También enfrentan una falta de capacitación y formación en temas de administración y tecnológicos.

En efecto, datos del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo de Chile (2020) sobre el microemprendimiento femenino en Chile, dejan de manifiesto que las microempresarias indican no usar internet para fines de su negocio ya que consideran que no es necesario (61,8 %), y también debido a una baja alfabetización tecnológica (26,2%).

4. **Barreras sociales y culturales:** Existen estereotipos, normas y prácticas culturales arraigados en los diferentes países que limitan la participación de las mujeres en roles de autonomía económica, liderazgo y toma de decisiones. También se enfrentan a la sobrecarga de trabajo en tareas domésticas y de cuidado, lo que dificulta su disponibilidad para emprender. La violencia intrafamiliar, desde sus diferentes ámbitos, también representa una barrera para el desarrollo y las oportunidades de las mujeres emprendedoras.

De acuerdo con datos recabados en la evaluación de resultados del programa “Mujeres Rurales” del Instituto de Desarrollo Agropecuario y la Fundación para la Promoción y Desarrollo de la Mujer (Chile), se le consultó al grupo de mujeres participantes del



programa por aquellas tareas del hogar que son realizadas exclusivamente por ellas. En este contexto, se visualiza que las tareas de cocina (68,6%) y lavado y planchado de ropa (66,9%) son aquellas con el mayor porcentaje de mujeres que declaran realizar las tareas de manera exclusiva (sin apoyo de pareja u otros miembros del hogar), dando cuenta de una distribución de tareas al interior del hogar que no es equitativa ni corresponsable, lo que genera una sobrecarga de trabajo en estas mujeres para el desarrollo de otras actividades.

En la misma línea, ONU Mujeres Colombia (2022) indica que, respecto a la división sexual del trabajo, dos terceras partes de los hombres (67,8%) consideran que las mujeres son mejores para el trabajo doméstico que los hombres, enunciado con el cual un porcentaje similar de mujeres (65,6%) está de acuerdo. En el ámbito rural, estos porcentajes son rondan el 75% en ambos sexos, exhibiendo una presencia más visible de la cultura machista en estos territorios.

5. **Barreras de infraestructura y conectividad:** A partir de las entrevistas a las diferentes instituciones participantes, se visualiza que la falta de infraestructuras adecuadas, como vías de comunicación, acceso a agua potable y servicios básicos, dificulta el desarrollo y la comercialización de los emprendimientos rurales. La falta de conectividad, tanto en términos de internet como de acceso a redes y mercados, también limita las oportunidades de crecimiento.

En este ámbito, resulta relevante destacar acciones orientadas a mejorar estas condiciones, como es el caso del Programa de Sistemas Sanitarios Sustentables para Microempresas de Turismo localizadas en zonas rurales, desarrollado por la Subsecretaría de Turismo del Gobierno de Chile. En concreto, el programa se enfoca en entregar apoyo a microempresas del sector turístico emplazadas en zonas rurales del país, especialmente aquellas que son dirigidas por mujeres y proporciona asesoría técnica y recursos financieros para facilitar la instalación de infraestructuras de suministro de agua potable y saneamiento básico sustentable. Así, entre las cifras entregadas en el documento se muestra que la estimación total de población atendida alcanza las 1.613 empresas.

6. **Barreras de formación y capacitación:** Uno de los elementos transversales adoptados por los diferentes programas e iniciativas participantes del diagnóstico es el reconocimiento de la necesidad de generar espacios de fortalecimiento de capacidades y habilidades de las mujeres emprendedoras.

**Figura 2.** Barreras para acceder al comercio exterior





**Fuente:** Elaboración propia.

### Oportunidades y fortalezas de las mujeres emprendedoras

A la vez que se presentan barreras y desafíos para la participación de las mujeres en los encadenamientos productivos y el comercio exterior, en el relato de las entrevistadas se pueden identificar diferentes categorías que destacan las fortalezas y oportunidades de las mujeres y sus emprendimientos en su acceso al comercio nacional e internacional. Estas categorías resaltan las ventajas y habilidades que poseen, permitiéndoles aprovechar oportunidades y enfrentar desafíos en el ámbito empresarial:

**1. Redes de apoyo y asociatividad:** La colaboración en red ofrece ventajas competitivas al compartir saberes, como técnicas de producción y mejores oportunidades comerciales. La asociatividad entre mujeres emprendedoras es variable pero altamente beneficiosa, permitiendo alcanzar volúmenes de producción y precios más favorables, junto con compartir experiencias y generar vínculos de apoyo y de cooperación. Trabajar en conjunto, crear alianzas de cooperación, establecer conexiones con instituciones públicas y privadas son ventajas importantes para el desarrollo de sus emprendimientos.

Un caso interesante al respecto es la evaluación del programa INDAP-PRODEMU (2022) de parte de sus usuarias, se visualiza que, si bien el 62,3% de las mujeres participantes del programa indican no conocer organizaciones o redes de apoyo para la venta de sus productos, el 53,8% manifiesta que le gustaría participar de alguna organización o red de comercialización, relevando el lugar de la asociatividad y la generación de redes para el desarrollo y fortalecimiento de sus emprendimientos.

**2. Emprendimientos turísticos:** Las empresarias indígenas pueden potenciar el valor de sus raíces culturales y ofrecer experiencias turísticas únicas, dando cuenta de la existencia de oportunidades para desarrollar negocios relacionados con el turismo rural y el etnoturismo, especialmente si se considera que el turismo es una de las actividades no agropecuarias de mayor crecimiento en las zonas rurales, impulsado por la globalización y las políticas públicas que promueven la producción y el consumo de la cultura y la naturaleza. El financiamiento público es clave para reconstruir la ruralidad y desarrollar productos y servicios adaptados al consumo de las sociedades urbanas, aprovechando el potencial turístico del capital rural. Para las



comunidades indígenas, se considera que el turismo puede mejorar sus condiciones de vida y les permite participar en procesos de desarrollo a través de la territorialización (González-Domínguez, I., Thomé-Ortiz, H., & Osorio-González, R. 2018).

**3. Interés por la capacitación y formación:** El nuevo escenario de comercialización post pandemia ha llevado a la necesidad de que las personas emprendedoras aprendan a utilizar herramientas y espacios digitales para la comercialización de sus productos. Participar en espacios formativos y capacitaciones les brinda a las mujeres emprendedoras la oportunidad de adquirir nuevas habilidades y conocimientos para potenciar sus emprendimientos, las cuales se vinculan al desarrollo de habilidades socioemocionales, como el liderazgo y trabajo en equipo, así como competencias técnicas vinculadas a la administración y gestión y conocimientos específicos del desarrollo de cada área de emprendimiento.

Un ejemplo de lo anterior es lo que ocurre con la evaluación del programa Mujeres Rurales de INDAP y PRODEMU (Chile), en la cual se observa que la principal motivación de las mujeres beneficiarias para ingresar al programa es "el desafío de hacer/aprender algo nuevo" (25,9%), seguido de "aumentar sus ingresos" (24,8%) y "adquirir conocimientos técnicos para la producción" (23,1%), mostrando la valoración que se tiene por la adquisición de nuevos conocimientos y el fortalecimiento de aquellos ya aprendidos.

**4. Saberes ancestrales:** Las mujeres rurales poseen conocimientos ancestrales y específicos en diferentes rubros, los cuales pueden ser aprovechados y potenciados en el desarrollo de sus emprendimientos. Valorar y rescatar este conocimiento contribuye a la sostenibilidad de los negocios y la preservación de la cultura en un contexto en el que cada vez se vuelve más atractivo el valorar y aprender de las culturas tradicionales de los países latinoamericanos.

De acuerdo a lo planteado por CLADEM, las mujeres indígenas desempeñan un papel fundamental en la preservación y transmisión intergeneracional de las tradiciones espirituales, la historia y la filosofía de sus pueblos. También son defensoras de la tierra, el territorio y los recursos naturales. Las mujeres indígenas han contribuido significativamente a la conservación del patrimonio cultural de sus comunidades, incluido el conocimiento de la medicina tradicional, las propiedades de las plantas, semillas y hierbas medicinales, así como las tradiciones orales y los diseños utilizados en las artes visuales, cerámicas y textiles, que incluyen símbolos ancestrales.

**5. Innovación y mentoría:** Según investigaciones realizadas por autores como Huamán, Guede Cancino y Cordova (2022) en emprendimientos femeninos de Chile y Perú, estos emprendimientos se asocian a crecimiento, alto impacto, innovación y oportunidad, factores facilitadores para la llegada de nuevos mercados. En consecuencia, aprovechar la experiencia y el posicionamiento de emprendedoras exitosas a través de mentorías puede ser beneficioso para otras mujeres que inician en el mundo empresarial inspiradas a través de mujeres que han recorrido caminos similares. A su vez, diferentes entrevistados destacan la fortaleza de las



mujeres emprendedoras, lo que las hace menos vulnerables al riesgo y más dispuestas a enfrentar nuevos desafíos.

Corfo (2021) plantea que, en Chile, las mujeres cofundadoras de empresas están mayormente involucradas en sectores de baja productividad, como el comercio y los servicios dirigidos al consumidor. Estos sectores carecen de innovación, diferenciación y tienen una baja adopción tecnológica, lo que resulta en un valor agregado limitado. Como resultado, estas empresas suelen tener una menor productividad y en su mayoría se clasifican como pymes. Es por esto, que la participación de mujeres que lideran empresas en programas de innovación resulta de vital importancia para el crecimiento de sus emprendimientos, en este sentido en el año 2021 las empresas lideradas por mujeres representaron el 20.5% de los proyectos de Subsidios para el Desarrollo de la Innovación de Corfo, si bien no es un número mayormente alto, es destacable que se estén atreviendo a participar en este tipo de proyectos.

Las mujeres emprendedoras deben capacitarse en innovación para identificar oportunidades y adaptarse a los cambios del mercado. La integración de la innovación en el emprendimiento femenino puede generar seguridad y supervivencia personal. Sin embargo, la falta de conocimientos tecnológicos y asesoría especializada puede limitar las posibilidades de innovación en las empresas dirigidas por mujeres (Saavedra García, Briseño Aguirre y Velázquez Rojas, 2022).

**6. Valorización de productos naturales y orgánicos:** Las actuales tendencias de consumo a nivel mundial hacen que la demanda de productos naturales y orgánicos esté en aumento, lo que brinda oportunidades para las mujeres rurales que producen alimentos o artesanías con alto valor natural y cultural. Volver a prácticas agrícolas a pequeña escala y aprovechar la vocación productiva del territorio puede generar productos más saludables y valorados por mercados internos y externos.

Según una encuesta reciente del Instituto de Investigación de Agricultura Orgánica, las ventas minoristas de productos orgánicos han alcanzado niveles históricos en todo el mundo. En América Latina, se ha observado un aumento significativo en el lanzamiento de productos orgánicos, según datos de Euromonitor International, los mercados latinoamericanos de productos orgánicos experimentaron un crecimiento significativo en el año 2021. En México con \$63 millones de dólares, Chile con \$24.5 millones de dólares, mientras que Perú alcanzó \$400,000 dólares. Además, la cantidad de lanzamientos de alimentos y bebidas orgánicos en América Latina aumentó más de cuatro veces en 2021 en comparación con 2011, según el GNPD de Mintel (Vega, 2022).

**Figura 3.** Oportunidades de las mujeres emprendedoras rurales





**Fuente:** Elaboración propia.



## Buenas prácticas en la implementación de políticas públicas

Luego de profundizar en aquellos elementos que caracterizan el panorama del emprendimiento rural femenino en la Alianza del Pacífico, se consultó a las personas entrevistadas respecto a experiencias exitosas a destacar en la implementación de las políticas públicas en cabeza de su institución den lo relativo al emprendimiento femenino.

El tipo de experiencia más reiterada por las personas informantes corresponde al **establecimiento de procesos formativos para cerrar brechas de conocimientos y habilidades de las emprendedoras**, transitando entre el fortalecimiento de competencias socioemocionales o habilidades blandas, y también las competencias técnicas asociadas a la gestión de los negocios y el quehacer de sus actividades productivas. Esto como una línea clave para el fortalecimiento de sus emprendimientos y el empoderamiento en su rol como empresarias, así como una base para una buena transición hacia la apertura a mercados internacionales y encadenamientos productivos.

Un segundo tipo de experiencia destacada como buena práctica por las personas entrevistadas da cuenta del valor de la **co-creación de instrumentos de planificación e intervención pública orientada a un enfoque de pertinencia territorial** que se adecúe a la realidad de los diferentes grupos, necesidades específicas y realidad de la población rural, basada en la conversación y en la toma de acuerdos, que tenga como prioridad el desarrollo sostenible de los territorios y sus habitantes, y que a la vez logre una apropiación de la población respecto a las políticas públicas en ejecución.

**La revalorización y el apoyo en la comercialización de productos con valor local** es otro de los aspectos relevados por los participantes a partir de las buenas prácticas llevadas a cabo en sus respectivas instituciones. Dentro de los productos mencionados, se presentan algunos como hongos, ostras, flores u otros productos de alto valor cultural, como ocurre, por ejemplo, con la miel de abeja melipona en México, entregando una potencialidad de atracción que no solo se abastece de un mercado interno, sino que también desde las potencialidades de atracción extranjera.

**Figura 4.** Buenas prácticas de políticas, programas e iniciativas





**Fuente:** Elaboración propia.

Por último, en menor medida se mencionan buenas prácticas vinculadas a **incubadoras de negocios para potenciar emprendimientos, apoyo en oportunidades de financiamiento y experiencias** vinculadas al trabajo con la mujer emprendedora, tales como el **establecimiento de redes** entre mujeres que se dedican al ejercicio emprendedor, así como la puesta en marcha de **mesas de trabajo** para identificar problemáticas asociadas a las mujeres rurales y establecer hojas de ruta para la resolución de éstas situaciones.



### Elementos destacables en las políticas públicas reconocidas como exitosas

En términos de aquellos elementos o aprendizajes que las personas participantes reconocen como destacables de las políticas públicas exitosas, una dimensión importante se vincula con la **relación establecida con las usuarias o beneficiarias de los programas, iniciativas o políticas implementadas**. En este sentido, destacan conceptos como la escucha activa, el trabajo colaborativo a través de la realización de talleres participativos, el establecimiento de relaciones horizontales de trabajo entre los equipos ejecutores y las beneficiarias y el fomento de conexiones significativas entre las emprendedoras, de manera tal de propiciar la generación de redes de apoyo y colaboración entre mujeres.

La posibilidad de contar con **equipos en terreno** que entreguen una atención personalizada, y con un diseño capaz de poder reconocer y trabajar de manera particular las diferentes realidades y necesidades de determinados grupos de la población son reconocidos como elementos que propician el éxito de las experiencias ejecutadas, tanto por la permanencia y retención de la población beneficiaria, como por los resultados obtenidos en las mujeres y sus emprendimientos. De esta forma, toma relevancia la adopción de iniciativas pertinentes para cada cultura.

Como ya se ha mencionado anteriormente, las **capacitaciones** son otro elemento bien valorado a la hora de destacar buenas prácticas de políticas públicas. Particularmente, destaca el fortalecimiento de habilidades socioemocionales, administración y liderazgo, buscando generar mayores capacidades para la gestión de los negocios y su autonomía económica.

Precisamente, el **enfoque de género en el diseño, ejecución y evaluación de programas y experiencias** es otro elemento que se reconoce como un aprendizaje exitoso. En específico, se reconoce la importancia de considerar la posibilidad de poder contar con espacios de cuidado que permitan a aquellas personas cuidadoras participar de las iniciativas teniendo una red institucional de respaldo.

Finalmente, cada uno de los puntos mencionados de manera previa permiten avanzar hacia procesos de fortalecimiento del empoderamiento femenino y especialmente, hacia su autonomía económica, a través de la revalorización de su rol como mujeres empresarias y su aporte en las actividades económicas y productivas de sus territorios.

**Figura 5.** Buenas prácticas y aprendizajes destacables



**Fuente:** Elaboración propia.

### **Obstáculos encontrados en las políticas públicas reconocidas como exitosas**

Las personas informantes también fueron consultadas respecto a los principales obstáculos a los que se enfrentaron durante la ejecución de las políticas públicas reconocidas como exitosas. Como se menciona a lo largo del documento, un elemento transversal a las diferentes instituciones y países son los **problemas de infraestructura**, especialmente aquellos relacionados con la conectividad a internet, lo que durante la época de pandemia generó retrocesos y dificultades para mantener en funcionamiento los negocios desarrollados por las empresarias. A su vez, requirió que ellas desarrollaran nuevas habilidades vinculadas a las competencias digitales para i) el uso de redes sociales y plataformas digitales en un nuevo escenario económico que interpela fuertemente la adopción de estas tecnologías, y ii) la participación de las usuarias en iniciativas gestionadas por las diferentes instituciones entrevistadas.

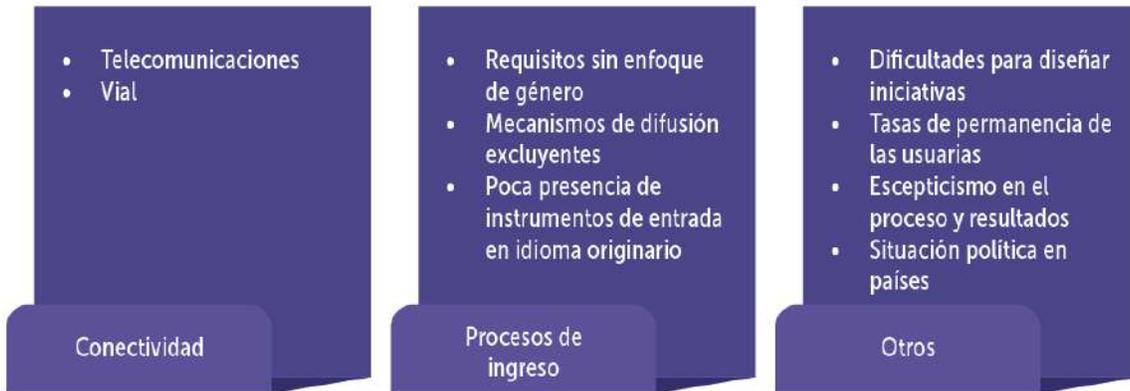
Otra arista de la conectividad, que fue destacada por 6 de las instituciones entrevistadas, es la relación entre la conectividad vial y las dificultades que existen en algunos de los países de la Alianza del Pacífico para que las instituciones puedan abarcar de manera presencial el trabajo territorial con sus beneficiarias o, por el contrario las posibilidades de que las usuarias puedan trasladarse a actividades presenciales realizadas fuera de sus territorios.

Un segundo gran grupo de obstáculos identificados por las personas informantes hacen referencia a los **procesos de ingreso a los diferentes programas** desarrollados por las instituciones entrevistadas. En algunos casos, se hace mención a las dificultades que suponen ciertos requisitos de ingreso como, por ejemplo, que las mujeres sean propietarias o arrendatarias de la tierra, desconociendo la importante brecha existente en términos de la propiedad de la tierra entre hombres y mujeres, lo que en ocasiones puede dificultar la participación de potenciales usuarias. Entre los obstáculos reconocidos durante los procesos de ingreso a las iniciativas implementadas, se mencionan también los mecanismos de difusión, pues en ocasiones se utilizan vías que no son transversales a los diferentes públicos objetivo de los programas. De la misma manera, se plantean algunas dificultades para llegar a mujeres indígenas al no contar con instrumentos de entrada en idiomas originarios.

Finalmente, se plantean en menor medida diversos obstáculos a los que se enfrentaron las instituciones entrevistadas al momento de ejecutar sus iniciativas o programas, a saber, **la baja disponibilidad de datos con bajada local** para el diseño de iniciativas, **las tasas de permanencia de las usuarias**, **escepticismo** de parte de las mujeres respecto a las iniciativas y resultados esperados y, en particular en el caso colombiano, las instituciones destacan como obstáculo la **situación política a nivel país**, que dificulta la llegada de información y oportunidades a las zonas rurales remotas.



**Figura 6.** Obstáculos enfrentados en la ejecución de buenas prácticas



**Fuente:** Elaboración propia.



## Oportunidades de Política Pública para el fortalecimiento de los emprendimientos rurales femeninos

Además de identificar las oportunidades que poseen las emprendedoras rurales de la Alianza del Pacífico y sus respectivos emprendimientos, se les consultó a las personas informantes respecto a las oportunidades existentes en las políticas públicas de sus países para fomentar los emprendimientos femeninos rurales, así como sus proyecciones y participación en los encadenamientos productivos. En el relato de las entrevistadas se pueden extraer una serie de desafíos y oportunidades para promover el emprendimiento de las mujeres en los territorios rurales y urbanos, los cuales se resumen en 15 elementos, enunciados a continuación:

1. Adaptar las exigencias de la industria para los territorios rurales y transferir competencias a las empresarias para fortalecer sus habilidades y capacidades.

*Lo que sí tenemos como sector público es adaptar esas exigencias de la industria para los territorios rurales. Se exige mucho cuando las dinámicas rurales son completamente diferentes (...) muchos instrumentos de fomento del sector público te piden verificadores que estas empresarias no disponen, por sus mismas características de ruralidad. Entonces, ahí es necesario adaptar los instrumentos de fomento (Informante 1\_09.05).*

*Hay muchos gobiernos que tienen fondos para mujeres particularmente, o en donde se prioriza la participación de las mujeres para recibir financiamiento. El gran tema, en mi opinión, es que pasan dos cosas que quizás siguen acentuando las brechas. Uno es que hay muchos de estos fondos públicos que les piden a las mujeres estar formalizada (Informante 11\_05.05)*

2. Implementar políticas y programas que promuevan la igualdad de género y reconozcan las dificultades específicas que enfrentan las mujeres urbanas y rurales, como la sobrecarga de trabajo y los roles de cuidado.
3. Potenciar las redes de cuidados que apoyen a las mujeres en la conciliación de sus responsabilidades familiares y empresariales, creando espacios en las instituciones de fomento donde puedan asistir a capacitaciones con sus hijos.

*Tenemos una política de género con la cual (...) las instituciones públicas hemos planteado algunos trabajos alrededor de lo que es género. Y hay diferentes servicios que apoyan a estos emprendimientos, a mujeres rurales (Informante 9\_18.05).*

*El multi rol y con el tema de los cuidados, ya que generalmente están asociados a las mujeres de las casas, entonces en ese sentido, ¿qué puede hacer el Estado? Bueno, economía de los cuidados (Informante 3\_24.04).*



4. Fomentar emprendimientos en áreas como la agricultura, el turismo de intereses especiales y el etnoturismo, promoviendo el encadenamiento de actividades económicas y el empoderamiento de las mujeres.

*Debería apostarse al desarrollo de la agricultura en términos de la soberanía alimentaria y de los mercados locales. Entonces, propender a que esos sectores rurales trabajen para abastecer la necesidad de alimentos más cercanas de sus localidades. Creo que un espacio importante es el turismo, el turismo de intereses especiales y turismo indígena, porque además esas empresas van a poder encadenar a las artesanas, la oferta agrícola, la oferta de alimentos (Informante 4\_12.05).*

*[Se realizó] una estrategia que busca empoderar a las campesinas y campesinos de Colombia a través del reconocimiento de sus habilidades, del fomento del emprendimiento rural y la destinación de recursos para apoyar la economía campesina, familiar y comunitaria (Informante 12\_12.05).*

5. Establecer políticas con enfoque diferencial territorial, considerando las distintas realidades y necesidades específicas de los diferentes territorios, así como tener en consideración los contextos de las mujeres indígenas y rurales.

*Tiene que haber políticas diferenciadas territorialmente para poder llegar a un cierto nivel. Tiene que haber diferenciación territorial, tiene que haber inversión pública en lo que es conectividad (...) hacer convenios para que el internet pueda llegar a diferentes comunas (Informante 7\_10.05).*

*Adicionalmente, vamos a estar elaborando una actividad para poder brindar información a mujeres rurales e indígenas en lenguas originarias con la finalidad de reducir la brecha de acceso a la información en temáticas como las de inclusión financiera (Informante 9\_18.05).*

6. Apoyar en la digitalización y el acceso a la tecnología para aprovechar el comercio electrónico y las herramientas digitales y así facilitar la participación de las mujeres en el comercio nacional e internacional.

*Es necesario generar espacios de comercialización, apertura comercial (...) yo creo que siempre se requiere formación de capital humano donde se pueda enseñar, formación que no tenga que ver con el asistencialismo, sino que tenga que ver con el empoderamiento, donde la gente se haga cargo de sus temas y a través de eso generar obviamente lo que yo te decía, vinculación comercial, o sea la gente necesita aprender a vender y necesita también tener los espacios en los cuales vender (Informante 7\_10.05).*

*Existe una brecha de género en el inicio de la participación de los mercados internacionales y que las políticas públicas que ayudan a las empresas dirigidas por mujeres a prepararse en la exportación pueden ayudar bastante a cerrar la brecha de exportación que presentan las*



*mujeres (...) [Es necesario] disponer material, información, capacitación diseñado para la micro emprendedora o emprendedora sobre el proceso para exportar a través de plataformas digitales o también puede ser facilitar información sobre aspectos administrativos y comerciales del país de destino (Informante 10\_18.05).*

7. Fortalecer la coordinación entre las diferentes instituciones que trabajan en áreas de emprendimiento para aumentar la cobertura de servicios y programas a poblaciones aisladas o en situaciones de vulnerabilidad.

8. Mejorar la difusión y transparencia de los programas de apoyo al emprendimiento de las mujeres.

*[Se requieren] estrategias que se puedan dar de manera articulada entre los sectores públicos y privados para solucionar esas diferentes necesidades y que como los ejemplos que estábamos dando, que se pueden dar a brindar apoyos a los hogares en las zonas rurales (Informante 15\_05.05).*

*Las instituciones tienen que realizar esos esfuerzos de poder llegar con la información hacia quienes están dirigidos sus programas, de manera de poder gestionar mejor en los tiempos, facilitar un poco el acceso, considerando que hay demasiadas barreras de entrada desde la población que ya está en esa situación, de vulnerabilidad o de otras situaciones más complejas (Informante 6\_24.04).*

9. Involucrar a las mujeres rurales e indígenas en el diseño y desarrollo de los programas y proyectos que las afectan, reconociendo sus conocimientos, saberes y modelos de desarrollo.

*Nosotros como Subsecretaría entendimos que las lideresas tienen un rol sumamente potente en los liderazgos territoriales. Las empresarias, lideresas, nos favorecen mucho al momento de diseñar una política pública. Y con esa escucha activa nosotros generamos esta agenda de trabajo que estamos llevando a cabo (Informante 1\_09.05).*

*Yo creo que desde las instituciones debiese tenerse esa mirada de respeto hacia, primero, los conocimientos que tienen las mujeres rurales en este caso, respecto de sus proyectos o de los rubros que manejan (Informante 6\_24.04).*

10. Fomentar la inversión en negocios liderados por mujeres a través de préstamos, créditos y oportunidades financieras, así como apoyar la formalización de las mujeres emprendedoras para que puedan acceder a estas oportunidades.

*También llevar préstamos a las mujeres para generar oportunidades financieras que puedan desarrollar ellas unos temas y unos emprendimientos bien interesantes, creo que esto es súper importante, que tengan unos créditos blandos o unos accesos también a unas*



*oportunidades económicas diferenciales, donde se generen procesos productivos sostenibles y sustentables también (Informante 18\_08.05).*

*Esas políticas son necesarias. Yo creo que es necesario subvencionar, apoyar en un primer momento para que haya espacios de comercialización en los respectivos mercados. (Informante 7\_10.05).*

**Figura 7.** Resumen de las características del emprendimiento femenino rural en países de la Alianza del Pacífico.



## Otras iniciativas, políticas o programas destacados

En cuanto a otras políticas o programas vinculados al empoderamiento económico de las mujeres en la Alianza del Pacífico, mencionadas por las personas entrevistadas, estas contemplan, de manera general, instituciones públicas e instituciones privadas, como fundaciones. Además, se distinguen iniciativas cuyo trabajo se enfoca de manera exclusiva en el emprendimiento, y hay otros casos que consideran esta temática como una más dentro de sus diversas líneas de trabajo.

En relación a las áreas abordadas por las instituciones y programas destacados por las personas informantes, y como se muestra en la figura 8, se destacan aquellos programas relacionados con la artesanía en sus diferentes fases de producción y comercialización. En segundo lugar, se encuentra el ámbito turístico, especialmente con un enfoque cultural. En tercer lugar, se identifican proyectos asociados a la agricultura a pequeña escala, y en menor medida, se incluye el comercio exterior.

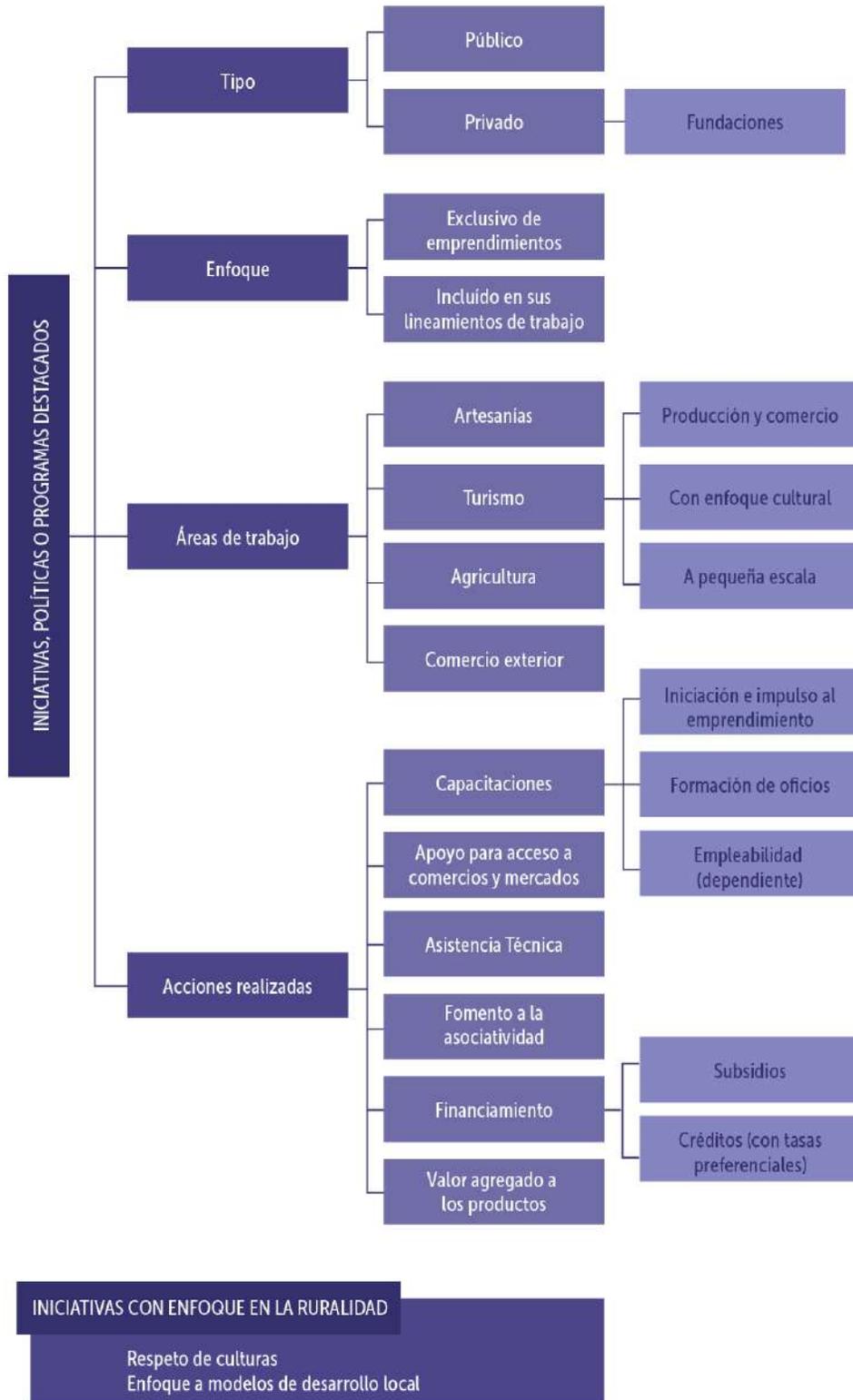
Las acciones contempladas en estos programas van desde la oferta de capacitaciones para el inicio y el impulso de emprendimientos, abarcando aspectos tan diversos como la gestión del propio emprendimiento, la transformación para agregar valor a los productos, hasta la gestión financiera y el empoderamiento de las beneficiarias. Además, en menor medida, se ofrecen capacitaciones relacionadas con la formación en oficios y el apoyo a la empleabilidad en trabajos dependientes.

Por otro lado, algunas iniciativas brindan apoyo para acceder a comercios y mercados, ampliando así las posibilidades de comercialización de los productos elaborados. Asimismo, se ofrece asistencia técnica, se promueve la asociatividad y se facilita el financiamiento a través de subsidios o créditos con tasas preferenciales.

Por último, en relación con las instituciones que trabajan con mujeres rurales, se destaca la ejecución de iniciativas que reconocen y respetan las culturas locales en las que se implementan los programas, considerando los enfoques de desarrollo propios de estos grupos.



**Figura 8.** Resumen de otras políticas, programas e instituciones vinculadas al empoderamiento económico de las mujeres



Fuente: Elaboración propia.



TIPO DE INSTITUCIÓN	NOMBRE	PROGRAMA ASOCIADO DESTACADO	PAÍS
INSTITUCIONES ORGANISMOS PÚBLICOS		Plan Nacional de Desarrollo Colombia	Colombia
	Agencia Presidencial de Cooperación Internacional de Colombia	Fondo Mujer Emprende	Colombia
	Banco Estado		Chile
	Comisión Nacional de Riego		Chile
	CONADI	Txafkin	Chile
		Programa de Desarrollo de Territorio Indígena (Alianza INDAP)	Chile
	CORFO	Comité indígena	Chile
	FONTUR		Colombia
	FOSIS		Chile
	Gobierno del Estado de Yucatán	Instituto Yucateco del Emprendedor	México
	INDAP	Programa de Desarrollo de Territorio Indígena (Alianza CONADI)	Chile
	Innpulsa Colombia	Aldea	Colombia
	Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial del Municipio de Bucaramanga		Colombia
	Ministerio de Agricultura de Colombia		Colombia
	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo		Perú
	Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego	AGROIDEAS	Perú
	Ministerio de Desarrollo Social y Familia	Programa Kumén Mongen Pu Zomo	Chile
	Ministerio de Relaciones Exteriores		Chile
	ODEPA		Chile
	ProChile	Programa Agricultura a Pequeña Escala	Chile



	Secretaría de Economía		México
	SERCOTEC	Centro de Negocios	Chile
	SERNAMEG		Chile
	Subsecretaría de turismo		Chile
	Vice Ministerio de la Mujer del MIMP	Programa Nacional Aurora	Perú
OTRAS INSTITUCIONES U ORGANIZACIONES	AIDER		Perú
	Balloon Latam		Chile
	Cámara de Comercio de Pueblos Indígenas		Perú
	Financiera Confianza		Perú
	Fundación Haciendas del Mundo Maya		México
	Fundación Legorreta Hernández		México
	Organización Corambiente		Colombia
	PRODEMU	Sello PRODEMU	Chile
	Res Aspen De Emprendedores Para El Desarrollo		México



## Conclusiones y proyecciones

El diagnóstico elaborado permite identificar características de la situación existente en los países de la Alianza del Pacífico respecto a la participación de los emprendimientos femeninos, rurales e indígenas, en los encadenamientos productivos y el comercio exterior de la región. A partir de la percepción y experiencia de las personas entrevistadas se reconoce una baja participación de estas unidades productivas en los encadenamientos productivos, que se asocia principalmente a un rol de las mujeres como proveedoras de productos agrícolas, servicios turísticos y producción de artesanías. Además, los hallazgos obtenidos durante el proceso de recolección de información permiten reconocer las principales oportunidades, desafíos y obstáculos a los que se enfrentan los emprendimientos femeninos en la ruralidad, así como los principales ejes requeridos para alcanzar una mayor participación de estos emprendimientos en el mercado nacional e internacional.

En el primer apartado de este informe, “Caracterización de las instituciones participantes”, se pudo observar que las instituciones informantes presentaban un enfoque de trabajo ligado al apoyo económico y social de los distintos grupos de empresas y emprendedores dentro de la Alianza del Pacífico. Para efectos de la presente investigación, ésta se enfocó particularmente en el emprendimiento femenino y de carácter rural.

Al respecto, se pudo identificar los principales pilares de trabajo que las diferentes instituciones implementan, dentro de los cuales se encuentran el empoderamiento de las emprendedoras, el apoyo a la formación y formalización de los emprendimientos, la capacitación de las emprendedoras y la generación de vínculos tanto entre los mismos emprendimientos que participan de los programas, como también a nivel nacional e internacional. De igual forma, se pudo observar que existe una baja participación en las líneas de comercio exterior, debido principalmente a que los emprendimientos con los que trabajan las diferentes instituciones se encuentran en etapas iniciales de formación, por ende, muchas veces no cumplen con los requerimientos para la comercialización a nivel internacional de sus productos.

Si bien durante el proceso de entrevistas se hace mención a la existencia de procesos de evaluación y seguimiento de las iniciativas y programas desarrollados, en general se encuentra una baja formalización de estos procesos, los cuales son fundamentales para contar con datos que permitan ajustar los respectivos programas en beneficio de la población participante.

El segundo apartado de análisis de información primaria y secundaria presentado en el reporte es el de “Caracterización de los emprendimientos femeninos en la Alianza del Pacífico”, donde se profundiza sobre las implicancias de la realidad emprendedora en mujeres de la región, la cual se vio impactada fuertemente a propósito del contexto de pandemia, en circunstancias en las que, debido a la pérdida de empleos, la generación de emprendimientos fue una alternativa propicia para subsistir. Respecto a la realidad de los emprendimientos femeninos, existe una postura clara en cuanto a que los emprendimientos desarrollados por mujeres tienden a ser de



pequeña escala y poseen una mayor informalidad. Asimismo, se percibe a las mujeres emprendedoras como empresarias que cumplen distintos roles al interior de sus negocios, lo que da cuenta de una sobrecarga de trabajo en ellas.

Sobre el tercer apartado de análisis, “Características del emprendimiento rural femenino en la Alianza del Pacífico”, en términos generales se evidencia que las mujeres emprendedoras rurales enfrentan desafíos adicionales debido a su ubicación geográfica y contexto cultural, pero su inclusión es fundamental para lograr un desarrollo equitativo y sostenible de los países y, en particular, de los territorios y comunidades en las que estas impactan. Barreras como las dificultades de conectividad digital y vial, la presencia arraigada de estereotipos de género, la informalidad y las dificultades para acceder a recursos son algunos de los ejemplos más presentes a los que se enfrentan las mujeres emprendedoras y que dificultan el desarrollo de sus negocios y sus trayectorias empresariales.

Por otro lado, se observan importantes potencialidades en cuanto a las proyecciones de las emprendedoras rurales para fomentar su participación en los encadenamientos productivos, como por ejemplo el alto valor cultural de sus productos y servicios, que lleva a promover productos con sello de origen que diferencien y potencien su comercialización en los mercados, el interés y motivación por participar de procesos de capacitación y formación para el fortalecimiento de capacidades, conocimientos y habilidades y la posibilidad de transmitir saberes ancestrales y ponerlos en valor en sus negocios, entre otros.

En otra línea, es necesario avanzar hacia un mayor empoderamiento de las mujeres y apropiación de las mismas desde su rol como empresarias, reconociendo su papel y contribución al mundo productivo, pero también su relevancia para sus comunidades y hogares al ser en muchos casos las principales proveedoras de estos. Sobre lo mismo, recomendaciones vinculadas a este punto plantean la posibilidad de promover instancias de mentoría que permita formar a emprendedoras con mayor experiencia y trayectoria para inspirar y guiar a aquellas emprendedoras con menor experiencia en el rubro, reconociendo el valor de contar con referentes durante su proceso de formación.

Otro elemento vinculado a lo anterior es la importancia de la asociatividad para el desarrollo y fortalecimiento de los emprendimientos femeninos. En el entendido de que los emprendimientos liderados por mujeres poseen menores capacidades de origen que aquellos liderados por hombres, intercambiar experiencias entre emprendedoras, generar lazos de colaboración y trabajar en la consolidación de redes son iniciativas que propician un mejor panorama para las mujeres y sus negocios en conjunto.

En el cuarto apartado, referente a las “Buenas prácticas en la implementación de políticas públicas”, se destacan experiencias significativas de políticas públicas en torno al emprendimiento femenino, relevando las iniciativas vinculadas al establecimiento de procesos formativos para el cierre de brechas de conocimientos y habilidades de las emprendedoras, la posibilidad de co-crear instrumentos de planificación de intervención pública orientada a un



enfoque territorial, la revalorización y apoyo en la comercialización de productos con valor local y la posibilidad de aportar con capacidades incubadoras para las ideas y planes de negocios de las mujeres emprendedoras, de manera tal de potenciar los emprendimientos a nivel local.

En el último apartado de análisis, “Oportunidades de Política Pública para el fortalecimiento de los emprendimientos rurales femeninos”, se da cuenta que desde el ámbito institucional y normativo también se presentan retos importantes a considerar para el fortalecimiento de la participación de los emprendimientos femeninos, especialmente rurales e indígenas, en los encadenamientos productivos de la Alianza del Pacífico. Al respecto, se menciona la necesidad de contar con normativas de regularización de los emprendimientos que apoyen a las emprendedoras a través del mejoramiento de las condiciones base de infraestructura y elementos sanitarios.

Así, el apoyo institucional público y privado para las mujeres emprendedoras rurales e indígenas se torna fundamental para fortalecer las condiciones en las que se encuentran, pudiendo aportar así a fomentar y propiciar una mayor participación de sus negocios en los encadenamientos productivos y el comercio exterior. A raíz de esto, se vuelve clave el trabajo interinstitucional e intersectorial que continúe fortaleciendo las capacidades de las mujeres emprendedoras a través del diseño de programas específicos, la creación de alianzas estratégicas, la generación de políticas inclusivas y el fomento de redes de emprendedoras. Cabe mencionar, así mismo, la necesidad de que las iniciativas diseñadas e implementadas se construyan a partir de los requerimientos y condiciones reales de la población objetivo, a través de la realización de diagnósticos o caracterizaciones de esta, lo que se traduce en políticas pertinentes para sus beneficiarias. Algunas informantes recalcan, además, la relevancia de que iniciativas de este tipo sean flexibles en su diseño y co-construidas junto a actores clave de las comunidades o poblaciones de interés, aún más considerando las particularidades de las mujeres en el mundo rural en los países de la Alianza del Pacífico.

A resumidas cuentas, el diagnóstico realizado a partir del levantamiento de información primaria y la revisión de fuentes documentales revela una baja participación de los emprendimientos femeninos, rurales e indígenas en los encadenamientos productivos y el comercio exterior de los países de la Alianza del Pacífico. Sin embargo, se identifican oportunidades para fomentar su participación, como el valor cultural de sus productos, el interés en capacitación y formación, y la posibilidad de transmitir saberes ancestrales.

Es fundamental empoderar a las mujeres y promover su asociatividad para fortalecer sus negocios y existen buenas prácticas en políticas públicas, mas se requiere un apoyo institucional sólido, que incluya mejoras en infraestructura y condiciones sanitarias, así como programas específicos, alianzas estratégicas y políticas inclusivas. Es esencial diseñar iniciativas basadas en las necesidades y condiciones reales de las emprendedoras, con la participación de actores clave de las comunidades.



Todo esto da cuenta de importantes desafíos a abordar para avanzar hacia una mayor participación de los emprendimientos femeninos, con un énfasis especial en los rurales e indígenas, en los encadenamientos productivos de la Alianza del Pacífico. Sin embargo, los beneficios de lograr casos de éxito en este ámbito son cruciales para fortalecer las autonomías económicas de mujeres en territorios cuya participación femenina es fundamental para el desarrollo de estos y sus habitantes. En este sentido, realizar procesos de acompañamiento activos, generar espacios de intervención y trabajo desde un enfoque de género, abordar las necesidades de cuidados y fortalecer las redes de colaboración son aspectos que deben ser considerados a la hora de construir y diseñar iniciativas que propicien la participación de las mujeres emprendedoras en los encadenamientos productivos.



## Bibliografía

- Aranibar, E., Huachani, D. & Zúñiga, M. (2022). Emprendimiento Femenino en el Perú: Puntos Fuertes y Débiles para su Sostenibilidad en el Tiempo. *Fides et Ratio - Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia*, 23(23), 199-224. Recuperado de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2071-081X2022000100010&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2071-081X2022000100010&lng=es&tlng=es).
- Buendía-Martínez, I., & Carrasco, I. (2013). Mujer, actividad emprendedora y desarrollo rural en América Latina y el Caribe. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 10(72), 21-45. ISSN: 0122-1450. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11729823001>
- Cano, T. & Arroyave, O. (2014). Procesos de empoderamiento de mujeres: subjetivación y transformaciones en las relaciones de poder. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 42, 94-110. Recuperado de <http://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/497/1033>
- CLADEM, (Sin fecha) La participación de las mujeres indígenas en la conservación del patrimonio cultural. Aporte del CLADEM al Estudio sobre Promoción y Protección de los Derechos de los Pueblos Indígenas con respecto a su patrimonio cultural, en particular mediante su participación en la vida política y pública. Recuperado de [https://www.ohchr.org/Documents/Issues/IPeoples/EMRIP/CulturalHeritage/CLADEM\\_sp.pdf](https://www.ohchr.org/Documents/Issues/IPeoples/EMRIP/CulturalHeritage/CLADEM_sp.pdf)
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores (2022). Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) 2021: Reporte de resultados. Recuperado de [https://www.cnbv.gob.mx/Inclusi%C3%B3n/Anexos%20Inclusi%C3%B3n/Reporte\\_Resultados\\_ENIF\\_2021.pdf](https://www.cnbv.gob.mx/Inclusi%C3%B3n/Anexos%20Inclusi%C3%B3n/Reporte_Resultados_ENIF_2021.pdf)
- Corporación de Fomento de la Producción (CORFO). (2021). Boletín de Género 2021. Recuperado de <https://wapp4.corfo.cl/archivos/WCSCONTI/PG/1456411273868/BoletinGenero2021.pdf>
- DANE (2023). Boletín técnico Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) Marzo – mayo 2023. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/GEIH/bol-GEIHEISS-mar-may2023.pdf>
- DANE. (2020). Participación de las mujeres colombianas en el mercado laboral. Comisión Legal para la Equidad de la Mujer. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/genero/informes/Informe-participacion-mujer-mercado-laboral.pdf>



- Deere, C. D., & León, M. (2005). La brecha de género en la propiedad de la tierra en América Latina. *Estudios Sociológicos*, XXIII(68),397-439. ISSN: 0185-4186. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=59806803>
- Estrategia Nacional de la Mujer Emprendedora (2022). Plan de Trabajo. Recuperado de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3807400/Anexo-Plan-de-Trabajo-Estrategia-Nacional-Mujer-Emprendedora.pdf?v=1667483660>
- García, M., Aguirre, N. & Rojas, K. (2022). Análisis y Evolución del Emprendimiento Femenino en Latinoamérica. *RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática*, 1-29. Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/6379/637972170001/637972170001.pdf>
- Gómez, M. & Sanabria, L. (2020). Las mujeres rurales y su derecho a la tierra: retos de la política pública en Colombia. *Trabajo social*, 22(1), 85-104. Recuperado de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2256-54932020000100085](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2256-54932020000100085)
- González, I., Thomé, H. & Osorio, R. (2018). Políticas turísticas y etnoturismo: entre la rururbanización y el desarrollo de capacidades. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16 (1), 21-42.
- Guernica Consultores. (2022). Evaluación de resultados programa mujeres rurales en convenio INDAP-Prodemu cohorte 2019-2021.
- Guerrero, M., Serey, T., Ibáñez, M. J., Romani, G., & Fernández, C. (2020). Global Entrepreneurship Monitor: Mujeres y actividad emprendedora en Chile 2019. Recuperado de <https://negocios.udd.cl/gemchile/files/2021/01/Reporte-Mujeres-y-Actividad-Emprendedora-2019-1.pdf>
- Huamán, F., Guede, B., Cancino, C. A. & Cordova, M. (2022). Female entrepreneurship: Evidence-based high-impact perspective from Chile and Peru. *Estudios Gerenciales*, 38(162), 45-56. Recuperado de [https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios\\_gerenciales/article/view/4586/4391](https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/4586/4391)
- IMCO (Instituto Mexicano para la Competitividad). (2021). La puerta de la formalidad: una oportunidad para el emprendimiento femenino. Recuperado de [https://imco.org.mx/wp-content/uploads/2021/07/202100708\\_El-emprendimiento-femenino\\_Documento-1.pdf](https://imco.org.mx/wp-content/uploads/2021/07/202100708_El-emprendimiento-femenino_Documento-1.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI (2021). Perú: Brechas de género 2020. Avances hacia la igualdad de mujeres y hombres. Recuperado de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1801/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1801/libro.pdf)



- Ministerio de Economía, Fomento y Turismo de Chile. (2020). Informe de Resultados: El Microemprendimiento Femenino en Chile. Recuperado de <https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2021/01/Boleti%CC%81nge%CC%81nero-EME-6.pdf>
- Ministerio de Economía, Fomento y Turismo de Chile (2023). Síntesis de resultados EME-VII. Unidad de Estudios División de Política Comercial e Industrial. Recuperado de <https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2023/06/sintesis-de-resultados-eme-vii.pdf>
- ONU Mujeres, Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE & Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer (2022). Resumen ejecutivo- Mujeres y hombres: Brechas de Género en Colombia. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/genero/publicaciones/mujeres-y-hombre-brechas-de-genero-colombia-resumen-ejecutivo.pdf>
- Pro Mujer (2022). Informe 2022: Comienza tu negocio Sureste de México. Recuperado de [https://promujer.org/b2b/wp-content/uploads/sites/2/2023/04/Reporte-Sureste-Final-31-marzo-compressed.pdf?send\\_key=MzQxOC01MjcyNzQ5MDItMjg3MDEtMzEwODYtMTU3ODU3NDAt&contact\\_key=fa982ac5-ecd1-4d70-a7ea-24440eca9637](https://promujer.org/b2b/wp-content/uploads/sites/2/2023/04/Reporte-Sureste-Final-31-marzo-compressed.pdf?send_key=MzQxOC01MjcyNzQ5MDItMjg3MDEtMzEwODYtMTU3ODU3NDAt&contact_key=fa982ac5-ecd1-4d70-a7ea-24440eca9637)
- ProColombia (2022). Informe de Gestión Procolombia 2018-2022. Recuperado de [https://procolombia.co/sites/default/files/informe\\_gestion\\_2018-2022\\_0.pdf](https://procolombia.co/sites/default/files/informe_gestion_2018-2022_0.pdf)
- PRMPERÚ (2023). Presentación 1.er ENCUESTRO MUJERES EMPRESARIAS: CONTRIBUYENDO AL SECTOR EXPORTADOR.
- PROMPERÚ. (2023) Evaluación de género en el sector exportador. Recuperado de <https://recursos.exportemos.pe/Evaluacion-de-genero-en-el-sector-exportador.pdf>
- Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales (2022). 5ª Radiografía a la participación de las empresas lideradas por mujeres en las exportaciones chilenas. Recuperado de [http://www.subrei.gob.cl/docs/default-source/estudios-y-documentos/otros-documentos/5ta-radiograf%C3%ADa---mujer-exportadora.pdf?sfvrsn=62469cef\\_1](http://www.subrei.gob.cl/docs/default-source/estudios-y-documentos/otros-documentos/5ta-radiograf%C3%ADa---mujer-exportadora.pdf?sfvrsn=62469cef_1)
- Ministerio de Relaciones Exteriores (2023). Indicadores de desempeño año 2023, Proyecto de Ley de Presupuestos 2023. Recuperado de [https://www.dipres.gob.cl/597/articles-290544\\_doc\\_pdf.pdf](https://www.dipres.gob.cl/597/articles-290544_doc_pdf.pdf)
- Subsecretaría de Turismo de Chile. (2022). Programa de Sistemas Sanitarios Sustentables para Microempresas de Turismo. Recuperado de <https://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2023/02/3-programa-sistemas-sanitarios-sustentables.pdf>



Vega, G. (2022). Productos orgánicos, un mercado que demanda color y transparencia. The Food Tech. Recuperado de <https://thefoodtech.com/tendencias-de-consumo/productos-organicos-un-mercado-que-demanda-color-y-transparencia/#:~:text=Por%20su%20parte%2C%20datos%20de%20Euromonitor%20International%20se%3%B1alan,millones%20de%20d%C3%B3lares%205%20Per%3%BA%20-%20%24400%2C000%20d%C3%B3lares>



