



**ESTUDIO ENFOQUE DE GÉNERO  
EN COMERCIO EXTERIOR**

**CENTRO PARA EL DESARROLLO DE CAPITAL HUMANO  
CENDEC**

**Santiago, diciembre de 2006**

## INTRODUCCION

El presente informe fue elaborado por el Centro para el Desarrollo de Capital Humano (CENDEC) para la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA) del Ministerio de Agricultura de Chile.

El informe fue preparado por los sociólogos Sres. José Nagel y Camilo Martínez con el apoyo, para la investigación de terreno, de la socióloga Sra. Ángela Erpel.

El estudio se realizó entre los meses de septiembre y diciembre de 2006 y contempló revisión de fuentes secundarias, documentos oficiales, entrevistas a informantes clave y estudio de casos de un grupo de empresas de mujeres exportadoras.

De manera complementaria al estudio se realizaron dos talleres con personal de la Subdirección Internacional de ODEPA y las encargadas del tema de género en la institución. Los talleres permitieron dialogar sobre los avances del estudio y validar las propuestas de acción.

Un apoyo permanente y valiosas sugerencias se recibieron de parte de las encargadas de género Sras. Pilar Eguillor y Claudia Carbonell y del Jefe del Departamento de Comercio Exterior Sr. Raúl Opitz.

Santiago, 4 de diciembre de 2006

## Índice

### CAPITULO

#### MARCO DE REFERENCIA

|    |  |    |
|----|--|----|
| 1. | EL ENFOQUE DE GÉNERO                       | 4  |
| 2. | LAS POLÍTICAS DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES | 8  |
| 3. | EL MODELO DE DESARROLLO NACIONAL.          | 9  |
| 4. | CAMBIOS EN RURALIDAD Y MUJERES RURALES.    | 11 |

### CAPITULO II

#### ACUERDOS COMERCIALES Y ANALISIS DE GÉNERO

|    |  |    |
|----|--|----|
| 1. | GÉNERO Y COMERCIO EN LA LITERATURA                                     | 15 |
| 2. | GÉNERO EN DIVERSOS ACUERDOS COMERCIALES                                | 18 |
| 3. | ESTRATEGIAS DE COOPERACIÓN EN GÉNERO Y COMERCIO: LA PROGRAMACIÓN TRBC. | 20 |

### CAPITULO III

#### CHILE: GÉNERO Y COMERCIO EXTERIOR

|    |   |    |
|----|---|----|
|    | ¿EL COMERCIO EXTERIOR TIENE CONSECUENCIAS SOBRE LAS RELACIONES DE GÉNERO?   | 21 |
| 1. | LA EXTENSIÓN DE LOS MERCADOS TRANSFORMA LAS RELACIONES TRADICIONALES ENTRE PRODUCCIÓN Y SOCIEDAD.   | 22 |
| 2. | EL COMERCIO EXTERIOR CAMBIA LA ESTRUCTURA DEL EMPLEO Y ABRE A LA MUJER EL MUNDO DEL TRABAJO REMUNERADO Y, POR ESA VÍA,...MODIFICA LAS RELACIONES DE GÉNERO                          | 24 |
| 3. | LA LÓGICA DE MAXIMIZACIÓN DE RECURSOS QUE SE GENERA EN LOS MERCADOS EXTERNOS TRANSFORMA LAS RELACIONES LABORALES Y, EN EL SECTOR AGROPECUARIO, IMPACTA PRINCIPALMENTE A LAS MUJERES | 29 |
| 4. | LA EXPANSIÓN DEL MODELO EXPORTADOR TIENE EFECTOS EXCLUYENTES SOBRE LOS SECTORES MENOS COMPETITIVOS DE LA AGRICULTURA... EN LOS CUALES LAS MUJERES TIENEN MAYOR PRESENCIA.           | 30 |
| 5. | EL COMERCIO EXTERIOR ESTIMULA Y DIFICULTA A LA VEZ, LA INTEGRACIÓN DE LAS MUJERES COMO PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS.  | 33 |
| 6. | LA AGROEXPORTACIÓN TIENE IMPACTO MUCHO MÁS ALLÁ DE LA AGRICULTURA Y EL MUNDO RURAL.   | 35 |

### CAPITULO IV

#### MUJERES PRODUCTORAS ESTUDIO DE CASOS

|    |             |    |
|----|-------------|----|
| 1. | FORTALEZAS  | 37 |
| 2. | OBSTÁCULOS  | 43 |
| 3. | DEBILIDADES | 47 |
| 4. | AMENAZAS    | 48 |

### CAPITULO V

#### MUJER EXPORTADORA: PERFIL, ESTÍMULOS Y BARRERAS

|    |   |    |
|----|---|----|
| 1. | HACIA UN PERFIL DE LA MUJER EXPORTADORA | 50 |
| 2. | ESTÍMULOS                               | 52 |
| 3. | LAS BARRERAS DE GÉNERO                  | 55 |

### CAPITULO VI

#### CHILE: ACUERDOS, POLITICAS COMERCIALES Y GÉNERO

|    |  |    |
|----|--|----|
| 1. | CONSTATAIONES BÁSICAS  | 59 |
| 2. | HIPÓTESIS PARA FUNDAMENTAR POLÍTICAS EN GÉNERO Y COMERCIO EXTERIOR | 61 |
| 3. | OBJETIVOS PARA UNA POLÍTICA DE GÉNERO EN COMERCIO EXTERIOR         | 63 |
| 4. | EL ROL DE ODEPA  | 66 |

### CAPITULO VII

#### PROPUESTAS PARA LA ACCIÓN DE ODEPA

|    |  |    |
|----|--|----|
| 1. | ÁREAS DE ACCIÓN                              | 68 |
| 2. | OBJETIVOS PARA LA ACCIÓN ESPECÍFICA DE ODEPA | 68 |
| 3. | PROPUESTAS                                   | 69 |

|  |              |    |
|--|--------------|----|
|  | BIBLIOGRAFÍA | 77 |
|--|--------------|----|

|  |   |    |
|--|---|----|
|  | ANEXO: CARACTERIZACIÓN DE LAS ENTREVISTADAS | 82 |
|--|---|----|

## CAPITULO I

### MARCO DE REFERENCIA

El estudio de las relaciones entre Género y Comercio exterior debe situarse en un marco general de referencia a la luz del cual es posible contextualizar el análisis. Este marco está constituido por: el enfoque de género y su aplicación a la agricultura y al mundo rural, las políticas de igualdad de oportunidades impulsadas por el Gobierno de Chile, las características del modelo chileno de crecimiento y los cambios recientes experimentados por la población rural.

#### 1. El Enfoque de Género

##### 1.1. El Concepto

#### **Género**

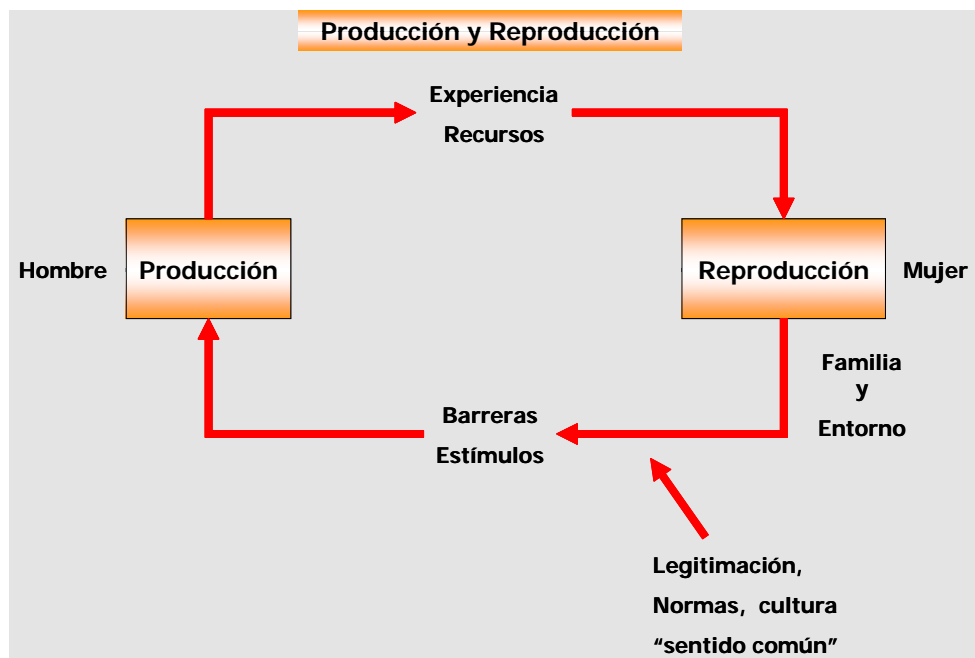
**“Conjunto de características culturalmente específicas que identifican el comportamiento social de hombres y mujeres y las relaciones entre ellos. El género no se refiere simplemente a mujeres u hombres sino a la relación entre ellos y a la forma en que esta se establece socialmente”.**

Para efectos del análisis se tomará como base la definición arriba expuesta que ha sido adoptada oficialmente por SERNAM y que resume los rasgos centrales del enfoque. Este enfatiza la diferencia fundamental entre base biológica y construcción social entendiendo que la atribución de funciones diferenciales entre hombres y mujeres no está inscrita necesariamente en la naturaleza sino que es resultado de una convención social. Así las diferencias establecidas entre hombres y mujeres se originan en pautas culturales y sociales que conforman roles y formas de relación en el marco de una cultura determinada. Esta construcción social marca las relaciones de poder, los roles productivos y el acceso

diferenciado a las oportunidades sociales y culturales. Ello significa que el análisis de género atraviesa el conjunto de las situaciones sociales identificando las formas en que los roles se han establecido en los distintos ámbitos del quehacer social.

## 1.2. Producción y Reproducción

La diferencia más significativa en la atribución de funciones sociales diferenciales entre hombres y mujeres se origina, sin duda, en los ámbitos de la producción y la reproducción. Desde muy temprano en el desarrollo histórico se define el ámbito de la mujer como aquel relativo a las funciones de reproducción de la vida ligadas fundamentalmente al ámbito del hogar y de la vida doméstica. El hombre en cambio ese mueve en el ámbito de la producción, de la provisión de recursos, del exterior y por esa vía, del conjunto de funciones sociales políticas y económicas que conforman el centro de la vida de las sociedades. Esa dinámica se puede resumir en el siguiente gráfico.



En la dinámica de producción-reproducción tradicional es el hombre el que “recoge” experiencias y recursos, transmitiéndolas al ámbito de la familia, a la esfera reproductiva, donde se encuentra ubicada la mujer. Por oposición hay un conjunto de barreras prácticamente infranqueables para que la mujer participe en la actividad productiva y, por esa vía, tenga acceso a las funciones sociales, políticas y económicas centrales de la sociedad. Los estímulos, en ese contexto, funcionan casi exclusivamente para los hombres que son quienes naturalmente manejan y acceden al mundo “exterior al hogar”.

Esta división social del trabajo es “legitimada” socialmente por una cultura constituida por normas que permiten o prohíben determinadas conductas para hombres y mujeres y que hacen que esas conductas sean consideradas “naturales” o al menos formando parte de la base misma del “deber ser” de la sociedad.

Esta sociedad rural tradicional desde el punto de vista productivo enfrenta mercados acotados y relativamente estables, establece construcciones sociales de carácter local y se mueve en un mundo prácticamente cerrado. Esto perdura largo tiempo y en algunos casos hasta tiempos muy recientes. En el caso de Chile es solo desde la segunda mitad del siglo XX cuando se inicia la transformación de las relaciones de producción y, en ellas, la apertura comercial juega un rol fundamental. Como se verá más adelante esta apertura produce el quiebre definitivo de las relaciones de producción tradicionales, expande los mercados laborales abriendo a la mujer la oportunidad de salir del marco del hogar y por esa vía, genera cambios en las relaciones de género. Esos fenómenos son reforzados por la generalización de los patrones de consumo y por el efecto de los medios de comunicación. Así, los valores, las normas, la cultura, el “sentido común” del mundo urbano irrumpen en el medio rural, no sin enfrentar resistencias, pero iniciando un proceso de cambio definitivo de la sociedad rural.

### **1.3. Inequidad de género**

El sistema social ha funcionado tradicionalmente favoreciendo la casi exclusiva participación del hombre en los procesos productivos. Sin embargo, esta exclusión ha ido más allá para abarcar el conjunto de la vida social en la cual las posiciones predominantes han sido destinadas a los hombres manteniendo a la mujer en roles ligados a lo que se entendía como su función doméstica fundamental. Así, incluso en el proceso reciente de ocupación de nuevos espacios sociales por las mujeres, los nuevos roles que ellas van asumiendo mantienen lazos con los las funciones hogareñas o reproductivas tradicionales.

El “sentido común” de la sociedad entendido, como aquello que se acepta naturalmente como “lo que debe ser”, ha tendido a recoger y consagrar esta discriminación legitimándose así las diferencias. Un mecanismo habitual asociado a este “sentido común” ha sido el de considerar ciertos procesos como “neutros” es decir sin efectos o consecuencias de género. Normalmente esto se encuentra principalmente en el ámbito de los procesos “técnicos” en los cuales, con frecuencia, se hace difícil hacer conciencia respecto a sus efectos de género.

Lo anterior contribuye a explicar la tendencia de los análisis a centrarse en la identificación de inequidades y en la visibilización de la mujer. Esto, a pesar que, en estricto sentido, el análisis de género se refiere al conjunto de las relaciones entre hombres y mujeres

### **1.4. Brechas, Barreras y estímulos.**

Para efectos del análisis de género resulta central la identificación de las brechas que se producen entre hombres y mujeres en el acceso a oportunidades y beneficios sociales y en las posibilidades de ocupar posiciones y cumplir funciones sociales políticas y económicas. Las llamadas “brechas de género” constituyen así indicadores claves para medir la equidad y señalar caminos de acción para mejorarla.

En el camino para modificar la situación es importante identificar las barreras que dificultan la equidad de género. Estas barreras se originan primordialmente en la división de funciones productivas y reproductivas arriba señaladas pero, por la vía de los procesos institucionales y de legitimación cultural, se ubican prácticamente en todos los ámbitos sociales, económicos, jurídicos e institucionales.

Es importante señalar que éstas barreras no son elementos estáticos sino en proceso de modificación, especialmente en el último tiempo, como resultado tanto de procesos sociales espontáneos como de acciones institucionales gubernamentales deliberadas. En el hecho las transformaciones en los sistemas productivos y en los mercados han introducido un elemento dinámico que ha contribuido a derribar o modificar las barreras no solo referidas al ámbito de la producción sino, también, de manera más amplia, al conjunto de las relaciones de género.

De manera paralela también es importante identificar los “estímulos” que hacen que hombres y mujeres desarrollen ciertas tareas, ingresen al mercado de trabajo o accedan a determinados roles sociales. Esos estímulos han cambiado a partir de la ampliación de los mercados laborales y de la diversificación de los ingresos familiares pero se han visto también influidos por los modelos comunicacionales que muestran nuevas formas de conducta deseables para hombres y mujeres. A esto se suma la ruptura de los límites urbano-rurales que han permitido generalizar conductas modernas en las familias campesinas.

## **2. Las Políticas de Igualdad de Oportunidades**

Las acciones que se desarrollen para incorporar el enfoque de género en el área de comercio exterior necesariamente se ubicarán en el contexto de las principales formulaciones de políticas y estrategias que el Gobierno de Chile ha desarrollado en el tema. De ellas, tres se destacan como las más significativas: el Plan de Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres 2001-2010, las Propuestas de Igualdad de



Oportunidades para las Mujeres Rurales 1997-2005 y el Sistema de Equidad de Género en el Mejoramiento de la Gestión (que ha dado origen a los llamados “PMG de Género”).

Las Propuestas de Igualdad de Oportunidades para las Mujeres Rurales 1997-2005 constituyen una carta de navegación que resume de manera general el conjunto de objetivos y medidas que se definieron en un momento para orientar el trabajo de las entidades públicas en el mejoramiento de la situación de las mujeres en relación con seis ejes centrales de la vida social Trabajo y Producción, Educación, Salud, Participación, Familia y Cultura e institucionalidad.

El Plan de Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres 2001-2010 condensa y expresa de manera sistemática los objetivos, metas e instrumentos que contempla la estrategia gubernamental de mediano plazo tendiente a eliminar la discriminación contra la mujer en todos los ámbitos de la vida nacional. Permite, por ello, ponderar la validez de las metas definidas en el documento sectorial y orientar la formulación de estrategias futuras.

El Sistema de Equidad de Género en el Mejoramiento de la Gestión resulta clave tanto para comprender los avances que las instituciones han hecho en la instalación del enfoque de género como para identificar los posibles instrumentos que pueden ser utilizados en una estrategia complementaria a las acciones que ODEPA puede realizar en el área de comercio exterior. Los PMG permiten actuar sobre un conjunto de instrumentos y programas que directa o indirectamente pueden favorecer una integración de las mujeres a los procesos agroexportadores.

En el hecho, la puesta en marcha de los PMG de Género marca un hito fundamental en el impulso a medidas institucionales tendientes a hacer efectiva la equidad de género en el acceso a oportunidades y productos de la institucionalidad pública nacional.

### **3. El modelo de desarrollo nacional.**

Los análisis del comercio exterior agropecuario y sus efectos de género necesariamente deben situarse también en el contexto mayor del modelo de desarrollo nacional.

El modelo de desarrollo por el que ha optado Chile en las últimas décadas se ha caracterizado, entre otros rasgos, por colocar como un eje central del dinamismo de crecimiento a la integración del país a los mercados internacionales mediante una apertura unilateral de la economía complementada con la suscripción de tratados y acuerdos de libre comercio con terceros países.

Esa estrategia se ha planteado en el contexto de una liberalización de los mercados internos y de estímulo a la libre competencia. Complementariamente, el Estado ha transformado su rol disminuyendo la presencia como ejecutor y agente activo de los procesos productivos concentrándola en funciones de regulador y de agente de fomento. La acción del Estado se ha orientado, así, a incentivar la producción de bienes en los cuales existan ventajas comparativas y competitivas y ampliar los márgenes de un mercado estrecho y reducido que constituía un freno permanente para el esfuerzo emprendedor. Esto se ha hecho en un contexto de disciplina fiscal, de estabilidad económica y de continuidad política.

Como resultado de una agresiva estrategia de búsqueda de socios comerciales y de penetración en mercados externos, el país ha experimentado, con algunas breves interrupciones, un crecimiento sostenido desde fines de los años ochenta, una expansión muy significativa de las exportaciones, un mejoramiento general de las condiciones de vida, un mejoramiento de la infraestructura física y un acceso más o menos generalizado al consumo por parte de la mayoría de la población. Paralelamente, ha habido un importante desarrollo tecnológico en términos de comunicaciones e información, de modernización del aparato público y un desarrollo de capacidad empresarial en casi todos los sectores de la actividad productiva. Se ha conseguido como resultado una considerable expansión y mejoramiento de los servicios orientados a la satisfacción de necesidades básicas de la población.

El modelo, no obstante ha mostrado un sesgo concentrador que se manifiesta en la progresiva centralización de activos en grupos económicos que manejan ámbitos muy diversos e importantes de la actividad financiera, industrial y de servicios, en la marginalización de sectores artesanales y en problemas de sostenimiento de las pequeñas empresas. Por otro lado, ha habido dificultades para proporcionar trabajo productivo a toda la población manteniéndose el desempleo en tasas cercanas a los dos dígitos.

Es de prever que esas tendencias continúen en el próximo período posiblemente atenuadas por esfuerzos que se centrarán en corregir las imperfecciones del modelo para hacer posible que el grueso de la población pueda acceder los beneficios del crecimiento. Esto porque existe conciencia generalizada de las desigualdades que el modelo ha generado en la sociedad chilena las cuales podrían conducir en el mediano plazo a situaciones de tensión social que, además, dificultarían la continuidad del crecimiento.

En ese contexto se ha planteado una modalidad de crecimiento de la agricultura centrada en lo que se ha denominado el modelo agroexportador y se han definido estrategias congruentes con ese objetivo tendiendo a mejorar las condiciones de producción de la agricultura nacional, a estimular el desarrollo de rubros con posibilidades exportadoras, a generar condiciones de acceso a terceros mercados mediante los acuerdos y tratados internacionales y a identificar nichos para los productos nacionales. La apuesta central se orienta a transformar a Chile en una “potencia agroalimentaria” llevándolo a ubicarse entre los países con mayor presencia exportadora de alimentos a nivel mundial.

Un problema pendiente lo constituyen las posibilidades de acceso del grueso de los agricultores a los beneficios del modelo exportador. Mayoritariamente son los agricultores medianos y grandes los que conforman la masa de exportadores pero ellos representan solo el 17% del total de agricultores chilenos. En el hecho no más de un 5% de los agricultores empresariales pequeños tienen hoy acceso a la exportación. Este es un tema que naturalmente contextualiza las posibilidades de expandir la presencia de las mujeres productoras en las exportaciones por cuanto mayoritariamente ellas están ligadas a la agricultura familiar campesina.

#### **4. Cambios en ruralidad y mujeres rurales.**

Según las cifras que entregan los Censos de Población, la población rural viene disminuyendo sostenidamente entre censos, expresándose esto en términos de pérdida de peso relativo de la misma en el total de la población. Así por ejemplo, si en el Censo de 1992

en la VII región la población rural representaba el 40% de la población regional, en el Censo de 2002 sólo representa el 34%.

Uno de los efectos que tiene esta disminución de la población rural es el crecimiento de la femineidad, tendencia que según las proyecciones de población del INE debería mantenerse en el tiempo. En el mundo rural, el índice de femineidad es menor en los grupos de edad que componen la PEA, siendo mayor en los grupos menores de 15 años y en los mayores de 80 años, esto asociado a un incremento en la jefatura de hogar femenina.

Según los datos que aporta la Encuesta CASEN, en las zonas rurales hay 87.831 hogares con 406.983 habitantes rurales en situación de pobreza. Este fenómeno se acompaña de un aumento de los hogares con jefatura femenina en situación de pobreza. Si bien, la pobreza rural en términos globales ha disminuido, la proporción de hogares en situación de indigencia se mantiene entre 1998 y 2003 según los datos entregados por la CASEN, y aumentan a un 21% los hogares con jefatura femenina en esta condición. Así, se está en presencia de una creciente feminización de la pobreza en las zonas rurales.

Por otro lado, es posible observar que el 12% de la población rural mayor de 15 años es analfabeta, siendo mayor la proporción en las Regiones VIII y IX. En esta última Región una cada cinco mujeres rurales es analfabeta. La población rural estudia en promedio 7,4 años, 2,4 años menos en promedio que la población urbana. El nivel educativo de las mujeres menores de treinta años es superior al promedio de la población rural alcanzando a 8 años de estudios mientras que las mayores de 50 años no alcanzan a los 5 años de estudio en promedio. Este fenómeno de una mayor escolaridad de las mujeres rurales es relativamente nuevo y parece ser resultado de las políticas de expansión de la cobertura del sistema escolar en las últimas décadas.

Ahora bien, se debe tener en cuenta que, la matrícula escolar en las zonas rurales está disminuyendo en los establecimientos municipales y aumentando en los particulares subvencionados, lo que permite suponer o que el Estado ha debilitado su presencia en la

educación en las zonas rurales o que hay un cierto nivel de mejoramiento en la calidad de vida de las familias rurales.

Finalmente, es importante señalar que, según los datos de la CASEN 2003, el 81% de los hogares rurales tiene energía eléctrica de la red pública, pero en las regiones con mayor cantidad de población rural este porcentaje es menor, y que sólo el 43% de los hogares rurales tiene agua potable de red pública, porcentaje significativamente menor en las regiones con más población rural.

Según las cifras de la CASEN la Población en Edad de Trabajar (PET), es decir la población de 15 años y más, en el mundo rural alcanzaba en 2003 a 1.493.828 habitantes, de los cuales 733.315, es decir, el 48.5% eran mujeres. Sin embargo, las mujeres rurales en la PEA rural, alcanzan a 182.267 mujeres (según el INE las mujeres rurales en la PEA son 130.590). Así, la tasa de participación en la fuerza de trabajo de la mujer rural es de un 25%, mientras que la de la mujer urbana es de un 45%, constatándose tanto la invisibilidad del trabajo de las mujeres, como la baja su inserción laboral en el mundo rural

El 65% de las mujeres rurales se dedica a actividades del hogar y sólo el 19% tiene trabajo remunerado o se encuentra buscando trabajo. De aquellas mujeres que tienen trabajo 17% lo hacen como trabajadoras de servicio domestico totalizando 20.849 mujeres. El 82% de las mujeres rurales que trabajan se ocupan en actividades no agropecuarias, mientras que el 54% de los hombres se dedica a estas actividades. Es decir, solamente 23.081 mujeres rurales trabajan en actividades agropecuarias, concentrándose principalmente entre las regiones IV y VII. Este fenómeno de urbanización del mundo rural alcanza tal envergadura que se puede observar que justamente en las regiones con más población rural hay mayor proporción de mujeres en ocupaciones no agropecuarias.

## CAPITULO II

### ACUERDOS COMERCIALES Y ANALISIS DE GÉNERO

¿Es posible establecer relación entre análisis de Género y Acuerdos Comerciales? ¿Hay algún tipo de consecuencias que los acuerdos tengan sobre las relaciones de género? ¿Abren o cierran ellos posibilidades a la participación de las mujeres en los procesos de comercio exterior?

A primera vista, las respuestas parecieran simples. El Comercio Exterior podría tener las mismas consecuencias generales sobre las relaciones de género que puede tener cualquier otro proceso global que afecta a las sociedades pero no necesariamente ello implicaría poder identificar efectos específicos. Siendo así no parecería necesario tampoco tomar en cuenta esta variable a la hora de plantear políticas y estrategias de apertura y expansión del comercio o de negociar acuerdos con terceros países. De alguna forma, serían otros los criterios que deberían guiar esas negociaciones y se referirían más bien a los efectos globales que tienen sobre la economía, a los impactos de crecimiento, a la defensa de ciertos rubros sensibles, a la obtención de determinadas garantías para rubros de mayor potencialidad etc. En ese cuadro, las consideraciones de género no entrarían como criterios para guiar negociaciones. De alguna manera, en esta línea los procesos asociados al comercio exterior y a la apertura serían “neutros”.

La pregunta central aquí es: ¿es posible asentar una opinión contraria a este “sentido común” basada en estudios a nivel nacional a internacional que muestren efectos de género del comercio exterior, la agroexportación y la apertura? ¿Existen suficientes evidencias respecto al impacto de los acuerdos y de la apertura que permitan sustentar algunas afirmaciones sobre los efectos de género?

Sin perjuicio del desarrollo que se hace en el cuerpo central del informe sobre el acceso de las mujeres a la agroexportación, es posible observar algunas tendencias en los estudios e investigaciones realizadas al respecto.

## **1. Género y Comercio en la Literatura**

El tema de las relaciones entre Género y Comercio Exterior a nivel de la agricultura y la ruralidad ha sido abordado en la literatura reciente apuntando básicamente a dos direcciones:

- los efectos de la apertura y los acuerdos comerciales sobre las mujeres rurales y campesinas;
- la participación de las mujeres productoras en los procesos exportadores.

En general, la mayoría de los estudios existentes se refiere al primero de los dos temas buscando identificar los efectos directos e indirectos que los cambios productivos tienen sobre las mujeres y caracterizar en qué medida grupos importantes de ellas son desplazados de su actividad productiva, experimentan cambios en su actividad laboral o aumentan o disminuyen sus ingresos y los de sus familias.

Con respecto al segundo tema, los estudios son más escasos, muchos de ellos se limitan a la descripción de algunos casos específicos y carecen, en general, de evidencias estadísticas y cuantitativas.

En muchos casos también los trabajos se orientan a una crítica al modelo neoliberal y a sus efectos globales en la agricultura campesina más que específicamente a mostrar los impactos del comercio exterior en situaciones concretas e identificables.

Dos posiciones contrapuestas se advierten al examinar los estudios. Una se orienta a recalcar los efectos positivos que el comercio y la apertura tendría sobre las mujeres rurales en términos de mejorar su situación laboral y productiva. La otra recalca las dificultades y problemas que genera la expansión de los mercados en términos de deterioro de la condición de género.

La visión de efectos positivos se encuentra mas frecuentemente en estudios que destacan los efectos posibles de determinados acuerdos comerciales y que al, enumerar los potenciales impactos, mencionan dos efectos directos: la creación de más empleo femenino, (fundamentalmente temporal) y la modernización de las conductas empresariales que, al aumentar la competencia producirían una disminución de la tendencia a discriminar contra la mujer. Ese efecto sería mayor en los sectores más concentrados de la economía, donde los empleadores previamente a la apertura utilizan sus mayores beneficios para cubrir los costos de la discriminación.<sup>1</sup>

Adicionalmente, se producirían ciertas externalidades de los procesos de crecimiento empresarial y productivo como una mejor calidad de vida de las familias de los sectores rurales ubicados en zonas agroexportadoras y una modernización de las pautas de conductas que llevarían implícito el mejoramiento de la condición de género.

En contraposición a la visión expuesta, existen múltiples estudios que apuntan a destacar los aspectos problemáticos de la apertura y la liberalización de los mercados. Algunos de ellos lo hacen fundamentalmente desde una perspectiva valórica y de modo coherente con lo que han sido las investigaciones y propuestas sobre igualdad de oportunidades para las mujeres rurales.

Una parte significativa de esos estudios se ha orientado a mostrar las precarias condiciones laborales de las mujeres que se han insertado en el sistema productivo como resultado de la

---

<sup>1</sup> “Los impactos de género de las políticas comerciales: avances y desafíos para la investigación y la acción”. Programa Economía y Género, 2002 – 2004. Fundación Böll, Oficina Regional C.A., México, Cuba



expansión de las exportaciones agropecuarias. Las malas condiciones laborales, los bajos salarios en comparación con los hombres y la carencia de protección social han sido destacados como la tónica dominante en la nueva forma de contratación laboral para las mujeres del sector agropecuario.

En consonancia con esto, otros estudios han señalado que esta expansión de los mercados laborales ha terminado significando una nueva carga de trabajo para las mujeres rurales por cuanto ellas no han abandonado sus funciones tradicionales. Así se ha configurado para ellas, en el nuevo contexto, una triple tarea laboral: trabajo reproductivo (mantención de la familia), trabajo productivo (ya sea como fuerza laboral, como segundo ingreso familiar o como apoyo a las actividades productivas del hombre) y trabajo comunitario sin remuneración.

También en esta perspectiva algunos trabajos interesantes se han orientado a buscar los efectos potenciales que determinados acuerdos comerciales podrían tener sobre las mujeres considerando tanto su condición de integrantes de las familias campesinas como su rol de asalariadas o de productoras. Estos han buscado mostrar los posibles efectos sobre rubros y sectores de la agricultura en que predomina el trabajo femenino o donde son las mujeres las responsables de la producción. Los resultados en general han mostrado efectos más bien negativos apuntando a pérdidas de ámbitos y nichos tradicionales de producción y a disminución de ingresos como resultado de la inserción en rubros amenazados por los acuerdos.<sup>2</sup>

Una visión crítica diferente apoyada más bien en instrumentos de análisis macroeconómico es la que presenta Seguino. Argumenta que si la segregación ocupacional resulta en la concentración de mujeres en las industrias exportadoras donde la elasticidad precio de la demanda es relativamente alta, sus menores salarios respecto a los de los hombres pueden operar como un estímulo a las exportaciones. Su hipótesis es que la desigualdad de género termina teniendo un efecto positivo en el progreso técnico y en el crecimiento económico.

---

<sup>2</sup> Parada, Soledad, Morales César. –“Los Efectos potenciales del tratado de libre comercio entre Ecuador y Estados Unidos” en las mujeres rurales ecuatorianas. CEPAL. 2006.

Los menores salarios femeninos pueden no resultar suficientes para el crecimiento económico en este modelo, ya que éste puede depender de la existencia de fuerza de trabajo capacitada para incorporar las innovaciones tecnológicas. Otro canal a través del cual la desigualdad de género puede afectar el crecimiento económico es a través de su efecto en la inversión, ya que los menores costos laborales unitarios asociados con la feminización de la fuerza laboral pueden estimular la inversión. Tanto para los países industrializados (Seguino 2000) como para las economías asiáticas (Seguino 2000b) los resultados empíricos señalarían la existencia de un vínculo positivo entre la desigualdad de género y el crecimiento económico. Estos resultados tienen implicaciones en términos de políticas, ya que conducen a preguntarse cuáles son las estrategias de desarrollo y crecimiento más compatibles con la equidad de género. La estrategia de fomento de la apertura, cuando el desarrollo de las exportaciones se basa en las desigualdades de género, no contribuye a la promoción de la equidad de género. También conduce a nuevos planteos sobre el papel de las instituciones y su potencial como promotoras de la equidad de género en el marco de la liberalización comercial.<sup>3</sup>

## **2. Género en diversos acuerdos comerciales**

La preocupación por integrar el enfoque de género al comercio exterior se ha notado también en algunos de los Acuerdos Comerciales firmados por Chile y en algunas de las instancias en las cuales participa. Los más destacados son los siguientes.

2.1. En el Acuerdo de Asociación Política, Comercial y de Cooperación entre Chile y la Unión Europea se hace mención explícita al tema en el capítulo de cooperación señalando que “contribuirá a consolidar las políticas y los programas destinados a mejorar, garantizar y aumentar la participación equitativa de hombres y mujeres en todos los sectores de la vida política, económica, social y cultural. La cooperación contribuirá a facilitar el acceso de las mujeres a todos los recursos necesarios para el ejercicio completo de sus

---

<sup>3</sup> “Los impactos de género de las políticas comerciales: avances y desafíos para la investigación y la acción”. Programa Economía y Género, 2002 – 2004. Fundación Böll, Oficina Regional C.A., México, Cuba

derechos fundamentales".No obstante, no hay acciones específicas en el nivel agropecuario que se hayan desarrollado para hacer efectivo el acuerdo.

2.2. En la APEC es posible encontrar un trabajo sostenido sobre el tema el que ha dado origen a una Guía para el Análisis de Género originada en una comisión específica y presentada a las instancias regulares del sistema. Esta Guía es considerada un instrumento para ayudar a la implementación de los acuerdos tendientes a fortalecer la integración de la mujer en la APEC y a apoyar la formulación de políticas y proyectos con enfoque de género en los países miembros. Sin embargo, en gran medida estas orientaciones parecen haber permanecido dentro de los límites de las mismas actividades de APEC buscando sobre todo fortalecer la presencia de la mujer en sus instancias más que apuntando a monitorear las medidas, políticas y estrategias de los países mismos.

2.3. En el Acuerdo de Cooperación Laboral entre los Gobiernos de Chile y Canadá se establecen actividades de cooperación tendientes a promover la igualdad entre hombres y mujeres en los centros de trabajo y a incentivar la igualdad en las remuneraciones.

2.4. En el contexto del MERCOSUR de manera específica se ha constituido un grupo de trabajo con la finalidad de examinar el tema de género a nivel agropecuario y avanzar en propuestas y compromisos de los países miembros. Se ha establecido un sistema de reuniones e informes con el fin de compartir los avances que los países están realizando en la materia.

### **3. Estrategias de Cooperación en Género y Comercio: La Programación TRBC.**

Dentro de los esfuerzos de cooperación internacional hay instrumentos que han sido desarrollados para apoyar la inserción del enfoque de género en los acuerdos comerciales y orientar a los países para identificar las áreas sensibles y las estrategias de acción que permitan hacer real la equidad de género.

La más elaborada de estas formulaciones ha sido hecha por la Agencia para el Desarrollo Internacional de Canadá (ACDI) que ha generado una guía de análisis e interpretación conocida por las siglas TRBC (Trade Related Capacity Building).

La programación TRBC procura identificar en distintos, ámbitos etapas y momentos los criterios para mejorar la equidad de género en el ámbito del comercio internacional con especial atención a las políticas comerciales y a los procesos de negociación. Para esos efectos contempla el estímulo a medidas que mejoren los procesos productivos, y comerciales tanto a nivel de las empresas como de las instituciones que generan políticas. Incentiva también el diseño e implementación de programas de preparación comercial que incluyan ajustes relacionados con el desarrollo comercial a nivel empresarial, social y de fuerza laboral.

Para efectos del análisis que se hace en los capítulos siguientes se ha tomado como orientación la guía TRBC especialmente para determinar los temas centrales de discusión y las áreas en las cuales debería haber una intervención gubernamental. A partir de allí se han establecido los lazos entre temas centrales y áreas de políticas y estrategias que conducen finalmente a un conjunto de propuestas específicas para la acción de ODEPA.

## CAPITULO III

### CHILE: GÉNERO Y COMERCIO EXTERIOR

#### ¿El Comercio exterior tiene consecuencias sobre las relaciones de género?

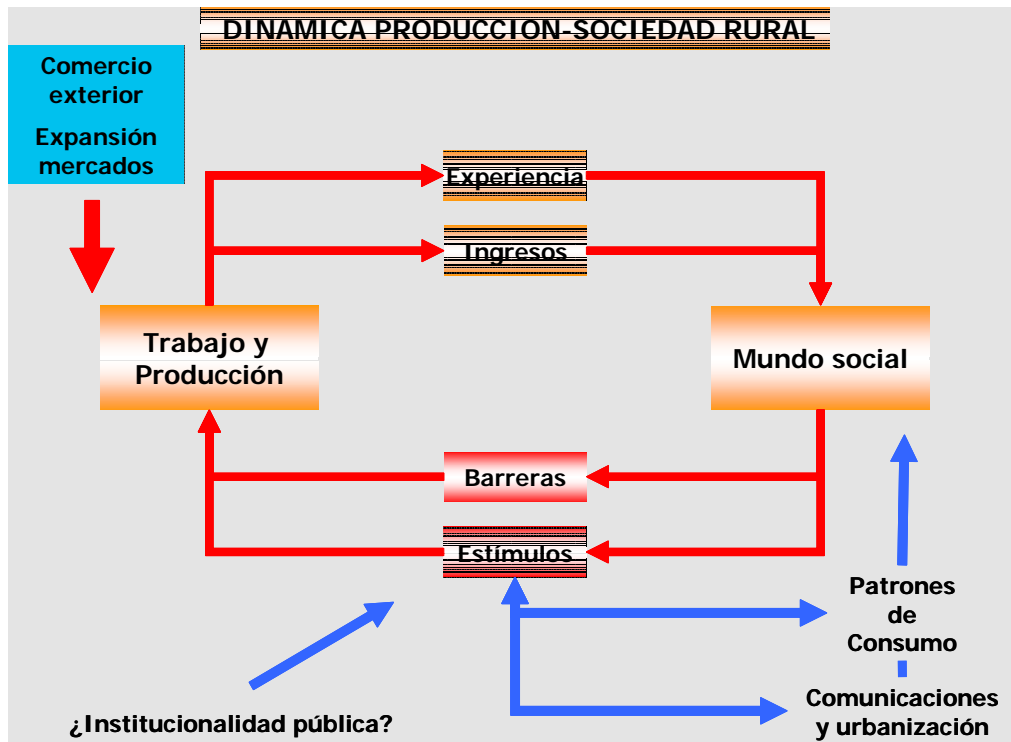
En el contexto del marco de referencia expuesto en el capítulo anterior, se intentará, a continuación, desarrollar una respuesta a la pregunta central sobre la base de seis afirmaciones basadas en datos de la realidad agropecuaria de Chile:

- a. La extensión de los mercados transforma las relaciones tradicionales entre producción y sociedad.
- b. El Comercio exterior cambia la estructura del empleo y, por esa vía,...modifica las relaciones de género.
- c. La lógica de maximización de recursos que se genera en los mercados externos transforma las relaciones laborales y, en el sector agropecuario, impacta principalmente a las mujeres
- d. La expansión del modelo exportador tiene efectos excluyentes sobre los sectores menos competitivos de la agricultura... en los cuales las mujeres tienen mayor presencia.
- e. La agroexportación tiene impacto mucho más allá de la agricultura y el mundo rural.
- f. El Comercio exterior estimula y dificulta a la vez, la integración de las mujeres como productoras y exportadoras.

**1. La extensión de los mercados transforma las relaciones tradicionales entre producción y sociedad.**

La afirmación central que aquí se hace es que, en el caso del sector agrícola y rural chileno, el detonante fundamental que introduce un efecto de quiebre en las formas de producción tradicional y en los mercados laborales y, por esa vía, en el mundo social, es la apertura y la instalación del modelo agroexportador. De esa forma es el comercio exterior el que, al menos, en el caso de Chile, consolida las transformaciones más profundas que se han vivido en las últimas décadas.

Esto es posible ilustrarlo retomando el gráfico inicial de producción-reproducción y llevándolo a las relaciones entre mundo de la producción y mundo social.



Así, el esquema tradicional de la sociedad rural se empieza a romper inicialmente por el estrechamiento de los espacios y la consiguiente urbanización del mundo rural. Los medios de comunicación, desde la radio a la televisión han jugado un rol fundamental en el cambio

de los patrones en el mundo rural favoreciendo la incorporación de pautas sociales y patrones de consumo acuñados en el mundo urbano. A lo anterior se suman los procesos migratorios del mundo rural al mundo urbano, procesos gatillados por diversas razones, pero principalmente ligados a la sobrevivencia de la familia rural y a los procesos de expulsión de los jóvenes por la falta de oportunidades laborales. Esta migración y sus efectos demostrativos sobre las familias sin duda también hacen su aporte a la transformación de los patrones y pautas de la sociedad rural.

A estos fenómenos se suma la transformación de los mercados primero por la sola expansión de las capacidades productivas y comerciales de las empresas más grandes que buscan abrirse al exterior. En ese contexto los pequeños productores permanecen orientados a los mercados locales y microrregionales. Esta adaptación, en un mercado acotado como el chileno, no significa en la primera etapa grandes transformaciones en la estructura productiva o en las estrategias de supervivencia de las familias campesinas.

Sin embargo es la apertura comercial y la consiguiente expansión de los mercados la que introduce los elementos básicos de la transformación. Esto por diversas vías. Por una parte, las exigencias de competitividad llevan a profundas transformaciones tecnológicas y de gestión elevando los estándares productivos a niveles no conocidos por la agricultura nacional. Por otra parte, las exigencias de los consumidores finales introducen imperativos de calidad y de nuevas características de los productos que alteran profundamente las formas tradicionales de producir, procesar y comercializar.

Quizás el más importante efecto se produce en la expansión del mercado laboral que requiere de más y distinta mano de obra abriéndose así la opción al trabajo femenino.

En ese contexto las estrategias de supervivencia de las familias campesinas deben cambiar. El productor se ve por una parte obligado a reaprender su oficio introduciendo nuevas tecnologías, rubros y formas de comercialización y enfrenta condiciones de mercado, en general, adversas, en la medida en que permanece en rubros no favorecidos por la apertura comercial.

Lo anterior ha llevado a las familias rurales a modificar sus estrategias de supervivencia. La pérdida de competitividad de la producción campesina, la baja de los precios y el aumento de los costos reducen los ingresos conduciendo a la necesaria incorporación de la mujer al trabajo asalariado lo que se facilita por la demanda planteada por las empresas exportadoras. De manera complementaria, también, en muchos casos, es el hombre el que se desplaza a otras ocupaciones quedando la mujer a cargo de la explotación familiar y asumiendo, por esa vía, también un nuevo rol productivo y social.

A partir de esta dinámica empieza a perderse la “invisibilidad” de la mujer y su trabajo pasa a ocupar un lugar central en el ingreso monetario de la familia campesina. Esto lleva necesariamente a asemejar progresivamente las relaciones familiares con las de los sectores urbanos y a modificar las relaciones de género. De algún modo, la modernidad obligada se introduce en la familia rural con pautas y patrones hasta antes desconocidos.

Así el comercio exterior y la extensión de los mercados pasa a jugar un rol clave en los cambios generando efectos de género diferenciados, algunos positivos y otros negativos en la medida en que abre o cierra opciones laborales o productivas a hombres y mujeres.

## **2. El Comercio Exterior cambia la estructura del empleo y abre a la mujer el mundo del trabajo remunerado y, por esa vía,...modifica las relaciones de género**

Los efectos más importantes que la generalización del comercio ha tenido sobre el mercado laboral en el sector agropecuario chileno se relacionan con el trabajo femenino.

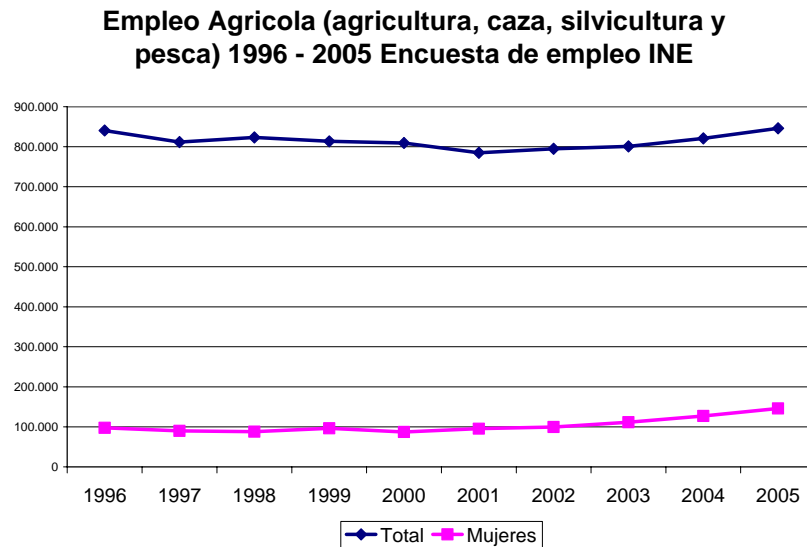
### **2.1 Hay una correlación casi perfecta entre la extensión del comercio exterior y el aumento del trabajo femenino en la agricultura.**

En la última década el empleo agrícola no ha sufrido grandes cambios respecto a la cantidad de trabajadores que lo componen. En el periodo 1996 – 2005 el empleo creció a una tasa promedio de 0,05% anual, lo que significó pasar de 840.493 trabajadores en 1996 a 845.966



en 2005. En una década sólo aumentó en 5.473 trabajadores, lo que se explica por la caídas en el empleo agrícola sufridas en el 1997 y 2001 cuando alcanzó su nivel más bajo.

Posteriormente, en el periodo 2001-2005, el empleo agrícola aumentó en 61 mil trabajadores con una tasa promedio anual de crecimiento de 0,85% cifra que se explica, en gran parte por la incorporación de las mujeres al trabajo agrícola. En este período las mujeres en el empleo agrícola aumentaron en 50.628, a una tasa de crecimiento promedio anual de 9,7%. Esto se observa en el gráfico siguiente.

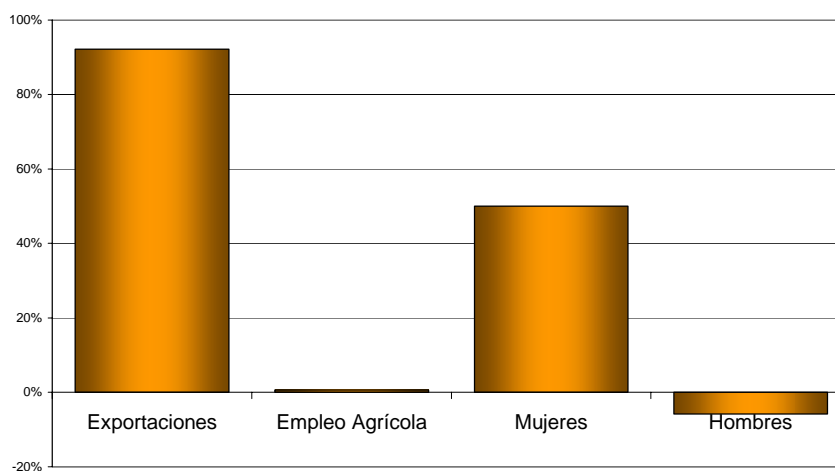


Sin embargo, lo más notable es la correlación casi perfecta (0.95) que se puede establecer entre crecimiento de las exportaciones y el aumento del empleo femenino. En cambio, el coeficiente de correlación entre las exportaciones y el empleo agrícola total es sólo de 0.33 y con los hombres es de -0.61, lo que se expresa en las siguientes tablas y gráficos.

### Exportaciones silvoagropecuarias y empleo del sector<sup>4</sup>

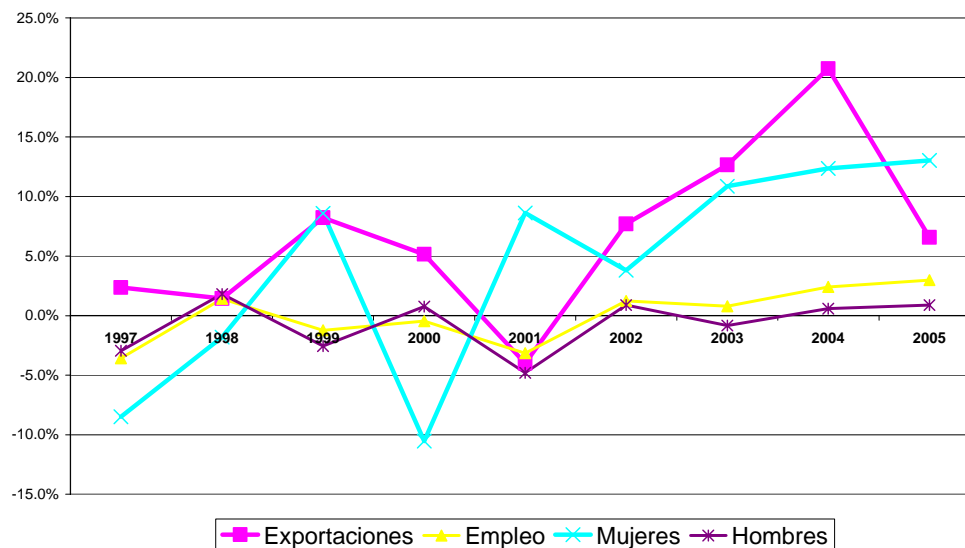
| Año                           | Exportaciones                  |              | Total   |         |
|-------------------------------|--------------------------------|--------------|---------|---------|
|                               | Silvoagropecuarias<br>Mill USD | Trabajadores | Mujeres | Hombres |
| 1996                          | 4.170                          | 840.493      | 97.435  | 743.058 |
| 1997                          | 4.270                          | 811.535      | 89.812  | 721.723 |
| 1998                          | 4.333                          | 823.206      | 88.208  | 734.998 |
| 1999                          | 4.721                          | 813.263      | 96.503  | 716.760 |
| 2000                          | 4.976                          | 809.505      | 87.301  | 722.204 |
| 2001                          | 4.785                          | 784.727      | 95.543  | 689.184 |
| 2002                          | 5.185                          | 794.619      | 99.318  | 695.301 |
| 2003                          | 5.936                          | 800.922      | 111.415 | 689.507 |
| 2004                          | 7.488                          | 820.725      | 127.133 | 693.592 |
| 2005                          | 8.014                          | 845.966      | 146.171 | 699.795 |
| Crecimiento                   | 92%                            | 1%           | 50%     | -6%     |
| Correlación con exportaciones |                                | 0,33         | 0,95    | -0,61   |

### Crecimiento de las exportaciones y el empleo agrícola 1996 - 2005



<sup>4</sup> Fuente: Exportaciones , ODEPA  
Empleo, INE

## Evolución de las exportaciones y el empleo 1996-2005

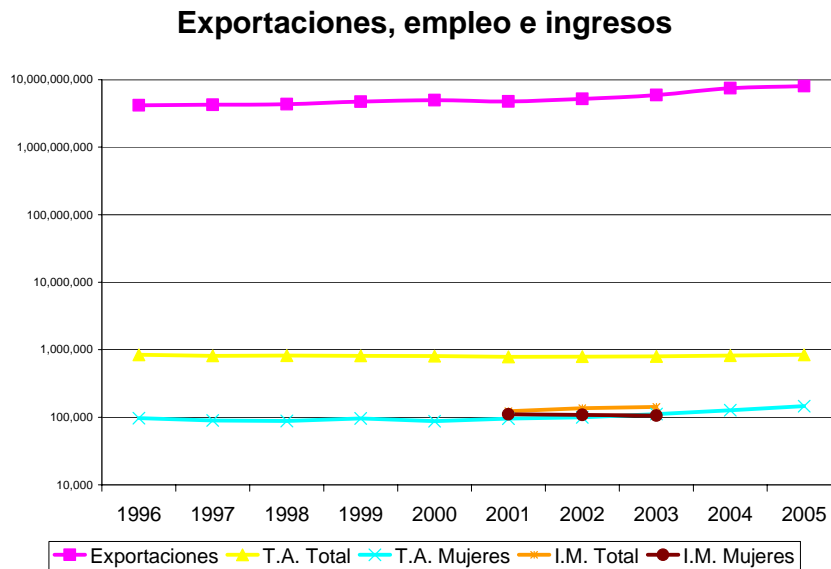


### 2.2. La ampliación de los mercados externos ha ido también acompañada de un aumento de la presencia femenina en el trabajo temporal en el sector agropecuario y agroindustrial.

A pesar de la carencia de cifras más exactas sobre el trabajo femenino de temporada es posible establecer, a partir del Censo Agropecuario de 1997, que poco más de 70.000 mujeres realizan trabajo agrícola de temporada lo que representa el 25% de los trabajadores temporeros totales. Estimaciones diversas hacen subir la participación femenina en el trabajo temporal de la agroindustria a cifras que oscilan entre las 120.000 y las 280.000 mujeres. Esto representaría el 75% aproximadamente del total de ocupados temporales en el sector agroindustrial. Cualquiera sea la estimación es claro que se está en presencia de una masificación del trabajo femenino asalariado originado en la expansión del comercio exterior agroalimentario.

### 2.3. Sin embargo, hay una correlación inversa entre el nivel salarial de las mujeres ocupadas y el aumento de las exportaciones

La expansión del mercado laboral agroalimentario para las mujeres no ha ido, sin embargo, acompañado de un aumento equivalente en los niveles salariales. A la inversa, la correlación que se establece entre expansión de las exportaciones y salarios promedio es negativa según es posible observar en el siguiente gráfico.



Así, al incorporar la variable ingreso en el análisis de la relación entre crecimiento de las exportaciones y evolución del empleo se puede observar que las exportaciones silvogropecuarias tienen una correlación con el ingreso para el total de los trabajadores ocupados en esta rama de actividad que alcanza al 0.87. La correlación con el ingreso de los hombres, en cambio, es de 0.99, (es decir a medida que aumentan las exportaciones del sector aumenta el ingreso de los hombres), pero con las mujeres la situación es totalmente distinta pues la correlación es de -0.7, (es decir, a medida que aumentan las exportaciones el ingreso de las mujeres disminuye). Así es posible sostener que, con el aumento de las exportaciones, si bien aumenta la participación de la mujer en el trabajo, éste tiende a ser cada vez más precario.<sup>5</sup>

<sup>5</sup>Fuente: Los datos del ingreso se obtienen del "Informe de brechas de Ingresos" INE, 2005, y corresponden a los ingresos de los ocupados en la rama de actividad agricultura caza y pesca para el periodo 2001-2003, ya que no fue posible obtener los datos para completar la serie 1996-2005. Los ingresos se dolarizaron para correlacionarlos con la exportaciones.

### Exportaciones silvoagropecuarias, empleo e ingresos del sector<sup>6</sup>

| Año                           | Exportaciones | Total        |         |         | Ingresos en dolares ocupados en |          |          |
|-------------------------------|---------------|--------------|---------|---------|---------------------------------|----------|----------|
|                               | Mill USD      | Trabajadores | Mujeres | Hombres | Total                           | Mujeres  | Hombres  |
| 2001                          | 4.785         | 784.727      | 95.543  | 689.184 | \$ 215,7                        | \$ 199,7 | \$ 217,9 |
| 2002                          | 5.185         | 794.619      | 99.318  | 695.301 | \$ 214,3                        | \$ 169,1 | \$ 220,8 |
| 2003                          | 5.936         | 800.922      | 111.415 | 689.507 | \$ 222,0                        | \$ 172,5 | \$ 229,6 |
| Crecimiento                   |               |              |         |         | 3%                              | -14%     | 5%       |
| Correlación con exportaciones |               |              |         |         | 0,87                            | -0,70    | 0,99     |

Estas correlaciones contribuirían a reforzar la tesis de Seguino en el sentido de la funcionalidad de los bajos salarios femeninos con la expansión comercial. De alguna forma la agricultura chilena estaría vendiendo al exterior mano de obra femenina cada vez más barata y profundizando, por esa vía, las brechas de género. A la vez, las mujeres estarían en una situación similar a la de los inmigrantes no calificados por cuanto las ocupaciones de menor remuneración son abandonadas por los hombres y desempeñadas por las mujeres.

### 3. La lógica de maximización de recursos que se genera en los mercados externos transforma las relaciones laborales y, en el sector agropecuario, impacta principalmente a las mujeres

La dinámica antes descrita va inserta en una lógica productiva y comercial que lleva a las empresas a sistemas de producción que cumplan con tres requisitos: disminución de los gastos fijos representados por el pago de “tiempos muertos” de mano de obra, flexibilidad de contratación que permita aumentar o disminuir la mano de obra en función de requerimientos variables y disminución al máximo de los gastos asociados a infraestructura de bienestar laboral.

Los tres requerimientos mencionados generan un sistema de trabajo marcado por: temporalidad del empleo, externalización de la contratación y condiciones laborales

<sup>6</sup> Fuente: Exportaciones, ODEPA  
Empleo, INE

precarias. En ese contexto son las mujeres las que mejor se adaptan a estas condiciones por su característica de trabajadoras nuevas, por el menor imperativo de ingreso con respecto a los hombres y por sus menores niveles de conflictividad.

Cabe anotar que, en las entrevistas de terreno, se han notado niveles de satisfacción a menudo elevados con respecto al trabajo temporal considerándose, las mujeres, en general, como bien pagadas y deseando que las oportunidades de este tipo de trabajo se expandan. Las quejas de precariedad de las condiciones laborales se refieren especialmente a la dureza física del trabajo y al abandono del cuidado de los hijos pero no centralmente a las remuneraciones o la ausencia de previsión social. Hay en este sentido una diferencia entre lo que captan observadores y analistas externos y la percepción de las propias trabajadoras. Ellas tienen conciencia de la menor remuneración con respecto a los hombres pero frecuentemente establecen más bien una comparación con su propia situación antes de tener el empleo y recalcan las ventajas económicas de acceder a éste.

Al margen de estas consideraciones, el efecto de género que se produce es indudable haciendo que las condiciones laborales de los trabajos mayoritariamente femeninos sean, en la industria agroalimentaria considerablemente inferiores a los de los hombres.

#### **4. La expansión del modelo exportador tiene efectos excluyentes sobre los sectores menos competitivos de la agricultura... en los cuales las mujeres tienen mayor presencia.**

##### **4.1. Una parte significativa de las mujeres rurales forman parte de la agricultura familiar campesina.**

Casi un tercio de las mujeres rurales mayores de 15 años viven en hogares campesinos. (275.000 de un total de 733.000). En las regiones agroexportadoras (IV a VII) esa cifra alcanza a 103.849 sobre un total de 338.994 que conforman el total de ese grupo de edad.

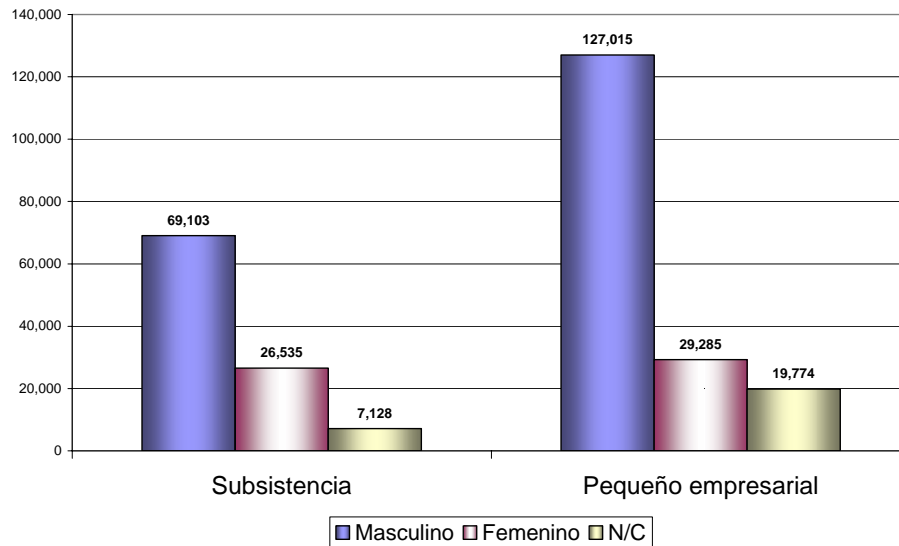
Por otra parte el 88% de las mujeres a cargo de explotaciones agropecuarias se concentran casi exclusivamente en los sectores de agricultura de subsistencia y de pequeña agricultura

empresarial. Se trata de 55.820 explotaciones de las cuales el 48% se ubica en el área de subsistencia.

### División de productores según sexo y tamaño<sup>7</sup>

|              | Subsistencia   | Pequeño empresarial | Mediano       | Grande       | Sin Clasificar | Total          |
|--------------|----------------|---------------------|---------------|--------------|----------------|----------------|
| Masculino    | 69.103         | 127.015             | 11.606        | 4.942        | 14.659         | 227.325        |
| Femenino     | 26.535         | 29.285              | 1.895         | 715          | 5.245          | 63.675         |
| N/C          | 7.128          | 19.774              | 3.504         | 3.742        | 4.557          | 38.705         |
| <b>Total</b> | <b>102.766</b> | <b>176.074</b>      | <b>17.005</b> | <b>9.399</b> | <b>24.461</b>  | <b>329.705</b> |

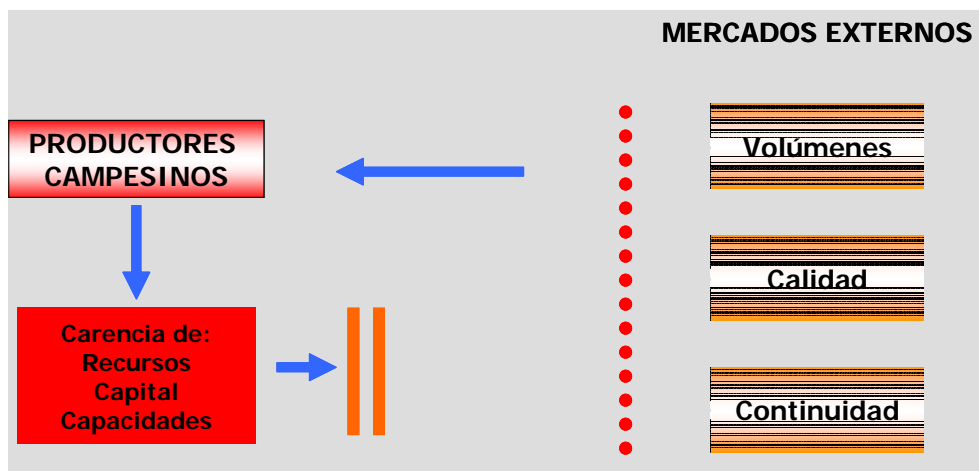
### Tamaño de los productores según sexo



<sup>7</sup> Fuente: "Agricultura Chilena, Características sociales de los productores según tipología, sexo y localización geográfica", Documento de trabajo N°9 ODEPA 2005

#### 4.2. Sin embargo, es la agricultura familiar campesina la que tiene menor acceso a los beneficios del modelo exportador.

Se ha dicho ya que una de las dificultades mayores que ha enfrentado el modelo exportador chileno ha sido la de integrar a los pequeños agricultores a los beneficios de la actividad exportadora. En el hecho no más del 5% de de los pequeños productores empresariales agrícolas están ligados a cadenas exportadoras. Esto obedece, de alguna forma, a las limitaciones que agricultura familiar campesina tiene para dar respuesta a las nuevas exigencias de los mercados externos. Esto se puede observar en el gráfico siguiente.



Al menos tres exigencias fundamentales de los mercados externos deben ser satisfechas por los exportadores: alcanzar y sostener volúmenes, ofrecer y mantener calidad y asegurar continuidad en el abastecimiento.

Sin embargo para poder responder a estas exigencias es preciso contar con recursos de inversión en cantidad y oportunidad adecuadas y desarrollar las capacidades de gestión y de manejo de tecnología en niveles relativamente elevados. Estas exigencias, con frecuencia, sobrepasan las posibilidades de los pequeños agricultores los que en definitiva difícilmente pueden reconvertirse a rubros de exportación y, si lo hacen, les resulta muy complicado alcanzar y mantener los altos estándares requeridos terminando por quedar al margen de los procesos exportadores.



La mayoría de los que han entrado a la actividad exportadora lo han hecho por la vía indirecta participando en la cadena de proveedores de agroindustrias o utilizando el canal de empresas exportadoras. Muy pocos han entrado llegando a exportar directamente sus productos.

Las mujeres productoras mayoritariamente comparten estas dificultades a las que, como se verá más adelante, se añaden barreras específicas de género.

## **5. El Comercio exterior estimula y dificulta a la vez, la integración de las mujeres como productoras y exportadoras.**

### **5.1 Un número creciente de mujeres se convierten en productoras y exportadoras agropecuarias.**

La última década ha visto, de la mano con el crecimiento de las exportaciones, una incorporación progresiva de las mujeres en el mundo de la producción y el la exportación.

Las estimaciones respecto a la cantidad de productoras y exportadoras es muy variables ya que no existen registros adecuados que permitan saber con exactitud el número total y la distribución geográfica de ellas. No obstante, a partir de la composición de fuentes diversas, es posible hacer la siguiente estimación<sup>8</sup>.

|   |                 |
|---|-----------------|
| Productoras atendidas en programas de fomento | 15.000 a 20.000 |
| Proveedoras de empresas agroindustriales      | 2.000 a 3.300   |
| Exportadoras directas                         | 130 a 250       |

---

<sup>8</sup> Las estimaciones del Departamento de Fomento de INDAP hacen subir los campesinos exportadores a 11.800 de los cuales unos 10.500 lo harían por la vía indirecta. A esta cifra se ha aplicado un criterio de proporcionalidad de participación femenina.

## 5.2. Las productoras y exportadoras se concentran determinados rubros<sup>9</sup>

| Rubros Exportación Indirecta   | Rubros Exportación Directa  |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Berries (frambuesas, frutillas, arándanos)</li><li>- Paltos</li><li>- Uva de mesa</li><li>- Uva vinífera</li><li>- Miel a granel</li><li>- Leche y carne bovina</li><li>- Ovinos de carnes</li><li>- Flores de corte</li><li>- Bulbos de flores</li><li>- Orégano</li><li>- Quinoa</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Miel a Granel</li><li>- Frambuesa</li><li>- Frutilla congelada en IQF</li><li>- Cebollas y Ajos</li><li>- Vino embotellado de Cepas Finas</li><li>- Flores de Corte (Claveles).</li></ul> |

## 5.3. Las productoras y exportadoras surgen de grupos diversos de mujeres rurales

Una parte importante de las mujeres que se han convertido en productoras en los últimos años proviene de aquellas que detentan la propiedad de un predio agrícola si bien, al parecer, no todas ellas explotan directamente sus predios. En todo caso, como ya se ha dicho ese grupo alcanza a 63. 675 mujeres de las cuales 23.235 se ubican las llamadas regiones agroexportadoras.

Por otra parte se advierte un incremento significativo de la participación como productoras en programas de fomento de las esposas de productores beneficiarios del INDAP. Existe aquí un espacio significativo para la expansión de la presencia femenina por cuanto el total de mujeres de 15 años y más viviendo en hogares campesinos alcanza en el país a 275.576 y en las regiones agroexportadoras a 103.849.

Adicionalmente hay una cantidad difícil de estimar de mujeres urbanas que se integran a la actividad exportadora por la vía de procesar y comercializar productos agropecuarios.

---

<sup>9</sup> Fuente: Depto. Fomento INDAP

## **6. La agroexportación tiene impacto mucho más allá de la agricultura y el mundo rural.**

### **6.1. Hay un conjunto de comunas en las cuales la actividad agropecuaria y agroexportadora tienen un rol preponderante**

Para poder visualizar el impacto de las transformaciones se analizaron comunas donde la actividad agroexportadora es de alto impacto, las cuales se definen como comunas agroalimentarias. Se seleccionaron 114 comunas en las regiones IV, V, Metropolitana, VI y VII. Se excluyeron del análisis las comunas turísticas y capitales regionales.

La población de 15 años y más de las regiones seleccionadas es de 7.394.966 habitantes lo que representa casi la mitad de la población total del país. Si se piensa que en esas comunas la exportación agropecuaria es gravitante se puede inferir que ella tiene, en el conjunto de la vida nacional una importancia mucho mayor que la que muestran, con frecuencia, las cifras macroeconómicas.

Por otra parte, las comunas agroalimentarias concentran la mayor parte de la población rural del país: 1.949.618 son habitantes rurales de los cuales el 50% forma parte de la PEA. De ellos solo el 29% corresponde a mujeres por lo cual se establece una brecha significativa y mayor que en las zonas urbanas donde la participación femenina en el PEA alcanza al 36%. Esto nos permite visualizar la baja inserción laboral que aun persiste respecto de las mujeres.

Las cifras básicas de referencia se muestran en el siguiente cuadro.

| <b>Mujeres en Áreas Agroexportadoras<br/>Regiones IV a VII</b>  |         |
|---|---------|
| Mujeres rurales de 15 años y más:                               | 338.994 |
| Mujeres (urbanas y rurales) en comunas agroalimentarias:        | 971.198 |
| Mujeres rurales en la PEA:                                      | 73.467  |
| Mujeres urbanas y rurales en la PEA en comunas agroalimentarias | 283.286 |

## **6.2. La actividad exportadora contribuye a quebrar los límites entre lo urbano y rural**

La presencia de la actividad exportadora y sus encadenamientos en las regiones agroalimentarias han contribuido a generar mercados de trabajo urbano-rurales en los cuales se producen desplazamientos para trabajar en uno u otro sector. Así por ejemplo, de las 70.000 mujeres que realizan trabajo agrícola de temporada solamente 30.000 son habitantes rurales y el resto proviene de centros urbanos, A la inversa es sabido que las cuatro quintas partes de las mujeres rurales que componen la PEA se desempeñan en empleo no agrícola y muchas de ellas, lo hacen en servicios urbanos o en la agroindustria. De esta forma la expansión del comercio exterior continúa operando cambios sociales y territoriales que van mucho más allá de los límites sectoriales.

Esto ha contribuido también a un conjunto de cambios físicos y de infraestructura en las regiones mencionadas los que se expresan en carreteras, estaciones bencineras, restaurantes, talleres mecánicos, bancos y otros servicios.

Todo lo anterior favorece la transformación de las conductas y la instauración de nuevos patrones culturales dejando atrás el aislamiento de las zonas rurales y, con ello, muchas concepciones y conductas tradicionales.-

## CAPITULO IV

### MUJERES PRODUCTORAS ESTUDIO DE CASOS

Durante el mes de Octubre del año 2006 se realizaron entrevistas en profundidad a 8 mujeres que tienen o han tenido, relación con la agroexportación. La caracterización de éstas se encuentra contenida en el cuadro “Caracterización de las entrevistadas” en el punto 5 de este capítulo. Es importante recordar que estas referencias son exclusivamente de naturaleza cualitativa, no tienen validez estadística, sino que más bien se trató de captar las impresiones, subjetivas de las mujeres, sus apreciaciones y percepciones relacionadas con los aspectos de género y comercio exterior.

#### 1. Fortalezas

##### 1.1. Uso inteligente de los instrumentos de fomento

###### Acceso a créditos

En cuanto al acceso a créditos, todas las entrevistadas han hecho uso de ellos y se pueden distinguir algunos elementos, como por ejemplo, la complementación de los instrumentos estatales con los productos bancarios, asimismo como cooperativas y otras entidades financieras. Ninguna de las entrevistadas manifestó sentir que existieran barreras de entrada para las mujeres.

*“Nosotros al año y medio se nos hizo poco lo que producíamos, así que decidimos crecer y le pedimos un crédito al INDAP, y después al otro año, nuevamente pedimos crédito, y de 4 invernaderos que fue con los que empezamos, a los 2 años teníamos 16” (Blanca, Productora de Flores, Lampa)*

## **Uso eficiente de las capacitaciones**

Este aspecto resulta importante pues no se relaciona con lo cuantitativo, es decir, el número de capacitaciones realizadas por las mujeres, sino más bien, el resultado exitoso lo distinguen por el modo eficiente con que las mujeres aplican las capacitaciones recibidas, factor que ellas perciben como un enorme diferenciador entre los productores mejor posicionados en el mercado. Esta característica, según ellas, se debe a que la mujer es “más metódica y más dedicada que el hombre” en ese aspecto:

*“Nosotros hicimos capacitación de post cosecha con Fresh Chilean Flowers a las personas que iban a exportar, y si tú vas y les preguntas cual es la post cosecha que están haciendo, resulta que no están haciendo ninguna. No aplican nada, se les ha dado cursos de gestión de negocios, de marketing, de buenas prácticas, cursos de computación, nada, no aplican nada, o sea, tu les mandas un correo electrónico y no te lo devuelven porque no estaba el hijo, porque no saben manejar el computador.”*  
(Blanca, Productora de Flores, Lampa)

### **1.2. Aprovechamiento de las pertenencias a redes**

La capacidad de las mujeres para generar e incorporarse a redes, aparece con frecuencia en las entrevistas realizadas, y ello parece jugar un rol importante al momento de utilizar este recurso como fortaleza en el emprendimiento de actividades económicas. En este sentido podemos distinguir las capacidades de las mujeres para incorporarse a diferentes redes el cual dependen fundamentalmente de un factor personal, las dotes de liderazgo individuales y la utilización de los intercambios que han surgido a través de las distintas redes que éstas han generado. Sin embargo, se verá más adelante, que no todas estas redes conformadas por mujeres resultan a largo plazo, exitosas.

#### **Capacidad personal para incorporarse a redes**

*“Yo siempre he sido dirigente social, llevo muchos años siendo dirigente de la Junta de vecinos y dirigente de la Unión Comunal de Lampa, así es que ahí supe, porque salía, estaba siempre en la Municipalidad, en ese tiempo estaba en un curso de*

*Costura con Prodemu con las otras vecinas, y se nos presento este proyecto..”  
(Blanca, Productora de Flores, Región Metropolitana)*

## **Liderazgo**

El factor capacidad de liderazgo, no aparece marcadamente en todas las entrevistadas, sino más bien en aquellas que se caracterizan por tener una historia biográfica de dirigencia social y comunitaria, las que por lo general, poseen mayor iniciativa en cuanto a manejo de grupos y a participación en redes externas a su negocio individual. Esto es visto como fortaleza pues permite ampliar el campo de acción de las mujeres. Esta característica suele venir acompañada de rasgos como gran capacidad discursiva y una visión crítica de las instituciones. Debemos destacar, que en el caso particular del presente estudio, las dos que presentan más fuertemente estos rasgos, son las dos que tienen mayor nivel educacional, y mayor vinculación a redes.

*“Soy presidenta de una cooperativa campesina que produce hortalizas bajo invernadero, representante de una sociedad que se llama “La Pradera”, que ahí pusimos paltas, y hasta el año pasado era la gerente de Agroquinta, que es una S.A....Yo soy agente comercial y después estudié administración de empresas, y sabes tu que esto me ha servido, pero a mi me gusta el campo y el tema de la organización, a lo mejor no debería estar pasando tantas rabias, porque uno en la organización pasa muchas rabias” (Rosa, Productora de Paltas, V Región)*

## **Utilización de los intercambios comerciales obtenidos**

En este aspecto, además de las redes creadas para la comercialización local, es importante mencionar que 4 de las 8 entrevistadas han viajado al extranjero en ruedas de negocios, mayoritariamente relacionadas con Pro Chile. Sin embargo, estos viajes no han derivado en exportación de los productos, sino más bien en el intercambio de información de cómo se realizan los procesos en otros países, cómo es la demanda en mercados diferentes y como son los estándares de calidad, por ejemplo. Es importante destacar, que estas iniciativas

dirigidas a las mujeres tienen menos de 10 años, por lo que el conocimiento acumulado que éstas pudieran tener está en etapas incipientes.

*“Con las flores llevo 10 años, por ese proyecto fuimos a España, estuvimos en Madrid, Barcelona, Granada, Cádiz, con la empresa de Patricio Barbosa, en estudios de gira técnica y estamos siempre viajando, el año pasado fuimos a La Serena y en septiembre fuimos a Mendoza, a ver productores de claveles, crisantemos y flores secas” (Adriana, Productora de Paltas y Flores, Quillota, V Región)*

En estos casos, el intercambio con otros países ha servido principalmente para ponderar la situación en que se encuentra la productora respecto al mercado internacional, por lo que estas iniciativas, abren espacio a las críticas acerca de las limitaciones que hay en Chile para que los pequeños productores puedan participar más activamente de los procesos exportadores

*“...pero ya hartito hace uno con salir y traer el negocio, pero ya aquí necesitas un cuento que te tiene que apoyar detrás y cuando no te pescan, porque nadie te pesca, y a mí me duele decirlo, porque todo el esfuerzo, de salir, de que te aprueben el proyecto, en reuniones, y afuera, los esfuerzos que uno hace afuera, y llega con el entusiasmo, porque al fin conseguiste algo para tu organización, porque los que estaban asociados pueden salir con sus productos para afuera, y lo tuvimos en las manos y no pudimos hacerlo”. (Rosa, Productora de Paltas, V Región)*

### **1.3. Factores personales**

#### **Datos personales (educacionales, situación marital)**

En el Cuadro de Caracterización de las Entrevistadas, podemos observar que quienes se encuentran en los primeros lugares (el cuadro se ordena de forma decreciente en función de lo destacada que es su participación en el Comercio Exterior), tienen un nivel educacional superior al resto del grupo, asimismo, su pertenencia a redes es más fuerte, utilizan más los instrumentos de gobierno y los bancarios, y se destacan la perseverancia, las capacidades



empresariales, el liderazgo y un fuerte compromiso con su trabajo. Esto no se da tan marcadamente en las mujeres que ocupan los lugares menos destacados. También se puede observar que el nivel educacional de estas últimas es mucho más bajo que las anteriores.

La situación marital resulta curiosa, pues en las tres primeras, sus maridos no son agricultores, se trata de un gendarme, un empleado de FFCC y un Técnico agrícola; luego están dos mujeres que son solteras, y las tres últimas sí están casadas con agricultores.

En cuanto a la pertenencia geográfica, solo la primera entrevistada no tiene relación con la ruralidad en sí, las dos que siguen tienen una vinculación compartida entre lo urbano y lo rural (viven en sectores semi rurales, han tenido trabajos remunerados urbanos, presiden organizaciones) y las restantes 5, sí son mujeres rurales.

### **Características de personalidad relacionadas con el emprendimiento**

Sin duda, las características personales son un factor clave, y quienes tienen mayor éxito en el ámbito de comercio exterior, son quienes poseen mayores capacidades empresariales, más voluntad, mayor capacidad de trabajo y menos temor al riesgo. Sin embargo, este parece ser un fenómeno azaroso, y no exclusivo de las mujeres, puesto que por razones también de personalidad, existen algunas que no prosperan lo suficiente pues su personalidad es más introvertida, tímida y/o tienen menor visión empresarial, probablemente por no tener la costumbre de negociar con hombres.

*“Yo creo que a mí me falta más capacidad de negociación, eso lo hace mi esposo, por ejemplo, cuando venían a comprar aquí, él hacía todo, porque yo no sirvo para eso, porque me dicen “ya, le pago 1500” y yo digo bueno, y después me doy cuenta que podría haber sacado más, y él no, al tiro parte con precios más altos y si dice no, es no, de ahí no lo baja nadie, en cambio yo no, soy más blanda.” (Basilía, Productora de Frutillas, San Pedro, Región Metropolitana)*

En el caso de las mujeres, las características como “perseverancia”, “paciencia”, “mayor capacidad de trabajo” y “disciplina”, son mencionadas por las entrevistadas, como de mayor prevalencia en las mujeres que en los hombres, y son de gran importancia en las actividades empresariales. En contraposición, los hombres son percibidos como “más flojos” “se dan por vencidos más fácilmente” “tienen menos paciencia”

*“Lo que pasa es que el hombre se puso muy flojo y muy cómodo cuando se dio cuenta de que las mujeres se las podían tanto o mejor que ellos. Además la mujer es más metódica, más disciplinada, más busquilla...por ejemplo, yo ahora estoy haciendo estas cocadas y trufas y las vendo, y más rato me voy a ver el huerto, las frambuesas y todo, porque todo lo hago yo (María, Productora de Frambuesas, Corralones, VII Región)*

La conciencia de innovar también es mencionada por las entrevistadas como más frecuente en las mujeres, mientras que el hombre es percibido como más apegado a lo tradicional, por considerarlo más “seguro”

*“En Corralones fuimos las mujeres las que empezamos con los berries, al principio los hombres no querían, mi marido decía que era muy arriesgado, y que la gente nunca iba a dejar de comer porotos, ni papas ni trigo, pero yo insistí, lo mismo le pasó a la Irene con su hermano. Cuando la señora de allá plantó arándanos, no sabía si iba a resultar, eso fue hace como 9 años. Ahora toda la zona es zona de berries.” (María, Productora de Frambuesas, Corralones, VII Región)*

*“Mi próximo proyecto y al que estoy apostando con mucha fe, es al de los cultivos biodinámicos, que es súper innovador, y se relaciona con todo lo que son las posiciones de los astros, de la, luna, o sea, como lo hacían los ancestros, los indígenas, hay muchas culturas que los practicaron.” (Rosa, Productora de Paltas, Quillota, V Región)*

## **2. Obstáculos**

### **2.1. Obstáculos propios de la AFC**

#### **Recursos**

Este factor no es privativo de las mujeres y se da en general en la Agricultura Familiar Campesina y se relaciona con la falta de capital de trabajo, los bajos precios, las condiciones de pago y los bajos retornos.

*“Entonces uno trabaja y hace todo con los medios de uno, y después tienes que esperar 90 días para que te cancelen, y además de eso, el precio lo ponen ellos, y nosotros no sabemos a cuanto va, te hacen la factura a una tasa súper baja, que puede ser 0,35..centavos de dólar, es muy bajo, y cuando llegan, te lo descuentan todo, eso es lo que falta, para los que somos poco volumen, no nos conviene ”*  
(Adriana, Productora de Paltas y Flores, Quillota, V Región)

#### **Calidad**

Pese a que existen visiones contrarias, el problema de la calidad para exportar es una barrera a la que se enfrentan los pequeños productores, dado que ésta les significa un costo demasiado alto.

*“...para producir un clavel de buena calidad hay que gastar más o menos 18 pesos por vara y una planta te cuesta 120 pesos, con IVA incluido, entonces si tienes que gastar esto, y en este momento esta saliendo como a 40 pesos el clavel, no es un gran negocio ”* (Adriana, Productora de Paltas y Flores, Quillota, V Región)

#### **Gestión comercial**

Otro de los obstáculos más importantes a los que se enfrentan las mujeres, dice relación con la continuidad de los contactos comerciales que éstas han realizado en los comienzos del proceso exportador y que no han seguido materializándose posteriormente. En esto tienen que ver factores como la comunicación, pues se necesitan desde traductores hasta personas

que conozcan el nicho comercial del país de destino, por lo que la mujer queda en una situación de dependencia de intermediarios para realizar estas gestiones.

*“..Yo creo que no hubo un contacto bueno por el sistema de que ella hablaba inglés y yo no sé, es importante.” (Raquel, Productora de Conservas, La Calera, V Región)*

*“...pero el problema que hay con Asia, o con los coreanos, es que es como un pololeo de un año que tu estas con un cliente de allá, pero si tu directamente no haces el negocio, se pierde... porque cuando uno hace directamente el negocio, el negocio es de uno. Porque a través de intermediarios...la gente no está comprometida 100% con el negocio, entonces yo creo que ahí falló” (Raquel, Productora de Conservas, La Calera, V Región)*

## **2.2. Obstáculos relacionados con el género**

### **Familiares**

En la familia, la mujer siempre ha tenido un rol gravitante, donde se asume como “natural” el hecho de que sea ella quien se encargue del ámbito reproductivo, por lo que se asignan tareas desde mantener cierta estabilidad entre los integrantes de la familia, hasta realizar las labores domésticas. Con la entrada de la mujer al ámbito laboral, la asignación de este rol no cambia, derivando en una doble jornada de trabajo de la mujer. Por otra parte, el trabajo remunerado de la mujer fuera de la casa despierta en la familia una “desconfianza”, donde “no se cree posible” que la mujer desarrolle ambas actividades paralelamente. Además, se desconfía con frecuencia, de las capacidades de gestión, negociación y emprendimiento de ellas.

Es por esto que una de las características de las empresas de mujeres, es que buscan actividades que se pueda realizar en el hogar, para no descuidar las labores domésticas que se atribuyen a su rol, en estos casos, el mayor de los problemas detectados en las mujeres entrevistadas, surge cuando, por razones de trabajo o negocios debe viajar y ausentarse del hogar. Los obstáculos que ponen el marido o los hijos son limitantes para el desarrollo de las mujeres.

Otro elemento de género es que “las mujeres tiene que demostrar constantemente sus logros”, pues existe una desconfianza inicial a las capacidad de éstas, su núcleo familiar ve su trabajo como una actividad “innecesaria” o “perjudicial” para el desarrollo del hogar. Esto también se debe a que el ingreso de la mujer es visto generalmente como secundario o “complementario” al del marido, que es el principal.

*“Al principio, mi esposo no creía en mí, como todos los hombres...El no creía que yo podía vender y tener mis clientes, porque el no creía que yo fuera capaz de trabajar sola, porque tenía que ver la casa y tenía que trabajar en mis conservas, entonces pensó que no era un apoyo para el hogar ni para ayudarlo a él.” (Raquel Cabrera, Productora de Conservas, La Calera, V Región)*

## **Rubros**

Las mujeres suelen concentrarse en menor cantidad de rubros que suelen ser extensiones del trabajo doméstico, o son considerados como “femeninos”. Estos rubros tienen mayor dificultad de mercado y además, existe mucha mayor competencia. Sin embargo, no es frecuente aún, que las mujeres incursionen masivamente en otros rubros, que son considerados “masculinos”.

*“El grupo de las paltas es de puros agricultores, la mayoría son hombres, somos pocas las mujeres que nos metemos en esto” (Adriana, Productora de Paltas y Flores, Quillota, V Región)*

## **Capital**

En el caso de las mujeres, sus emprendimientos suelen ser pequeños y por tanto, de menor rendimiento económico, lo que impide a la mayoría de ellas reinvertir parte de sus utilidades, y en caso de hacerlo, los montos son bajos<sup>10</sup>. Se puede observar que las que han tenido un relativo éxito en el negocio, son aquellas que no tienen una alta dependencia de éste (aquellas en las que, por ejemplo, el marido sostiene el hogar y ellas pueden reinvertir en el

---

<sup>10</sup> : Valenzuela, María Elena; Venegas Silvia “Mitos Y Realidades De La Microempresa En Chile: Un Análisis De Género” CEM Ediciones, Centro de Estudios de la Mujer, 2001.

negocio). Esto incide también en algunas, en la baja capacidad de acumulación e innovación tecnológica.

*“...me veían puro trabajar, querían resultados a corto plazo, y no se daban cuenta que yo iba invirtiendo, y me decían “ya, cómprate algo”. Pero yo prefería comprarme mi pehachímetro, mi refractómetro, todo lo que sea para hacer mejor el trabajo” (Raquel, Productora de Conservas, La Calera, V Región)*

### **Acceso a Instrumentos de Fomento**

La principal barrera asociada a este aspecto, se relaciona con la posesión de créditos y préstamos en otro miembro del grupo familiar. También el hecho de que ya se posean anteriormente otros beneficios.

*“Pero para mi es difícil, porque ya tengo cursos de BPA, de frutillas, entonces va a costar que ahora me den para las abejas. Es que me van a decir “no usted ya tiene otras cosas”. (Basilía, Productora de Frutillas, San Pedro, Región Metropolitana)*

### **Conocimientos e información**

Los niveles de conocimiento e información acerca de los procesos comerciales resultan complejos para las mujeres, debido a la falta de conocimiento adquirido en esa área, lo que es más dramático en el caso de aquellas con menor nivel educacional, quienes deben enfrentarse a mayores dificultades. Además, la información sobre los programas y apoyos institucionales aún no es masiva para las mujeres.

*“...pero que es lo que pasó es que mandan un montón de cosas que uno no las entiende!!...muchos papeles .Me tuve que asesorar con amigos, para entender la cosa esta, porque yo no tengo una educación como para poder decir que puedo llenar los papeles, yo tengo quinta preparatoria de la antigua. Mi marido no sabe leer ni escribir, así que yo llevo estas cosas. ” (Adriana, Productora de Paltas y Flores, Quillota, V Región)*

## **Enlaces comerciales y contactos**

Las mujeres entrevistadas en general, han empezado a tener contactos y redes a partir de su actividad, pues muchas manifiestan que “antes de eso, ellas sólo eran de la casa”, eso les ha dificultado - aunque no impedido – generar enlaces y contactos comerciales, pues resulta nuevo para ellas enfrentarse al mundo ajeno a lo doméstico, sus redes son más limitadas y sus habilidades comerciales nos e encuentran desarrolladas.

*“... porque solamente trabajaba con este señor, que me pagaba con cheques, entonces solo con él, y después me di cuenta de que no podía tener solo un cliente, desde el 93 que trabajo con él, hasta ahora, pero si yo quería crecer, esto era como una barrera...” (Raquel, Productora de Conservas, La Calera, V Región)*

Sin embargo, entre las entrevistadas, los contactos internacionales que se han hecho a través de instituciones como Pro Chile, son básicamente para conocer el nicho de mercado, pero no existen sólidos lazos comerciales aún.

*“Yo estuve afuera, viajé a Europa, a EEUU, para ver como se producía allá y además ver que es lo que querían afuera para nosotros poder meternos en esto, porque tanto se habla las autoridades que innovemos, para que podamos entrar a nuevos mercados...” (Rosa, Productora de Paltas, Quillota, V Región)*

*“Viajamos a Shangai, Hong Kong y Seúl, y en todas esas partes hacíamos ruedas de negocios. También fui a Luján de Cuyo por la Municipalidad, y ahora que fui a Guadalajara. Ahí uno se da cuenta de las necesidades de otros países.” (Raquel, Productora de Conservas, La Calera, V Región)*

### **3. Debilidades**

#### **3.1. Debilidad de las redes formadas por mujeres.**

Este aspecto es muy importante desde el punto de vista de género, pues se constató en las entrevistas (y en entrevistas anteriores realizadas para estudios de género), que las empresas y organizaciones de mujeres, tienen dificultades relacionadas con la resolución de

conflictos generados al interior de éstas, por factores ajenos a lo laboral o comercial. Estos factores suelen ser de tipo personal, más relacionadas al quehacer cotidiano.

*“En esta región se han creado organizaciones con mujeres que han partido con el Prodemu, pero en un tiempo más están todas peleadas y no hay organización, entonces al final quedan todas solas, aisladas, produciendo su nave, que se yo y ese egoísmo sucede por el ser mujer yo creo, el que se peleen tanto es como de la mujer”. (Rosa, Productora de Paltas, Quillota, V Región)*

### **3.2. Políticas Institucionales poco pertinentes**

Las críticas a las instituciones, más que relacionadas con el género, se relacionan con la discriminación hacia los pequeños productores, especialmente agrícolas, donde se percibe que ha existido un enfoque orientado a la gran empresa.

*“En ese aspecto yo encuentro que el gobierno no se ha enfocado en eso, que los chicos tengan un espacio donde vender, porque en los chicos se necesita más mano de obra, los grandes ocupan mucha maquinaria” (Raquel, Productora de Conservas, La Calera, V Región)*

*“Yo creo que los programas no están bien diseñados. Ellos no pensaron nunca que una persona podía sacar adelante un programa porque era agricultor. Yo encuentro que en ese sentido hay mucha discriminación de parte de los organismos de gobierno.” (Blanca, Productora de Flores, Lampa, Región Metropolitana)*

## **4. Amenazas**

### **4.1. Disparidad en el tipo de cambio**

En este aspecto, lo más mencionado fue el impacto que produjo sobre las exportaciones la baja del dólar, que ha sido una barrera importante para quienes buscan acceder a la exportación, en especial con bajos volúmenes, lo que dificulta la obtención de retornos. Esto no es privativo de las mujeres, sino más bien de la pequeña agricultura en su totalidad.



## 4.2. Expulsión territorial

Debido a los cambios que han existido en el mercado laboral y en lo productivo, muchos agricultores han decidido vender sus tierras. Existe una conciencia generalizada en el discurso de las mujeres – cosa en la que han colaborado mucho las instituciones – en la idea de que la agricultura tradicional va a desaparecer. Además, a esto se une que los hijos de agricultores tienen expectativas distintas, ligadas al quehacer urbano, lo que es impulsado fuertemente por sus padres, ya que una de las motivaciones más importantes para que la mujer emprenda una actividad económica es el estudio de los. Ambos factores se unen para que se produzca la expulsión territorial.

*“...porque vas a las regiones y ves que todavía no hay nada, y ves que no es para todos, porque hasta cuando tienen que esperar, y ves a la gente super desesperada, la gente esta vendiendo sus tierras, y ahí ves que la pequeña agricultura va a desaparecer, a nadie le importa nada, nadie se hace cargo de lo que esta pasando, nadie dice que hay un costo político y social, (Rosa, Productora de Paltas, Quillota, V Región)”*

*“...A nuestros hijos no les gusta la frutilla, dicen que es mucho sacrificio, quieren estudiar. A mí me gusta la tierra, uno ve como crecen las cosas..a mi me gusta trabajar más independiente, más que apatronado, pero a mi hijo le gusta eso de trabajar en esa carrera de investigaciones, de carabineros, detective. Y las niñas, a una le gusta trabajar con niños, igual yo le incentivo que estudien, porque con el puro colegio, es difícil”. (Basilía, Productora de Frutillas, San Pedro, Región Metropolitana)*

## **CAPITULO V**

### **MUJER EXPORTADORA: PERFIL, ESTÍMULOS Y BARRERAS**

#### **1. Hacia un perfil de la mujer exportadora**

A partir de los antecedentes entregados por el estudio expuesto en los capítulos anteriores y complementados con las conclusiones extraídas de varios focus groups realizados para trabajos anteriores de CENDEC es posible extraer algunos rasgos comunes de las mujeres que han tenido acceso a la exportación.

En capítulo precedente se desarrolla el Informe de Terreno in extenso el que permite fundamentar las afirmaciones que se hacen a continuación. El mismo informe ha servido también de base para construir algunas de las afirmaciones relativas a barreras y estímulos que se en seguida.

##### **1.1. Uso inteligente de los apoyos institucionales**

En todos los casos estudiados la constante es el uso que las mujeres han sabido hacer de los apoyos institucionales que se les han proporcionado. Estos se orientan principalmente en dos líneas. Por una parte han aprovechado las capacitaciones no solamente asistiendo a ellas sino, a continuación, aplicando de manera casi literal recomendaciones que de allí han surgido. Por otra parte han sabido aprovechar los enlaces y contactos comerciales que se les han facilitado, especialmente a través de giras tecnológicas o misiones en el exterior. En general, las que han persistido en la actividad exportadora han hecho un esfuerzo por mantener esos contactos sea directamente o aprovechando la intermediación institucional.

## **1.2. Iniciativa y persistencia**

Un factor definitivamente diferenciador parece ser la capacidad que muestran las más exitosas para iniciar emprendimientos y para aprovechar las oportunidades que se les ofrecen. La persistencia en la iniciativa que han emprendido a pesar de las dificultades y pronósticos de fracaso de parte de su entorno parece ser clave. Por comparación con otras mujeres que, al parecer, tuvieron inicialmente las mismas oportunidades, estos rasgos propios de la personalidad aparecen como explicativos del éxito. La capacidad para realizar apuestas de futuro que comportan riesgos y para identificar alternativas a la situación presente es también una conducta que aparece reiteradamente en los casos estudiados.

## **1.3. Niveles educativos mayores.**

Los casos estudiados presentan una dispersión de niveles educativos pero que tienen en común e, general, el de ser superiores a la media de sus respectivos grupos de edad. Así hay mujeres que presentan desde cinco años de escolaridad hasta algunas con formación técnica superior. Estas últimas son las que presentan mayores niveles de éxito en su actividad por lo que se puede concluir que el nivel educativo es definitivamente importante como rasgo asociado al éxito exportador.

## **1.4. Extracción rural y urbana.**

En los grupos de mujeres exportadoras se encuentra no solo la presencia de habitantes rurales sino también de mujeres de extracción urbana. Varias de ellas han constituido empresas que aprovechan insumos provenientes de la agricultura pero que se sitúan en sectores urbanos. La experiencia urbana parece ser significativa por cuanto en los casos de mayor éxito esta se convierte en una característica constante.

## **1.5. Otras fuentes de ingreso.**

En varios de los casos estudiados, especialmente los más exitosos, es interesante observar que la actividad productiva no es la única fuente de ingreso de las mujeres exportadoras. Normalmente cuentan con el ingreso familiar que proporciona el marido, con una pensión u

otras fuentes de ingreso externas. De esa forma disminuyen la dimensión del riesgo que afrontan en su actividad exportadora y, a la vez, están en condiciones de enfrentar los períodos iniciales en los cuales normalmente los retornos son escasos o inexistentes. La actividad exportadora es para ellas un ingreso más de los que componen la canasta de supervivencia familiar.

### **1.6. Participación en redes**

Es frecuente que las mujeres que están exportando hagan parte de redes en el presente o hayan estado en algún tipo de organización en el pasado. Algunas de ellas están integradas a redes por rubros o a grupos de productores. Otras, que desarrollan su actividad de manera individual han tenido experiencias organizacionales de diverso tipo, incluso, no necesariamente productivas. Y varias de ellas parecen haber desarrollado durante esa experiencia cualidades de liderazgo que les han servido para enfrentar los desafíos de la gestión comercial.

### **1.7. Eficiencia y calidad**

En todos los casos estudiados las que han logrado exportar han debido mejorar sus niveles y sobre todo, ofrecer un producto de calidad y presentación adecuados a mercados exigentes.

## **2. Estímulos**

A partir de los antecedentes presentados en capítulos anteriores y especialmente sobre la base de las entrevistas de terreno es posible identificar un conjunto de factores que están actuando como estímulos para el acceso de las mujeres a la actividad agroexportadora.

### **2.1. Cambios en estrategias de supervivencia y en patrones de consumo impulsan el trabajo femenino**

Como se expresó anteriormente el estímulo más importante para impulsar a las mujeres a entrar al mercado laboral parece haber sido el cambio en las estrategias de supervivencia de

las familias campesinas motivada por las transformaciones de la estructura agraria y comercial. La necesidad de suplir los ingresos que deja de proporcionar el predio como resultado de la marginalización de la actividad de subsistencia actúa, sin duda, como un motor poderoso para hacer sentir la necesidad de un segundo ingreso familiar.

Esto de alguna manera se refuerza por la generalización de los patrones de consumo urbano que penetran en el campo y que generan necesidades antes inexistentes. En ese contexto surge la presión hacia la familia para adquirir determinados bienes para el hogar y entrar, por esa vía, en un sistema de consumo aun incipiente pero ya constitutivo de una presión de ingreso.

## **2.2. Los hijos: una motivación central para el trabajo femenino**

En el marco del cambio de los patrones de consumo y por ende de la presión por mejoramiento de la calidad de vida la motivación que aparece más reiteradamente como impulsora de la entrada de las mujeres a la actividad remunerada es el deseo de proporcionar educación a sus hijos. De este modo el estímulo que opera en este caso no es tanto un mejoramiento de la situación propia sino más bien la condición materna y el deseo de asegurar el futuro a los hijos.

## **2.3. La ampliación del rango de lo que “la mujer puede hacer”: un cambio cultural que posibilita la salida al trabajo.**

Las progresiva urbanización del mundo rural que ya ha sido descrita opera ampliando los patrones culturales y los rangos de tolerancia respecto a lo que es permitido a la mujer. La progresiva pérdida del rol exclusivo del marido como proveedor contribuye a acelerar ese cambios generando un proceso por el cual en una etapa inicial hay una aceptación con alguna resistencia pasiva a la salida de la mujer del hogar para, posteriormente, en la medida en que los aportes femeninos pasan a ser importantes, producirse una aceptación más activa de la situación. Esto, no obstante, en la mayoría de los casos no implica un cambio de roles al interior del hogar por lo que la mujer debe continuar asumiendo las tareas reproductivas. Pero aun así la situación ya no es la tradicional.

#### **2.4. La elevación de los niveles educativos amplía el mundo de referencias de las mujeres rurales.**

En las últimas décadas se ha invertido la situación tradicional en la cual eran los hombres los que alcanzaba los mayores niveles educativos en el campo. Las cifras dan cuenta de una alteración que se produce en los grupos de edad inferiores a los 26 años en los cuales es ahora la mujer la que tiene los promedios más elevados de escolaridad (8,2 años versus 7,2 en los hombres). Esta elevación de los niveles educativos permite sin duda, ampliar el mundo de referencias en las mujeres y actúa como motivación para la búsqueda de horizontes más amplios. Una muestra de ello se ha dado a través de investigaciones recientes de CENDEC que muestran que la mayoría de los asistentes a la capacitación de los Infocentros Comunitarios de las redes Enlaces y Biblioredes son mujeres las que en algunos casos alcanzan hasta los dos tercios de los participantes. El ingreso al mundo del INTERNET y el contacto distante pero directo con personas y culturas lejanas sin duda actúa como un detonante poderoso para salir de los estrechos márgenes del hogar, la comunidad y la microregión. Un camino para ello es la integración al mundo del trabajo.

#### **2.5. Las redes y el efecto de demostración: un factor de introducción progresiva en el mundo externo**

Los testimonios acumulados permiten sostener que la participación de la mujer en diversas redes comunitarias constituye un fuerte estímulo para avanzar hacia su integración al trabajo y la producción. A partir del desarrollo de actividades no remuneradas pero que la ponen en contacto con otras mujeres y que, sobre todo, le otorgan un rol fuera del hogar y un acceso a decisiones comunitarias, la mujer empieza a constituir un mundo "afuera" que le permite avanzar hacia una integración a la sociedad externa. La experiencia de participación, primero en talleres y centros de madres, luego en juntas de vecinos y de manera muy activa en Comités de Vivienda o incluso en los Comités de Área de INDAP configura un cuadro de participación que cambia definitivamente su cultura y genera relaciones de género diferentes a las tradicionales.

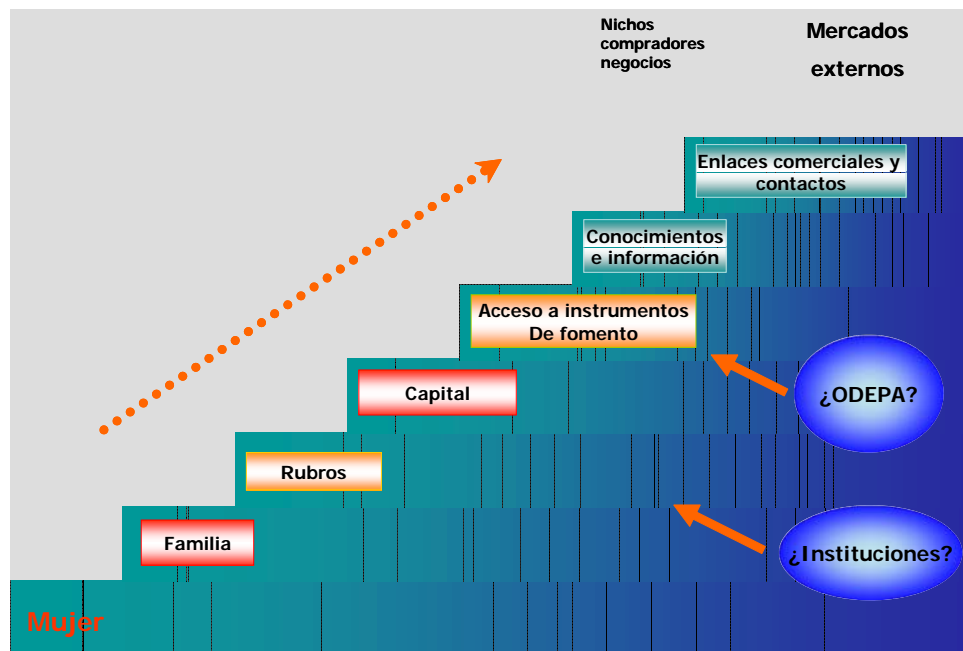
En ese contexto, también, la participación "con otras" lleva a generar efectos de demostración que impulsan a la inserción en la actividad productiva o en el trabajo asalariado.

## 2.6. Los apoyos institucionales: un catalizador para el ingreso a la producción.

Como se ha mostrado al exponer el perfil de la mujer exportadora, en todos los casos la presencia de estímulos institucionales ha sido definitiva para impulsar a las mujeres a participar en la actividad productiva y, más tarde, intentar entrar al mundo de las exportaciones. En este caso, más que en el de los hombres quienes tradicionalmente están insertos en la producción, la presencia de una actividad de fomento parece haber sido clave para detonar una posibilidad que permanecía latente y que precisaba de algún elemento catalizador. No se sostiene aquí que los solo apoyos institucionales hayan sido determinantes pero si que sin ellos un número muy menor de mujeres estaría inserta en la actividad exportadora.

## 3. Las Barreras de Género

No obstante, de manera paralela a los procesos descritos y a la aparición de estímulos, persisten barreras significativas para el acceso de las mujeres a la actividad exportadora. Ellas se ubican en diferentes niveles y se originan en factores diversos que actúan en distintos momentos del proceso. Para efectos ilustrativos ellas se pueden graficar de la manera siguiente.



### **3.1. Roles y actitudes familiares aun constituyen barreras para la actividad productiva de las mujeres.**

El primer problema que enfrenta la mujer que desea integrarse a la actividad productiva es normalmente la resistencia pasiva o la falta de estímulo familiar originada en una concepción tradicional del rol femenino. A pesar de la ampliación del rango de lo que la mujer puede hacer estos patrones persisten y se expresan en desincentivación, refuerzo de exigencias domésticas y carencia de colaboración especialmente por parte de los maridos. Esto significa a menudo una recarga de trabajo y problemas para desempeñar adecuadamente el rol como productora por incompatibilidades de tiempo y dificultades para desplazarse a lugares alejados.

### **3.2. Los rubros “femeninos” son en sí mismos una limitación para el desarrollo de las mujeres como productoras.**

Como se ha visto anteriormente las mujeres productoras y exportadoras se concentran en determinados rubros la mayoría de los cuales comparten las siguientes características:

- no constituyen la actividad principal del predio familiar;
- presentan bajos niveles de inversión
- son cercanos a las actividades reproductivas,
- ocupan mano de obra preferentemente femenina.

Estos rubros, en definitiva no son prioritarios para la agricultura nacional ni tampoco para las negociaciones comerciales por cuanto representan bajos volúmenes y su aporte al producto agropecuario es muy reducido. Son marginales y, en la forma artesanal en que son manejados por los grupos de mujeres difícilmente pueden llegar a ser considerados de importancia para las políticas comerciales.

### **3.3. La carencia de recursos productivos propios es una barrera muy significativa para las mujeres productoras.**

Si hay un rasgo común entre las mujeres productoras es el de carecer de acceso a capital: tierra, agua, recursos financieros. Esto se asienta en la estructura misma del patrimonio familiar en el cual el representante y depositario de los bienes es el hombre lo que se refuerza con su rol de productor y proveedor. Para emprender cualquier actividad las



mujeres deben partir por contar con el beneplácito conyugal sin el cual es difícil, a pesar de los avances recientes, que puedan tener acceso a financiamientos. Esta limitación legal levanta también barreras para acceder a beneficios gubernamentales que están concebidos para incorporarse al predio (obras de riego por ej.) y que solo pueden ser solicitados por el hombre en calidad de propietario o representante legal de la sociedad conyugal.

**3.4.A pesar de los mejoramientos persisten brechas importantes entre hombres y mujeres con respecto al acceso a los instrumentos de fomento de la institucionalidad pública.**

Los cuadros siguientes permiten una visión de síntesis sobre el acceso de las mujeres a los principales programas de fomento orientados a la agricultura familiar campesina.

| <b>Instrumentos de Fomento a la pequeña agricultura empresarial</b> |                  |
|---|------------------|
| <b>Participación de las mujeres</b>                                 |                  |
| <b>Instrumento</b>  | <b>% mujeres</b> |
| Programa créditos INDAP   | 20               |
| Programa Desarrollo Inversiones                                     | 28               |
| PRSD INDAP  | 24               |
| PRSD SAG  | 24               |
| Ley Fomento al Riego CNR  | 11 (24)          |
| Riego asociativo INDAP  | 23               |
| GTT INIA  | 22               |
| Proyectos Innovación FIA  | 20               |
| Incentivos manejo y forestación CONAF                               | 30               |

| <b>INDAP: Montos de créditos y brechas (miles de \$)</b> |                |                |               |
|--|----------------|----------------|---------------|
| <b>Tipo de crédito</b>                                   | <b>Hombres</b> | <b>Mujeres</b> | <b>Brecha</b> |
| Créditos largo plazo                                     | 863            | 695            | 168           |
| Créditos corto plazo                                     | 576            | 395            | 181           |
| BAF  | 1.033          | 814            | 219           |
| FAD  | 619            | 438            | 181           |
| PDI  | 1,142          | 949            | 193           |
| PRSD   | 362            | 296            | 66            |

### **3.5. Conocimientos e información**

La extensión de la cobertura del sistema escolar ha beneficiado principalmente a las mujeres rurales permitiéndoles ampliar su mundo de referencias y su base cultural. Sin embargo, los estereotipos de género que aun impregnan los contenidos de los programas escolares parecen haber seguido funcionando orientando a las niñas hacia sus roles más tradicionales. De este modo las mujeres no han tenido una preparación específica para enfrentar el mundo productivo de la misma manera que los hombres. Por ello, al ingresar a la actividad económica poseen un cierto handicap en términos de conocimientos específicos de gestión y de las claves necesarias para moverse en el mundo institucional y comercial. El perfil de la mujer exportadora antes construido permitió mostrar justamente que aquellas que fueron capaces de superar estas barreras pudieron lograr el éxito en su actividad exportadora.-

### **3.6. La carencia de enlaces comerciales y de contactos representa una dificultad adicional para las mujeres que desean exportar.**

Si bien esta es una dificultad que las mujeres comparten con sus pares masculinos en la agricultura familiar campesina, en algunos casos se ve reforzada por consideraciones de género. Diversas mujeres reportan que a la hora de iniciar conversaciones comerciales surge una actitud de escepticismo de parte de sus interlocutores que revelan desconfianzas con respecto a su capacidad para conducir o gestionar un negocio agropecuario.

## CAPITULO VI

### CHILE: ACUERDOS, POLITICAS COMERCIALES Y GÉNERO

#### 1. Constataciones básicas

A partir de la revisión general realizada a la documentación oficial de la Dirección de Relaciones Económicas del Ministerio de Relaciones Exteriores, de diversas intervenciones de autoridades y de documentación de la propia ODEPA, es posible establecer algunas conclusiones relativas al grado de relevancia que el tema de género ha tenido en los acuerdos y las políticas comerciales de Chile.

1. Chile ha suscrito un total de 25 Acuerdos Comerciales de los cuales 7 son Tratados de Libre Comercio, 7 constituyen Acuerdos de Complementación Económica y 1 (Unión Europea) tiene la forma de un Acuerdo de Asociación. Estos incluyen, en grados diversos, temas relativos al intercambio comercial, a los Servicios, las Inversiones, a la Propiedad Intelectual, las Normas Técnicas y el desplazamiento de personas, entre otros temas.<sup>11</sup>
2. Las menciones al tema de género en los Acuerdos Comerciales son escasas encontrándose referencias explícitas solo en tres de ellos. En el Acuerdo de Asociación con la Unión Europea, específicamente en el capítulo de Cooperación hay referencia al tema de género como una tarea en la cual se debe avanzar conjuntamente. En el TLC con Canadá hay mención a las condiciones laborales de las mujeres. En el Acuerdo con MERCOSUR, si bien no hay mención explícita en el hecho se ha constituido un grupo de trabajo sobre la situación de la mujer.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> DIRECON. Resumen de Acuerdos Comerciales, Noviembre, 2006

<sup>12</sup> DIRECON. Textos de Acuerdos Comerciales. Noviembre 2006

3. Hasta el año 2006 DIRECON ha hecho públicas seis Evaluaciones de los avances de acuerdos y tratados: MERCOSUR, Estados Unidos, Canadá, México, Corea y Unión Europea. Las evaluaciones se centran en los avances en la balanza comercial y en la identificación de productos y mercados con mayor expansión pero no se encuentra en ninguna de ellas referencia alguna al tema de género ni, en general, situaciones de rubros o áreas sensibles en razón de impactos en poblaciones frágiles.<sup>13</sup>
4. No existen evaluaciones oficiales de impacto (expost) de los Acuerdos más específicas que contemplen los efectos a niveles de regiones, de productos y rubros específicos y de consecuencias laborales o sociales de los acuerdos. Hay diversas evaluaciones de potencialidades y oportunidades (ex ante) tanto a nivel nacional como de algunas regiones, especialmente las agroexportadoras, pero en ninguna de ellas hay mención a los efectos que los acuerdos podrían tener sobre las mujeres en su calidad de asalariadas, productoras o habitantes rurales.<sup>14</sup>
5. En las formulaciones más amplias de política exterior y de relaciones económicas internacionales las menciones son casi inexistentes. Es dable destacar al respecto la presentación hecha por el Ministro de Relaciones Exteriores ante el Congreso Nacional en abril de 2006 en la cual se encuentra la única mención explícita al tema de género en contexto de la inserción de Chile en la globalización pero ella no está referida a la actividad productiva o laboral ni al comercio exterior.<sup>15</sup>
6. Los esfuerzos de DIRECON en materia de género se han concentrado en PROCHILE y más específicamente en el mejoramiento de la información

---

<sup>13</sup> DIRECON. Evaluación TLC entre Chile y Canadá. 2005. Evaluación TLC Chile-EEUU, marzo 2006. Evaluación TLC Chile-México. 2005. Evaluación Acuerdo de Complementación Económica Chile-MERCOSUR, agosto 2005. Evaluación Comercial Acuerdo Chile- Unión Europea, 2006. Evaluación de Segundo Año de vigencia del Tratado de Libre Comercio entre Chile y Corea. Abril 2006.

<sup>14</sup> Mideplan, 2004-2005, ocho estudios sobre los efectos de los TLC: 1) "Análisis del Impacto Económico en la Región de Valparaíso de los nuevos Acuerdos Comerciales". 2) "Análisis del Impacto de los Nuevos Acuerdos Comerciales en la Región de Los Lagos". 3) "Análisis de Oportunidades de Exportación que generan en el Sector Agropecuario y Agroindustrial de la Región del Bío-Bío, los recientes Acuerdos Comerciales Internacionales de Chile". 4) "Análisis del Impacto Económico en la Región de O'Higgins de los nuevos Acuerdos Comerciales". 5) "Desarrollo de Competitividad Sistémica de la Agricultura de Exportación, Región de Coquimbo". 6) "Oportunidades exportadoras e Impactos de los Nuevos Tratados de Libre Comercio en la Región del Maule". 7) "Análisis del Potencial Exportados del Pequeño y Mediano Productor Agropecuario de la IX Región de la Araucanía". 8) "La Región Metropolitana de Santiago Frente a los Acuerdos de Libre Comercio con la Unión Europea, Estados Unidos y Corea: Oportunidades para una Plataforma de Servicios de Clase Mundial"

<sup>15</sup> Discurso Ministro Sr. Alejandro Foxley ante el Congreso Nacional. 4 de Abril 2006.

desagregada por sexo y a facilitar información a mujeres emprendedoras no afectando ninguna de las otras áreas posibles de trabajo.<sup>16</sup>

7. En general, hay carencia de estudios y referencias empíricas sobre la situación de las mujeres ligadas a procesos agroexportadores sea en su calidad de asalariadas o productoras lo que dificulta tanto la visibilización y ponderación de su real peso en los procesos económicos y sociales. A la vez, no se cuenta con estudios de impacto de los efectos de los acuerdos sobre las mujeres rurales lo que vuelve difícil manejar indicadores que permitan fundamentar decisiones.

## **2. Hipótesis para fundamentar políticas en Género y Comercio exterior**

Hechas las constataciones anteriores cabe preguntarse acerca de la pertinencia de contar con estrategias y políticas específicas para introducir el enfoque de género en el comercio exterior. ¿Hay razones sociales, económicas y éticas que justifiquen introducir el tema en un área aparentemente neutra como la de comercio exterior?

La fundamentación de esa respuesta se puede hacer a partir de la formulación de un conjunto de afirmaciones (que provisoriamente se pueden considerar hipótesis) relativas a los efectos de los acuerdos en las relaciones de género y más específicamente en la situación de las mujeres ligadas a la agroexportación.

1. La expansión comercial agropecuaria generada por los Acuerdos involucra a grandes contingentes de mujeres sean en calidad de asalariadas, de productoras o de miembros de las familias campesinas.
2. Los Acuerdos no son neutros respecto a sus efectos sobre la situación laboral y el bienestar de las mujeres. Las transformaciones que ellos han originado han abierto oportunidades laborales a grandes contingentes de mujeres incorporándolas a la vida del trabajo como asalariadas o productoras.

---

<sup>16</sup> Informe Sistema PMG de Género DIRECON 2005

3. Los ingresos generados por las mujeres han operado como compensación a la disminución de ingresos de los productores campesinos que , en general, han visto reducidas sus opciones productivas y comerciales por estar situados en rubros tradicionales considerados como “perdedores” en el contexto del modelo agroexportador.
4. La expansión comercial se ha asociado con una disminución progresiva de los salarios medios de las mujeres que trabajan en el sector agroalimentario produciéndose, en cambio, un incremento en el caso de los hombres.
5. Las mujeres productoras se han ubicado, en su mayoría, en rubros secundarios, de escasa rentabilidad y que tienen muy baja prioridad en las negociaciones comerciales.
6. Con algunas excepciones, las acciones estatales de incentivación de la participación de las mujeres en la actividad agroexportadora se han caracterizado por trabajar con objetivos de muy corto plazo, careciendo de una acción sostenida de apoyo que involucre un desarrollo estratégico e integral de las empresas. A menudo, también, se ha sobredimensionado la importancia real de estas empresas generándose imágenes no congruentes con las precarias condiciones que efectivamente ellas presentan.
7. La actividad agroexportadora ha producido efectos altamente concentradores tendiendo a desplazar hacia actividades marginales a grupos significativos de la agricultura familiar campesina dentro de los cuales las mujeres son numéricamente importantes. En el hecho la cantidad de hogares de subsistencia encabezados por mujeres ha tendido a aumentar durante el período de mayor expansión de las exportaciones.
8. Las mujeres se han beneficiado de manera general por la vía de las externalidades de la actividad exportadora especialmente en las zonas agroalimentarias. Esto ha significado mejoramientos de infraestructura y servicios y acceso a ocupaciones en sector y secundario terciario las que constituyen opciones antes inexistentes.

9. Lo que es claro es que hay una presencia creciente de las mujeres en la actividad laboral agroalimentaria y que los efectos de los acuerdos parecen ser dobles. Por una parte han actuado abriendo opciones laborales y productivas y generando mejores servicios de los cuales las mujeres, al igual que el total de la población rural, se han beneficiado. Por otra parte, los acuerdos han tenido, al parecer, efectos negativos sobre los salarios medios, están marginando a los sectores en los cuales las mujeres son mayoritarias y no contemplan estímulos ni defensas para los rubros en los cuales las productoras se han concentrado.

Finalmente, dado el volumen y la importancia de la participación de las mujeres en el trabajo y la producción, en definitiva, se está en presencia de un tema de alta sensibilidad que debería originar políticas y estrategias especiales del parte del Estado de Chile.

### **3. Objetivos para una política de género en comercio exterior**

La implementación de una política integral tendiente a lograr la equidad de género en los procesos asociados al comercio exterior y a la agroexportación constituye necesariamente una tarea transversal que debe involucrar a múltiples actores públicos y privados. Sin embargo, es claro que la responsabilidad de formularla y coordinarla compete al Gobierno y dentro de él a algunas instituciones más directamente relacionadas con el tema.

Por ello, si bien el ámbito institucional de esta política excede ampliamente a las funciones de ODEPA, es necesario no obstante contar con esa formulación más amplia para ubicar en su correcta perspectiva las medidas y tareas que ODEPA y otras instituciones pueden implementar.

A partir de la experiencia internacional, y siguiendo las orientaciones de la programación TRBC, es posible formular cuatro grandes objetivos generales para una política los que, a su vez, se desagregan en un conjunto de áreas específicas de acción.

1. **Contribuir a visibilizar la realidad, importancia, situación y características de la participación de las mujeres en los procesos agroexportadores.**
2. **Incentivar el conocimiento de los efectos potenciales y los impactos reales de los acuerdos comerciales sobre la situación de las mujeres ligadas al sector agroalimentario.**
3. **Incentivar y mejorar las condiciones para el acceso de las mujeres a la actividad agroexportadora.**
4. **Contribuir a crear condiciones macroeconómicas y comerciales favorables para las actividades y los rubros de mayor presencia femenina.**

Los dos primeros objetivos pueden involucrar más fuertemente a un conjunto de instituciones públicas, privadas y académicas orientadas al conocimiento y la información. El tercero involucra a entidades responsables del fomento productivo y comercial y el cuarto es de resorte más directo de los responsables de las negociaciones y la formulación de políticas comerciales.

A vía de ejemplo se mencionan en cada objetivo tareas posibles que constituyen más bien líneas o ámbitos generales de actividades.

**Objetivo 1: Contribuir a visibilizar la realidad, importancia, situación y características de la participación de las mujeres en los procesos agroexportadores.**

- Mejorar las estadísticas incorporando variables que permitan determinar las características de la situación de las mujeres asalariadas y productoras, su distribución geográfica, los rubros en que mayoritariamente se ubican, las modalidades laborales etc.
- Mejorar los registros institucionales para poder contar con catastros de mujeres productoras y exportadoras e identificar el acceso que están teniendo a recursos e instrumentos del Estado.
- Abrir líneas de estudios orgánicamente estructurados tendientes a mejorar el conocimiento sobre los procesos sociales asociados a la incorporación de las mujeres al trabajo y la producción agroalimentaria.



**Objetivo 2: Incentivar el conocimiento de los efectos potenciales y los impactos reales de los acuerdos comerciales sobre la situación de las mujeres ligadas al sector agroalimentario.**

- Estimular la realización de estudios de los efectos potenciales de acuerdos en fase de negociación sobre las mujeres involucradas en rubros y regiones agroexportadoras.
- Contribuir a generar un set de indicadores sociales y de género que sirvan de base para la identificación de áreas y grupos susceptibles de ser afectadas por los acuerdos.
- Generar conocimiento sobre rubros ganadores y perdedores y sus efectos sobre las mujeres involucradas en ellos.
- Incluir en los estudios de impacto criterios de género para evaluar los efectos reales de los acuerdos en las mujeres asalariadas y productoras.

**Objetivo 3: Incentivar y mejorar las condiciones para el acceso de las mujeres a la actividad agroexportadora.**

- Desarrollar acciones de fomento tendientes a motivar y apoyar la participación de las mujeres en la actividad exportadora especialmente en términos de enlaces y apoyos comerciales.
- Analizar y diseñar medidas para eliminar barreras en el acceso de las mujeres a los instrumentos y programas de fomento de las instituciones gubernamentales.
- Analizar y reformar normativas legales y administrativas que constituyan escollos para el acceso a igualdad de oportunidades en materia productiva, laboral y comercial.

**Objetivo 4: Contribuir a crear condiciones macroeconómicas y comerciales favorables para las actividades y los rubros de mayor presencia femenina.**

- Generar criterios para orientar negociaciones que contemplen sensibilización de rubros en función de los efectos posibles sobre mujeres de menores ingresos
- Generar acciones de apoyo a la identificación de oportunidades comerciales.

- Generar acciones de cooperación internacional tendientes al aprovechamiento de experiencias y conocimiento en materia de integración de las mujeres a las actividades agroexportadoras.
- Generar acciones tendientes a incluir la participación de representantes de organizaciones de mujeres en diversas instancias ligadas a las decisiones comerciales.
- Impulsar el análisis de las implicaciones de género y comercio exterior en las instancias internacionales en las cuales el gobierno chileno participa.

#### **4. El rol de ODEPA**

Las posibilidades de la acción de ODEPA, dentro de una estrategia que persiga los objetivos arriba descritos están naturalmente limitadas por el ámbito que le fija su misión institucional, por las prioridades sectoriales y por los recursos con que cuenta. Por ello, para efectos de identificar acciones concretas en materia de género y comercio es conveniente atender a las siguientes consideraciones.

1. ODEPA está en condiciones de profundizar su trabajo en materia de información, análisis estadístico y registros introduciendo criterios de género para visibilizar la situación de las mujeres que trabajan y producen en el sector agroalimentario.
2. Esto puede ser complementado obviamente por estudios específicos que mejoren el diagnóstico y permitan caracterizar especialmente los rubros de mayor presencia femenina.
3. ODEPA está en condiciones de influir en la formulación de políticas a nivel del Ministerio de Agricultura por la vía propositiva la cual podría ser utilizada para impulsar medidas favorables a las mujeres rurales.
4. ODEPA está en condiciones de influir sobre otras instituciones del sector agropecuario para incentivarlas a mejorar los registros, los instrumentos y programas en una perspectiva de género. Hay aquí un campo amplio para acciones indirectas mediatizadas por instituciones con las cuales es posible dialogar sobre el tema.

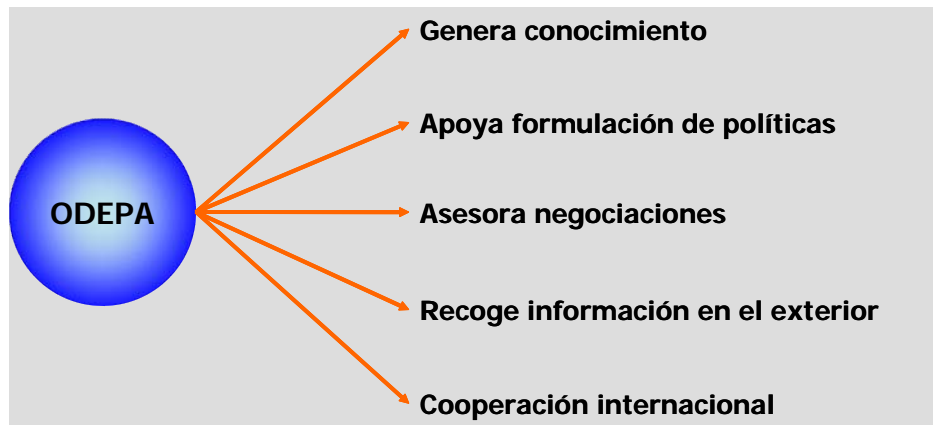
5. ODEPA tiene contactos privilegiados con los agregados agrícolas quienes pueden apoyar significativamente a los grupos de mujeres proporcionando valiosa información sobre los mercados de destinos, sobre experiencias y sobre contactos institucionales.
  
6. ODEPA tiene participación en actividades de cooperación internacional ejecutadas en su mayoría por otras instituciones pero con las cuales es también posible coordinar criterios para introducir el tema de género y comercio exterior.

De esta forma, al menos en tres de los cuatro objetivos de política antes descritos ODEPA podría actuar de manera directa. Estos son congruentes con sus propios objetivos institucionales y las acciones en materia de género podrían contribuir a reforzarlos.

## CAPITULO VII

### PROPUESTAS PARA LA ACCIÓN DE ODEPA

#### 1. Áreas de acción



#### 2. Objetivos para la acción específica de ODEPA

##### Conocimiento e Información

Objetivos:

- Contribuir a mejorar los registros y fuentes de información estadística para reflejar situación de género en producción, trabajo y comercio exterior.
- Generar estudios específicos que permitan perfilar los efectos del comercio exterior en la situación de la mujer productora y asalariada.
- Sistematizar y difundir información sobre los efectos de género del comercio exterior y participación de las mujeres en la actividad productiva y agroexportadora.

### **Políticas y estímulo a acción de otras instituciones**

Objetivos:

- Contribuir a generar políticas tendientes a la equidad de género en los procesos productivos y exportadores en el sector agropecuario.
- Estimular a otras instituciones públicas y privadas para que introduzcan criterios de género y desarrollen acciones específicas para incrementar el acceso de las mujeres a los procesos productivos y exportadores y mejorar las condiciones laborales de las asalariadas.

### **Negociaciones y acuerdos**

Objetivos:

- Favorecer la introducción de criterios de género en las negociaciones de tratados y acuerdos comerciales.
- Facilitar la implementación de acuerdos existentes que impliquen una mejoría del acceso de las mujeres al comercio exterior.

### **Apoyo a enlaces y conocimiento de mercados externos**

Objetivos:

- Facilitar la articulación de mujeres exportadoras a mercados externos mediante la entrega de información sobre enlaces y oportunidades comerciales.

### **Cooperación Internacional**

Objetivos:

- Contribuir al establecimiento de relaciones de cooperación tendientes a fortalecer la participación de las mujeres en procesos productivos y de comercio exterior.

## **3. Propuestas**

### **3.1. Metodología**

El trabajo de construcción de las propuestas de acción para ODEPA en Género y Comercio se realizó en dos etapas de trabajo con los profesionales de la Subdirección de Relaciones

Internacionales y son el resultado de las opiniones vertidas por ellos, de las opiniones de los informantes clave que participaron en el estudio y de la reflexión al interior del equipo consultor.

Las etapas contempladas en el trabajo con los profesionales fueron las siguientes:

- Etapa 1: En un primer taller de trabajo, en el cual primeramente se realizó una exposición sobre los impactos de los acuerdos en la agricultura familiar campesina con énfasis en la mujer productora, las barreras y estímulos que enfrentan, así como la definición de las áreas de acción de ODEPA, se les solicitó a los participantes “hacer una enumeración de acciones posibles de ODEPA para apoyar la inserción de las mujeres en los procesos agroexportadores” las cuales se afinaron mediante la metodología de consensos sucesivos. Como resultado de lo anterior se construyó un listado de 34 propuestas posibles.
- Etapa 2. En un segundo taller se procedió a sancionar las 30 propuestas resultantes de la etapa anterior, en dos fases :
  - o Fase A: La primera evaluación consideró tres elementos a desarrollar por los equipos en las planillas que se les entregaron: **Factibilidad:** califica posibilidad real de realizar una propuesta. **Interés:** califica el nivel de interés institucional en relación al tema de género que puede tener una propuesta determinada. **Comentarios:** recoge comentarios sobre la propuesta, observaciones o sugerencias de redacción de la misma que apuntarán a precisar lo que se busca.
  - o Fase B: En una segunda fase los participantes del taller priorizaron las propuestas al interior de cada área de acción definida y realizaron una breve exposición para sancionar grupalmente la prioridad de las propuestas.

Como resultado de las etapas anteriores el equipo consultor sintetizó un conjunto de 30 propuestas de acción para ODEPA ordenadas por área de acción y prioridad y separadas de acuerdo a el nivel de incidencia de ODEPA en su concreción, es decir la correspondencia de las propuestas con los ámbitos de acción o labor de la institución.

### 3.2. Propuestas de Acción

Las propuestas que se presentan a continuación están separadas por área de acción de ODEPA y en aquellas que son del ámbito directo de acción institucional y las de acción indirecta donde se requiere necesariamente para ejecutarlas la intervención directa de otras instituciones. Al interior de cada uno de estos grupos las propuestas se ordenan de acuerdo a la prioridad asignada y se les agrega, de manera sintética, los comentarios realizados en el segundo taller de validación, así como la factibilidad y el grado de interés institucional desde la perspectiva de la temática de género.

#### Conocimiento e Información

Acción directa:

1. Mejorar información censal con variables de género, especialmente en los Censos Agropecuarios.  
*Propuesta considerada factible y de un alto grado de interés institucional.*
2. Generar en el sitio Web de ODEPA información sobre rubros y exportaciones que contengan el enfoque de género.  
*Propuesta considerada factible y de un alto grado de interés institucional.*
3. Generar informes de análisis de mercados sobre alternativas productivas y programas de apoyo y fomento a la mujer y hombre productor.  
*Propuesta considerada factible y de un alto grado de interés institucional.*
4. Crear y mantener una línea de generación de información sobre la participación de las mujeres en la producción y exportación.  
*Propuesta considerada factible y de un alto grado de interés institucional.*
5. Generar herramientas que faciliten el acceso a la información como puede ser la inscripción de rubros por usuario para la recepción periódica de la información que se vaya generando del mismo vía e-mail o fax.  
*Propuesta considerada factible y de un alto grado de interés institucional, implica contar con un nuevo servicio*

Acción indirecta:

6. Realizar estudios específicos sobre el impacto de los acuerdos en el trabajo, identificar por género al interior de los rubros, y realizar estudios específicos relacionados con rubros con alta presencia femenina.

*Propuesta considerada factible y de un alto grado de interés institucional. Requiere coordinar acciones con otros servicios como SERNAM y la Dirección del Trabajo.*

7. Realizar un catastro (Mapa) de exportadoras para cuantificar y georeferenciar a las mujeres que están exportando.

*Propuesta considerada factible y de un grado medio de interés institucional. Requiere coordinar la obtención de información con PROCHILE.*

### **Políticas y estímulo a la acción de otras instituciones**

Acción directa:

8. Formular recomendaciones de políticas y estrategias tendientes a mejorar el acceso de la mujer rural a los programas y proyectos de fomento.

*Propuesta considerada factible y de un alto grado de interés institucional.*

9. Orientar y estimular a las instituciones para que establezcan convenios de cooperación interinstitucionales orientados a mejorar la participación de la mujer productora en los procesos de exportación.

*Propuesta considerada factible y de un alto grado de interés institucional.*

- 9.1. Estimular la generación de convenios interinstitucionales para capacitar y transferir tecnologías en gestión productiva a las mujeres productoras.

*Propuesta considerada factible y de un alto grado de interés institucional.*

*Debe estar condicionada a que terceros ejecuten las acciones.*

- 9.2. Estimular la generación de convenios entre INDAP y PROCHILE para capacitar a las mujeres productoras en procedimientos de exportación y comercio exterior.

*Propuesta considerada factible y de un alto grado de interés institucional.*



9.3. Estimular el desarrollo de seminarios en conjunto con INDAP y PROCHILE dirigidos a mujeres productoras y exportadoras para mejorar su acceso a los instrumentos de fomento y apoyo.

*Propuesta considerada factible y de un alto grado de interés institucional.*

10. Estimular la realización de estudios sobre el acceso de las mujeres a los recursos gubernamentales.

*Propuesta considerada factible y de un alto grado de interés institucional.*

11. Generar, en conjunto con otras instituciones, información sobre enlaces y redes comerciales y de apoyo para las mujeres productoras.

*Propuesta considerada factible y de un alto grado de interés institucional.*

12. Generar alianzas con la Dirección del Trabajo y otras instituciones para evaluar el trabajo agrícola de temporada avanzando en la búsqueda de soluciones.

*Propuesta considerada factible y de un alto grado de interés institucional.*

13. Estimular a las instituciones para incluir la dimensión de género como uno de los criterios en la selección de proyectos.

*Propuesta considerada factible y de un grado medio de interés institucional.*

Acción indirecta:

14. Habilitar la identificación por género en registros de empresas exportadoras e identificación de socios y socias al interior en caso de personas jurídicas.

*Propuesta considerada NO factible y de un grado medio de interés institucional.*

15. Construir un perfil de las microempresarias con la finalidad de tener una visión concreta de las barreras y debilidades que las afectan y poder intervenir sobre ellas.

*Propuesta considerada NO factible y de un grado medio de interés institucional.*

16. Elaborar estudios de evaluación de impacto con enfoque de género de las políticas agrarias vigentes.

*Propuesta considerada factible pero de un bajo grado de interés institucional.*

*Esta condicionada la decisión "política" de evaluar las políticas.*

### **Negociaciones y acuerdos**

#### Acción directa:

17. Evaluar la incorporación de un set de indicadores de impacto social, incluido género, de determinados rubros que sirva de base para la definición de los criterios de negociación.

*Propuesta considerada factible y de un grado medio de interés institucional. Se considera fundamental la información que entregue el próximo censo agropecuario para evaluar el impacto social de las negociaciones.*

18. Generar un grupo de trabajo con SERNAM y la DIRECON para avanzar en propuestas en el contexto de los acuerdos vigentes y de los que se están generando que tiendan a implementar las disposiciones vigentes o generar nuevas.

*Propuesta considerada factible y de un alto grado de interés institucional.*

19. Generar una instancia permanente de consulta con organizaciones campesinas y de mujeres para consensuar criterios sobre rubros sensibles.

*Propuesta considerada factible y de un bajo grado de interés institucional.*

#### Acción indirecta:

20. Establecer mecanismos para considerar la participación de las mujeres como productoras o como fuerza de trabajo en distintos rubros buscando apoyarlos en el contexto de las negociaciones (post acuerdos).

*Propuesta considerada factible y de un alto grado de interés institucional.*

21. Realizar las gestiones necesarias para la implementación de las cláusulas existentes en los acuerdos comerciales que incluyan criterios de género.

*Propuesta considerada NO factible y de un grado medio de interés institucional. Al no encargarse ODEPA de la implementación de los acuerdos debe trabajarse con otras instituciones.*

### **Apoyo a enlaces y conocimiento de mercados externos**

#### Acción directa:

22. Realizar un trabajo de sensibilización de los agregados agrícolas con el fin de que busquen y detecten oportunidades comerciales y de enlaces para las mujeres productoras.

*Propuesta considerada factible y de un alto grado de interés institucional.*

23. Solicitar informes sobre la posición del país de destino en cuanto a género y comercio.

*Propuesta considerada factible y de un alto grado de interés institucional.*

24. Promover el intercambio de información entre grupos y organizaciones de mujeres productoras y microempresarias de diversos países.

*Propuesta considerada factible y de un alto grado de interés institucional. La acción de los agregados agrícolas debe extenderse para incorporar la temática de género.*

25. Estudiar estímulos existentes para productos de mujeres de países en vías de desarrollo.

*Propuesta considerada factible y de un alto grado de interés institucional.*

#### Acción indirecta:

26. Identificar nichos comerciales para productos de rubros con mayor presencia femenina.

*Propuesta considerada factible y de un alto grado de interés institucional. Se debe coordinar con PROCHILE*

27. Incentivar las giras comerciales para mujeres productoras, FIA y PROCHILE, y promover enlaces con otras instituciones.

*Propuesta considerada factible y de un alto grado de interés institucional. Al no corresponder a los ámbitos de acción de ODEPA debe coordinarse con otras instituciones.*

### **Cooperación Internacional**

Acción directa:

28. Generar instancias de intercambio a nivel institucional de experiencias con otros países en materia de participación de mujeres en comercio exterior.

*Propuesta considerada factible y de un alto grado de interés institucional.*

29. Identificar en conjunto con la AGCI ofertas y demandas de cooperación en género que permitan canalizar recursos externos para el sector rural y agropecuario, que favorezcan e incentiven la participación de la mujer en esos ámbitos.

*Propuesta considerada factible y de un alto grado de interés institucional.*

30. Generar canales que posibiliten el intercambio de experiencias de mujeres productoras chilenas con sus símiles en el exterior.

*Propuesta considerada factible y de un alto grado de interés institucional.*

## Bibliografía

1. CEPAL, ECLAC "América Latina y El Caribe: Indicadores Seleccionados con una Perspectiva de Género" Boletín Demográfico N° 70, Julio 2002.
2. CEPAL "Programa de Acción Regional para las Mujeres de América Latina y el Caribe y Otros Consensos Regionales", Abril 2006.
3. Chiappe, Marta "La Situación de las Mujeres Rurales en la Agricultura familiar de Cinco Países de América Latina", Asociación Latinoamericana de Organizaciones de Promoción, Montevideo, Uruguay, Mayo 2005.
4. CIDA's Strategic Approach to Trade-related Capacity Building (TRCB). ACDI, Dirección General de Políticas, "Desarrollo de Capacidades Relativas a la Igualdad de Género y el Comercio: Una Herramienta para la Práctica", borrador, 15 agosto 2003
5. Comisión Europea, Oficina de Publicaciones Oficiales "La Mujer en la Agricultura", Luxemburgo, 2002.
6. Comisión Europea, Dirección General de Agricultura "La política Agrícola Común" Síntesis 1999.
7. Cruz, Daniel; Díaz Efraín "Investigación sobre los efectos del Cafta - RD sobre el sector rural de Honduras" Centro de Desarrollo Humano, CDH, Abril, 2005.
8. Espino, Alma "Un Marco de Análisis para el Fomento de las Políticas de Desarrollo Productivo con Enfoque de Género" Unidad Mujer y Desarrollo de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Diciembre 2005.
9. Espino, Alma; Azar, Paola "Comercio Internacional y Equidad de Género" UNIFEM y G&T Network. Fascículos 1 y 2. Sin Fecha.
10. Fundación FAMER, Servicio de Información para la Agricultura Familiar Campesina INDAP "Acuerdo de Asociación Política y Económica Chile, Unión Europea", Serie de Documentos Técnicos, Santiago de Chile, 2005.
11. Fundación FAMER, Servicio de Información para la Agricultura Familiar Campesina INDAP "Análisis de las Posibilidades de la Participación de la Economía Campesina en el tratado de Libre Comercio con China", Serie de Documentos Técnicos, Santiago de Chile, 2006.
12. Fundación FAMER, Servicio de Información para la Agricultura Familiar Campesina INDAP "Tratado de Libre Comercio Chile - Estados Unidos", Serie de Documentos Técnicos, Santiago de Chile, 2006.

13. Fundación FAMER, Servicio de Información para la Agricultura Familiar Campesina INDAP "Tratado entre Chile e India, Perspectivas para la Economía Campesina", Santiago de Chile, 2006.
14. Fundación FAMER, Servicio de Informaicón para la Agricultura Familiar Campesina INDAP "Análisis de Tendencias de Mercado en Precios y Dinámica para Importantes Rubros de la AFC" Santiago de Chile, 2006.
15. Gammage, Sarah; Jorgensen, Helen; McGill, Eugenia; White, Marceline "Trade Impact Review" Women's EDGE, Global Trade Program Washingt gton, DC, con el apoyo de The Rockefeller Foundation, New York City, Abril 2002.
16. Geneva Women in International Trade (GWIT) in partnership with the Commonwealth Business Council "The impact of women in small, medium and micro enterprises on increasing trade under the WTO Agreements" Simposio realizado el año 2003.
17. Grupo Asistencia Técnica Cooperación Internacional, Dirección General de Estudios Parlamento Europeo "El Proceso de Asociación Interregional de la UE con el Mercosur y Chile y su Impacto sobre el Sector Agroalimentario de la UE" Documento de Trabajo, Volumen I, Serie Agricultura, Montes y Desarrollo Rural, Agosto 1999.
18. Grupo de Orientación Política para las Américas del Consejo Canadiense para la Cooperación Internacional "Acerca del Propuesto Tratado de Libre Comercio entre Canadá y América Central", mayo del 2003.
19. Grupos de Trabajo de Género APEC "Framework for the Integration of Woman in APEC" Sin Fecha.
20. Grupos de Trabajo de Género APEC "APEC Guide for Gender Analysis" Sin Fecha.
21. Hildegunn Kyvik Nordås: "Is Trade liberalization a window of opportunity for women?", World Trade Organization, Economic Research and Statistics Division, Agosto 2003.
22. Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP), División de Fomento "Elementos de Caracterización de la Presencia de la Agricultura familiar campesina en las Principales Cadenas Agrocomerciales de Chile" Documento de Trabajo, Abril 2006.
23. Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP), División de Fomento "Situación Actual de la Internacionalización de la Agricultura Familiar Campesina" Minuta, Septiembre 2006.
24. Kjöllérström, Mónica "Competitividad en el Sector Agrícola y Pobreza Rural: El Papel del Gasto Público en América Latina" Red de Desarrollo Agropecuario, Unidad de Desarrollo Agrícola, División de Desarrollo Productivo y Empresarial, Santiago de Chile, Mayo 2004.

25. Mattar, Jorge "US DR CAFTA: La Agenda Complementaria para el Desarrollo" Publicaciones CEPAL, Santo Domingo, Diciembre 2005.
26. Mideplan, 2004-2005, ocho estudios sobre los efectos de los TLC: 1) "Análisis del Impacto Económico en la Región de Valparaíso de los nuevos Acuerdos Comerciales". 2) "Análisis del Impacto de los Nuevos Acuerdos Comerciales en la Región de Los Lagos". 3) "Análisis de Oportunidades de Exportación que generan en el Sector Agropecuario y Agroindustrial de la Región del Bío-Bío, los recientes Acuerdos Comerciales Internacionales de Chile". 4) "Análisis del Impacto Económico en la Región de O'Higgins de los nuevos Acuerdos Comerciales". 5) "Desarrollo de Competitividad Sistémica de la Agricultura de Exportación, Región de Coquimbo". 6) "Oportunidades exportadoras e Impactos de los Nuevos Tratados de Libre Comercio en la Región del Maule". 7) "Análisis del Potencial Exportados del Pequeño y Mediano Productor Agropecuario de la IX Región de la Araucanía". 8) "La Región Metropolitana de Santiago Frente a los Acuerdos de Libre Comercio con la Unión Europea, Estados Unidos y Corea: Oportunidades para una Plataforma de Servicios de Clase Mundial" vía de ejemplo ver: Sepúlveda Cristián. Evaluación de Impactos posibles de en VI región
27. Ministerio de Relaciones Exteriores, Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, Departamento de Estudios e Informaciones. "Comercio Exterior de Chile, Segundo semestre 2006", Agosto 2006.
28. Ministerio de Relaciones Exteriores, Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales. Resumen de Acuerdos Comerciales, Noviembre, 2006
29. Ministerio de Relaciones Exteriores, Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales. Textos de Acuerdos Comerciales. Noviembre 2006
30. Ministerio de Relaciones Exteriores, Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales. Evaluación TLC entre Chile y Canadá. 2005. Evaluación TLC Chile-EEUU, marzo 2006. Evaluación TLC Chile-México. 2005. Evaluación Acuerdo de Complementación Económica Chile-MERCOSUR, agosto 2005. Evaluación Comercial Acuerdo Chile- Unión Europea, 2006. Evaluación de Segundo Año de vigencia del Tratado de Libre Comercio entre Chile y Corea. Abril 2006.
31. Ministerio de Relaciones Exteriores, Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, presentación del Ministro de Relaciones Exteriores Sr. Alejandro Foxley ante el Congreso Nacional 4 de abril de 2006 "Visión Estratégica de la Inserción de Chile en el Mundo"

32. Ministerio de Relaciones Exteriores, Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, "Acuerdo por el que se establece una asociación entre la Comunidad Europea y sus Estados Miembros, por una parte, y la República de Chile, por la otra"
33. Ministerio de Relaciones Exteriores, Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, "Tratado de libre comercio entre el Gobierno de la Republica de Chile y el Gobierno de Canadá"
34. Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA), Departamento de Comercio Exterior "Inserción de la agricultura Chilena en los Mercados Internacionales", Documento de trabajo, Serie Comercio Exterior, Diciembre 2005.
35. Parada, Soledad, Morales, César "Los Efectos Potenciales del Tratado de Libre Comercio entre Ecuador y Estados Unidos para las Mujeres Rurales Ecuatorianas" Red de Desarrollo Agropecuario, Unidad de Desarrollo Agrícola, División de Desarrollo Productivo y Empresarial, Santiago de Chile, Febrero 2006.
36. Plataforma Interamericana de Derechos Humanos, Democracia y Desarrollo "Integración: Otro Enfoque es Posible", Perú, Sin Datos de Fecha.
37. Pro Chile, Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales "Informe de Trabajo realizado por la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales para el Sistema de Género, Programa de Mejoramiento de la Gestión", 2005.
38. Ramírez, Pedro, Soto, Manuel "Impacto de los Nuevos Acuerdos Comerciales en Regiones, Aspectos Metodológicos y Conclusiones" Ministerio de Planificación, División Planificación Regional, Chile, 2005.
39. Rodríguez, Mónica "Impactos Diferenciados de la Liberalización Comercial sobre la estructura Agrícola en América Latina" Red de Desarrollo Agropecuario, Unidad de Desarrollo Agrícola, División de Desarrollo Productivo y Empresarial, Santiago de Chile, Febrero 2006.
40. Sabaté Martínez, Ana y otros "El Papel de las Mujeres en la Agricultura Ecológica: Producción Transformación y Consumo de los Productos Biológicos" Memoria 527, Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Geografía e Historia, Fecha de realización: 1999-2001
41. Sachís, Norma; Baracat, Verónica; Jiménez, María Cristina "El Comercio Internacional en la Agenda de las Mujeres, la Incidencia Política de los Acuerdos Comerciales de América Latina", Argentina, Mayo 2004.
42. Sever, Charlie; Narayanaswamy Lata "Género y Comercio, Colección de Recursos de Apoyo" Bridge, Development - Gender, Reino Unido, Enero 2006.



43. SOM Ad Hoc Advisory Group on Gender Integration "Information Session on the Integration of Gender in APEC"
44. Trautmann, María de la Luz "Comercio y Género: Las políticas de Liberalización y sus Impactos en Chile" red Internacional de Género y Comercio, Capítulo Latinoamericano, Diciembre 2002.
45. United Nations Development Programme "Making Global Trade Work for People" New York, 2003.
46. Valenzuela, María Elena; Venegas Silvia "Mitos Y Realidades de la Microempresa en Chile: Un Análisis De Género" CEM Ediciones, Centro de Estudios de la Mujer, Santiago de Chile, 2001.
47. WIDE, Network Women in Development Europe "Gender and Trade Indicators", febrero 2002.
48. WIDE, Network Women in Development Europe "Gender and Trade Indicators", febrero 2002.
49. Williams, Mariama "The Interface of Research of Gender and Trade with the Negotiations of Trade Agreement and Trade Policy Making" IGTN Caribbean, Jamaica, Center of Concern, USA.

**Anexo: Caracterización de las entrevistadas**

| <b>Informante</b> | <b>Rubro</b> | <b>Región</b> | <b>Edad</b> | <b>Escolaridad</b> | <b>Estado civil</b> | <b>Modalidad de exportación</b> | <b>Tiempo que ha exportado</b>  | <b>Pertenencia geográfica</b> |
|-------------------|--------------|---------------|-------------|--------------------|---------------------|---------------------------------|---|-------------------------------|
| <b>Raquel</b>     | Conservas    | V             | 48          | Cuarto Medio       | Casada              | Directa                         | Solo una vez, por medio de un tercero. Sólo envió muestras a los países en que fue a rueda de negocios. | Urbana                        |
| <b>Blanca</b>     | Flores       | METRO         | 50          | Superior Técnica   | Casada              | Directa                         | Entre Octubre 2005 y Febrero 2006   | Semi rural                    |
| <b>Rosa</b>       | Paltas       | V             | 40          | Superior Técnica   | Casada              | Indirecta                       | Cerca de 7 años hasta la fecha  | Urbana                        |
| <b>Irene</b>      | Berries      | VII           | 60          | Primero Medio      | Soltera             | Indirecta                       | Cerca de 10 años mas o menos hasta la fecha   | Rural                         |
| <b>Patricia</b>   | Berries      | VII           | 40          | Cuarto Medio       | Soltera             | Indirecta                       | Cerca de 10 años mas o menos hasta la fecha   | Rural                         |
| <b>Adriana</b>    | Paltas       | V             | 65          | 5 Básico           | Casada              | Indirecta                       | Desde hace 10 años hasta este año. Hoy entregan solo al mercado local                                   | Rural                         |
| <b>Maria</b>      | Berries      | VII           | 55          | 8 Básico           | Casada              | Indirecta                       | Desde hace mas o menos 10 años hasta la fecha   | Rural                         |
| <b>Basilía</b>    | Frutillas    | METRO         | 44          | 8 Básico           | Casada              | Indirecta                       | Desde hace mas o menos 5 años hasta la fecha  | Rural                         |

| <b>Informante</b> | <b>pertenencia a redes</b>  | <b>Uso de instrumentos de fomento gubernamentales</b>   | <b>Uso de productos bancarios</b> | <b>Capacitaciones</b> | <b>Percepción de discriminación a mujeres emprendedoras</b> |
|-------------------|---|---|-----------------------------------|-----------------------|---|
| <b>Raquel</b>     | Alta: Pertenece a grupos de productores, viaja en ruedas de negocios, asiste a ferias y muestras.   | Muy Alta: Utiliza créditos y subsidios, asiste a muchas capacitaciones y ruedas de negocios internacionales | Alta                              | Nivel Alto            | No percibe  |
| <b>Blanca</b>     | Muy Alta. Es dirigente de organizaciones, pertenece a varias asociaciones de productores, tiene contactos políticos, viaja en ruedas de negocios. | Muy Alta: Utiliza créditos y subsidios, asiste a muchas capacitaciones y ruedas de negocios internacionales | Alta                              | Nivel Alto            | No percibe  |
| <b>Rosa</b>       | Muy Alta. Es dirigente de organizaciones, pertenece a varias asociaciones de productores, tiene contactos políticos, viaja en ruedas de negocios. | Muy Alta: Utiliza créditos y subsidios, asiste a muchas capacitaciones y ruedas de negocios internacionales | Media                             | Nivel Alto            | No percibe  |
| <b>Irene</b>      | Media: Pertenece a grupos de productores, asiste a eventos promocionados por el gobierno o el sector privado.                                     | Alta: Utiliza créditos y subsidios, asiste a capacitaciones.  | Media                             | Nivel Alto            | No percibe  |
| <b>Patricia</b>   | Media: Pertenece a grupos de productores, asiste a eventos promocionados por el gobierno o el sector privado.                                     | Alta: Utiliza créditos y subsidios, asiste a capacitaciones.  | Media                             | Nivel Alto            | No percibe  |
| <b>Adriana</b>    | Media: Pertenece a grupos de productores, asiste a eventos promocionados por el gobierno o el sector privado.                                     | Muy Alta: Utiliza créditos y subsidios, asiste a muchas capacitaciones y ruedas de negocios internacionales | Media                             | Nivel Medio           | No percibe  |
| <b>Maria</b>      | Baja: pertenece a grupos de productores   | Media: Utiliza algunos créditos y subsidios. Asiste a pocas capacitaciones                                  | Baja                              | Nivel Bajo            | No percibe  |
| <b>Basilia</b>    | Baja: pertenece a grupos de productores   | Media: Utiliza algunos créditos y subsidios. Asiste a pocas capacitaciones                                  | Baja                              | Nivel Bajo            | No percibe  |

| <b>Informante</b> | <b>Apoyo de la familia</b>             | <b>Principales barreras propias de la AFC</b>  | <b>Principales Barreras de género</b>  | <b>Enlaces comerciales</b>  | <b>Viajes al extranjero</b>                        |
|-------------------|--|--|--|---|--|
| <b>Raquel</b>     | Gran apoyo familiar                    | Volumen de exportación/ contactos comerciales sin continuidad                                      | Poco apoyo familiar en un principio/ trabajo a desarrollar desde la casa/ poca credibilidad por parte de otros empresarios del rubro | Ferias/ Contactos directos internacionales / Comercio a RM y V Región | Asia /Europa /México                               |
| <b>Blanca</b>     | Existe apoyo pero ha tenido problemas. | Rubro saturado/ contactos comerciales sin continuidad/ falta de apoyo institucional/ endeudamiento | Poco apoyo familiar en un principio/ trabajo a desarrollar desde la casa   | Mercado local /Contactos directos internacionales                     | Estados Unidos/Ecuador /Colombia                   |
| <b>Rosa</b>       | Gran apoyo familiar                    | Contactos comerciales sin continuidad/bajos precios/Percepción de poco apoyo institucional         | No percibe   | Mercado Local / agroexportadora                                       | Ecuador gira presidencial/ Alemania / EEUU, Canadá |
| <b>Irene</b>      | Gran apoyo familiar                    | Calidad de los otros exportadores del rubro  | No percibe   | Agroexportación   | No   |
| <b>Patricia</b>   | Gran apoyo familiar                    | Calidad de los otros exportadores del rubro  | No percibe   | Agroexportación   | No   |
| <b>Adriana</b>    | Gran apoyo familiar                    | Volumen de exportación/ contactos comerciales sin continuidad/bajos precios                        | No percibe   | Mercado local / agroexportadora                                       | España / México/ Argentina                         |
| <b>Maria</b>      | Escaso apoyo familiar                  | Bajos precios/ Escaso Capital  | Poco apoyo familiar  | Agroexportación   | No   |
| <b>Basilía</b>    | Gran apoyo familiar                    | Rubro/ Falta de apoyo de redes   | No percibe   | Mercado Local / agroexportadora                                       | No   |

| <b>Informante</b> | <b>Principales estímulos mencionados por ellas</b>                | <b>Principales elementos personales que llaman la atención</b>  |
|-------------------|---|---|
| <b>Raquel</b>     | Estudio de los hijos /desarrollo personal                         | Perseverante, ordenada, busca capitalizar siempre, uso inteligente de instrumentos de fomento y capacitaciones. |
| <b>Blanca</b>     | Estudio de los hijos/ aumentar ingresos / mejorar calidad de vida | Dotes de liderazgo / perseverancia  |
| <b>Rosa</b>       | Proyección de la AFC a otros mercados                             | Dotes de liderazgo / fuerte pertenencia a redes   |
| <b>Irene</b>      | Aumento de ingresos/ Mejorar calidad de vida /Desarrollo personal | Capacidad de trabajo/ordenada/ uso inteligente de instrumentos de fomento y capacitaciones.                     |
| <b>Patricia</b>   | Aumento de ingresos/ Mejorar calidad de vida /Desarrollo personal | Capacidad de trabajo/ordenada/ uso inteligente de instrumentos de fomento y capacitaciones.                     |
| <b>Adriana</b>    | Estudio de los hijos y nietos / aumento de ingresos               | Capacidad de trabajo  |
| <b>Maria</b>      | Auto subsistencia /Estudio de los hijos                           | Pocos   |
| <b>Basilia</b>    | Auto subsistencia   | Pocos   |

