La equidad de género en el marketing.
Estrategias para emprendimientos femeninos en el subsector del cacao

Trabajo de grado para optar por el título de Magíster en Mercadeo

Lina María Arbeláez Rendón

Asesora

Marleny Cardona Acevedo

Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas

Universidad de Manizales

Manizales, Caldas

2025

Agradecimientos

Mi más sincero agradecimiento a todos los que aportaron en el proceso. Sus palabras de aliento, su apoyo inquebrantable y sus consejos valiosos han enriquecido mi formación tanto como profesional y como ser humano. Entre ellos están:

A la universidad, que me potenció, apoyo y aportó al proceso personal y académico.

A la alcaldía de Manizales, en el programa Manizales + innovadora porque promueve la gestión del conocimiento.

A las instituciones que aportaron información para la comprensión del tema.

A quienes aportaron información organizaciones y emprendedores.

Contenido

1. Introducción 5
2. Planteamiento del problema 9
2.1. Descripción del problema 9
2.2. Pregunta de investigación 11
2.3. Objetivos 11
2.3.1. Objetivo general 11
2.3.2. Objetivos específicos 11
3. Justificación 12
4. Marco de Referencias 15
4.1. Marco teórico 15
4.2. Marco normativo 22
4.2.1. Marco normativo nacional 22
4.2.2. Marco normativo internacional 25
4.3. Antecedentes 27
4.3.1. Antecedentes nacionales 27
4.3.2. Antecedentes internacionales 37
5. Diseño Metodológico 54
5.1. Estrategias de recolección de información 54
5.1.1. Información Secundaria 54
5.2. Información Primaria 55
6. Resultados y Análisis 56
6.1. Percepciones de los consumidores de cacao. Resultado de emprendimientos femeninos 56
6.2. Análisis de las entrevistas a líderes de proyectos asociados a emprendimientos femeninos 64
6.2.1. Poder de negociación con los consumidores 72
6.2.2. Poder de negociación de proveedores 74
6.2.3. Amenaza de ingreso de productos sustitutos 75

6.2.4. Descripción del cliente potencial 76
6.2.5. Estrategia de precio 76
6.2.6. Estrategia de distribución 79
6.2.7. Productor 79
6.2.8. Distribuidor 80
6.2.9. Riesgos del proyecto 81
7. Conclusiones 88
8. Referencias 90

Lista de Figuras

Figura 1: ¿Consume usted productos hechos con base en cacao? _____ **¡Error! Marcador no definido.**56
Figura 2: Distribución por sexos frente al consumo de cacao _____ 57
Figura 3: Ocupación _____ 57
Figura 4: ¿Cada cuánto consume cacao? _____ 58
Figura 5: ¿En qué presentación consume cacao? _____ 59
Figura 6: ¿Ha consumido cacao orgánico? (que no tienen químicos) _____ 5959
Figura 7: ¿Al momento de comprar un producto lo hace pensando en que tenga el menor impacto ambiental posible? _____ **¡Error! Marcador no definido.**
Figura 8: ¿Está dispuesto a pagar un porcentaje mayor, en términos económicos, por un producto ecológico? _____ **¡Error! Marcador no definido.**
Figura 10: ¿Usted se inclina por comprar productos de emprendimientos femeninos que apoyen la igualdad y la equidad de género? _____ **¡Error! Marcador no definido.**2
Figura 11: ¿Qué canal de distribución prefiere para comprar cacao artesanal orgánico __ **¡Error! Marcador no definido.**62
Figura 12: ¿Compraría para usted u otras personas la marca de cacao fusión sagrada que busca comprar el cacao a mujeres campesinas de Colombia y que sea comercializado por mujeres en Manizales que requieren empleo digno salir del círculo de violencia? ___ **¡Error! Marcador no definido.**63
Figura 13. Diseño de la marca Fusión sagrada _____ 71
Figura 14. Esquema de producción y comercialización _____ 85

Lista de Tablas

Tabla 1. Datos estadísticos del estudio_____55
Tabla 2. Matriz de emprendimientos_____66
Tabla 3. Matriz de Riesgos para un Proyecto de Distribución de Cacao Orgánico_____82

1. Introducción

El fomento de encadenamientos productivos permite que las mujeres emprendedoras se conecten con otros actores en la cadena de valor, lo que puede resultar en una mayor eficiencia y en la creación de redes de apoyo mutuo. Además, el desarrollo económico mundial ha ocasionado una reconsideración del lugar de la mujer en la sociedad. Sin embargo, “Pese a es

tas transformaciones, en la actualidad es aún tema de debate público las brechas de género en el ámbito laboral, lo que atenta contra las posibilidades de igualdad social, económica y política” (Silva-Peralta y Rompato, 2016, p. 148). Por eso, en este sentido, el Objetivo 5 de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas pretende "lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas" (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2018).

En este escenario, “El empoderamiento femenino es uno de los objetivos para el desarrollo del milenio y el emprendimiento es una de las vías para lograrlo” (Saavedra, 2023, p. 37). Y es que, como sustentan Finke et al. (2021), existe una fuerte relación entre emprendimiento y empoderamiento femenino,

> dado que el ejercicio del primero tiene un fuerte potencial para desarrollar y fortalecer procesos de empoderamiento en las mujeres: posibilita el acceso a recursos (materiales, humanos y sociales), el desarrollo de procesos comunitarios, la creación de mercados, favorece el desarrollo de una consciencia sobre las inequidades sociopolíticas entre hombres y mujeres, e impulsa la participación y el liderazgo de la mujer. (p. 2)

Es decir, debido a tal relación, de acuerdo con Saavedra et al. (2022), “el emprendimiento femenino es una de las formas en que las mujeres pueden alcanzar el empoderamiento económico” (p. 1). Por eso, los emprendimientos femeninos constituyen en sí mismos “una estrategia de empoderamiento que aumenta la autonomía de las mujeres, mejora la calidad de vida de las familias y genera crecimiento económico. Por lo tanto, cuando las mujeres logran sacar a delante sus emprendimientos, adquieren independencia e ingresos, crecen personal y profesionalmente”

(Araque-Geney y Álvarez-Contreras, 2023, p. 4). En síntesis, fortalecer los emprendimientos femeninos no solo contribuye a la autonomía económica de las mujeres, sino que también potencia el tejido social y económico de la región.

Frente a lo anterior, las estrategias de mercadeo innovadoras, adaptadas a las realidades locales y a las necesidades del mercado, pueden abrir nuevas oportunidades para que las emprendedoras lleguen a sus consumidores de manera más efectiva. Además, la inclusión de la perspectiva de género en los proyectos productivos puede impulsar la generación de empleo, no solo para mujeres, sino también para toda la comunidad. Esto se traduce en una mayor diversidad en los espacios laborales, lo que, a su vez, fomenta la creatividad y la innovación. Al integrar a las mujeres en el proceso productivo y en la toma de decisiones, se enriquecen las dinámicas de trabajo y se generan soluciones más integrales y sostenibles.

Por lo tanto, es fundamental que las políticas públicas y los programas de desarrollo económico contemplen estrategias específicas para promover la equidad de género. Esto incluye desde la capacitación y el acceso a financiamiento, hasta la creación de espacios de visibilidad y reconocimiento para las mujeres emprendedoras. Solo así se podrá avanzar hacia una sociedad más justa e inclusiva, donde cada individuo, sin importar su género, tenga la oportunidad de contribuir y beneficiarse del desarrollo económico y social.

En el contexto anterior, el presente estudio se propone comprender las condiciones de sostenibilidad de los emprendimientos femeninos en el subsector de cacao en Manizales. Para ello, se emplearon diversas metodologías para llevar a cabo la investigación. Se utilizó un cuestionario aplicado a 180 personas a través de plataformas tecnológicas como Google Forms, lo que facilitó la recopilación de datos de manera eficiente. Además, se realizaron entrevistas a personas que representan institucionalmente a programas de emprendimiento y equidad de género. Esta combinación de enfoques, conocida como metodología mixta, permitió explorar de manera más profunda la percepción de la comunidad sobre los productos de cacao artesanal, enfocándose principalmente en un público de entre 26 y 64 años. Este enfoque integral brinda una visión más completa, sobre las opiniones y actitudes hacia estos productos en el contexto del emprendimiento y la equidad de género.

El énfasis de esta propuesta investigativa se centra en las dinámicas de comercialización del cacao, producto que genera capacidad adquisitiva, la presentación, el consumo previo de chocolate orgánico, los aspectos nutricionales, la salud, el sabor, el aroma, la intención de compra, la marca

sustentable y las asociaciones de mujeres, son elementos clave que influyen en el éxito de estos emprendimientos para la aceptación en el mercado.

En consonancia con lo anterior, en la última década los modelos de desarrollo que incluyen la perspectiva de derechos, promueven el empoderamiento de las mujeres como transformadoras en el mundo de los negocios. Y en ese sentido, este grupo, objeto de estudio, no solo redefine las dinámicas de la industria del cacao, sino que también están liderando un cambio significativo en la forma en que se aborda la sostenibilidad y los emprendimientos de mujeres en la agricultura y la producción de alimentos. Las prácticas agrícolas del cultivo a la comercialización pasando por la producción, en el caso de las mujeres, muestran un enfoque con la calidad del cacao y las prácticas agroecológicas sostenibles. Así, en este contexto, se explora cómo estos emprendimientos no solo están impulsando la producción de cacao de alta calidad, sino también generando un impacto social y ambiental positivo que trasciende las fronteras del subsector cacaotero. Entre ellas, la organización del trabajo y organización de la cadena del cacao.

En última instancia, el contexto de la presente investigación incluye los componentes de un plan estratégico que promueva el emprendimiento de mujeres en Manizales, con un enfoque tecnológico y de innovación, en el ámbito de los emprendimientos de cacao en Manizales; se contribuye así al desarrollo sostenible de la región y sirviendo como referencia para otros modelos en el mundo que buscan promover la inclusión, la innovación y la equidad de género en sus comunidades.

Asimismo, se reconocen los avances en propuestas para el fortalecimiento del empoderamiento de las mujeres en las comunidades productoras de cacao, con impacto positivo en diversos aspectos del sector productivo. A pesar de los programas de política pública centrados en la inclusión de la mujer, aún existen numerosos problemas relacionados con el empoderamiento y la igualdad de género. Ello, debido a que la cultura y las actitudes son lentas para cambiar y seguir perpetuando los roles de género tradicionales; igualmente, las barreras institucionales impiden que las mujeres accedan a los recursos y las oportunidades de manera equitativa y, sumado a esto, la falta de implementación efectiva y monitoreo de políticas. Además, la capacitación de los empleados en las competencias de la igualdad de género también es crucial para transformar las estructuras internas y fomentar un ambiente inclusivo y equitativo. Con base en estas razones, este documento explica y subraya la importancia de abordar estos problemas desde múltiples ángulos

si se quiere avanzar significativamente hacia la verdadera igualdad y el empoderamiento de las mujeres.

Como referente teórico, se acudió al trabajo de Mimbrero, Pallares y Cantera (2017), quienes analizaron las deficiencias observadas en la implementación de la transversalidad de género dentro de las organizaciones, con un enfoque en los conceptos de cultura y clima de género. Esto permitió definir y clasificar el concepto de competencias en igualdad de género. Para caracterizar este término, se recurrió a la teoría sociocultural, prestando especial atención a las contribuciones del enfoque Doing Gender (Heras-Sevilla et al., 2021). Estas competencias se describieron como habilidades que los miembros de una organización podían desarrollar y que influían en la cultura organizacional; asimismo, se consideraron esenciales para la implementación del Mainstreaming de género. Finalmente, se propusieron estrategias de intervención en las organizaciones, orientadas a lograr la equidad entre mujeres y hombres.

La aportación realizada se enmarca dentro de los intereses políticos y científicos relacionados con la igualdad de género, subrayando la necesidad de utilizar indicadores que faciliten la integración del Mainstreaming[1] de género en las organizaciones. A su vez, se relaciona con diversos aportes feministas que destacan la importancia de desarrollar nuevos métodos de análisis para evaluar la situación de mujeres y hombres en contextos organizativos. Estas aportaciones insisten en la necesidad de implementar modelos de evaluación cultural, aumentar la sensibilización sobre los discursos y voces tanto presentes como ausentes, y promover discusiones más amplias y profundas sobre la desigualdad de género en las organizaciones. De este modo, se hace énfasis en la importancia de evaluar y transformar las culturas organizativas para lograr avances hacia la equidad de género.

La relevancia de este trabajo reside en la manera en que se aborda a las organizaciones como sistemas culturales formados por personas, tanto hombres como mujeres, que participan en el mantenimiento o transformación de las culturas organizativas. El estudio aporta conocimiento científico sobre las competencias necesarias para implementar el Mainstreaming de género en el sistema organizacional y ofrece información clave para diseñar estrategias orientadas a identificar y reducir las desigualdades de género. Además, se explora la cultura organizativa desde una perspectiva de género, lo que ha permitido conceptualizar la "cultura de género organizativa" y

[1] Consiste en una estrategia de política pública que busca incorporar la perspectiva de género en las legislaciones y políticas, a fin de promover la igualdad entre hombres y mujeres.

definir el "clima de género" como un elemento inseparable de esta. También se introduce y caracteriza el concepto de "Competencias de igualdad de género," consideradas fundamentales para aplicar el enfoque de igualdad en las organizaciones y fomentar un cambio hacia una mayor equidad entre mujeres y hombres.

Uno de los argumentos económicos en favor de estas propuestas, para mejorar la equidad de género, está respaldado por un estudio del Banco Mundial (2015) sobre la productividad agrícola en Colombia. Este estudio estima que cerrar la brecha de género en el subsector agrícola a partir de las ganancias brutas en casi 1 billón de dólares, permite la ampliación de oportunidades. Además, de tener un impacto en la reducción de la pobreza y mejorar la seguridad alimentaria en la región, que está calculado en 45 millones de personas.

La investigación busca también contribuir a partir de las necesidades de reconocimiento, siguiendo las perspectivas de Nancy Fraser (1995) y Martha Nussbaum (2000), donde se ha subestimado y menospreciado la participación de las mujeres comunitarias en actividades productivas. En la actualidad, existen desafíos adicionales para alcanzar la igualdad de género, tales como son: 1. Los efectos de la globalización, 2. los cambios y transición demográfica, 3. el cambio climático, 4. las condiciones económicas y la desigualdad en el acceso y uso de las tecnologías. De acuerdo con los estudios de género de Magdalena León (1982, 2000), Marcela Lagarde (1996), Celia Amorós (2020), entre otras; las mujeres han tenido un papel fundamental en el ámbito laboral y socioeconómico, donde se evidencia la falta de igualdad y equidad para la participación en sociedad.

Desde esta perspectiva, una mayor equidad en la participación de las mujeres en el ámbito laboral y empresarial amplía sus capacidades desde la modalidad de trabajo comunitario. En el caso de los emprendimientos femeninos, se presentan numerosos obstáculos, lo que se agrava en economías emergentes y subsectores vulnerables de la sociedad, como las mujeres, quienes enfrentan condiciones laborales precarias y una mayor contratación masculina en detrimento de las oportunidades de empleo. Esta propuesta reconoce la importancia de la justicia social, disminución de las diferencias individuales y colectivas, con igualdad de oportunidades. Estos principios deben guiar los esfuerzos en el logro de la equidad de género.

Planteamiento del problema

2.1. Descripción del problema

El impacto de la inequidad de género en el desarrollo económico está respaldado por estudios que demuestran que una mayor participación de las mujeres en la economía puede acelerar significativamente el crecimiento de los países (Cáceres, 2020, ONU, 2017). Cuando se les brinda a las mujeres más oportunidades para participar en el mercado laboral y en actividades económicas, se observa un notable aumento en el crecimiento económico de las naciones. De acuerdo con datos de la Organización de las Naciones Unidas, ONU (2017), si se alcanzaran escenarios económicos más equitativos, el Producto Interno Bruto (PIB) mundial podría aumentar alrededor de un 26%, lo que equivaldría a una expansión de aproximadamente 12 billones de dólares en la economía global. Este hecho, resalta la necesidad de promover políticas que fomenten la igualdad de género, no solo como una cuestión de justicia social, sino también como una estrategia clave para potenciar el desarrollo económico mundial (Fundación Se Valiente, 2020).

En ese orden de ideas, empoderar a las mujeres en las comunidades productoras de cacao puede aumentar el impacto positivo en todos los desafíos clave del desarrollo de la ciudad de Manizales. La base que sustenta esta afirmación es que al ofrecer a las mujeres oportunidades de empleo y obtención de una estabilidad económica que les permita acceder a recursos, capacitación y liderazgo, se fortalecerá su autonomía e independencia y se impulsa un desarrollo más inclusivo y equitativo. Este enfoque no solo eleva la calidad de vida de las mujeres, sino que también contribuye a enfrentar de manera más eficaz los desafíos del desarrollo urbano, promoviendo un crecimiento sostenido y beneficioso para toda la zona rural de Manizales.

Lo anterior, se puede evidenciar en estudios e informes como "The Power of Parity" de McKinsey Global Institute (2016) que destaca que la igualdad de género podría añadir trillones de dólares; igualmente, el Banco Mundial (2021) en el informe “La mujer, la empresa y el derecho” resalta cómo el empoderamiento de las mujeres en el ámbito económico mejora no solo sus condiciones de vida, sino también las de sus comunidades; y finalmente, organizaciones como Oxfam y Heifer International han publicado informes sobre el impacto del empoderamiento femenino en comunidades agrícolas, evidenciando mejoras en la cohesión social y en las dinámicas familiares.

Ahora bien, defender los argumentos económicos para mejorar la equidad de género es uno de ellos, junto con otros resultados de desarrollos positivos como la reducción de la pobreza y una mayor seguridad alimentaria.

Según Rahman (2016), expresidenta de la Fundación Más para Mujeres, si estas tuvieran el mismo acceso a la producción de recursos como los hombres, podrían aumentar el rendimiento en sus proyectos en un 20-30%; esto podría impulsar la producción agrícola en la ciudad y aumentar los ingresos. De todas formas, las agricultoras de todo el mundo participan en todas las etapas de la producción de cacao en diversos grados; el único papel que desempeñan los agricultores hombres casi exclusivamente es el transporte de los granos de cacao a los centros de comercialización y la negociación de ventas. Esto limita la capacidad de las mujeres para beneficiarse económicamente del cultivo del cacao y evita o impide hacer valer sus derechos como productores de cacao.

Así pues, muchas mujeres agricultoras de cacao tienen poca agencia y voz en la toma de decisiones relacionadas con la producción del producto. Pero las mujeres constituyen una gran parte de la mano de obra del cacao y la administración de los centros de cultivo. Por ejemplo, el 25% de los productores de cacao en el país son mujeres, según cifras oficiales (Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas [DANE], 2019). Sin embargo, hay un subregistro significativo de estas cifras debido a un sesgo hacia los agricultores a quienes se definen por la propiedad de la tierra, de la que a menudo se excluye a las mujeres. Particularmente, un número significativamente elevado de mujeres en Caldas proporciona mano de obra en las fincas de cacao, en particular las fincas propiedad de sus maridos y familias (Gobernación de Caldas, 2023); sin embargo, a menudo no se les reconoce su papel en el cultivo del cacao debido a la falta de propiedad de la tierra.

2.2. Pregunta de investigación

¿Cómo influyen las políticas públicas orientadas a la igualdad de género en la sostenibilidad de los emprendimientos femeninos en el subsector del cacao en Manizales?

2.3. Objetivos

2.3.1. Objetivo general

Comprender las condiciones de sostenibilidad en los emprendimientos femeninos, en el subsector de cacao en Manizales

2.3.2. Objetivos específicos

- Reconocer los procesos efectivos y eficientes de producción y consumo de cacao, para la satisfacción de las necesidades de las mujeres y su rol en el mercado de este producto
- Fomentar la sostenibilidad en las iniciativas femeninas en Manizales con respecto en las ideas de negocio del cacao.
- Formalizar y materializar con las emprendedoras un programa concreto y eficaz de empoderamiento comercial con respecto al cacao y a la generación de marca a partir de su potencial como productora competitiva.

Justificación

Las mujeres que le apuestan a los emprendimientos, en especial los agrícolas, raramente son propietarias de la tierra que cultivan; incluso, si trabajan en la misma parcela durante toda su vida no logran fortalecer proyectos productivos que mejoren la calidad de vida. Y es que el acceso a la tierra proporciona facilidad para obtener aprobación de créditos, capital y acceso a los mercados. Sin embargo, este beneficio es negado a las mujeres agricultoras de cacao, sin importar cuánto esfuerzo hagan. Esto limita en gran medida su capacidad para adquirir fertilizantes, semillas de mejor rendimiento o sistemas de riego, que podrían ayudar a aumentar sus ingresos y mejorar sus procesos agrícolas.

En el contexto local, las mujeres tienen menos oportunidades de participar en la organización y formación agrícola, así como en actividades de educación financiera en comparación con los hombres. La razón principal para que esto ocurra es que a pesar de que Manizales y Caldas cuentan con programas de inclusión y formación, las mujeres siguen enfrentando obstáculos que dificultan su participación en la organización agrícola y en la educación financiera. Estos obstáculos incluyen normas culturales y expectativas de género que asignan a las mujeres principalmente tareas domésticas y de cuidado, limitando así su disponibilidad para aprovechar estos programas.

También pueden enfrentar dificultades para acceder a recursos como tiempo y transporte debido a sus responsabilidades adicionales. Además, los programas existentes pueden no estar suficientemente adaptados a las necesidades de las mujeres o no ser promovidos de manera adecuada. La desigualdad en el poder de decisión dentro del hogar y la falta de acceso a redes de apoyo agravan esta situación.

A pesar del anterior panorama, las mujeres pueden participar activamente y ser igualmente representadas como grupo dentro del subsector del cacao. Sin embargo, es un hecho que, debido a la falta de representación, las mujeres tienen menos acceso a la información y al conocimiento sobre las prácticas de producción de cacao, lo que les impide beneficiarse de igual manera. Entonces, para abordar las dificultades, es crucial diseñar e implementar estrategias que superen estas barreras y ajusten los programas de formación y educación financiera para hacerlos más accesibles e inclusivos

Un informe global del Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola, FIDA (2008) también destaca que la mayoría de los miembros de las organizaciones cacaoteras son hombres, mientras que las mujeres tienen una representación mínima. Esto les otorga a los hombres una mayor oportunidad de participar en la toma de decisiones relacionadas con la comercialización del producto. Así, pocas mujeres son miembros de las organizaciones de producción de cacao y aquellas que ocupan cargos formales dentro de estas organizaciones desempeñan roles con poder limitado o nulo en la toma de decisiones estratégicas. Además, las mujeres enfrentan un mayor escrutinio que los hombres cuando asumen roles de liderazgo para demostrar su competencia. Estos factores contribuyen a la limitada integración de las mujeres en la toma de decisiones dentro del subsector del cacao.

Por lo tanto, trabajar por ampliar capacidades desde los emprendimientos femeninos, a través de un modelo de negocio, es un camino para invertir en estrategias de empoderamiento de género en el subsector del cacao. Esto, porque la desigualdad de género representa un riesgo tanto para la industria del cacao y el chocolate, como para la reputación y la seguridad de las cadenas de suministro de las empresas involucradas en la cadena de valor del cacao. Es pues fundamental inspirar y empoderar a las mujeres en todos los niveles del subsector del cacao para promover su crecimiento e integración en la comunidad.

Lo anterior implica reflexionar sobre la utilidad de estrategias efectivas que la cadena de suministro de cacao podría desarrollar para mejorar la participación de las mujeres. A pesar de los esfuerzos por empoderar a las mujeres en el subsector del cacao al año 2024, persisten varias barreras que limitan su inspiración y participación. Las normas culturales y expectativas tradicionales siguen restringiendo el acceso de las mujeres a oportunidades en el sector, mientras que las desigualdades estructurales en educación, tecnología y financiamiento les impiden crecer plenamente.

De la misma manera, la implementación inadecuada de programas de empoderamiento, junto con la falta de modelos femeninos en posiciones de liderazgo, contribuye a una representación insuficiente y desincentiva a nuevas generaciones de mujeres. Igualmente, las decisiones estratégicas suelen tomarse en entornos masculinos, excluyendo las perspectivas femeninas y perpetuando desigualdades. La falta de campañas efectivas de sensibilización y promoción también limita el impacto de los programas existentes. Superar estos desafíos requiere diseñar estrategias inclusivas que aborden directamente estas barreras, promuevan modelos a seguir y aseguren la efectividad y accesibilidad de los programas de empoderamiento para todas las mujeres en el subsector del cacao.

Para lograr esto, se propone la creación de una red que conecte a sus miembros a través de eventos y programas que fomenten el aprendizaje y el crecimiento profesional, aumentando la confianza de las mujeres para asumir roles de liderazgo. Esta iniciativa también sugiere una colaboración precompetitiva en capacitación específica y asistencia técnica para lograr la equidad de género y abordar los problemas generales relacionados con la tenencia de la tierra. A pesar de que las políticas de equidad de género y acceso a oportunidades de desarrollo han estado en vigor desde 1995, su efectividad en el subsector del cacao en Manizales sigue siendo limitada debido a varias razones.

Primero, las normas culturales y sociales persistentes pueden seguir limitando la participación activa de las mujeres, manteniéndolas en roles secundarios dentro del sector. Segundo, las políticas pueden no haber sido adecuadamente adaptadas o implementadas para abordar las necesidades específicas de las mujeres en el contexto agrícola del cacao. Tercero, la falta de acceso a recursos clave, como educación técnica especializada y asistencia financiera, sigue siendo una barrera significativa; también puede haber una falta de coordinación entre los programas de políticas de género y las realidades prácticas del subsector, lo que impide una integración efectiva. Y quinto, la resistencia al cambio y la falta de sensibilización en torno a la equidad de género dentro del sector pueden haber obstaculizado el progreso hacia una verdadera igualdad.

Para mejorar la efectividad de estas políticas, es crucial diseñar estrategias que se alineen mejor con las necesidades locales y promover una colaboración más efectiva entre las partes interesadas en la capacitación y asistencia técnica, la producción, la calidad, la resiliencia climática, la gestión empresarial, la seguridad alimentaria y la toma de decisiones, involucrando a todos los actores relevantes.

En la propuesta se incluye la articulación y el compromiso, fundamentales en el trabajo con proveedores, expertos en desarrollo comunitario, gobiernos y otros socios con el fin de empoderar a las futuras productoras de cacao. Para lograrlo, se busca aumentar el papel de liderazgo de las mujeres en los grupos de productores y crear formularios de cooperativas comunitarias que escalan el trabajo a las cooperativas municipales. En este sentido, la capacitación se adapta a las necesidades de las mujeres, asegurando que las sesiones de formación se lleven a cabo en horarios y lugares adecuados.

Ahora bien, el fortalecimiento de la formación para este tipo de proyectos es parte de la investigación. El plan de acción de género incluye capacitación para apoyar a las mujeres en la planificación del tiempo y la delegación de tareas, lo que les permitirá participar en actividades grupales. Como resultado, esta investigación, con sede en Manizales, diseñará una estrategia en colaboración con proveedores y socios para desarrollar planes de programas y evaluar el progreso. Cabe anotar que esta investigación se basa en la cadena de Transformación- Circulación - Marca y Comercialización; aclarando que no se ha planteado desarrollarlo dentro de un marco productivo agrícola del cacao, sino con un producto ya listo para comercializar, debido a que, posterior a esta investigación, se realizará un inventario de mujeres cacaoteras en Manizales y mujeres potenciales emprendedoras de cacao, en zonas potenciales de siembra, lo que permita aumentar la producción y comercialización; este componente será liderado con la Gobernación de Caldas, desde la Secretaria de Internacionalización, con recursos de cooperación.

Marco de Referencias

4.1. Marco teórico

La construcción de un campo de conocimiento que incluya género, desarrollo productivo y capacidades organizativas es el tema fundante. Para Fraser (2002) existe un elemento fundamental que es el reconocimiento, en el cual el género se establece como un estatus que permite exista una diferenciación, a partir de la base del orden de la sociedad. El rol femenino está marcado por un conjunto de códigos de género omnipresentes en la cultura, con patrones a interpretar y a evaluar dentro de las esferas sociales. La “lucha por el reconocimiento” se está convirtiendo rápidamente en la forma paradigmática del conflicto político a finales del siglo XX. Las reivindicaciones del reconocimiento de la diferencia estimulan las luchas de grupos que se movilizan bajo la bandera

de la nacionalidad, la etnicidad, la raza, el género y la sexualidad. En estos conflictos postsocialistas, la identidad de grupo reemplaza al interés de clase como motivo principal de movilización política. La dominación cultural reemplaza a la explotación en tanto injusticia fundamental. Y el reconocimiento cultural reemplaza a la redistribución socioeconómica como remedio contra la injusticia y objetivo de la lucha política (Fraser, 1995, p.1).

De igual forma se establece como una de las principales características ante el reconocimiento del rol femenino el fenómeno de la injusticia de género, definida por el androcentrismo. Este término se define como un patrón que se encuentra ya institucionalizado en la cultura y que brinda mayor aceptación y nivel a los caracteres asociados con la masculinidad, devaluando todo rasgo o código femenino. Esos patrones dentro de los valores que se encuentran ya institucionalizados en la sociedad estructuran amplias franjas de interacción entre individuos generando comportamientos androcéntricos.

Además, en este contexto, las luchas por el reconocimiento tienen lugar en un mundo de desigualdades materiales exacerbadas: en cuanto a la renta y la propiedad, en el acceso al trabajo asalariado, la educación, la asistencia sanitaria y el tiempo de ocio, aunque también, de manera más evidente, en el consumo de calorías y la exposición a la toxicidad medioambiental y, como consecuencia, en las expectativas de vida y las tasas de enfermedad y mortalidad. “La desigualdad material va en aumento en la mayoría de los países del mundo, en los Estados Unidos y en Haití, en Suecia y en la India, en Rusia y en Brasil” (Fraser, 1995, p. 2).

El resultado de estas relaciones androcéntricas establecidas en la sociedad se refleja en las formas de subordinación dirigidas a las mujeres, incluido el acoso sexual, la agresión o la violencia doméstica, la degradación de las representaciones y estereotipos que se dan a conocer en los medios de comunicación, el menosprecio de la vida y las labores cotidianas de las mujeres y, también, la exclusión y marginación del rol femenino en las esferas y órganos públicos. Para Fraser (1995) la justicia frente al reconocimiento de la mujer requiere de dos dimensiones, una de redistribución y otra de reconocimiento; tal autora propone examinar las relaciones existentes entre ambas esferas y resolver dentro de un mismo contexto cómo se debe conceptualizar el reconocimiento desde la cultura y la igualdad social alcanzando una conjura de las dos. De igual forma señala que el género ha emergido como una dimensión bidimensional con un aspecto político-económico que hace parte de esa redistribución y un lado cultural-discursivo, ligado al reconocimiento. Además, ninguna dimensión es meramente un efecto indirecto del otro.

Sin duda, las dimensiones distributivas y de reconocimiento interactúan entre sí. Pero la mala distribución de género no es simplemente un subproducto de la jerarquía de estatus, ni el reconocimiento erróneo es totalmente un subproducto de la estructura económica. Más bien, cada dimensión tiene cierta independencia relativa de la otra. Ninguno de los dos puede repararse de forma totalmente indirecta. Es una pregunta abierta si las dos dimensiones tienen el mismo peso. Pero reparar la injusticia de género, en cualquier caso, requiere cambiar tanto la estructura económica como el orden de estatus de la sociedad, porque ninguna dimensión sola, será suficiente.

En cuanto a las capacidades de la mujer, Nussbaum (2000) dice que las mujeres en gran parte del mundo carecen de apoyo para funciones fundamentales de una vida humana. En muchas naciones las mujeres no son iguales ante la ley: no tienen los mismos derechos de propiedad que los hombres, los mismos derechos para celebrar un contrato, los mismos derechos de asociación, movilidad y libertad religiosa. Todos estos factores repercuten en el bienestar emocional: las mujeres tienen menos oportunidades que los hombres para vivir sin miedo y disfrutar de tipos gratificantes de amor, como suele suceder. De todas estas formas, circunstancias sociales y políticas desiguales las mujeres son objeto de desigualdad con respecto a sus capacidades humanas.

Ahora bien, las capacidades no son simples habilidades residentes en el interior de una persona, sino que incluyen también las libertades o las oportunidades creadas por la combinación entre esas facultades personales y el entorno político, social y económico Nussbaum (2012, como se citó en Guichot-Reina (2015). A manera de resumen, los resultados muestran que con demasiada frecuencia las mujeres no son tratadas como fines por derecho propio, personas con una dignidad que merece el respeto de las leyes y las instituciones. En cambio, se tratan como meros instrumentos de los fines de otros: reproductores, cuidadores, puntos de venta, agentes de la prosperidad general de una familia. A veces, este valor instrumental es muy positivo; no obstante, la familia natal de una niña con frecuencia la trata como prescindible, ya que ella se irá de todos modos y no apoyará a los padres. Entonces, ¿de qué serviría cuidar su salud y educación de la misma manera que uno cuidaría de un niño? Esta pregunta, que pareciera poco vinculada a esta investigación, es en realidad definitiva, porque incuba el rechazo o la subestimación de lo femenino.

En consonancia con lo anterior, en diversos escenarios se ha tratado a las mujeres como patrocinadoras de los fines de los demás, más que como fines por derecho propio; así este el principio tiene una fuerza crítica particular con respecto a la vida de las mujeres. Finalmente, este

enfoque utiliza la idea de un nivel de umbral de cada capacidad, bajo el cual se sostiene que el funcionamiento verdaderamente humano no está disponible a los ciudadanos; el objetivo social debe entenderse en términos de obtener ciudadanos por encima de este umbral de capacidad.

El enfoque que Nussbaum presenta en relación con dichas capacidades es aplicable universalmente, ya que señala que son importantes para cada ciudadano, en todas y cada una de las naciones tratándolo como un fin. En este contexto se afirma entonces que las mujeres residentes en países en vía de desarrollo se establecen como fundamentales en el proyecto de dos formas: seres humanos que sufren discriminaciones de capacidades y personas que se establecen como pruebas de dicha discriminación ante los diversos enfoques y que permiten definir si hay o no resolución de esos conflictos.

Por otra parte, Boserup (1970) defiende el rol de la mujer en el desarrollo económico de los países. Su teoría en torno a este tema es considerada como un trabajo previo a diversos estudios de género que se enfocan en las mujeres y a la posibilidad de alcanzar un alto desarrollo. De esta forma, la autora explica que el desarrollo que implementa una política internacional no permitía que las mujeres pudieran adelantarse dentro del tercer mundo. Es así como presenta una visión multidisciplinaria que integra cultura y naturaleza, pero antepone a la sociedad como uno de los puntos primordiales dentro de sus planteamientos. De esta forma, el sentido del desarrollo, es concebido a partir de seis conceptos, el ambiente, la población, el nivel tecnológico, la estructura ocupacional, la estructura familiar y finalmente, la cultura.

Por otra parte, estos procesos de desarrollo están implementados dentro de unos marcos analíticos establecidos en seis procesos distintos, la caza y recolección con producción de cultivos, los pueblos autónomos, los pueblos pastoriles, la urbanización, la industrialización, la decadencia agrícola y el cambio cultural de la población. Así mismo, tras los estudios realizados se observó que los esquemas que se han desarrollado en los países del tercer mundo no permiten el mejoramiento del nivel de vida de las mujeres. Con la llegada de la modernidad, las mujeres han separado sus funciones tradicionales, y han sentido la constante necesidad de integrarse en el surgimiento de un nuevo campo de acción. Ante ello, los planificadores de los países han sentido la necesidad y la obligación de crear políticas que tengan como eje central el avance de la mujer, especialmente en las zonas más pobres.

Ahora, con el fin de definir conceptos académicos en relación a esta problemática, surge la perspectiva de GED, (Gender and development GAD), que toma como eje principal el género para

la construcción social de roles y las relaciones que se pueden establecer allí. La finalidad es establecer una posibilidad de redefinir y transformar los roles femeninos y masculinos. Permitió, así, examinar la división sexual del trabajo en determinadas sociedades y hacer visibles aspectos que no se tomaban en cuenta dentro de la división sexual del trabajo.

Antes de que se pueda avanzar más defendiendo una explicación particular de los objetivos sobre la importancia de la mujer y su rol en la presentación de perspectivas sociales y económicas, se debe enfrentar un desafío que ha surgido recientemente, tanto en círculos feministas y en discusiones sobre políticas de desarrollo internacional. La pregunta que debe afrontarse es si se se debería buscar un conjunto de objetivos transculturales en primer lugar, donde las oportunidades de las mujeres están siendo relegadas. Obviamente, las mujeres ya lo están haciendo en muchas áreas. En el subsector informal, por ejemplo, se están organizando cada vez más a nivel local para establecer metas y prioridades.

Pero este proceso es controvertido, tanto intelectual como políticamente. ¿De dónde vienen estas categorías normativas? ¿Y cómo pueden justificarse como apropiados para culturas que tradicionalmente han utilizado diferentes categorías normativas? El desafío pide defender todo nuestro procedimiento, demostrando que no es meramente un ejercicio del poder cognoscitivo ni cultural, es preciso ahondar en las causas del descreimiento en el género femenino como grupo de poder comercial, profesional y político.

Continuando con el desarrollo teórico del componente de emprendimiento, se presenta la investigación de Niebles et al. (2019) denominada: “El emprendimiento en Colombia: análisis del marco legal y su incidencia en la generación de empleo”. Tuvo como objetivo analizar el marco legal diseñado en Colombia para el emprendimiento y su impacto en la generación de empleo. Se aplicó una metodología cualitativa con el respaldo de una exhaustiva revisión documental que implicó la consulta y el examen crítico de diversos recursos, como publicaciones académicas, leyes, estudios de casos y artículos de revistas especializadas. Para cumplir con los objetivos planteados, se desarrolló una matriz de análisis bibliográfico que permitió la selección cuidadosa de documentos relevantes y la extracción de información clave para este estudio.

Los resultados proporcionaron una visión completa de los aspectos del marco legal que fueron susceptibles de mejoras y que, en última instancia, contribuyeron al fomento del emprendimiento en Colombia. Y dado que el emprendimiento representa un pilar esencial en la generación de empleo en el país, las conclusiones finales de la investigación sugirieron oportunidades para

fortalecer el marco legal colombiano en relación con el emprendimiento, lo que, a su vez, condujo a un mayor desarrollo tanto en el ámbito social como económico. Las palabras clave que resumieron esta investigación incluyeron Colombia, desarrollo social, emprendimiento, empleo y economía.

Rodríguez e Ibarra (2013) plantean el trabajo "Los estudios de género en Colombia. Una discusión preliminar". En este artículo, se presentaron los resultados preliminares de un estudio de estado del arte que se centró en la investigación realizada en Colombia desde una perspectiva de género y feminista. Se examinaron las investigaciones realizadas por académicos de tres instituciones académicas líderes en el país: la Escuela de Estudios de Género de la Universidad Nacional de Colombia, el Centro de Estudios de Género, Mujer y Sociedad de la Universidad del Valle y el Centro Interdisciplinario de Estudios de Género de la Universidad de Antioquia, durante el período que abarcó desde 2000 hasta 2010.

Este análisis se enfocó en tres aspectos fundamentales: los temas y problemas de conocimiento que fueron abordados en estas investigaciones, las metodologías que se emplearon y las bases teóricas que sustentaron dichas investigaciones. Estos tres elementos revelaron un panorama diverso y enriquecedor en el que se entrecruzaron las categorías estructurantes de género, etnia y clase. Este enfoque multidimensional puso de manifiesto la importancia de reconocer la intersección de diversas identidades y desigualdades.

Una conclusión destacada fue que el conocimiento generado desde esta perspectiva de género y feminista no se desligó de la acción. Esto implica que las investigaciones no se limitaron a la esfera académica, sino que estuvieron vinculadas a la práctica y a la búsqueda de transformaciones sociales. Esta característica fundamental de las epistemologías feministas y de género enfatizó la importancia de un enfoque que no solo buscó comprender las desigualdades de género, sino que también abogó por la equidad y la justicia en la sociedad.

Así mismo, Zamora (2018) en "El Estado Colombiano ante el Emprendimiento en Clave de Género", destaca las disposiciones constitucionales en Colombia que enfatizaban la igualdad de género y la prohibición de la discriminación. El artículo 43 de la Constitución estableció que mujeres y hombres tenían derechos y oportunidades iguales, mientras que el artículo 13 comprometió al Estado a promover condiciones para que esta igualdad fuera real y efectiva. Además, se reconoció la diversidad étnica y cultural de la nación colombiana en el artículo 7. El gobierno colombiano ratificó tratados internacionales, incluyendo la Convención sobre la

Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW) y la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres, que obligaron al Estado a tomar medidas concretas para abordar la discriminación de género a través de leyes y políticas públicas.

Además, esta investigación también resaltó las políticas públicas diferenciadas que se formularon en respuesta a la diversidad de la población colombiana, especialmente enfocándose en las mujeres, grupos étnicos y población rural. Se subrayó que las mujeres constituían más del 50% de la población en Colombia, y su empoderamiento, especialmente en el ámbito del emprendimiento, se consideró vital para combatir la pobreza y promover la equidad en el país. El trabajo de grado se centró en analizar las políticas públicas relacionadas con el emprendimiento de las mujeres y su impacto en el desarrollo social durante el período 2000-2018. Se planteó la hipótesis de que la efectividad en la implementación de estas políticas se veía obstaculizada por la falta de articulación entre las políticas y las acciones estatales, y se buscó identificar las barreras y variables que podían limitar la efectividad de estas políticas en el contexto de género.

De otro lado, se referencia la publicación del DANE (2022). En la cual se expone que Colombia fue el único país de la región seleccionado para participar en el programa "Las Mujeres Cuentan" de ONU Mujeres, el cual tenía como propósito reforzar las estadísticas relacionadas con cuestiones de género. La primera edición del informe "Mujeres y Hombres: Brechas de género en Colombia" marcó un hito importante al proporcionar información fundamental para avanzar hacia la igualdad de género. La segunda edición de este informe tenía como objetivo principal identificar y evaluar los impactos de la pandemia de Covid-19, con el fin de mitigar sus efectos adversos y avanzar decididamente hacia un desarrollo social y económico sostenible e inclusivo. Además, esta publicación tenía la intención de brindar evidencia que respaldara la agenda pública destinada a cerrar las brechas y desigualdades de género en Colombia.

Esta nueva edición presenta un análisis exhaustivo de indicadores con perspectiva de género, aprovechando las innovaciones introducidas por el DANE en la producción estadística y en las investigaciones con enfoque de género e interseccionalidad. La estructura del informe permitía a los lectores acceder a la información completa o consultar capítulos específicos de su interés. Además de actualizar los indicadores presentes en la edición anterior, se incorporaron temas relevantes como la participación de las mujeres en el ámbito deportivo, la gestión menstrual, la propiedad de la tierra y el liderazgo empresarial femenino, entre otros. El propósito fundamental

de este informe era proporcionar información accesible y relevante sobre las condiciones de desigualdad entre mujeres y hombres, destacando el papel y las contribuciones de las mujeres en la sociedad y subrayando las brechas existentes en distintas áreas.

Igualmente, Díaz y Silva (2017) exponen sobre los "Retos de las políticas públicas para el fomento del emprendimiento femenino en Colombia". Se trata de un estudio que analiza la brecha de género en el emprendimiento en Colombia, utilizando los informes del Global Entrepreneurship Monitor (GEM). El objetivo principal de la investigación fue comprender las causas subyacentes de esta disparidad de género y su relación con el contexto sociocultural, así como con las políticas públicas de emprendimiento implementadas en el país durante el período comprendido entre 2006 y 2016. El análisis destacó cómo la masculinización de ciertos subsectores económicos y del conocimiento, además de las diferencias en el acceso y control de recursos, tanto económicos como no económicos, entre mujeres y hombres, influyeron significativamente en la elección de emprender como una opción laboral.

Estos factores contribuyeron directamente a la persistente brecha de género en el emprendimiento. En las conclusiones, el estudio resaltó la necesidad de incorporar un enfoque de género en las políticas públicas de emprendimiento para abordar de manera efectiva estas desigualdades y promover una mayor participación de las mujeres en el ámbito del emprendimiento. Se enfatizó que el reconocimiento de las diferencias de género y la implementación de medidas específicas para respaldar a las mujeres emprendedoras son esenciales para cerrar esta brecha y fomentar un entorno más equitativo en el emprendimiento. Las palabras clave en este contexto incluyeron emprendimiento, enfoque de género y políticas públicas.

4.2. Marco normativo

4.2.1. Marco normativo nacional

La preocupación por la equidad de género es una propuesta mundial, los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS, 1,5, 8 orientados al fin de la pobreza, igualdad de género y trabajo decente y crecimientos apuestas por un mundo mejor. A la vez, se incluye, el Plan Nacional de Desarrollo de Colombia en el apartado 2. Seguridad humana y justicia social donde se considera que la ampliación de capacidades es un determinante.

El marco normativo relacionado con el fomento de emprendimientos femeninos sostenibles en el área rural de Manizales, Colombia, se compone de una serie de leyes, regulaciones y políticas

del ámbito nacional, departamental y municipal, así como de acuerdos internacionales que buscan promover la igualdad de género y el desarrollo sostenible en esta región. A nivel nacional, la Constitución Política de Colombia establece los principios de igualdad y no discriminación como base legal para empoderar a las mujeres emprendedora. Además, se cuenta con regulaciones específicas que se enfocan en el desarrollo rural y la prevención de la violencia y discriminación de género, creando un ambiente más seguro y equitativo para estas emprendedoras.

El marco normativo para el fomento de emprendimientos femeninos sostenibles en el área rural de Manizales está compuesto por varias leyes y regulaciones clave del contexto nacional: la Constitución Política de Colombia establece principios de igualdad y no discriminación, que sirven de base para promover el empoderamiento de las mujeres. La Ley 1257 de 2008 se centra en la prevención de la violencia y discriminación de género, creando un entorno más seguro para las emprendedoras. Además, la Ley 1779 de 2016 busca fomentar el desarrollo rural integral y puede incorporar enfoques de género para asegurar la participación equitativa de las mujeres en el ámbito rural.

A nivel departamental y municipal, las políticas locales, como las contenidas en el Plan de Desarrollo de Manizales, pueden apoyar la igualdad de género y el empoderamiento femenino en las áreas rurales. Internacionalmente, Colombia está sujeta a acuerdos como la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW), que obliga a garantizar la igualdad de oportunidades para las mujeres. Para una implementación efectiva, es crucial detallar cómo estas normativas se aplican en la práctica, abordando barreras específicas y asegurando que las políticas y programas realmente beneficien a las mujeres emprendedoras en el sector del cacao.

Desde la Alcaldía de Manizales, en el año 2011 se diseñaron los lineamientos de la política pública para las mujeres y equidad de género; así mismo, existe el Decreto 0231 del 27 de abril de 2015, con vigencia a 2025, por el cual se adopta la política pública de desarrollo rural enfoque territorial (2015- 2025) para el municipio, donde la línea estratégica 6.2 enfatiza en el fomento de iniciativas de mujeres rurales, con cualquier tipo de iniciativa, buscando integrar proyectos de perspectiva de género, y la reivindicación de los derechos como una forma de reconocimiento social. El Decreto 0617 de 2019 del municipio de Manizales, es importante de igual manera para la investigación, debido a que adopta la Política Pública de Mujeres y la equidad de géneros en Manizales.

En el ámbito local, Manizales y el departamento de Caldas tienen la capacidad de implementar políticas públicas adaptadas a las necesidades particulares de las mujeres emprendedoras rurales, incluyendo medidas para facilitar su acceso a financiamiento, capacitación, asesoramiento y apoyo técnico. Los programas gubernamentales orientados al emprendimiento rural se alinean con estos objetivos, proporcionando recursos y oportunidades específicas para el desarrollo de proyectos liderados por mujeres en las áreas rurales. Además, a nivel internacional, Colombia ha ratificado acuerdos y convenios que promueven la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres, fortaleciendo aún más el compromiso del país en apoyar a los emprendimientos femeninos en estas zonas. En resumen, la colaboración activa de las mujeres emprendedoras y las organizaciones locales es esencial para adaptar y fortalecer este marco normativo, que debe ser lo suficientemente flexible y adaptable para enfrentar los desafíos cambiantes y promover el crecimiento económico sostenible y la igualdad de género en Manizales.

Particularmente en Manizales se cuenta con el apoyo de programas y redes nacionales y locales, para el fomento del emprendimiento, algunos ejemplos de estos programas son: Fondo emprender, La Red de emprendimiento de Caldas, La secretaria de Tic y Competitividad, Manizales Más, Sello Rosa, entre otros que han sido fortalecidos con el apoyo académico, público y privado.

Por su parte, ***El CONPES 4080*** sobre la Política pública para la equidad de género para las mujeres, hacia el desarrollo sostenible del país, evidencia avances en cuanto a la igualdad y equidad de género en relación con el mayor acceso de mujeres en la educación; sin embargo, se encuentran brechas en tres ámbitos como son autonomía económica, autonomía en la toma de decisiones y autonomía física; y para poder avanzar en el territorio, se aprobó una agenda legislativa con sello de mujer, con la incorporación en los 32 planes de desarrollo regionales de compromisos y presupuestos específicos para el avance de los derechos de las mujeres (CPEM, 2021) y se establece la hoja de ruta de los próximos 8 años para que, en el 2030, Colombia sea el líder internacional en el Objetivo de Desarrollo Sostenible No. 5: Igualdad de Género.

Asimismo, la ***Ley 1014 de 2006*** que busca fomentar la cultura del emprendimiento en el país y la ***Ley 2069 de 2020*** (Política Nacional de emprendimiento), que establece un marco regulatorio moderno e incluyente para la creación y el desarrollo de nuevos emprendimientos y empresas. En cuanto al tema de estudio se destaca el Artículo 52 de promoción a la Asociación de pequeños productores, que deben fortalecer el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural e Innpulsa

Colombia, puesto que se busca el trabajo comunitario en cacao en el que puedan acceder no solo a fortalecer la asistencia técnica, sino también los temas de formalización, financiación que les permita ser escalables. Además, esta ley 1599 de 2019 en el artículo 228 propone fortalecer los encadenamientos productivos y aportar al Plan Nacional de Desarrollo.

Dentro de los principales logros que se destacan del desarrollo de las leyes 1014 de 2006 y la 2069 de 2020, se encuentra el aumento de la creación de empresas –excepto en los años 2020, 2021 por el COVID 19–, un aumento a la cultura emprendedora, fortalecimiento de las redes empresariales; sin embargo, las legislaciones al no hacer énfasis en las mujeres, no se miden resultados específicos de los logros de ellas. Cabe destacar que los artículos 54 y 55 de la Ley 2069 de 2020 referencian los emprendimientos sociales y verdes, pero no hay beneficios que sean distribuidos o tenidos en cuenta por género.

Otro documento normativo es la ***Política Nacional para la Equidad de Género para las Mujeres Rurales (2022- 2030).*** El Gobierno colombiano ha desarrollado esta política para abordar las desigualdades de género en las zonas rurales del país. La política busca mejorar las condiciones de vida de las mujeres rurales y garantizar su participación plena en el desarrollo rural. Esto incluye el acceso a recursos y oportunidades en subsectores como la agricultura y, por lo tanto, afecta directamente a las mujeres involucradas en el cultivo del cacao.

4.2.2. Marco normativo internacional

Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW). Este tratado internacional, adoptado en 1979 por las Naciones Unidas, es uno de los pilares del derecho internacional de los derechos humanos relacionados con la igualdad de género. La CEDAW obliga a los Estados partes a tomar medidas para eliminar la discriminación de género en todas las áreas, incluyendo la economía y la agricultura. Los Estados se comprometen a garantizar que las mujeres tengan igualdad de acceso a la tierra, los recursos y la educación, lo que es fundamental para el empoderamiento de las mujeres en la producción de cacao.

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Los ODS son una iniciativa global adoptada en 2015 que establece metas y objetivos para abordar una variedad de desafíos globales, incluyendo la igualdad de género y la sostenibilidad. El Objetivo 5 se centra específicamente en lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y niñas. Esto se relaciona directamente con la

promoción de emprendimientos sostenibles liderados por mujeres en la agricultura del cacao. Además, el Objetivo 1 busca poner fin a la pobreza, lo que implica mejorar los medios de vida de las mujeres agricultoras de cacao.

Acuerdo de París sobre el Cambio Climático. Dado que el cultivo de cacao es vulnerable a los efectos del cambio climático, el Acuerdo de París es relevante para garantizar la sostenibilidad de los emprendimientos cacaoteros. Los Estados partes en este acuerdo se comprometen a tomar medidas para mitigar los impactos del cambio climático y adaptarse a ellos, lo que puede incluir la promoción de prácticas agrícolas sostenibles en la producción de cacao.

Convenio sobre la Diversidad Biológica (CDB). El cultivo del cacao depende de la biodiversidad, ya que los cacaoteros a menudo se encuentran en ecosistemas diversos. El CDB es un tratado global que promueve la conservación y el uso sostenible de la biodiversidad. El empoderamiento de las mujeres en la producción de cacao puede incluir medidas para proteger la biodiversidad y fomentar prácticas agrícolas sostenibles.

Acuerdos comerciales bilaterales y regionales. Los acuerdos comerciales desempeñan un papel importante en la promoción del empoderamiento de las mujeres en la agricultura del cacao. Estos acuerdos pueden abordar cuestiones relacionadas con el acceso a los mercados, la eliminación de barreras comerciales y la promoción de prácticas comerciales justas que beneficien a las mujeres agricultoras de cacao.

Declaración Universal de Derechos Humanos y Pactos Internacionales de Derechos Humanos. Estos instrumentos establecen principios fundamentales de igualdad y no discriminación que son aplicables a todas las áreas de la vida, incluyendo la agricultura y los emprendimientos. Garantizar que las mujeres tengan igualdad de derechos y oportunidades en la producción de cacao es coherente con estos principios.

Directrices y resoluciones de la FAO. La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, FAO (2023) ha emitido directrices y resoluciones relacionadas con la igualdad de género en la agricultura y el desarrollo rural. Estos documentos proporcionan orientación específica sobre cómo promover la igualdad de género en el subsector agrícola, lo que puede ser aplicado en el contexto del cultivo del cacao.

En conjunto, este marco normativo internacional establece las bases para promover la igualdad de género, eliminar la discriminación, fomentar la sostenibilidad y mejorar el acceso de las mujeres a recursos y oportunidades en el subsector del cultivo del cacao. Los Estados miembros y las

organizaciones relevantes pueden utilizar estos instrumentos para desarrollar políticas y programas que impulsen el empoderamiento de las mujeres en este ámbito, contribuyendo así al desarrollo sostenible y a la equidad de género a nivel global.

En resumen, el marco normativo y político en Colombia establece un sólido fundamento legal y estratégico para promover el empoderamiento de las mujeres en emprendimientos sostenibles y escalables en el cultivo del cacao, que es respaldado por la legislaciones y acuerdos internacionales, donde se ha destacado al país en cuanto a las prácticas sociales y normales legales que promueven la igualdad de género (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE], 2020). Estas disposiciones legales y políticas garantizan la igualdad de género, mejoran el acceso a recursos y oportunidades, y contribuyen al desarrollo sostenible, en este caso, de las comunidades rurales dedicadas al subsubsector del cacao.

De otro lado, las causas de la discriminación persistente que enfrentan las mujeres en el subsector del cacao en Colombia incluyen normas culturales arraigadas que limitan su participación activa, la falta de acceso equitativo a recursos clave como financiamiento y capacitación, y una insuficiente adaptación e implementación de las políticas de igualdad de género. Además, las barreras estructurales, como la desigualdad en la toma de decisiones y la escasez de modelos femeninos en posiciones de liderazgo, perpetúan la exclusión. También contribuyen la falta de sensibilización y promoción efectiva de los programas existentes y la resistencia al cambio dentro de las comunidades rurales. Estas causas requieren un análisis detallado para diseñar estrategias que aborden las barreras específicas y aseguren un acceso más equitativo a las oportunidades de desarrollo.

4.3. Antecedentes

En este apartado se hará un recorrido por las obras tanto de carácter nacional como internacional alrededor de los proyectos, emprendimientos e ideas de negocio a partir del cacao, para que den cuenta del trabajo hecho, las maneras de llevarlos a cabo y la forma en que desarrollaron los objetivos planteados.

4.3.1. Antecedentes nacionales

Torres (2020) en el trabajo de grado “Plan de negocio para el cultivo de cacao (theobroma cacao) bajo un sistema agroforestal en el municipio de paz de Ariporo (Casanare)”, propone una

iniciativa empresarial alrededor de la producción y comercialización, a través de una técnica mucho más amigable con el equilibrio de los suelos y la conciencia sobre la estabilidad del medio ambiente y de los ecosistemas que estos albergan, con lo cual no solo es posible explotar un nicho en el mercado que viene respaldado por el monocultivo de otros productos. El objetivo general de la investigación es desarrollar un plan de negocio para el cultivo, producción y comercialización de cacao (Theobroma Cacao) orgánico, dentro de un sistema agroforestal en la Finca Villa Mónica del municipio de Paz de Ariporo. La metodología elegida fue mixta, el instrumento fue la entrevista, a partir de un alcance exploratorio.

De acuerdo con los resultados de las encuestas es posible decir que el municipio de Paz de Ariporo por parte de los dueños de las fincas, muestra interés por cultivar cacao y comercializarlo, lo que se puede lograr gracias a formas amigables con la naturaleza además de que es rentable; esto, en contra del impacto ambiental negativo de la actividad económica principal, la ganadería extensiva tradicional, porque el cacao es viable como negocio y puede llegar a remplazar o alternarlo con la actividad principal.

Vargas (2018) en el artículo: "La producción y las exportaciones de cacao colombiano entre 2007 y el 2016: desafíos para lograr mayor competitividad en el mercado internacional", muestra cómo la producción de semillas de cacao en el país ha aumentado con respecto a los años anteriores, además la calidad de la semilla ha mejorado también; sin embargo, en el mercado internacional países como Perú y Ecuador han progresado notablemente con respecto a la producción y comercialización de este producto. La pérdida de liderazgo en este sentido, ha tenido que ver con la influencia del conflicto armado interno y por la pobre infraestructura de transporte en campo para llevar las semillas desde el lugar de cosecha hasta los puertos de embarcación para el producto final, lo que afecta el precio de venta y costo totales.

Desde las experiencias, existe una clara pérdida de participación por parte de los productores de cacao en el país, ya que si bien el 2016 registró un aumento considerable si se toma en cuenta el periodo de 2011 a 2014, no ocurre lo mismo si se le compara el comprendido entre 2014 y 2015. La pregunta de investigación de este estudio fue: *¿Por qué Colombia no registró un mejor avance en la producción y exportación de cacao entre los años 2007 y 2016 y cuáles fueron los factores que limitaron su desarrollo?* Y el objetivo que se pretende alcanzar es evaluar el comportamiento de la producción y las exportaciones de cacao colombiano entre el 2007 y el 2016 teniendo en cuenta los desafíos para lograr una mayor competitividad en el mercado. La metodología fue

cuantitativa de alcance descriptivo, pues el tema ya se ha estudiado con alguna recurrencia y lo que se pretende es caracterizar con mayor nivel de profundidad el tema.

La principal conclusión que obtuvo el autor fue que Colombia aún está rezagada en cuanto a la adaptación de mejores herramientas tecnológicas para optimizar la producción de las semillas de cacao, cuestión que incide directamente en el nivel de producción del producto final en comparación con las cantidades que logra el mercado peruano y ecuatoriano.

El estudio "Diagnóstico de la producción y comercialización de los productores de Cacao asociados a la Federación Nacional de Cacaoteros (Fedecacao) en el municipio de Lebrija Santander" realizado por Mateus y Reyes (2018) expone que la semilla de cacao que se produce en Colombia tiene una calidad genotípica alta; gracias a eso existe un gran potencial para su producción y comercialización: No obstante, el problema que afecta estas expectativas tiene que ver con factores de optimización agrícola para asegurar una producción continua y de calidad para conseguir mejor competitividad.

El objetivo del trabajo de grado fue realizar un diagnóstico de la producción y comercialización de los productores de Cacao asociados a la Federación Nacional de Cacaoteros (Fedecacao) en el municipio de Lebrija, Santander. Para lograrlo se usó una metodología de enfoque cuantitativo con alcance descriptivo. El instrumento para la recolección de la información fue la encuesta, a partir de la cual se interpretaron los datos obtenidos mediante la posterior operacionalización de variables. Entre las conclusiones más importantes, se destaca que el factor tecnológico es crucial para optimizar la permanencia de la producción y para aumentar el aumento de la calidad de la semilla. Todo esto en conjunto, causará la disminución de costos y garantiza la tradición cacaotera de la región.

Por su parte, la investigación de Caicedo (2021), se enfocó en examinar los efectos que los factores socioeconómicos, ambientales y de innovación tienen en la sostenibilidad del cultivo de cacao en el municipio de Tumaco, localizado en Nariño, Colombia. El estudio exploró cómo los productores de cacao en esta región experimentan tanto impactos positivos como negativos en su actividad agrícola. Entre los aspectos analizados se destacan la resistencia a la implementación de prácticas agrícolas innovadoras y la falta de formación continua para mejorar las habilidades de los agricultores. Utilizando técnicas estadísticas y métodos de evaluación de la sostenibilidad, la investigación arrojó resultados significativos. En resumen, los hallazgos indican que la producción de cacao en Tumaco enfrenta desafíos en términos de sostenibilidad social debido a un bajo índice

de desarrollo humano, la falta de innovación en las plantaciones, bajos ingresos per cápita de los productores y una productividad limitada. Además, se observa una alta incidencia de enfermedades en las plantaciones y la deforestación de los bosques para dar paso a otros cultivos, lo que agrava la situación. La investigación también resalta la insuficiente participación de las instituciones gubernamentales y otros actores del subsector, lo que podría conducir al continuo abandono y la disminución de las áreas de cultivo de cacao en la región si no se toman medidas adecuadas para abordar estos problemas.

Así mismo, en el estudio realizado por Coronado-Silva, (2017), s afirma que, en el pasado, se abordó la sostenibilidad en el subsector cacaotero del municipio de El Playón (Santander). Se identificaron dos problemas principales: el bajo rendimiento y la baja calidad del grano de cacao. En el primer caso, la producción de grano en 2012 presentó dificultades, ya que un 70% de los predios produjeron menos de 320 kg/ha debido a los daños causados por la enfermedad Moniliophthora roreri, que superaron el 50%. Además, la tecnología de manejo del cultivo variaba entre los agricultores, y la asistencia técnica tenía una cobertura inferior al 50%. Los agricultores carecían de recursos para invertir en la modernización de sus cultivos. Por otro lado, la fermentación y el secado deficientes resultaron en cacao de calidad inferior. El mercado, que operaba de manera un tanto informal, desincentivaba a los productores para introducir mejoras en las actividades de beneficio.

Como respuesta a esta problemática, se propuso la creación del Clúster de Cacaos Especiales del municipio de El Playón (S. CCEMP), que se basó en un análisis de las debilidades y fortalezas del sistema de producción en el contexto de la competitividad sostenible, siguiendo el enfoque del diamante de Porter (1998). En este análisis, se identificaron determinantes relacionados con las condiciones de los factores de producción, las condiciones de la demanda, los actores asociados y la estrategia competitiva. Estas recomendaciones se presentaron con el objetivo de consolidar el clúster y aprovechar las ventajas competitivas en la producción de cacao de alta calidad.

El informe proporcionado por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural en marzo de 2020, denominado: “Cadena de Cacao” presentó una visión detallada de la cadena de cacao en Colombia. Se destacó que existían aproximadamente 65,341 familias involucradas en la producción de cacao en 422 municipios de 27 departamentos del país, con un promedio de 3 hectáreas de cacao por productor. El 95% del cacao colombiano fue reconocido por la Organización Internacional del Cacao como de "fino sabor y aroma". En 2019, la producción de cacao alcanzó

las 59,740 toneladas en 183,497 hectáreas, generando 165,000 empleos directos e indirectos. Además, se observó un aumento en la producción y en los precios internacionales de cacao. En términos de comercio exterior, México fue el principal destino de las exportaciones de cacao colombiano, y se observó una disminución en las importaciones en 2019. El informe también destacó la contribución del Fondo de Fomento Cacaotero en el financiamiento de la investigación, transferencia de tecnología y desarrollo de la cadena de cacao en el país.

Igualmente, se comparó la demanda de cacao por parte de Casa Luker y Nutresa en un estudio de 2012, encontrando que ambas empresas representaron alrededor del 84.5% de las compras de cacao en promedio entre 2004 y 2011. Casa Luker comenzó a incursionar en el mercado de chocolate premium en 2011 con la siembra de la primera plantación de cacao fino y posteriormente lanzó la marca Luker Cacao Fino de Aroma. Exportaron a más de 35 países desde su fábrica en Bogotá. Por su parte, la Compañía Nacional de Chocolates, parte de Grupo Nutresa, compraba el 50% del cacao producido en Colombia y lideraba proyectos a favor de los cacaoteros desde hace 60 años. En cuanto a las exportaciones de chocolate desde Colombia, las dos principales empresas exportadoras eran Compañía Nacional De Chocolates SAS y Casa Luker SA, que exportaron grandes cantidades de chocolate. Casa Luker centró sus esfuerzos de exportación en mercados como Estados Unidos, México, Canadá y el Reino Unido. El Grupo Nutresa tenía presencia en Colombia, Centroamérica, Ecuador y Perú, y estaba trabajando en consolidar su presencia en México.

Otro artículo, de Meza et al. (2020), describe un estudio de prospectiva realizado en el subsector cacao con el propósito de informar la creación de programas de capacitación universitaria en el subsector agroindustrial en 2032. Para llevar a cabo este estudio, se aplicó el método Delphi a dos rondas, invitando a grupos de interés del subsector. El objetivo era reducir la incertidumbre en la toma de decisiones y proponer temas, innovaciones y tecnologías que serían esenciales para el desarrollo de programas de capacitación en Risaralda. Entre los resultados más destacados se identificaron 42 temas y tecnologías en cuatro categorías principales, que servirían como base para la creación de estrategias de capacitación y transferencia. Como conclusión, se destacan siete estrategias y programas de capacitación relacionados con buenas prácticas, certificaciones internacionales, adopción de tecnologías emergentes en nanotecnología y fomento de la colaboración en el subsector. Este estudio contribuye a la planificación a largo plazo y el fortalecimiento de la industria agroindustrial en la región de Risaralda.

No obstante, Fedecacao en 2021, reportó que la producción de cacao en Colombia alcanzó un récord histórico de 69,040 toneladas, lo que representó un aumento del 8.9% en comparación con el año anterior. A pesar de los desafíos causados por la pandemia, el subsubsector cacaotero del país mostró un crecimiento constante en los años 2020 y 2021, con un aumento del 6.1% y 8.9%, respectivamente. Estos resultados positivos se atribuyen en gran medida a un programa de renovación de cultivos de cacao que ha logrado renovar aproximadamente 9,600 hectáreas en 2021. Las exportaciones de cacao y productos derivados también aumentaron, con un crecimiento del 7.5% en las exportaciones de grano seco y un aumento del 19.7% en los productos transformados, como el chocolate y la manteca de cacao. En general, estos logros reflejan el compromiso de los cacaocultores colombianos y la cadena de cacao y chocolate en el crecimiento sostenible de la industria del cacao en el país.

Finalmente, cerrando estos antecedentes investigativos nacionales, se encuentra el estudio, realizado por Lafaux y Polanco (2022) el cual se enfocó en evaluar los sistemas de producción de cacao en la vereda San Luis Robles, Tumaco, y su impacto en aspectos socioeconómicos y ambientales. El cacao en esta región enfrenta desafíos relacionados con la competitividad y sostenibilidad debido a la falta de tecnificación, formación insuficiente de los productores, cambio climático, enfermedades, material de propagación obsoleto, edad avanzada de las plantaciones, presencia de cultivos ilícitos y costos elevados de insumos agrícolas.

La investigación se centró en comparar dos sistemas de producción: el sistema tradicional mejorado y el sistema comercial. Los resultados indicaron que ambos sistemas enfrentan problemas de sostenibilidad debido a la falta de manejo de las plantaciones, baja innovación, enfermedades, problemas en el proceso de postcosecha, ingresos reducidos por las ventas, falta de conocimiento en gestión ambiental y deficiencias en las políticas públicas y la coordinación institucional. El estudio aporta información valiosa para establecer directrices con el objetivo de desarrollar un sistema de producción sostenible de cacao de alto valor comercial que contribuya a la sostenibilidad del subsector cacaotero en el municipio de Tumaco. Las palabras clave del estudio incluyen sistema productivo, cacao, MESMI, directrices y sostenibilidad.

Por su parte, Ordóñez et al. (2021) analizaron que el comportamiento dinámico de la economía local en el país se ha convertido en un fenómeno de gran relevancia en la actualidad, y una de las fuerzas impulsoras detrás de este cambio significativo es el empoderamiento femenino a través del emprendimiento y la innovación. En este contexto, el artículo tiene como objetivo principal llevar

a cabo una revisión sistemática de la literatura que se centra en el papel de las mujeres en contextos emergentes, abordando específicamente los conceptos de empoderamiento, emprendimiento e innovación. El proceso metodológico empleado en este estudio implica la exhaustiva búsqueda de artículos científicos previamente publicados que se enfoquen en el empoderamiento de las mujeres en el desarrollo de actividades emprendedoras y en la promoción de la innovación. La intención de los autores fue recopilar, analizar y sintetizar los hallazgos más relevantes de esta investigación para comprender mejor el impacto de las mujeres en la economía local y, en última instancia, en el crecimiento económico del país.

La revisión de la literatura reveló resultados significativos que destacan la contribución de los emprendimientos liderados por mujeres al desarrollo económico. Estos emprendimientos no solo generan empleo y fomentan la actividad empresarial, sino que también se caracterizan por altos estándares de innovación y un fuerte compromiso con la sostenibilidad ambiental. Esta convergencia entre el empoderamiento femenino y la innovación empresarial demuestra la importancia de apoyar y fomentar la participación activa de las mujeres en el mundo empresarial.

Además, el artículo también aborda cómo las mujeres han venido participando en procesos organizativos y en la creación de iniciativas emprendedoras en un contexto patriarcal. Se destaca cómo estas acciones pueden tener un impacto significativo en los entornos domésticos y comunitarios, desafiando las normas tradicionales y promoviendo la equidad de género. Finalmente, el empoderamiento femenino a través del emprendimiento y la innovación está desempeñando un papel crucial en la transformación de la economía local de un país. La literatura existente respalda la idea de que las mujeres no solo son agentes activos en la economía, sino que también están liderando la vanguardia de la innovación y la sostenibilidad, lo que tiene un impacto positivo en el desarrollo económico y social en general.

Las expectativas sobre la incorporación laboral de las mujeres y su autoempoderamiento son variadas y, en ocasiones, ingenuas en el ámbito del trabajo femenino y la equidad de género. A pesar de su participación activa en la producción económica, todavía se les asigna el peso de las responsabilidades del hogar, consideradas tradicionalmente femeninas. Este artículo subraya la necesidad de investigaciones más profundas en el empoderamiento de la mujer. Se requiere establecer futuras líneas de investigación que exploren el emprendimiento e innovación femenina desde perspectivas profesionales, empresariales y de género. Los resultados actuales muestran que la mayoría de los estudios emplearon enfoques separados, lo que indica la necesidad de enfoques

mixtos que aborden de manera integral el empoderamiento, el emprendimiento y la innovación femenina, así como la equidad de género.

Los emprendimientos femeninos tienen un papel crucial en la redefinición de los roles de género en la sociedad contemporánea. Estos negocios pueden reducir el desempleo, impulsar la innovación y mejorar la equidad de género. Las mujeres han desarrollado poder a través del conocimiento, la iniciativa y el autocontrol, lo que les ha permitido acceder a roles de liderazgo y representación política. El empoderamiento de la mujer continúa creciendo y generando resultados notables. Desde una perspectiva de género, las mujeres se investigan como sujetos productivos, participando activamente en la vida pública y la toma de decisiones. Esto refleja la necesidad de que las mujeres decidan emprender y contribuir económicamente en su hogar y comunidad. En síntesis, el empoderamiento y la participación de las mujeres en el mundo laboral y empresarial están en constante evolución, con un impacto significativo en la sociedad y la economía.

Así mismo, Muñoz-García et al. (2021) abordan dos conceptos clave: el emprendimiento y el empoderamiento, centrándose especialmente en el empoderamiento de las mujeres rurales en el departamento de Antioquia, Colombia, a través de sus emprendimientos. El emprendimiento se define como la capacidad de iniciar nuevos proyectos y superar desafíos, incluyendo aquellos relacionados con la agricultura, servicios y tecnología en entornos rurales. El empoderamiento, por otro lado, se describe como un proceso que fortalece las capacidades, confianza y protagonismo de las personas para generar cambios positivos en su entorno.

El enfoque principal de este trabajo es el mapeo investigativo o mapeo de actores, una técnica que identifica y analiza los actores clave y su influencia en proyectos específicos. En este caso, las protagonistas son las mujeres rurales emprendedoras de Antioquia. Aunque se investigaron solo siete iniciativas en algunos municipios, se consideran representativas de la comunidad de emprendedoras de la región.

El estudio es cualitativo y adopta la modalidad fenomenológica, lo que permite al investigador comprender, interpretar y describir la realidad de las mujeres rurales emprendedoras. Se espera que este mapeo investigativo contribuya a la descripción y documentación del emprendimiento rural femenino en Antioquia, sirviendo como base para futuras investigaciones en este campo. El aporte es que se destaca la importancia del empoderamiento femenino para que las mujeres puedan participar de manera equitativa en la toma de decisiones y superar ciclos de discriminación y violencia, especialmente en contextos rurales. A pesar de enfrentar desafíos como la falta de

educación, las mujeres rurales demuestran un notable liderazgo y resiliencia en sus emprendimientos. Para fortalecer estos esfuerzos, es crucial desarrollar políticas y estrategias específicas que atiendan las necesidades de género, proporcionen formación en emprendimiento y apoyen la sistematización de la experiencia, promoviendo así la igualdad y la independencia económica y social de las mujeres.

Por su lado, Díaz et al. (2015) exponen el "Plan de Negocios para el aprovechamiento del Cacao producido en el departamento de Santander Colombia"; en un entorno global altamente competitivo y en constante evolución, donde las necesidades humanas cambian constantemente, es esencial analizar y comprender los gustos y requerimientos individuales. Esto se debe a que el éxito de las empresas radica en su capacidad para adaptarse continuamente y ofrecer productos o servicios innovadores que satisfagan de manera personalizada a cada cliente. Además, la comercialización en un mercado en constante cambio es fundamental para el éxito empresarial.

El proyecto que presentaron los investigadores, se enfoca en la creación de un plan de negocios que agrega valor a un producto tradicional. Este valor adicional se logrará mediante la incorporación de una amplia variedad de frutas y verduras libres de químicos y conservantes. El objetivo principal de esta iniciativa es mejorar la salud, el bienestar y la integridad de las personas que consumen estos productos. Esto responde a la creciente demanda de opciones más saludables y naturales en el mercado actual.

Ahora bien, Rojas (2019) realizó el trabajo: "Plan de negocio para la comercialización de cacao orgánico al mercado canadiense". Afirma que el proyecto de comercialización de cacao orgánico nace de la necesidad de introducir en la alimentación de las personas un producto que aporte la cantidad adecuada de calorías de manera práctica y accesible en todo momento y lugar. La elección de Canadá como mercado principal de exportación se fundamenta en la presencia de un considerable número de pacientes diabéticos que buscan sustituir los edulcorantes artificiales en sus bebidas por opciones naturales. El cacao orgánico se presenta como una solución atractiva para estos consumidores, ya que permite endulzar de manera saludable y natural sin comprometer su salud.

Este proyecto se alinea con la creciente demanda de productos orgánicos y naturales a nivel internacional y busca beneficiar tanto a los consumidores como a los productores de cacao, fomentando la sostenibilidad y promoviendo la salud. Las palabras clave que resumen este proyecto

son: cacao, exportación, diabéticos, sostenibilidad y salud, destacando la importancia de abordar las necesidades de un mercado específico mediante la oferta de productos naturales y orgánicos.
En otro estudio, Ascencio et al. (2022), plantean la "Formulación de un proyecto social para la fabricación y comercialización de chocolate artesanal que permita mejorar la calidad de vida de las mujeres campesinas de la asociación Amucol del municipio Planadas, Tolima". Este trabajo tuvo como objetivo desarrollar un proyecto de emprendimiento social que se centró en la fabricación y comercialización de chocolate artesanal con el propósito de mejorar la calidad de vida de las mujeres campesinas de la asociación Amucol en Planadas, Tolima. El proyecto abordó la identificación de problemas y oportunidades en un contexto de vulnerabilidad y baja calidad de vida de las mujeres de la asociación. Además, incluyó un análisis de mercado que definió el producto, el mercado objetivo, los aliados clave y las estrategias de marketing para aumentar la competitividad en el mercado.

Los aspectos clave para un emprendimiento incluyen una definición clara del producto, que debe destacar sus características, beneficios y diferenciadores en el mercado. Conocer el mercado objetivo es esencial para enfocar las estrategias de marketing y ventas, lo que implica entender las características demográficas, psicográficas y comportamentales de los clientes potenciales y sus necesidades específicas. Identificar aliados clave, como proveedores, distribuidores y socios estratégicos, fortalece el emprendimiento al proporcionar recursos, conocimientos y redes cruciales. Además, desarrollar estrategias de marketing efectivas es fundamental para aumentar la competitividad en el mercado, lo que incluye promover el producto, establecer precios adecuados, gestionar la distribución y comunicar eficazmente con el mercado objetivo. Estos elementos permiten a los emprendedores captar y retener clientes, diferenciarse de la competencia y asegurar la sostenibilidad y el crecimiento a largo plazo del negocio.

Se proyectaron los recursos necesarios, tanto operativos como financieros, para poner en marcha este emprendimiento social, considerando la financiación de socios clave y alianzas con empresas y campesinos locales. El enfoque del proyecto se basó en la sostenibilidad y la innovación, con un modelo de generación de proyectos. En resumen, este trabajo se centró en la planificación y creación de un emprendimiento social que buscó mejorar las habilidades de las mujeres campesinas en el uso de tecnologías de información innovadoras para aumentar las ventas de productos de cacao, promoviendo prácticas ambientales limpias y generando bienestar en la

asociación Amucol. Aunque se identificaron necesidades financieras considerables para iniciar el proyecto, se reconoció que las ganancias podrían ser limitadas.

Rojas (2023) adelantó el estudio: "La participación femenina en el sistema productivo de cacao (Theobroma cacao L) desde la Red de Mujeres de la Asociación de Campesinos de Arauca en el municipio de Arauquita, departamento de Arauca". Esta investigación examinó la participación de las mujeres en la producción de cacao en el municipio de Arauquita, departamento de Arauca, a través de la Red de Mujeres de la Asociación de Campesinos de Arauca (ACA). Se utilizó un enfoque epistemológico feminista para describir y analizar las relaciones de género en el hogar y en el sistema productivo de cacao. Los métodos de recopilación de información incluyeron entrevistas semiestructuradas y una ficha de caracterización del sistema productivo de cacao. Se confirmaron los roles desempeñados por las mujeres en el hogar y en la producción de cacao, y se destacó que a través de la Red se promovía una identidad de mujer campesina relacionada con la producción agrícola, lo que visibilizaba el papel de la mujer rural.

Además, se observaron transformaciones generacionales en la participación y toma de decisiones de las mujeres en relación con la propiedad de la tierra, su participación en los procesos de decisión dentro de la finca y la evolución de los roles de género en el hogar. Las palabras clave incluyen mujer rural, roles, participación y Red de Mujeres. La conclusión de este estudio es que las mujeres en la agricultura familiar de cacao desempeñan un papel crucial en la seguridad alimentaria, empleo rural y generación de ingresos, evidenciando un aumento en su participación productiva, que históricamente ha estado limitada a labores domésticas. A medida que asumen más actividades en el sistema productivo del cacao, liderando procesos agroindustriales y comercialización, se observa su empoderamiento económico. Estas transformaciones generacionales y el mayor acceso a formación y capacitación han permitido que las mujeres participen activamente en la toma de decisiones. Sin embargo, la ruptura de la Red de Mujeres de Arauca, debido a la violencia y amenazas a líderes, ha frenado estos avances en el empoderamiento femenino.

4.3.2. Antecedentes internacionales

En el ámbito internacional Bay(2011), en su trabajo de grado "Producción y comercialización de cacao (Theobroma de cacao), en el parcelamiento Pueblo Nuevo, municipio de Ixcán, departamento de Quiché", expone que el Parcelamiento Pueblo Nuevo basa su economía en la

agricultura de subsistencia y en el subsector comercio, fuentes de ingresos que no son suficientes para disminuir la pobreza extrema, el analfabetismo y el desempleo de este territorio geográfico, factores que generan estancamiento de la productividad y desarrollo económico.

Con el fin de contrarrestar esta situación, el autor muestra que es importante diversificar los cultivos y aprovechar mucho más la tierra para sembrar productos no tradicionales para generar ingresos económicos alternativos. El objetivo general fue incrementar los ingresos económicos de las familias del parcelamiento Pueblo Nuevo mediante la producción y comercialización de cacao. En este trabajo, la metodología utilizada fue cuantitativa y el instrumento para recolectar la información fue la encuesta a productores sobre la diversificación de cultivos. La principal conclusión que obtuvo el autor indica que el cacao, como producto alterno para cultivar, representa una rentabilidad del 89%, que se traduce en ingresos importantes para la economía.

La investigación hecha por Fontagro (2019) "La Cadena de Valor del Cacao en América Latina y El Caribe", aborda la importancia que ha tenido el cacao para la economía de los países latinoamericanos y del Caribe, pues se ha constituido como una opción de reemplazo de cultivos ilícitos en naciones que adelantan procesos de paz, así como opción alterna ante otros cultivos menos rentables. El problema detectado es la necesidad de implementar estrategias de renovación tecnológica y modernización productiva, gracias a la suma de capacidades y complementación de esfuerzos, mediante el establecimiento de una plataforma que permitirá acortar los tiempos de desarrollo tecnológico.

La metodología definida contempló la priorización de departamentos y cadenas productivas a través de reuniones concertadas con los Consejos Nacionales de Cadena y las Secretarías de Agricultura departamentales, respectivamente. La conclusión que más resalta expone que, efectivamente, la modernización de las formas de cultivos, la diversificación de los mismos y el esfuerzo de todos los actores involucrados en estos procesos incrementa la rentabilidad de la producción del cacao en los países latinoamericanos y del Caribe.

Por otro lado, Vásquez-Barquero (2000) en su trabajo dice que en las últimas dos décadas se ha asistido a un importante cambio en la conceptualización del desarrollo económico. Frente a la visión del desarrollo exógeno, de carácter redistributivo, que incentivaba la atracción de capitales y empresas externas para impulsar el crecimiento económico de las regiones periféricas, se ha ido abriendo camino la aproximación del desarrollo endógeno que considera que las economías de las regiones y localidades pueden crecer utilizando el potencial de desarrollo existente en el territorio.

Se ha reconocido que los sistemas locales de empresas juegan un papel relevante en los procesos de crecimiento y cambio estructural, dado que, igual que las grandes empresas, impulsan la formación de externalidades y, por lo tanto, rendimientos crecientes y desarrollo económico. Además, las iniciativas locales se han convertido en una de las formas preferentes de la política de desarrollo, fortaleciendo los factores inmateriales del crecimiento y la organización del territorio, que los procesos de ajuste y reestructuración productiva necesitan.

El estudio de Vásquez-Barquero (2000) se propone definir el marco conceptual del desarrollo económico local y plantear las líneas de actuación que favorecen la competitividad de las economías locales en un sistema de intercambios abierto, globalizado y cada vez más competido; inicia con la definición del concepto de desarrollo económico local. A continuación, se analiza a través de qué mecanismos la dinámica de los sistemas locales de empresas condiciona los procesos de desarrollo territorial, de regiones, comarcas y ciudades, y se argumenta que el desarrollo endógeno se ha convertido en uno de los modelos que orientan las políticas de ajuste y cambio estructural.

Después de analizar sus ventajas e inconvenientes, el informe finaliza con algunas recomendaciones que conviene considerar a la hora de promover estrategias de desarrollo económico local. La Pregunta que se formula en esta investigación es: *¿Los modelos de desarrollo económico local son una construcción teórica o funcionan en la realidad, los factores que explican la competitividad de las empresas locales, el tipo de procesos motivan el desarrollo de los sistemas locales de empresas, y los factores y procesos que explican el desarrollo endógeno?*

El artículo utilizó una metodología totalmente cualitativa, toma el contexto de las reformas de modernización del Estado y de estrategias de reestructuración productiva que vienen adelantándose en los países de América Latina y resalta la creciente importancia de las economías locales. El desarrollo económico de los distintos países sigue siendo territorialmente concentrado e inequitativo, razón por la cual no ha sido posible aprovechar el potencial productivo de los territorios, lo que, a su vez, constituye una de las causas del aumento de la pobreza. De esta manera, la discusión sobre la función que tienen las localidades en la promoción de desarrollo económico dentro de un contexto de gestión descentralizada, está en la agenda de temas emergentes para los países de la región.

En este sentido y como parte de los trabajos que se adelantan en la CEPAL -División de Desarrollo Económico, con el apoyo de la República Federal de Alemania a través de la Sociedad

Alemana de Cooperación Técnica-GTZ- se está ejecutando el Proyecto "Desarrollo Económico Local y Descentralización", el cual aborda la temática planteada con el objetivo de contribuir al fortalecimiento de la institucionalidad territorial para la promoción económica, contribuir al fortalecimiento de la vinculación entre descentralización y desarrollo económico local y aportar a la reflexión para efectos de política. En este contexto, el documento elabora una reflexión general a fin de definir un marco conceptual del desarrollo económico local sobre el cual se fundamentaron los posteriores estudios de caso con el ánimo de plantear las líneas de actuación que favorecen la competitividad de las economías locales en un sistema de intercambios abierto, globalizado y cada vez más competido.

Algunos puntos importantes de este texto son: en las economías de mercado, la mejora del bienestar local depende de contar con un sistema productivo eficiente que aproveche los recursos disponibles y fomente la innovación. Un sistema productivo con encadenamientos adecuados puede generar economías de escala, lo que resulta en una mayor eficiencia y competitividad. La introducción de innovaciones también juega un papel crucial al optimizar los procesos productivos y permitir un uso más efectivo de los recursos. De esta forma, la capacidad de adaptación y evolución del sistema productivo es esencial para alcanzar un crecimiento sostenible y un bienestar incrementado en las comunidades locales.

El desarrollo económico local implica un proceso complejo de crecimiento y cambio estructural en una región específica. Este proceso se puede analizar desde tres dimensiones clave: económica, sociocultural, y política y administrativa. La dimensión económica se refiere a un sistema productivo eficiente que maximiza el uso de los factores productivos y mejora la competitividad. La dimensión sociocultural abarca el papel de las relaciones económicas y sociales, las instituciones locales y los valores en el desarrollo. Finalmente, la dimensión política y administrativa se centra en cómo las iniciativas locales pueden crear un entorno favorable para la producción y el desarrollo sostenible.

Ahora, el modelo de desarrollo endógeno contrasta con el exógeno en varios aspectos importantes. En primer lugar, el desarrollo endógeno puede ser difuso y no estar concentrado en grandes ciudades. Además, permite que los sistemas locales de empresas lideren el crecimiento y el cambio estructural al generar economías de escala y reducir costes de transacción. Las formas de organización social y los valores locales también flexibilizan los mercados de trabajo,

permitiendo a las empresas trabajar con bajos costes. Finalmente, la sociedad civil tiene un papel activo en el control y orientación de los procesos de desarrollo local y regional.

En las recomendaciones, Vásquez-Barquero (2000) en su artículo: Desarrollo económico local y descentralización: aproximación a un marco conceptual, propone: La planificación estratégica del desarrollo local es una técnica esencial que proporciona un marco de conceptos, procedimientos y herramientas para ayudar a ciudades, comarcas o regiones a definir y ejecutar sus planes de desarrollo. Este enfoque permite a las localidades superar los desafíos derivados de los cambios en su entorno de relaciones. En esencia, la ciudad o región puede considerarse como una organización en constante evaluación de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, con el objetivo de diseñar estrategias efectivas que respondan a las necesidades y aspiraciones de sus ciudadanos y empresarios. Así, la planificación estratégica se convierte en un instrumento crucial para alcanzar objetivos de desarrollo sostenible y exitoso.

Por su parte, la estrategia de pequeños pasos se basa en reconstruir el sistema productivo de una región partiendo de su potencial y capacidades existentes. Esta aproximación es preferible porque asegura que las medidas adoptadas sean eficientes y eficaces, adaptándose a la realidad local. Al fomentar un desarrollo gradual y basado en el conocimiento local, se minimizan los riesgos asociados a cambios abruptos y se optimizan los recursos disponibles. De esta manera, se facilita un crecimiento sostenible que respeta las particularidades del contexto regional, maximizando el impacto positivo de las intervenciones.

De otro lado, la compatibilización de los instrumentos de desarrollo con el sistema institucional es clave para asegurar la continuidad y efectividad de las acciones. Las autoridades locales y los promotores deben integrar los diversos instrumentos, como centros y agencias, dentro de una estrategia global de desarrollo. Esto asegura que cada iniciativa se alinee con los objetivos a largo plazo y se utilice de manera efectiva. La consideración de la utilidad y las limitaciones de cada instrumento, así como su capacidad para apoyar acciones concretas, es fundamental para el éxito del desarrollo local y la consecución de objetivos estratégicos.

Y para poder fomentar el desarrollo descentralizado por medio endógeno dependerá de innovación y organización, teniendo modelos de gerencia capacitados para la toma de decisiones a favor del sistema productivo local y el aprovechamiento del recurso humano. De las recomendaciones que menciona, existen específicamente dos que llaman la atención, como lo es la estrategia de pequeños pasos, donde a partir del potencial de la región se propone desarrollar una

estrategia con la compatibilización de los instrumentos con el sistema institucional, puesto que los altos mandan juegan un papel fundamental en el desarrollo de la descentralización con iniciativas para darle continuidad a los objetivos a largo plazo.

La metodología utilizada para la realización de la investigación fue cualitativa y se consideró que el añadir datos numéricos al menos en las recomendaciones le daría aún más validez. A grandes rasgos, el desarrollo económico local y la descentralización son estrategias valiosas para promover un crecimiento más equitativo y sostenible, en el que las comunidades locales sean protagonistas de su propio desarrollo y puedan contribuir de manera significativa al progreso de sus regiones y del país en su conjunto.

Igualmente, Vásquez-Barquero (2006) en su otro artículo "Surgimiento y transformación de clusters y milieus en los procesos de desarrollo" muestra que durante las dos últimas décadas ha renacido el interés por la localización de la actividad productiva; en ese sentido, la literatura presenta y analiza una gran cantidad de casos de clusters y sistemas productivos locales en los que se producen todo tipo de actividades que se localizan en regiones y países con niveles distintos de desarrollo.

Este trabajo de Vásquez-Barquero (2006) se propone discutir la cuestión de la organización espacial de la producción desde la perspectiva del desarrollo económico. Sostiene que la organización de la producción se ha dado de forma espontánea a medida que los mercados y las relaciones entre las ciudades y regiones se desarrollaron, el sistema de transportes y comunicaciones se consolidaba, las empresas mejoraron sus formas de organización, se introducía innovación y conocimiento en las empresas y en el sistema de transportes y comunicaciones y el sistema económico se integraba como consecuencia de la globalización.

En realidad, puesto que el desarrollo tiene formas diferentes en cada momento histórico, la organización espacial de la producción también cambia y se transforma, y las estrategias territoriales de las empresas y las estrategias económicas de las ciudades y regiones condicionan estos cambios y, por lo tanto, son también responsables del surgimiento y transformación de los clusters y milieus. La pregunta que se plantea en este estudio es: *¿Qué alcance y el significado tienen las redes del conocimiento en el momento actual? ¿Cuál es la diversidad y dinámica de los clusters industriales? ¿Cuál es el papel de las estrategias de las empresas y de los actores locales en la configuración de los espacios de producción?*

Los resultados muestran que las redes del conocimiento juegan un papel crucial en el desarrollo económico y la innovación en el contexto actual. Estas redes facilitan el intercambio de información, tecnologías y mejores prácticas entre empresas, instituciones de investigación y otros actores relevantes, lo que permite una adaptación más rápida a los cambios del mercado y una mayor capacidad para innovar. En un mundo globalizado y digitalizado, las redes del conocimiento no solo impulsan la competitividad y el crecimiento de las empresas, sino que también contribuyen al desarrollo regional al promover la cooperación y el aprendizaje continuo. Su capacidad para conectar diferentes actores y sectores fomenta un entorno más dinámico y resiliente, capaz de enfrentar desafíos económicos y tecnológicos de manera más efectiva.

Los clusters industriales, como concentraciones geográficas de empresas y proveedores interrelacionados, presentan una notable diversidad y dinámica. Esta estructura permite a las empresas beneficiarse de la proximidad y la colaboración, reduciendo costes y tiempos de transacción mientras fomentan la innovación a través de la competencia y la cooperación. La adaptabilidad de los clusters y su capacidad para evolucionar con las demandas del mercado son cruciales para mantener la competitividad y el crecimiento sostenido. Al respecto, las estrategias empresariales que promueven la flexibilidad y la colaboración, junto con el apoyo activo de actores locales como gobiernos, instituciones educativas y organizaciones de apoyo, son fundamentales para configurar y fortalecer estos espacios de producción. Este enfoque integrado asegura una mayor eficacia en el desarrollo local y en la creación de un entorno propicio para la prosperidad económica.

La metodología del artículo fue cualitativa; presenta una interpretación de los factores que explican el surgimiento de los clusters y aglomeraciones de empresas, y de los mecanismos a través de los que se desarrollan y se transforman. La discusión se plantea desde la perspectiva del desarrollo económico. Se argumenta que la organización espacial de la producción es un fenómeno asociado con la dinámica económica de las ciudades y de las regiones y con las estrategias de organización y de localización de las empresas, y se sostiene que las fuerzas del desarrollo como la difusión de las innovaciones, el desarrollo urbano y el cambio institucional son factores que condicionan las decisiones estratégicas de las empresas y, por lo tanto, la organización espacial de la producción.

Algunos puntos importantes que expone el autor son:

*La conceptualización del desarrollo económico ha evolucionado significativamente a lo largo del tiempo, adaptándose a los cambios sociales, tecnológicos y económicos. Desde la revolución industrial hasta la actualidad, el desarrollo económico ha estado marcado por tres grandes momentos históricos: el enfoque en los recursos naturales y nuevas formas de organización empresarial durante la revolución industrial, el papel del empresario innovador y las innovaciones del siglo XX, y la irrupción de las tecnologías de la información y comunicaciones al final del siglo XX. Cada uno de estos momentos ha aportado nuevas perspectivas sobre cómo entender y promover el crecimiento económico en respuesta a los desafíos y oportunidades emergentes de cada época.

*Después de la Segunda Guerra Mundial, se consolidó una doctrina orientada a mejorar el nivel de vida de la población a través del desarrollo económico, enfocándose en el aumento del empleo y la reducción de la pobreza. Este enfoque subrayaba la necesidad de aumentar la productividad en todos los sectores productivos, combinando trabajo y otros factores de manera eficiente, e implementando innovaciones tecnológicas. Sin embargo, con la integración económica de los años ochenta, surgió una reevaluación de los modelos de crecimiento tradicionales, cuestionando el fundamentalismo del capital y reconociendo la importancia de los enfoques territoriales y del desarrollo endógeno, donde el papel de los actores locales se volvió crucial.

*La organización espacial de la producción ha demostrado ser un factor determinante en el desarrollo económico, ya que permite rendimientos de escala constantes o crecientes. Las transformaciones en la organización espacial y la localización de las empresas han sido impulsadas por innovaciones tecnológicas y cambios en los sistemas productivos, los medios de transporte y las comunicaciones. Durante la revolución industrial, se formaron los mercados nacionales y surgieron los distritos industriales, con Alfred Marshall teorizando sobre las ventajas de la concentración geográfica de empresas, lo que facilitaba la creación de economías externas de escala y la circulación de conocimiento.

En la actualidad, el concepto de clusters y milieus industriales resalta la importancia de las concentraciones geográficas y las redes de colaboración en el desarrollo económico. Porter (1998) introdujo la idea de clusters para explicar cómo la globalización de mercados y la competencia dinámica impulsan la innovación y la mejora continua. Por su parte, Schumpeter (como se citó en Quevedo, 2019) destacó el papel crucial de la innovación como motor del desarrollo económico. La metodología mixta empleada en el estudio de estos conceptos ofrece una visión integral de cómo

las empresas y comunidades se adaptan a los cambios, subrayando la necesidad de estrategias que promuevan la colaboración, la innovación y la competitividad para potenciar el desarrollo económico sostenible.

Ahora bien, otro estudio, el de Contreras y Bernal, (2023), muestra cómo el departamento de Cundinamarca cuenta con características geográficas y de extensión con altas potencialidades para las actividades rurales, en las que las mujeres juegan un papel preponderante. Así, Cundinamarca se constituye como uno de los mayores productores de bienes rurales, lo que ha permitido la generación de empleos a través de la expansión de la frontera agrícola y, con esto, un aumento de la participación de las mujeres rurales en proyectos de emprendimiento. Considerando lo anterior, es pertinente analizar cómo el emprendimiento rural, que se encuentra en aumento, aporta al desarrollo local del departamento y de las mujeres emprendedoras.

Teniendo en cuenta lo anterior, este trabajo de Contreras y Bernal (2023), tiene como objetivo analizar la relación de los micronegocios de las mujeres emprendedoras rurales con el desarrollo en el departamento de Cundinamarca. Con este propósito, se analiza información tomada de la encuesta de micronegocios del DANE 2019- 2020, con énfasis en aquellos micronegocios de propiedad de las mujeres rurales, con el fin de evaluar si esta actividad ha representado un cambio positivo o negativo en el desarrollo local del departamento de Cundinamarca.

La información descrita se analizó haciendo uso de técnicas cuantitativas, en particular estadística descriptiva y espacial. En lo que respecta al análisis espacial, se realizó la captura de información en archivos “Shape”, lo que permitió adelantar un mapeo de asociación espacial con el Indicador Local de Asociación Espacial - LISA (Por sus siglas en inglés), de acuerdo con la desagregación geográfica y el alcance temático. Asimismo, con el fin de profundizar este análisis y estudiar cómo los emprendimientos han incidido en la vida de las mujeres, se recurrió a un grupo focal de mujeres rurales del municipio de la Calera (Cundinamarca) con el objetivo de conocer sus percepciones sobre la relación bidireccional entre desarrollo y emprendimiento.

En línea con lo anterior, este documento cuenta con tres secciones. La primera, corresponde a la introducción, en la que se presenta la delimitación del problema, objetivos y justificación. La segunda donde se describe el marco de referencia utilizado. La tercera correspondiente a la metodología. Tres secciones subsecuentes que presentan los resultados de la investigación, dando cierre con una última sección en la que se encuentran las conclusiones y recomendaciones. La

pregunta de investigación fue: *¿Cuál ha sido la relación de los micronegocios de las mujeres emprendedoras rurales de Cundinamarca sobre el desarrollo local del departamento?*

Esta investigación siguió un diseño mixto con una primera fase no experimental transversal utilizando técnicas descriptivas y correlacionales para analizar los resultados de la Encuesta de Micronegocios del DANE en el periodo comprendido entre 2019-2020. Para este proceso, se realizó la codificación de la información mediante el establecimiento de categorías procedentes de la data, las cuales fueron saturadas completamente con la información primaria (grupo focal y encuesta institucional) y secundaria (de diversas fuentes) identificando el grupo de mujeres encuestadas, que conforman el grupo de definido para este estudio.

En este sentido, la herramienta que se utilizó para procesar la información fue el software estadístico Stata 16 y Excel para gestionar la minería de datos que, posteriormente, fue analizada en el sistema GeoDa para generar las salidas gráficas. La segunda fase da contexto al estado del arte que consistió en un estudio de caso, en el que se analiza la condición de las mujeres emprendedoras del municipio de La Calera, abordando sus prácticas y experiencias a partir de unas categorías de análisis (Matriz de desarrollo humano para la mujer rural con aplicación de libertades y necesidades): Para ello, se elaboró, como instrumento de captura de información, una encuesta con preguntas abiertas y cerradas dirigida al grupo focal, permitiendo entrelazar los aspectos de caracterización de las fases cuantitativa y cualitativa, para llegar a la conclusión de la investigación.

La técnica utilizada para analizar la información cuantitativa fue la minería de datos usando los microdatos de la encuesta de micronegocios del DANE del periodo 2019-2020, la cual fue procesada y registrada en los softwares Stata 16 y Excel, identificando que de una muestra de alrededor de 5.700.000 micronegocios, para la caracterización socioeconómica de los micronegocios de las mujeres rurales de Cundinamarca se encontraron 32.343. Posteriormente, se recurrió al análisis descriptivo de la información, arrojando las categorías aplicables para cada uno de los resultados en la encuesta, evidenciando aspectos significativos socioeconómicos.

Mediante este mismo análisis de información se logró establecer los resultados que entregaba la encuesta frente a cada departamento del país, lo que permitió realizar un comparativo del departamento objeto de estudio (Cundinamarca) frente al resto del país, que será demostrado a partir de modelos geográficos, elaborados a partir de los datos establecidos en la minería de datos que fueron migrados al sistema GeoDa; estos, a su vez, permiten visualizar el resultado de la información de la encuesta y dar respuesta al segundo objetivo de la investigación. Finalmente, se

recolectaron experiencias, mediante preguntas realizadas a un grupo focalizado de mujeres rurales del municipio de La Calera.

Dichas experiencias se centraron en elementos de carácter socioeconómico a partir de los emprendimientos desarrollados por las encuestadas, analizando los hallazgos mediante una metodología cualitativa apoyada por la matriz de desarrollo humano para la mujer rural con aplicación de libertades y necesidades diseñada por los autores para dicha finalidad, permitiendo una triangulación de correlato.

Asimismo, se utilizó el servicio de descarga de datos geográficos correspondientes a los niveles de información del Marco Geoestadístico Nacional (MGN) para el departamento de Cundinamarca. El MGN es un sistema diseñado por el DANE, para referenciar la información estadística de los censos, las encuestas por muestreo, estadísticas derivadas y la obtenida a partir de registros administrativos, a su localización geográfica.

Está constituido por áreas geoestadísticas (departamentos, municipios, cabeceras municipales, centros poblados, resto rural, entre otras), delimitadas principalmente por accidentes naturales y culturales, identificables en terreno; así como por unidades estadísticas. Los archivos que se utilizan para realizar los análisis espaciales son aquellos archivos “Shape”, que permiten visualizar el mapa o área de estudio georreferenciado. Por lo cual, se hizo uso del Software libre para realizar análisis de econometría espacial, localización, mapeos, capas vectoriales, polígonos, etc. Para esto, se usa el paquete estadístico espacial Qgis y R que son totalmente gratuitos y permiten realizar los análisis en mención.

Algunos puntos importantes que tratan los autores son:

*para comprender el impacto de los emprendimientos en el desarrollo económico y social, es esencial identificar el tipo de desarrollo que estos impulsan y cómo contribuyen a mejorar la calidad de vida.

*Los emprendimientos pueden jugar un papel crucial en el desarrollo local al fomentar la innovación, la creación de empleo y la diversificación económica. Sin embargo, es necesario evaluar el contexto en el que se generan estos emprendimientos para entender cómo influyen en el desarrollo.

*La comprensión de los factores que determinan la dinámica de los emprendimientos permite diseñar políticas efectivas que maximicen su impacto positivo en las comunidades locales,

asegurando que no solo se genere crecimiento económico, sino también mejoras en el bienestar general.

Ahora, existen tres matrices que explican el origen y la evolución del desarrollo local. La primera es la lógica de regulación horizontal, que busca la coordinación entre diferentes niveles de gobierno y sectores para promover el desarrollo equilibrado. La segunda se refiere a la respuesta a la crisis macroeconómica y el ajuste, que aborda las adaptaciones necesarias para superar dificultades económicas a gran escala. La tercera matriz se enfoca en el estímulo proporcionado por la globalización y la interacción entre lo global y lo local, subrayando la importancia de adaptarse a las fuerzas globales mientras se fortalecen las capacidades locales. Estos enfoques proporcionan una base para la gestión efectiva del desarrollo local al considerar tanto los desafíos internos como las oportunidades externas.

En el análisis de las emprendedoras rurales en Cundinamarca, se destacan características importantes que reflejan las realidades y desafíos que enfrentan. Muchas mujeres comienzan sus emprendimientos en edades maduras, lo que sugiere que la experiencia juega un papel crucial. Además, la mayoría inicia sus negocios sin apoyo externo y sin socios, lo que indica una alta independencia, pero también limita el acceso a recursos y redes de apoyo. Las actividades predominantes son el comercio y las labores agrícolas, lo que resalta la importancia de los sectores tradicionales en el emprendimiento rural. Y a pesar de la falta de apoyo, muchas emprendedoras permanecen en el mercado durante más de una década, mostrando resiliencia y compromiso. Estos hallazgos subrayan la necesidad de políticas que proporcionen apoyo y capacitación para fortalecer el emprendimiento rural y mejorar sus resultados.

La tasa estandarizada de emprendimiento de mujeres rurales en Cundinamarca proporciona una medida comparativa del porcentaje de mujeres emprendedoras en cada departamento, permitiendo estimar la probabilidad de emprendimiento en relación con el área total. En este contexto, Caldas ocupa la posición número 11 según los datos de Fedecacao (2021), lo que sugiere una posición intermedia en términos de emprendimiento femenino en comparación con otros departamentos. Esta medición es crucial para entender la dinámica del emprendimiento en diferentes áreas y su relación con el perímetro departamental.

Ahora, el análisis cualitativo de las mujeres emprendedoras en La Calera, Cundinamarca, proporciona una visión detallada de su situación. La mayoría son propietarias de tierras de entre 2 y 10 hectáreas, y sus principales actividades comerciales son la agricultura y ganadería. Esta

ubicación geográfica facilita el acceso al mercado, lo que puede reducir los costos de transporte y mejorar los precios finales de los productos. Las mujeres obtienen un ingreso promedio de $1.100.000, reinvirtiendo parte en sus actividades, lo que contribuye al desarrollo económico local y muestra un compromiso significativo con sus emprendimientos. Sin embargo, el apoyo institucional sigue siendo limitado para aquellas que no se han formalizado.

Para finalizar, el artículo de Contreras y Bernal (2023) “Los micronegocios de las mujeres emprendedoras rurales y su relación con el desarrollo local en el departamento de Cundinamarca” aborda un contexto donde el papel de la mujer suele predominar en el ámbito rural, específicamente, el del emprendimiento, con el fin de realizar una evaluación sobre si esto ha representado un cambio positivo o negativo en el distrito. Los autores decidieron plantearlo a través de datos recaudados por la encuesta de micronegocios del DANE 2019-2020, asimismo, la información se analizó por medio de técnicas cuantitativas (estadística descriptiva y espacial) y se divide en 3 secciones: la introducción, el marco de referencia y la metodología.

La investigación mencionada y su respectivo orden da como resultado un fácil entendimiento de la información y a los objetivos que se pretende llegar, el uso de la metodología cuantitativa estadística por medio de gráficos permite reconocer con simplicidad las conclusiones que conforme avanza la investigación los autores van alcanzando. Resulta interesante mencionar 7 factores determinantes para gestionar el desarrollo local: sistemas de ciudades medias, recurso humano calificado, accesibilidad, servicios avanzados, institucionalidad regional avanzada, clima social favorable e incentivos para las Pymes.

El papel de la mujer en el ámbito laboral, especialmente en el subsector rural, enfrenta condiciones desafiantes en comparación con los hombres, como mayores tasas de desempleo y ocupación irregular. A pesar de estas dificultades, aproximadamente el 80% de las mujeres que inician negocios lo hacen sin apoyo externo ni socios. Se dedican principalmente al comercio y al subsector agrícola, y muchas han mantenido sus negocios en el mercado por más de 10 años, lo que demuestra una notable continuidad y perseverancia.

Estas emprendedoras muestran un alto grado de compromiso con sus negocios, superando obstáculos y liderando en áreas donde antes tenían acceso limitado. Sin embargo, las recomendaciones actuales para mejorar su situación son bastante generales. Abordar con mayor especificidad la formalización del trabajo, la creación de cooperativas, la formación de capital

humano y el desarrollo de cadenas de valor en el subsector agropecuario podría ofrecer alternativas más concretas y efectivas para fortalecer el emprendimiento femenino en el ámbito rural.

En el contexto internacional, el estudio realizado por Bay (2011) en su trabajo de grado titulado "Producción y comercialización de cacao (Theobroma de cacao)" en el parcelamiento Pueblo Nuevo, ubicado en el municipio de Ixcán, en el departamento de Quiché, ofrece una visión profunda y perspicaz de la situación económica en esta región. El Parcelamiento Pueblo Nuevo, en su mayoría, sustenta su economía en la agricultura de subsistencia y en el subsector comercial. Sin embargo, estas fuentes de ingresos no son suficientes para combatir la pobreza extrema, el analfabetismo y el desempleo que aquejan a esta zona geográfica. Estos factores, lamentablemente, han contribuido al estancamiento en la productividad y al retraso en el desarrollo económico de la comunidad.

En respuesta a esta problemática, el autor destaca la importancia de diversificar los cultivos y optimizar al máximo la utilización de la tierra para cultivar productos no tradicionales. Esto, a su vez, proporcionaría oportunidades para la generación de ingresos económicos alternativos. El objetivo general de su investigación fue claro y ambicioso: aumentar los ingresos económicos de las familias que residen en el parcelamiento Pueblo Nuevo a través de la producción y comercialización de cacao. Para lograr este propósito, se empleó una metodología cuantitativa, y el instrumento principal utilizado para recopilar información fue una encuesta dirigida a los productores con respecto a la diversificación de cultivos. Los resultados de esta investigación revelaron que el cultivo de cacao como alternativa agrícola presenta una rentabilidad del 89%, lo que se traduce en una contribución significativa a la economía del parcelamiento.

En un contexto más amplio, la investigación llevada a cabo por Fontagro (2019), titulada "La Cadena de Valor del Cacao en América Latina y El Caribe," arroja luz sobre la importancia del cacao en la economía de los países de América Latina y el Caribe. En particular, destaca cómo el cultivo de cacao se ha convertido en una opción viable para reemplazar los cultivos ilícitos en naciones que buscan la paz y la estabilidad, así como una alternativa rentable en comparación con otros cultivos menos productivos.

El problema identificado por esta investigación radica en la necesidad imperante de implementar estrategias de renovación tecnológica y modernización productiva en la producción de cacao. Esto se lograría mediante la colaboración y la combinación de esfuerzos entre diversos actores en la industria cacaotera. La creación de una plataforma que facilite la aceleración del

desarrollo tecnológico es un paso clave en esta dirección. La metodología empleada en este estudio implicó la priorización de departamentos y cadenas productivas a través de reuniones concertadas con los Consejos Nacionales de Cadena y las Secretarías de Agricultura Departamentales.

La conclusión más relevante de esta investigación subraya que, efectivamente, la modernización de las técnicas de cultivo, la diversificación de cultivos y la colaboración de todos los participantes en estos procesos contribuyen significativamente a mejorar la rentabilidad de la producción de cacao en los países latinoamericanos y del Caribe. Esta conclusión no solo tiene implicaciones económicas, sino que también abre la puerta a un mayor desarrollo sostenible en la región, al tiempo que ofrece oportunidades de estabilidad económica en un contexto global cambiante.

Finalmente se referencia como antecedente el informe de USAID – Colombia, de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, correspondiente al tercer trimestre del año 2019. Allí se dice que en el período que abarcó desde julio hasta septiembre de 2019, el proyecto "El Efecto Cacao" (TCE) experimentó avances significativos en su misión de fortalecer la cadena productiva del cacao y mejorar las condiciones de vida tanto de los productores como de sus comunidades. Durante este trimestre, TCE consolidó su presencia institucional y puso en marcha diversas iniciativas para alcanzar sus metas. En primer lugar, se identificaron y seleccionaron a 372 productores para integrar el primer grupo de intervención, con el objetivo de incrementar la productividad de los cultivos de cacao. Se llevaron a cabo acciones concretas para lograr esto, como la entrega de 151 hectáreas de sombrío transitorio y la rehabilitación de 53.8 hectáreas de cacao a través de prácticas como la poda de árboles, la reducción de la altura de las plantas y la injertación.

Además, se brindó capacitación a 557 productores en los módulos de formación "Soy Cacaocultor" y se completó un diagnóstico ambiental para 387 productores de cacao. Por otro lado, se fortalecieron 14 asociaciones de productores de cacao mediante evaluaciones organizativas y se impartieron capacitaciones en emprendimiento con un enfoque de género a un total de 496 personas, acompañado por el inicio de un concurso de emprendimiento que involucró a 103 proyectos. La población local cercana a los cultivos de cacao en Necoclí también experimentó mejoras considerables, con 278 niños participando en programas destinados a mejorar sus habilidades académicas, 570 niños y jóvenes involucrados en iniciativas de desarrollo de

competencias socioemocionales, 62 jóvenes cursando programas técnicos laborales, y 22 adultos graduados con otros 53 adultos en proceso de formación académica para adultos.

El proyecto también enfatizó la participación de las mujeres, con un 51% de participación femenina en talleres de emprendimiento centrados en cuestiones de género. En términos administrativos, se llevó a cabo una jornada de planificación para el año 2020, se capacitó al equipo de trabajo en temas de derechos humanos, y se realizaron reuniones con aliados y entidades con el propósito de promover la coordinación interinstitucional. Las lecciones aprendidas del proyecto "El Efecto Cacao" (TCE) subrayan la importancia de una intervención integral y multilateral para mejorar tanto la productividad agrícola como las condiciones de vida de las comunidades rurales. Uno de los aprendizajes clave es que el éxito de un programa de desarrollo agrícola depende no solo de la mejora técnica de los cultivos, sino también de la inclusión de componentes educativos, organizativos y sociales.

La capacitación a los productores no se limitó a técnicas de cultivo, sino que se extendió a la educación ambiental y la formación en emprendimiento, con un enfoque especial en la participación de las mujeres. Este enfoque holístico no solo fortaleció la producción de cacao, sino que también empoderó a las comunidades para generar ingresos sostenibles y mejorar su calidad de vida. La inclusión del género en la capacitación en emprendimiento y el logro de un 51% de participación femenina en estos talleres destaca la necesidad de integrar la equidad de género en los programas de desarrollo rural para lograr un impacto más equitativo y duradero.

Entre los hitos clave del proyecto se encuentran la selección de 372 productores para incrementar la productividad, la implementación de prácticas agrícolas en más de 200 hectáreas, y la rehabilitación de 53.8 hectáreas de cacao, que demuestran el impacto tangible en la mejora de la producción. Asimismo, la capacitación de 557 productores y la realización de un diagnóstico ambiental para 387 productores establecieron las bases para una agricultura más sostenible y consciente del entorno. El fortalecimiento de 14 asociaciones de productores y la participación de casi 500 personas en talleres de emprendimiento también son hitos importantes, ya que reflejan el esfuerzo por construir capacidades locales y fomentar el liderazgo comunitario. Finalmente, la alta participación de mujeres en estas actividades es un indicador significativo de la efectividad del enfoque de género adoptado, demostrando que cuando se proporcionan las herramientas y el apoyo adecuados, las mujeres pueden jugar un papel central en el desarrollo económico de sus comunidades.

Un panorama general de los estudios relacionados con emprendimiento femeninos en un subsector productivo como el cacao son de impacto en el desarrollo local en Colombia muestran el interés de los últimos años. Los estudios han explorado la creación de empresas en áreas rurales, incluyendo aquellas dirigidas por mujeres, y su contribución a la economía local y nacional. Los estudios sobre el emprendimiento femenino en el subsector del cacao en Colombia aportan varios beneficios significativos tanto a nivel académico como práctico. En primer lugar, proporcionan una comprensión más profunda de cómo el empoderamiento económico de las mujeres en áreas rurales puede convertirse en un motor clave para el desarrollo local. Estos estudios destacan cómo el liderazgo femenino en la creación y gestión de empresas agrícolas no solo incrementa la productividad y diversificación de la economía rural, sino que también promueve la inclusión social, mejorando la calidad de vida de las comunidades y reduciendo la brecha de género.

En segundo lugar, estos estudios ofrecen una base sólida para el diseño de políticas públicas y programas de desarrollo orientados a fortalecer el emprendimiento femenino. Al documentar casos de éxito y desafíos, se identifican mejores prácticas y estrategias efectivas que pueden ser replicadas o adaptadas en otras regiones. Además, subrayan la importancia de la capacitación, el acceso a recursos, y la creación de redes de apoyo para mujeres emprendedoras, proporcionando evidencia empírica que puede guiar a instituciones gubernamentales y organizaciones no gubernamentales en la implementación de iniciativas más inclusivas y sostenibles. En conjunto, estos aportes no solo enriquecen el conocimiento sobre el rol del emprendimiento en el desarrollo rural, sino que también contribuyen a la construcción de una economía más equitativa y resiliente en Colombia.

Ahora, en cuanto al impacto en el desarrollo local la relación entre el emprendimiento rural y el desarrollo local ha sido un tema importante de investigación. Los estudios han evaluado cómo los negocios rurales influyen en la generación de empleo, el aumento de ingresos y la mejora de la calidad de vida en las comunidades locales. En cuanto a los aspectos sociales y de género: la participación de las mujeres en el emprendimiento rural ha sido un tema relevante en Colombia. Los estudios han examinado cómo las mujeres rurales crean y gestionan empresas, así como los desafíos y oportunidades que enfrentan en este contexto. Sobre las políticas públicas y apoyo al emprendimiento rural la investigación ha abordado las políticas gubernamentales y programas de apoyo destinados a promover el emprendimiento rural en Colombia. Esto incluye iniciativas para fomentar la innovación y el acceso a financiamiento para empresarios rurales.

En relación con la innovación y tecnología en el emprendimiento rural algunos estudios se han centrado en cómo la tecnología y la innovación pueden impulsar el emprendimiento rural en Colombia. Esto incluye la adopción de tecnología agrícola y la creación de empresas basadas en tecnología en áreas rurales. Sobre el desarrollo sostenible: la sostenibilidad y la conservación ambiental también son temas importantes en la investigación sobre emprendimiento rural en Colombia. Se ha estudiado cómo los negocios rurales pueden contribuir a prácticas agrícolas sostenibles y a la preservación del entorno natural.

En cuanto a la evaluación de impacto y estudios de caso los investigadores han utilizado enfoques cuantitativos y cualitativos para evaluar el impacto de los emprendimientos rurales en diferentes regiones de Colombia. Se han realizado estudios de caso para comprender mejor las dinámicas específicas de ciertas comunidades rurales. Es importante destacar que el gobierno colombiano, a través de entidades como el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, ha respaldado iniciativas para promover el emprendimiento rural y el desarrollo local en el país. Estos esfuerzos han sido objeto de estudio y análisis en la investigación académica y pueden ofrecer lecciones importantes para otras regiones con contextos similares.

Diseño Metodológico

El diseño metodológico que fue utilizado para el presente trabajo se orientó a un tipo de investigación mixta, cuyo objetivo es usar las posibilidades de utilizar las fortalezas de los dos tipos de indagación: la cualitativa y la cuantitativa. De acuerdo con Hernández-Sampieri et al. (2019), este enfoque mixto implica la realización de procesos de recolección, análisis e integración de datos cuantitativos y cualitativos en el mismo estudio: “Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio” (p. 535).

5.1. Estrategias de recolección de información

5.1.1. Información Secundaria

La información secundaria fue recolectada de investigaciones, leyes, políticas públicas, estudios, revistas, que están relacionados con el tema de estudio, en cuanto a la producción del

cacao, emprendimientos femeninos, equidad de género, mujeres agrícolas y que fue relacionada respectivamente en la bibliografía.

5.2. Información Primaria

Se realizó una entrevista semiestructurada (ver anexo), aplicada a 3 expertos locales de instituciones gubernamentales, para lo cual se formularon 8 preguntas en cuanto a emprendimientos femeninos en la ciudad de Manizales, si dentro de la institución cuentan con programas que promuevan la equidad de género, de igual manera, si tienen programas enfocados a la producción y comercialización de cacao.

En cuanto al el contenido cuantitativo de la investigación, se utilizó muestreo aleatorio simple, para lo cual, se realizó un cuestionario estructurado, que fue enviado a los participantes por Google Forms (ver anexo), se contó con 5 secciones en las que se recopilaron datos demográficos, económicos, sección dos enfocada a la aceptación de consumo de productos de cacao, tercera sección a la caracterización del cacao, cuarta sección a los aspectos ambientales y ecológicos que influyen en la compra de productos de cacao y quinta sección apoyo a emprendimientos femeninos en la producción de cacao.

Para la parte cuantitativa, se cuenta con los siguientes datos estadísticos:

Tabla 1.
Datos estadísticos del estudio

Tamaño de la muestra	180 personas
Ciudad	Manizales
Nivel de confianza	90%
Edad de la población estudiada	Entre 26 y 64 años
Estratos	3 al 6

Fuente: elaboración propia

Ahora bien, una muestra de 180 personas puede ser considerada adecuada para representar a una ciudad de 460,000 habitantes, gracias a fundamentos estadísticos que permiten extrapolar los resultados a la población general, siempre que se utilice un método de muestreo apropiado. En investigaciones cuantitativas, se ha evidenciado que este tamaño de muestra puede ofrecer un nivel

de confianza razonable y un margen de error aceptable, especialmente cuando se emplean técnicas de muestreo probabilístico que aseguran la inclusión de una variedad de participantes.

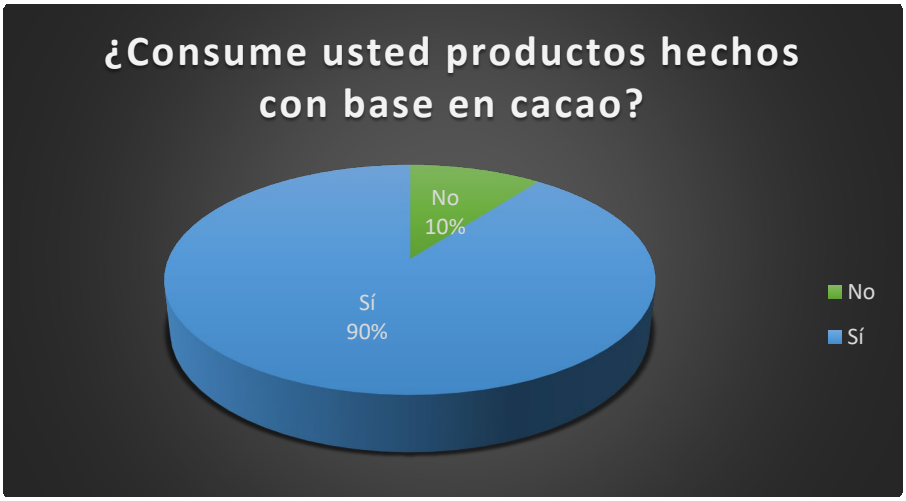
Además, el tamaño de la muestra se puede respaldar mediante fórmulas estadísticas que tienen en cuenta la variabilidad de la población y los objetivos del estudio; en muchos casos, una muestra de 180 puede reflejar la diversidad de la población y permitir la generalización de los hallazgos, siempre que se realice una segmentación adecuada de los subgrupos relevantes. Por lo tanto, si se selecciona de manera correcta, esta muestra puede proporcionar resultados válidos y significativos para la toma de decisiones y el análisis en el contexto de la ciudad.

Resultados y Análisis

6.1. Percepciones de los consumidores de cacao. Resultado de emprendimientos femeninos

A continuación, se hace un análisis de los resultados luego de aplicar la encuesta

Figura 1.
¿Consume usted productos hechos con base en cacao?

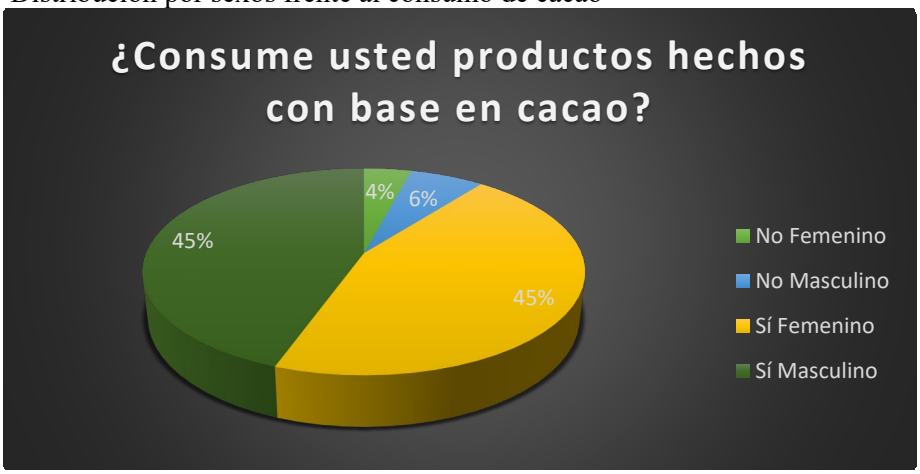


Fuente: elaboración propia

Si asumimos que la población de la ciudad de Manizales es de 437,000 habitantes y que el 90% de ellos consume el producto de cacao, entonces 393,300 habitantes de la ciudad consumen el producto. Si deseamos aplicar este porcentaje a la población en edad productiva, es necesario conocer la cantidad de personas en esta categoría. Según el Departamento Administrativo Nacional

de Estadística (DANE), la población en edad productiva en Colombia se define como aquella entre los 15 y 64 años. Sin embargo, no se proporciona información específica para la ciudad de Manizales. Dado que no se dispone de información precisa sobre la población en edad productiva de la ciudad, no es posible proporcionar una respuesta exacta a su pregunta. Sin embargo, si se supone que la población en edad productiva representa aproximadamente el 60% de la población total de la ciudad, entonces se puede estimar que 235,200 personas en edad productiva consumen el producto de cacao.

Figura 2.
Distribución por sexos frente al consumo de cacao



Fuente: elaboración propia

Según los datos proporcionados, de los 218 encuestados, el 45% de los hombres y el 45% de las mujeres dijeron que consumen productos hechos con base en cacao. Esto sugiere que el consumo de productos de cacao es igualmente popular entre hombres y mujeres.

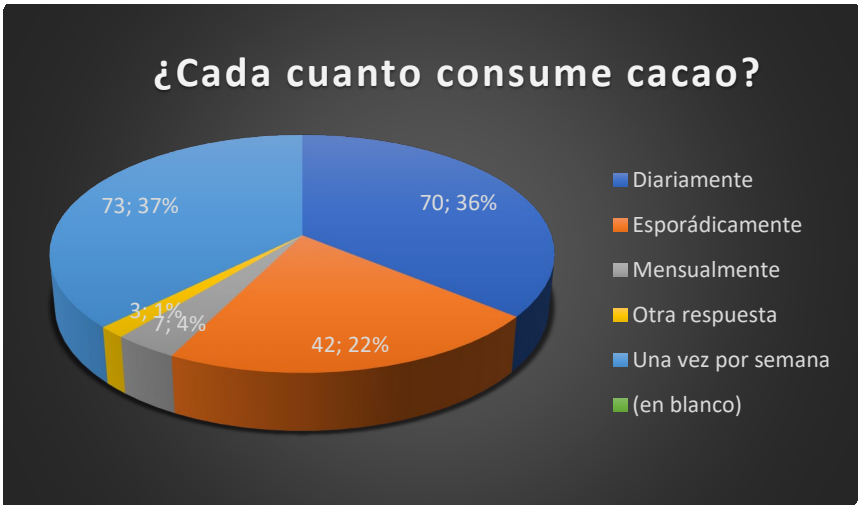
Figura 3.
Ocupación

Fuente: elaboración propia

A partir de estos datos, se deduce que la encuesta se centró en la población en edad productiva de Manizales, que representa el 60% de la población total. También se puede inferir que la mayoría de los encuestados son empleados o estudiantes, ya que representan el 40% y el 29% de la muestra, respectivamente. Además, se hace evidente que el emprendimiento y el empresariado son menos comunes entre los encuestados, ya que representan solo el 19% y el 10% de la muestra, respectivamente.

Figura 4.

¿Cada cuánto consume cacao?

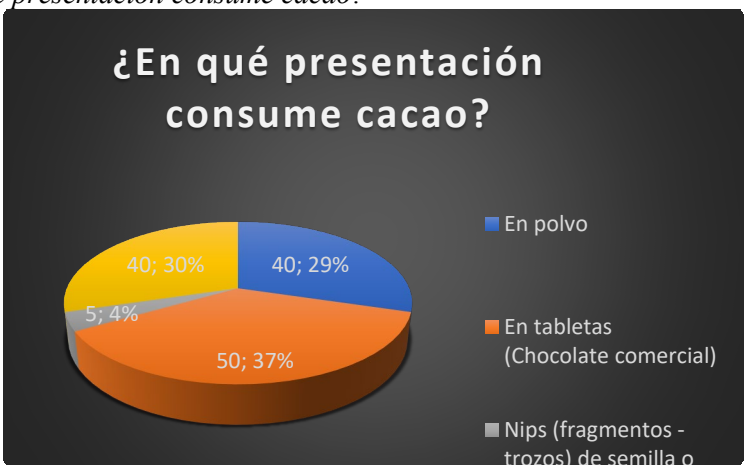


Fuente: elaboración propia

Según la encuesta, el 70,36% de los encuestados consume productos hechos con base en cacao diariamente, el 42,22% lo consume esporádicamente, el 7,4% lo consume mensualmente, el 3,1% dio otra respuesta y el 73,37% lo consume una vez por semana. A partir de estos resultados, se puede concluir que el cacao es un ingrediente muy popular en la dieta de los encuestados. Además, el hecho de que la mayoría de los encuestados consuma productos hechos con base en cacao diariamente sugiere que el cacao es un ingrediente importante en su dieta diaria. Sin embargo, también es interesante notar que una proporción significativa de los encuestados consume productos hechos con base en cacao esporádicamente o una vez por semana, lo que sugiere que el cacao no es un ingrediente diario para todos los encuestados.

Figura 5.

¿En qué presentación consume cacao?

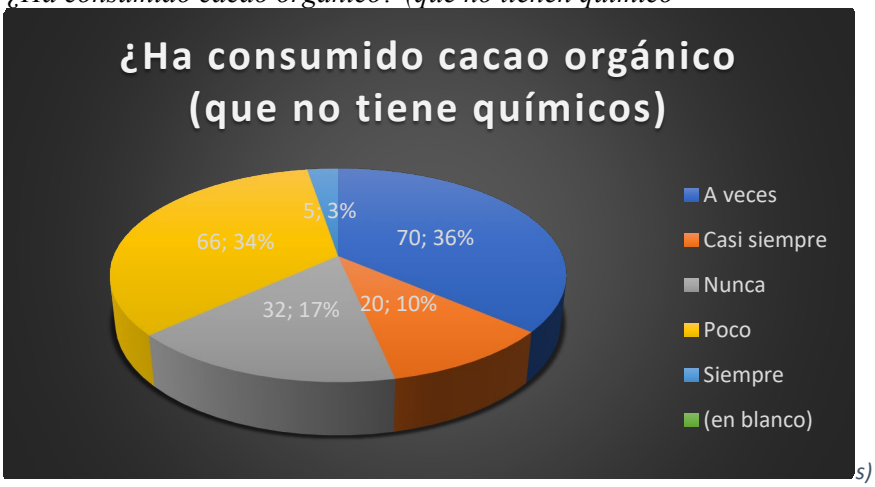


Fuente: elaboración propia

En cuanto a la presentación en la que los encuestados consumen cacao, según la encuesta, el 40,29% de los encuestados consume cacao en polvo, el 50,37% lo consume en tabletas o chocolate comercial, el 5,4% lo consume en Nips, y el 40,30% consume todas las anteriores. A partir de estos resultados, se encuentra que los productos hechos con base en cacao son consumidos en una variedad de presentaciones por los encuestados. Además, el hecho de que una proporción significativa de los encuestados consuma cacao en todas las presentaciones sugiere que hay una demanda de productos hechos con base en cacao en diferentes formas.

Figura 6.

¿Ha consumido cacao orgánico? (que no tienen químico

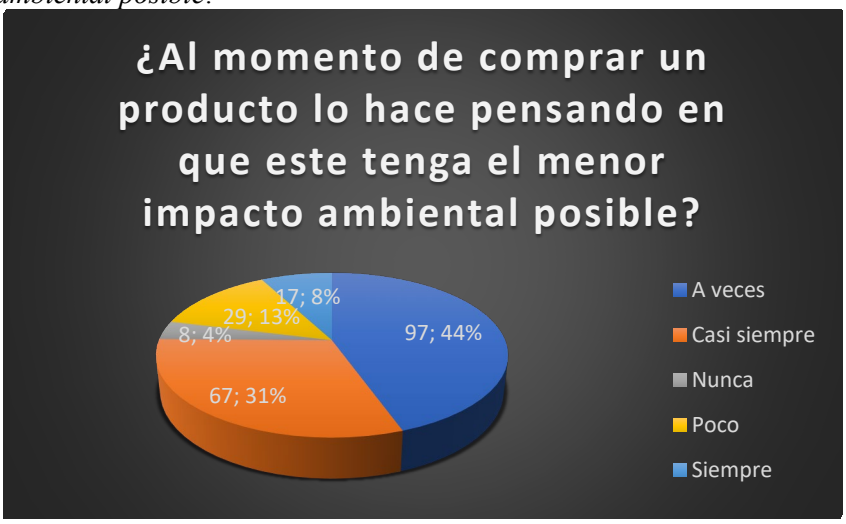


s)

Fuente: elaboración propia

Figura 7.

¿Al momento de comprar un producto lo hace pensando en que tenga el menor impacto ambiental posible?



Fuente: elaboración propia

En cuanto al consumo de cacao orgánico, el 70,36% de los encuestados lo consume a veces, el 20,10% lo consume casi siempre, el 32,17% lo consume poco, y el 5,3% lo consume siempre. A partir de estos resultados, se observa que el consumo de cacao orgánico es común entre los encuestados, aunque la mayoría de los encuestados lo consume solo ocasionalmente o en pequeñas cantidades. Además, el hecho de que una proporción significativa de los encuestados consuma cacao orgánico casi siempre o siempre sugiere que hay una demanda de productos hechos con base en cacao orgánico.

Figura 8.

¿Está dispuesto a pagar un porcentaje mayor, en términos económicos, por un producto ecológico?

Fuente: elaboración propia

A partir de los datos proporcionados, se encontró que la mayoría de los encuestados están dispuestos a pagar un porcentaje mayor por un producto ecológico. Además, los empleados y estudiantes son los grupos más grandes de encuestados, lo que sugiere que estos grupos pueden ser los más interesados en productos ecológicos. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la encuesta solo se realizó en Manizales y no se puede generalizar para toda Colombia.

Figura 9.

¿Con qué frecuencia elige productos con empaques o envolturas ecológicas biodegradables?

Fuente: elaboración propia

Según los resultados de la encuesta, la mayoría de los encuestados están dispuestos a pagar un porcentaje mayor por productos ecológicos y elegir productos con empaques o envolturas ecológicas o biodegradables. Esto sugiere que hay una demanda creciente de productos ecológicos en Manizales, Colombia. Los empleados y estudiantes son los grupos más grandes de encuestados, lo que sugiere que estos grupos pueden ser los más interesados en productos ecológicos. Aunque la mayoría de los encuestados están dispuestos a pagar más por productos ecológicos, no se sabe si realmente compran estos productos. Por lo tanto, se necesitan más estudios para comprender mejor el comportamiento de compra de los consumidores en Manizales y en Colombia en general.

Figura 10.

¿Usted se inclina por comprar productos de emprendimientos femeninos que apoyen la igualdad y la equidad de género?

Fuente: elaboración propia

En el contexto de Manizales, la inclinación hacia la adquisición de productos de emprendimientos femeninos que abogan por la igualdad y equidad de género cobra especial relevancia al considerar la importancia económica del cacao en la región. Dado que Manizales forma parte de un país con una rica tradición en la producción de cacao, los resultados revelan una oportunidad significativa para impulsar emprendimientos liderados por mujeres en esta industria. El 30% de los encuestados mostraron disposición a comprar estos productos "a veces" y el 22% "casi siempre" indican una base sólida de apoyo, lo que podría traducirse en un estímulo económico para iniciativas cacaoteras dirigidas por mujeres. Este interés podría no solo fortalecer la participación femenina en la cadena de valor del cacao, sino también contribuir al desarrollo sostenible y a la construcción de un tejido económico más inclusivo en la región.

Figura 11.

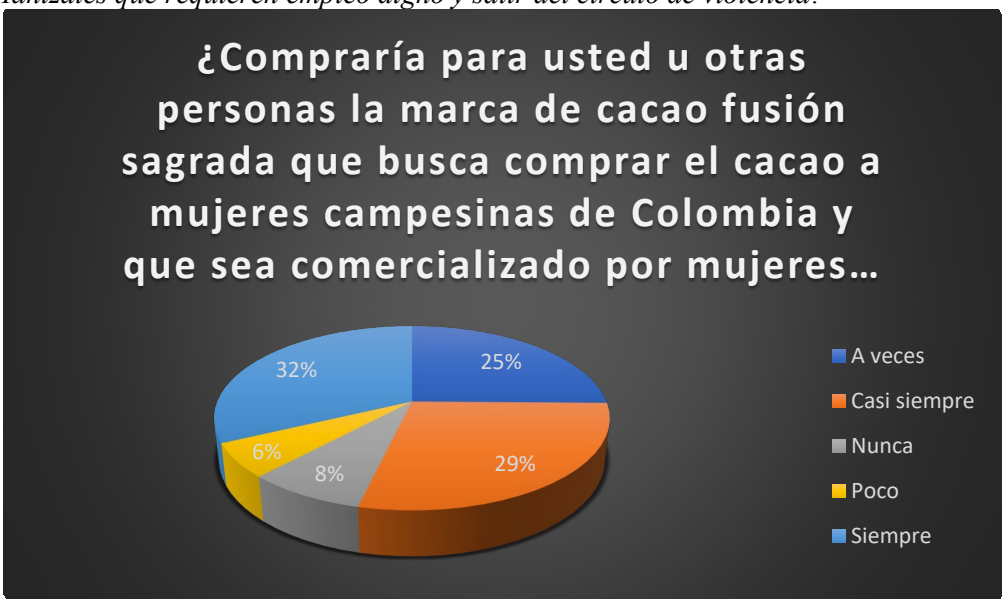
¿Qué canal de distribución prefiere para comprar cacao artesanal orgánico

Fuente: elaboración propia

Con base en los datos recopilados sobre las preferencias de los habitantes de Manizales para la adquisición de cacao artesanal orgánico, se destaca que el canal de distribución preferido varía significativamente. Con un notable 45% de los encuestados manifestando indiferencia respecto al canal de compra, existe una diversidad de preferencias en la comunidad. Aunque el 16% prefiere las grandes superficies, evidenciando una inclinación hacia la conveniencia y accesibilidad de estos establecimientos, el 12% que opta por tiendas especializadas en cacao refleja una apreciación por la experiencia y la calidad asociada con estos espacios especializados. La presencia de un 7% que elige pasteles y reposterías como canal de compra sugiere la influencia de la demanda de productos finales elaborados con cacao artesanal. La significativa minoría del 1% que prefiere adquirir productos en bodegas que comercializan productos artesanales ancestrales u orgánicos indica un nicho específico interesado en la autenticidad y la conexión con las tradiciones locales. En resumen, estos datos reflejan la complejidad de las preferencias del consumidor en Manizales, resaltando la importancia de la diversificación de canales para la comercialización efectiva de cacao artesanal orgánico en la región.

Figura 12.

¿Compraría para usted u otras personas la marca de cacao fusión sagrada que busca comprar el cacao a mujeres campesinas de Colombia y que sea comercializado por mujeres en Manizales que requieren empleo digno y salir del círculo de violencia?



Fuente: elaboración propia

Los resultados de la encuesta revelan una notable aceptación y apoyo hacia la marca de cacao Fusión Sagrada en Manizales, Colombia. Con un significativo 32% de los encuestados indicando que comprarían esta marca "siempre" y un 29% "casi siempre", se evidencia un fuerte respaldo a la propuesta de negocio que busca comprar cacao a mujeres campesinas y emplear mujeres en Manizales, proporcionando así una salida digna al círculo de violencia. Estos resultados sugieren que la comunidad valora no solo la calidad del producto, sino también la misión social y económica detrás de la marca. Además, el 25% que está dispuesto a comprar "a veces" demuestra una aceptación generalizada. Aunque un 8% responde "nunca", podría ser valioso explorar las razones detrás de esta elección para comprender posibles áreas de mejora o preocupaciones específicas. En resumen, la marca Fusión Sagrada parece haber ganado un sólido apoyo en Manizales, subrayando la importancia de las iniciativas sociales y económicas en la toma de decisiones de compra en la comunidad.

6.2. Análisis de las entrevistas a líderes de proyectos asociados a emprendimientos femeninos

A continuación, los resultados de las tres entrevistas realizadas a instituciones gubernamentales como son la Gobernación de Caldas y Alcaldía de Manizales, las que han liderado en la región procesos y programas enfocados a emprendimientos femeninos, así como políticas públicas en equidad de género, emprendimiento, empleo y competitividad.

Los programas que han liderado estas instituciones, no solo abarcan desde el apoyo económico, sino también la formación y asesoría en emprendimiento, además de procesos agrícolas y de transformación que permiten generar valores agregados para las mujeres como productoras y participantes de los procesos. En Manizales y Caldas, ha habido una priorización de las instituciones de propender no solo por la sostenibilidad de los proyectos y programas creados, sino también por el sostenimiento de los emprendimientos y empresas creadas a partir de estos esfuerzos estatales.

En organizaciones privadas, si bien, no se entrevistó a un experto de la Fundación Luker, se cuenta con la información sobre dos programas que lideran y que intervienen desde *Manizales Más* con el apoyo de SUMA – Sistema Universitario de Manizales, como son “Emprendiendo sueños y Efecto Cacao”, donde se cuenta con asociaciones de mujeres productoras de cacao orgánico, que no solo estos programas se convierten en un referente para lo que se pretende desarrollar con este

estudio en Manizales, sino que también son programas que cuentan con indicadores claves en formación, acompañamiento, producción, además del acompañamiento social, moral y económico que se le brinda a estas mujeres para que sus negocios puedan tener mayor alcance.

Los expertos que han brindado la información tanto de emprendimientos femeninos y que de una u otra manera han buscado aportar a la política pública en equidad de género, han estado en los territorios realizando un aporte integral a las mujeres participantes de los programas; con ello, buscan caracterizar la población participante, puesto que buscan llegar a aportar a la estrategia de Caldas Global y llegar a que las mujeres participantes, trabajando de una manera asociada, puedan llegar a mercados internacionales. Un tema clave para estas instituciones en cuanto a los emprendimientos femeninos agrícolas apoyados en el territorio, es el trabajo articulado entre las organizaciones públicas, privadas y académicas.

A continuación, el resumen de la información de acuerdo con los programas apoyados en emprendimiento femenino.

Tabla 2.
Matriz de emprendimientos femeninos

MATRÍZ ENTREVISTAS "EMPRENDIMIENTOS FEMENINOS ESCALABLES					
ENTREVISTA	NOMBRE	INSTITUCIÓN	PROYECTOS	DESCRIPCIÓN	RESUMEN
#1	MABEL STELLA BETACNOURT CUELLAR	Alcaldía	Sello Rosa	En Manizales, la política pública "Sello Rosa", liderada por la diputada María Isabel Gaviria Calderón del Partido Político MIRA, ha tenido un impacto positivo al beneficiar a 4 empresas y 120 mujeres emprendedoras, con una asignación presupuestal de $120 millones. Esta iniciativa busca potenciar las habilidades de las mujeres para generar ingresos a partir de sus conocimientos, abarcando tanto zonas urbanas como rurales. En paralelo, durante la plenaria del Concejo, los directivos del Once Caldas presentaron un informe sobre la exoneración de impuestos, destacando que el equipo recibió $440 millones, con la condición de invertirlos en la promoción del fútbol femenino y las escuelas deportivas para la paz, aunque se expresó preocupación por la falta de cumplimiento en este aspecto. Además, se señaló la necesidad de intervención integral en el Estadio Palogrande, instando a la Administración Municipal y al Once Caldas a llegar a un acuerdo para su recuperación, dada su importancia para la ciudad.	Mabel Stella Betancourt Cuellar, psicóloga contratista en la Secretaría de Integración y Desarrollo Social de la Gobernación de Caldas, desempeña un papel crucial coordinando emprendimientos de mujeres en los 27 municipios del departamento, con énfasis en equidad de género. En la institución, se llevan a cabo programas que benefician tanto a hombres como a mujeres, destacándose la capacitación a comisiones empresariales y la asistencia técnica a organizaciones comunales. En colaboración con el SENA, se promueven programas de emprendimiento general, sin un enfoque específico en la producción o comercialización de cacao. La entrevistada resalta la importancia de programas de salud mental y violencia de género en Manizales, incluyendo la Casa de la Mujer Empoderada. Se considera fundamental apoyar proyectos de cacao liderados por mujeres en Caldas para fortalecer la economía local. No se conocen programas de círculos de mujeres alrededor del cacao para la sanación interior, pero se sugiere mejorar el acceso de mujeres rurales a servicios esenciales. En términos de propuestas adicionales, se destaca la necesidad de un estudio de mercado para evaluar la viabilidad internacional de programas de cacao. En caso de desarrollo de la propuesta, se sugiere la participación del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, la Secretaría de Agricultura de la Gobernación de Caldas y las Umatas de los municipios del departamento.
#2	CLEMENCIA OROZCO OSPINA	Alcaldía		Clemencia Orozco Ospina, Líder de Proyecto en la Secretaría de TIC y Competitividad de la Alcaldía de Manizales, ha liderado la Unidad de Emprendimiento desde 2011, diseñando e implementando políticas para emprendedores en la ciudad. Además, ha participado en programas relacionados con el sector agropecuario, especialmente musáceas y cítricos. En la Alcaldía de Manizales, existe la Secretaría de Mujeres y Equidad de Género, que lidera la formulación y transversalización de políticas de género. La institución promueve la igualdad de derechos y oportunidades entre mujeres y hombres, contribuyendo al desarrollo político, social, económico y cultural de las mujeres de Manizales.	La Secretaría de TIC y Competitividad ha desarrollado programas de emprendimiento durante los últimos 4 años, donde las mujeres pueden participar libremente. Uno de los programas destacados es la "Cualificación de mano de obra sector Sistema Moda," en alianza con varias instituciones, que busca cualificar mano de obra en el sector de la confección para mejorar las condiciones económicas y sociales de mujeres en situación de vulnerabilidad. La estrategia incluye fases de selección, formación, componente humano-social y práctica empresarial, entregando mano de obra cualificada al sector productivo. Este programa ha logrado ajustes metodológicos año tras año para brindar competencias técnicas, humanas y prácticas, beneficiando tanto a las participantes como al sector de la moda en Manizales.
#3	SALVATORE YEPES PULGARÍN	Gobernación		Salvatore Yepes Pulgarín, en su rol como Líder de Proyecto en Estrategia Caldas-Global para la Gobernación de Caldas y Agrícola Cerro Prieto, ha desempeñado un papel clave en la articulación de proyectos de Cooperación Internacional y sostenibilidad, con participación en mesas técnicas centradas en mujeres. En la Gobernación de Caldas, específicamente en la Secretaría de Desarrollo Económico, se implementan programas como Sello Rosa, abarcando equidad de género y promoviendo ferias, formación y conferencias para el emprendimiento femenino.	Salvatore destaca la importancia de comprar la producción de cacao a mujeres productoras de programas de la Fundación Luker para comercializarla con una marca propia en Manizales, fortaleciendo la cadena de valor del cacao. Aunque reconoce programas insuficientes para abordar temas cruciales para las mujeres en la región, propone fortalecer iniciativas desde el sector público y buscar alianzas internacionales. Además, considera viable llevar programas similares a países del Sur Global como México, Perú y Ecuador. En caso de desarrollarse esta propuesta, sugiere que instituciones gubernamentales y empresas podrían liderar el programa, sin especificar nombres, y destaca la confidencialidad de la investigación para buscar recursos de cooperación nacional e internacional.

Fuente: elaboración propia

De las entrevistas realizadas, se destaca la iniciativa "Sello Rosa" que en Manizales ha sido una fuerza impulsora para respaldar emprendimientos femeninos, y encuentra una conexión con la política pública creada y apoyada por la Gobernación de Caldas en Equidad de género.

Si bien se puede evidenciar no solo a los expertos entrevistados, sino en la literatura estudiada y casos en los que se ha documentado la investigación, existen en Manizales programas de emprendimiento en los que pueden participar las mujeres o creados para ellas, pero no son enfocados a equidad de género y se puede decir que se aborda la temática más como "jalonador" de recursos que en sí busque la transformación integral de la mujer desde lo social, ambiental y económico.

Ahora bien, la aplicación de una encuesta cerrada en la investigación sobre el cacao en Manizales, especialmente en el contexto de emprendimientos femeninos rurales, es crucial para obtener datos precisos y estructurados sobre las percepciones y experiencias de los expertos en el tema, como los de la Fundación Luker. Este tipo de instrumento permite recopilar información de manera sistemática, facilitando el análisis cuantitativo de las respuestas. Al enfocarse en aspectos específicos del cultivo y comercialización del cacao, se pueden identificar tendencias, desafíos y oportunidades que enfrentan las mujeres en este sector. La información obtenida puede ser utilizada para diseñar estrategias de apoyo dirigidas a fortalecer la participación de las mujeres en la cadena de valor del cacao, contribuyendo así al desarrollo económico y social de la región.

Además, la información recopilada de las encuestas cerradas, permiten comparar respuestas de diferentes expertos, lo que puede revelar patrones significativos en la opinión sobre prácticas sostenibles, innovación y el impacto de programas como "El Efecto Cacao". Esto es especialmente relevante en el contexto de la Fundación Luker, que trabaja en el desarrollo rural inclusivo y en la mejora de las condiciones de vida de los productores de cacao. Al analizar los datos recogidos, se pueden formular recomendaciones informadas que promuevan el empoderamiento femenino y el crecimiento de emprendimientos en el sector cacaotero, asegurando que las voces de las mujeres rurales sean escuchadas y consideradas en la toma de decisiones.

Por otro lado, a lo largo de los años, diversas organizaciones han puesto en marcha programas enfocados en cumplir con la política pública de equidad de género y en promover el emprendimiento, especialmente en sectores rurales como el cacao. Estas iniciativas tienen como

objetivo empoderar a las mujeres, facilitando su acceso a recursos, capacitación y oportunidades de mercado, así como fomentando su participación activa en la economía. Sin embargo, a pesar de los esfuerzos realizados y la continuidad de estos programas, los resultados significativos en la mejora de las condiciones de vida y el fortalecimiento de los emprendimientos femeninos siguen siendo limitados. Esto plantea la necesidad de revisar y evaluar la efectividad de las estrategias implementadas para comprender mejor las razones detrás de esta situación. La escasez de impactos notables puede deberse a una variedad de factores, por ejemplo, la implementación de estos programas a menudo se enfrenta a obstáculos estructurales, como la falta de acceso a financiamiento adecuado y redes de apoyo efectivas.

Igualmente, las normas culturales y sociales que limitan el papel de la mujer en la economía continúan siendo un desafío importante. Asimismo, muchos programas carecen de un enfoque integral que aborde las necesidades específicas de las mujeres en su contexto local, lo que puede resultar en iniciativas que no logran superar las barreras existentes. Por lo tanto, aunque se han desarrollado diversas acciones, es crucial llevar a cabo un análisis detallado de su diseño y ejecución para identificar áreas de mejora y asegurar que realmente generen un impacto positivo y sostenible en la vida de las mujeres emprendedoras en el sector cacaotero.

Para lograr que una mujer se empodere y triunfe en su emprendimiento, es necesario intervenir en diversas causas que pueden obstaculizar su desarrollo. En primera instancia, el acceso a recursos económicos y financieros se erige como un factor clave. Las mujeres a menudo se enfrentan a barreras que les impiden acceder a créditos y financiamiento, limitando así su capacidad para iniciar y hacer crecer sus negocios. Además, la carencia de control sobre los recursos económicos puede impedir que las mujeres tomen decisiones autónomas en sus emprendimientos. Por consiguiente, es imperativo implementar políticas que faciliten el acceso a financiamiento y promuevan la igualdad en el control de los recursos, permitiendo a las mujeres invertir en sus proyectos y mejorar su bienestar. Otro aspecto fundamental a considerar es la educación y la capacitación. La formación en habilidades empresariales, liderazgo y gestión financiera resulta vital para que las mujeres puedan desarrollar su potencial y hacer frente a los desafíos del emprendimiento. Asimismo, es necesario fomentar un entorno social que apoye y valore el emprendimiento femenino, desafiando las normas culturales que perpetúan la subordinación de las mujeres. La creación de redes de apoyo y mentoría también puede ser clave para proporcionar a las mujeres las herramientas y el conocimiento necesarios para tener éxito. En resumen, abordar

estas causas a través de intervenciones estratégicas puede contribuir significativamente al empoderamiento de las mujeres y a su éxito en el ámbito empresarial.

Dando respuesta a los objetivos de investigación, se propone crear un programa de ***Transformación y Empoderamiento de la Mujer en el Subsector del Cacao: Un Enfoque Integral hacia la Competitividad.***

Con el fin de analizar los determinantes en la creación de un emprendimiento sostenible en relación con el producto del cacao en Manizales, se debe tener en cuenta que depende de diversos factores que abarcan desde aspectos agronómicos hasta el respaldo institucional. Entre estos se identifican en primer lugar, la calidad del cacao es un elemento clave para el éxito de cualquier iniciativa empresarial. Así pues, es fundamental proporcionar capacitación y transferencia de conocimientos sobre buenas prácticas agrícolas a los cacaocultores, lo que les permitirá mejorar tanto la producción como la calidad del grano.

Asimismo, la formación de asociaciones de productores ha demostrado ser una estrategia eficaz, ya que estas organizaciones pueden incrementar notablemente la producción y facilitar el acceso a recursos. Instituciones como la Fundación Luker y la Universidad EAFIT desempeñan un papel vital en el fortalecimiento del ecosistema cacaotero, ofreciendo apoyo técnico y financiero. Además, la innovación y la sostenibilidad se han convertido en pilares esenciales como se evidencia en iniciativas como el "Desafío para la Innovación Sostenible del Cacao", que promueven modelos de negocio que integran prácticas responsables con el medio ambiente.

Por otro lado, el marco regulatorio y las políticas públicas son determinantes cruciales que pueden facilitar o complicar el desarrollo de emprendimientos en este sector. En Manizales, se han identificado retos como la complejidad del sistema tributario y la falta de mecanismos de financiamiento adecuados. Es fundamental que las políticas se orienten a fortalecer el capital financiero, humano y empresarial, lo que permitirá a las emprendedoras superar estos obstáculos. Asimismo, el acceso a mercados y la capacidad de comercialización son esenciales para el éxito de cualquier emprendimiento. Los emprendedores deben ser capaces de identificar y acceder a mercados tanto nacionales como internacionales, lo que implica la creación de cadenas de suministro eficientes y confiables. Por último, la formación continua en áreas como marketing, con énfasis en el marketing digital y finanzas, son vitales para mejorar la competitividad en el sector cacaotero, asegurando así que los emprendimientos puedan crecer de manera sostenible.

Así mismo, el principal diferencial y valor de este programa, se encuentra en el componente específico de emprendimiento, diseñado específicamente para empoderar a las mujeres en la

industria del cacao, promoviendo no solo el desarrollo de habilidades técnicas y empresariales, sino también el fortalecimiento de la equidad de género, la construcción de redes de apoyo y la mejora de habilidades personales.

1. **Equidad de Género.** La formación en equidad de género es fundamental para crear un entorno inclusivo y equitativo en el ámbito del emprendimiento. A través de talleres y charlas, se abordarán temas como la desigualdad de género en el sector agrícola, los derechos de las mujeres y la importancia de la representación equitativa en la toma de decisiones. El objetivo es fomentar la conciencia y el respeto hacia la igualdad de género, permitiendo que cada participante reconozca su valor y potencial en el mundo del cacao.
2. **Habilidades Personales.** La confianza en uno mismo y el desarrollo de habilidades personales son clave para el éxito en cualquier emprendimiento. Se ofrecerá capacitación en habilidades blandas, tales como la comunicación efectiva, el liderazgo y la gestión del tiempo. Estas habilidades no solo son esenciales para el crecimiento personal, sino que también son determinantes para el desarrollo de negocios sostenibles y exitosos.
3. **Círculos de Mujeres.** Se fomentará la creación de círculos de experiencias, conocimientos y recursos. Estos espacios de apoyo y colaboración no solo fortalecerán la comunidad, sino que también permitirán el intercambio de ideas innovadoras y la creación de sinergias. Los círculos de mujeres serán un pilar en nuestro programa, promoviendo la solidaridad y el empoderamiento colectivo.
4. **Asociatividad.** La asociatividad es clave para el crecimiento y la sostenibilidad de los emprendimientos. Se enseñará a las participantes sobre la importancia de formar redes y asociaciones que les permitan acceder a recursos, mercados y oportunidades de colaboración. A través de la creación de alianzas estratégicas, las mujeres emprendedoras podrán fortalecer sus negocios, aumentar su visibilidad y mejorar su capacidad de negociación.

A través de este enfoque integral, se busca no solo la formación técnica en la producción y comercialización del cacao, sino también el empoderamiento personal y colectivo de las mujeres, fomentando un cambio positivo en sus vidas y en sus comunidades.

Para el desarrollo de este programa, se requiere el acompañamiento, apoyo y recursos de organizaciones tanto públicas, privadas y académicas que tengan como propósito fortalecer sus acciones al emprendimiento, la innovación, comercialización, enfocado a la equidad de género.

El nombre del Programa y de los productos resultado de este proceso, se denominará **FUSIÓN SAGRADA.**

Figura 13.
Diseño de la marca Fusión sagrada

Fuente: elaboración propia. La marca será registrada ante la SIC.

6.2.1. Poder de negociación con los consumidores

El programa **Fusión Sagrada**, busca desarrollar un producto atractivo, diferente y que contenga valor agregado. Se busca generar una diferenciación en el consumidor de la zona con el

fin de que haya una prevalencia frente a otras opciones, trabajando con materiales de excelente calidad y presentando una experiencia diferente además de acompañar y apoyar una idea de negocio que surge de la mentalidad de superación y de éxito de las mujeres en la región. Además de ello, se busca generar para las mujeres un espacio en donde se incluyan conocimientos, capacidades, imaginación, formación para crear en ellas un reconocimiento junto a su idea de negocio y que tengan la capacidad de ser independientes para alcanzar los objetivos de su proyecto de vida.

Ahora bien, es necesario romper aquellos imaginarios del rol femenino sobre áreas de emprendimiento tanto individuales, familiares y sociales, buscando así posicionar el papel de la mujer como líder y sujeto social, que tenga la posibilidad de aportar a la sociedad bajo una mirada de igualdad que de acuerdo con Parrado (2019) debe estar de manera presente.

Amenaza de entrada de nuevos competidores. Inicialmente, los productos propuestos a base de cacao para la zona de Manizales y subsectores cercanos entrarán a competir con calidad e innovación en su producción, al ser productos que se elaborarán con valores agregados como el amor, la dedicación y el trabajo constante, para lograr una oferta de excelente calidad. En el trabajo de campo y diferentes fuentes secundarias, se evidencia que las personas tienen hoy más consciencia por comprar productos orgánicos, ancestrales, revisan sus etiquetas y elaboración, además del propósito superior que existe detrás de cada marca.

La propuesta de que los productos de cacao de la zona de Manizales compitan en el mercado mediante su calidad e innovación es sólida. Sin embargo, para que valores como la dedicación, el amor y el esfuerzo constante sean percibidos por el consumidor, es necesario que estos aspectos se reflejen de manera concreta en el producto final. Esto se podría lograr mediante la obtención de certificaciones de calidad, la transparencia en el proceso de producción, y la trazabilidad de cada etapa de elaboración, comunicando estos elementos de manera efectiva a través del empaque, el marketing y la identidad de la marca.

El empaque destaca la historia del productor, que puede ser leído mediante código QR, de cómo la dedicación y el amor por la tierra y el proceso de elaboración resultan en un producto de calidad superior. Además, involucrar a los consumidores en esta narrativa mediante campañas que cuenten la historia detrás de cada barra de chocolate podría establecer una conexión emocional, haciendo visible el esfuerzo y el compromiso que respaldan el producto. De esta manera, el

consumidor no solo apreciará la calidad, sino que también valorará los principios y el trabajo dedicados a su creación.

Los ingredientes que se utilicen para ello serán los mejores y más frescos, lo que permitirá lograr en el cliente un reconocimiento y una recordación que los llevará a elegirlos siempre en adelante. Ante este escenario y teniendo en cuenta el valor agregado que el emprendimiento tiene al ser parte de un proyecto de mujeres que quieren lograr un mejor estatus de vida no existirían nuevos competidores directos, ya que se cuenta con un componente social. No obstante, se podrían tomar como posibles amenazas a aquellas marcas con la misma producción a base de cacao que quieran ingresar al mercado o incluso productos nuevos de empresas reconocidas como la nacional de chocolates.

6.2.2. Poder de negociación de proveedores

Para el desarrollo del programa **Fusión Sagrada**, una de las principales bases serán los proveedores. Con ellos se busca establecer una relación de colaboración que permita el crecimiento de ambas partes. Es así como se buscarán proveedores de excelente calidad, pero llegando hasta su misma zona de producción, sean fincas o zonas agrícolas, con el fin de ofrecer una buena negociación para alcanzar los mejores precios que generen excelentes beneficios y un crecimiento tanto para ellos como para el mismo proyecto a desarrollar.

Para lograr una negociación efectiva que asegure precios competitivos y beneficios significativos, además de un crecimiento mutuo para los proveedores y el proyecto, es fundamental identificar los elementos clave que los proveedores consideran esenciales en una negociación. Estos elementos generalmente incluyen la estabilidad y regularidad de los pedidos, condiciones de pago atractivas, precios competitivos y la construcción de relaciones de confianza a largo plazo. También es crucial tener en cuenta la calidad y constancia en la demanda, el soporte técnico o logístico que se les pueda brindar, así como la posibilidad de establecer acuerdos de exclusividad o colaboraciones en el desarrollo de productos innovadores.

Estos aspectos deben estar alineados con la propuesta del emprendimiento, garantizando que ambas partes se beneficien de la alianza. Por ejemplo, si el emprendimiento puede ofrecer un volumen constante de compras y condiciones de pago favorables, los proveedores podrían estar dispuestos a proporcionar mejores precios o priorizar sus entregas. Esto crearía una relación de beneficio mutuo, donde tanto el emprendimiento como los proveedores alcanzan sus metas y

fortalecen su presencia en el mercado. En esto, será fundamental establecer claramente las fechas de entrega y la calidad con la que se producirán las materias finas, todo con el fin de entregar un producto de excelente presentación que permita la fidelización del cliente y exista una sostenibilidad del producto y del emprendimiento como tal. De esta forma no solo se estará teniendo como valor agregado el apoyo a las mujeres, sino que también habrá un apoyo a pequeños productores con el fin de que ellos alcancen un mejor nivel de vida.

El programa Fusión Sagrada, no solo busca tener beneficiarias y generar ventas locales, sino a largo plazo, llegar a mercados internacionales. Según Procolombia (2019) "Con la exportación de cacao colombiano más de 35.000 familias se han visto beneficiadas con un producto que cada vez gana más reconocimiento en el mercado internacional" (párr. 3).

6.2.3. Amenaza de ingreso de productos sustitutos

En un mercado tan globalizado y con tantas ideas de producción y de innovación la cantidad en la variedad de productos que pueden constituirse como una amenaza al ser sustitutos del chocolate es amplia desde hace ya varios años. No se desconoce que algunos tachan los productos provenientes del cacao como productos con alto contenido de grasas y carbohidratos. Por ello buscan sustituirlos por otros que cumplan su misma función a la hora de sentarse a la mesa. Frente a ello se puede pensar en la posibilidad de ingreso de productos como el café o incluso los lácteos que puedan sustituir al chocolate de mesa que se toma todas las mañanas.

También es de gran importancia referenciar la entrada de otros productos sustitutos como caramelos, galletas, golosinas de empresas nacionales e internacionales. Sin embargo, el valor agregado de la idea de emprendimiento en el subsector del cacao en la zona de Manizales y áreas cercanas se presenta como una oportunidad muy llamativa ya que se tiene en cuenta que son productos realizados inicialmente a baja escala, con el apoyo de mujeres campesinas de Manizales, con materias primas de primera calidad y, además, con el empeño y el amor que todas las mujeres que serán incluidas en este programa, le brindan a cada cosa que hacen.

Lo anterior se integra al modelo de negocio mediante el valor agregado de producir a pequeña escala con materias primas de alta calidad y el apoyo de los campesinos locales, también se integra al modelo de negocio al ofrecer una base distintiva para la diferenciación en el mercado. Este enfoque permite al emprendimiento presentar un producto auténtico y superior, destacando su origen y el cuidado en su elaboración. La colaboración con los campesinos y el uso de ingredientes

de primera aseguran un estándar elevado en el producto final, fortaleciendo la propuesta del negocio y atrayendo a consumidores que valoran la autenticidad y la sostenibilidad.

Además, el entusiasmo y el cariño que las mujeres involucradas aportan al proyecto se reflejan en la narrativa de la marca y en la estrategia de marketing. Destacar estos aspectos ayuda a crear una conexión emocional con los consumidores, añadiendo un valor adicional al producto. Incorporar esta historia en el diseño del empaque y en la comunicación de la marca permite que los clientes aprecien no solo la calidad del cacao, sino también el impacto positivo del proyecto en la comunidad. De este modo, el modelo de negocio se beneficia al combinar un producto de alta calidad con una historia de compromiso social, creando una oferta que resuena profundamente en el mercado.

6.2.4. Descripción del cliente potencial

Inicialmente hay que definir que, para los productos a base de cacao de este proyecto, al ser productos orgánicos, se establece que los rangos de edad de los clientes potenciales abarcan los de 26 a 64 años, edad promedio para crear conciencia de los beneficios que conlleva para la salud el consumo de esta clase de artículos. Los estratos a los cuales va dirigido son 3, 4, 5 y 6 de la ciudad de Manizales, ya que es un estrato socioeconómico promedio para la comercialización del producto.

Ahora, la creciente preocupación respecto a la seguridad alimentaria, la salud y el incremento en la calidad de vida, ha llevado a los consumidores a cuestionar las prácticas agrícolas modernas en forma cada vez más notable. Para calcular la muestra para este proyecto de emprendimiento se determinó según los datos de la Alcaldía de Manizales en el año 2019, la cantidad de personas en la zona de la ciudad que cuentan con los dos parámetros anteriormente establecidos, edades entre 26 y 64 años pertenecientes a los estratos 3, 4 y 5. En total son 301.690 personas, un 59% de la población total.

6.2.5. Estrategia de precio

La relación con el precio que establecerán los productos producidos por el emprendimiento femenino en la zona de Manizales será determinante para generar una recordación y una preferencia por parte de los clientes. Para ello, será fundamental establecer desde el principio una buena

comunicación con los proveedores porque desde allí parte la posibilidad de competir con otras empresas fijando una fuerte estrategia de precio. De esta forma, determinar un punto de equilibrio lo más bajo posible y realizar un estudio de los precios de otros productos similares para obtener el mejor beneficio, pero sin sobrepasarlos, permitirá alcanzar los objetivos planteados en esta idea de negocio.

Por otra parte, también será preponderante establecer una correcta cadena de distribución con el fin de llegar a una amplia zona de cobertura para la penetración de los artículos ofrecidos en el menor tiempo posible, alcanzando una mayor cantidad de clientes potenciales con unos costos de desplazamientos establecidos previamente que no sobrepasen a las expectativas planeadas. De esta forma, se obtendrán mayores ganancias y se irá ganando en mercado, lo que permitirá aumentar la producción y generar mayores recursos que se reflejarán en ganancias para la empresa y reconocimiento a nivel local y nacional.

Y para definir una efectiva tabla de precios también se realizará un estudio sobre el valor de los productos similares que ya hacen parte del mercado manizaleño, siendo un punto fundamental que permita presentar ofertas de excelente calidad a un menor precio. Un emprendimiento femenino exitoso en Manizales debe prestar atención a diversos elementos que influyen en la fijación de precios de sus productos para lograr un posicionamiento efectivo en el mercado. Es esencial establecer una comunicación fluida con los proveedores desde el inicio, ya que los acuerdos alcanzados con ellos afectan directamente los costos de producción y, por ende, el precio final que se ofrecerá al cliente. Contar con una estrategia de precios sólida permitirá competir de manera efectiva con otras empresas del sector. Además, es crucial identificar un punto de equilibrio lo más bajo posible, lo que implica realizar un análisis exhaustivo de los costos fijos y variables para determinar el nivel mínimo de ventas necesario para cubrir todos los gastos. Asimismo, llevar a cabo un estudio de los precios de productos similares en el mercado ayudará a establecer precios competitivos que generen beneficios sin exceder los límites. De igual modo, conocer a fondo la oferta existente permitirá posicionarse de manera adecuada y fomentar la recordación y preferencia de los clientes hacia la marca.

Otro aspecto importante es la creación de una cadena de distribución eficiente que facilite el acceso a una amplia zona de cobertura en el menor tiempo posible, lo que impactará positivamente en los costos de transporte. Una logística bien planificada evitará gastos innecesarios que se reflejen en el precio final, lo que permitirá aumentar las ganancias y ganar participación en el mercado.

Este crecimiento, a su vez, facilitará la expansión de la producción y generará mayores recursos que se traducirán en beneficios para la empresa y reconocimiento a nivel local y nacional.

Finalmente, ofrecer productos de alta calidad a un precio inferior al de la competencia es un factor clave. Encontrar el equilibrio adecuado entre la calidad percibida y el precio es fundamental para captar la preferencia de los clientes y asegurar el éxito del emprendimiento. En resumen, la combinación de buenas relaciones con proveedores, un análisis de costos riguroso, un profundo conocimiento del mercado, una logística eficiente y una propuesta de valor atractiva permitirá gestionar de manera efectiva el precio en un emprendimiento femenino exitoso en Manizales.

Para cumplir con los objetivos propuestos en el programa, se debe tener en cuenta que una mujer empoderada dedicada a un emprendimiento de cacao en Manizales debe abordar cuidadosamente diversos aspectos clave para garantizar el éxito de su negocio. En primer lugar, es esencial establecer objetivos claros y medibles en cuanto a tiempos de producción, calidad y costos. Esto implica no solo definir metas ambiciosas, sino también implementar un sistema de seguimiento y evaluación que permita ajustar las estrategias en función de los resultados obtenidos. Asimismo, contar con un plan de acción estructurado y flexible es fundamental para adaptarse a los desafíos que puedan surgir en el camino. Además, la emprendedora debe realizar un análisis exhaustivo del mercado para identificar las necesidades y preferencias de los consumidores, lo que le permitirá desarrollar productos que se ajusten a sus expectativas. Esto, a su vez, facilitará la fijación de precios competitivos que sean atractivos para el público objetivo sin comprometer la rentabilidad del negocio. La optimización de los costos de insumos y la planificación cuidadosa de la producción son herramientas valiosas para lograr un equilibrio entre la calidad del producto y el precio final.

Otro aspecto fundamental es la sostenibilidad de la marca en el mercado. Para lograrlo, la emprendedora debe enfocarse en la innovación y el desarrollo constante de productos de alta calidad, lo que generará una mayor demanda y permitirá reinvertir en el negocio para mejorar la capacidad de distribución. A medida que la producción aumenta, es crucial ampliar la zona de penetración del producto para llegar a un público más amplio, lo que, a su vez, generará un mayor capital para seguir invirtiendo y creciendo.

El fortalecimiento empresarial también juega un papel crucial en el éxito del emprendimiento. Crear un ambiente de trabajo colaborativo y solidario entre las mujeres productoras puede contribuir a un crecimiento más rápido y a un mayor reconocimiento en el mercado. Finalmente,

la emprendedora debe enfocarse en el reconocimiento de la marca a través de estrategias de comunicación y marketing efectivas que resalten la calidad y el sabor del cacao. A través de estas acciones, una mujer empoderada puede gestionar de manera exitosa su emprendimiento de cacao en Manizales, contribuyendo al desarrollo económico y social de su comunidad.

6.2.6. Estrategia de distribución

La estrategia de distribución vendrá marcada por un trabajo juicioso y dedicado en relación con las zonas en donde se iniciará la venta de producto y a medida que aumente la demanda, se logren objetivos de venta a corto y mediano plazo y se alcancen logros contables irá aumentando su área de expansión con el fin de generar mayor cobertura. Inicialmente se distribuirá en mercados y tiendas de los subsectores de la ciudad que sean estratos 3, 4, 5. Posteriormente, se creará una estrategia para presentar parte del producto a zonas de estratos 6. A medida que crezca el reconocimiento y la aceptación, se iniciará con una distribución a localidades cercanas al área de Manizales, como Villamaría o Neira.

6.2.7. Productor

El productor es fundamental porque será el encargado de realizar todo el proceso para la entrega de un artículo de alta calidad con excelente precio a base de materias primas de primera. Esta labor estará en manos de las mujeres emprendedoras que harán parte de la organización y de la idea de negocio. Serán ellas las encargadas de establecer inicialmente relaciones con los productores de cacao y campesinos para generar así un beneficio de doble vía. A partir de allí, también estarán inmersas en el proceso productivo, controlando calidad y revisando que la entrega final cumpla con los estándares establecidos para llegar de la mejor forma al cliente. El proceso definido será establecer alianzas duraderas con los productores de cacao, lo que es fundamental para garantizar un suministro constante de materia prima de alta calidad en un emprendimiento femenino.

Para lograr este objetivo, es crucial seguir un proceso metódico y bien estructurado. El primer paso consiste en realizar un exhaustivo mapeo de los productores de cacao en la región, con el fin de identificar aquellos que cumplan con los estándares de calidad y sostenibilidad requeridos. Esto implica definir criterios claros de selección, tales como la calidad del cacao, la posesión de

certificaciones orgánicas y la implementación de prácticas agrícolas responsables. Una vez identificados los productores idóneos, se deben negociar acuerdos de compra a largo plazo que incluyan precios justos y condiciones de pago favorables para ambas partes. De esta manera, se generará confianza y compromiso mutuo, asegurando un suministro estable de materia prima. Además, brindar asistencia técnica y capacitación a los productores en áreas como buenas prácticas agrícolas y manejo postcosecha contribuirá a mejorar la calidad del cacao y garantizará un abastecimiento constante.

Paralelamente, es fundamental implementar un sistema de monitoreo y control de calidad a lo largo de toda la cadena de suministro, desde la finca hasta la planta de procesamiento. Esto puede incluir la realización de pruebas de calidad, auditorías y visitas regulares a las fincas para verificar el cumplimiento de los estándares acordados. Además, establecer un sistema de pago que recompense la calidad del cacao incentivará a los productores a mejorar continuamente, a través de la implementación de primas por cacao orgánico y penalizaciones por defectos. Finalmente, fortalecer las capacidades empresariales de los productores, promoviendo la asociatividad y facilitando el acceso a crédito, contribuirá a su crecimiento y competitividad, beneficiando a todo el ecosistema.

De esta manera, el emprendimiento femenino podrá establecer alianzas sólidas y sostenibles con los productores de cacao, asegurando un suministro constante de materia prima que cumpla con los estándares de calidad requeridos para el éxito del negocio. Estarán también presenten dentro de la gestión de las áreas de distribución y venta y se establecerá un control de precios para alcanzar los objetivos establecidos en relación con este ítem. Es de resaltar que no será un solo productor, será un conjunto de mujeres emprendedoras que, tras ordenar sus ideas y establecer áreas dentro de la organización, velarán por que se cumpla a cabalidad la idea presentada.

6.2.8. Distribuidor

El emprendimiento también se dará a la tarea de realizar la labor de distribución con el fin de controlar que los envíos, las recepciones de producto y las negociaciones con los mercados que ofertarán el producto se realicen de la mejor forma y solventando los inconvenientes que se presenten durante el proceso. Además, se buscará tener una relación cercana para generar un beneficio a toda la cadena productiva.

Entonces, la comercialización del cacao puede llevarse a cabo a través de diversos canales de distribución, tanto directos como indirectos. Muchos productores optan por trabajar con

intermediarios, quienes facilitan la venta de su producto a grandes empresas y mercados, ofreciendo ventajas en términos de alcance y logística. No obstante, la venta directa también se presenta como una alternativa atractiva, especialmente para emprendedores que buscan establecer una conexión más cercana con sus consumidores y ejercer un mayor control sobre los precios y la calidad del producto. En este sentido, los canales más comunes incluyen supermercados, tiendas especializadas, mini mercados y ventas directas en ferias o eventos locales. Cada uno de estos canales posee características y beneficios particulares, lo que permite a los productores seleccionar la opción que mejor se adapte a sus necesidades y objetivos comerciales.

Para hacer frente a los inconvenientes asociados con la distribución, como la dependencia de intermediarios y los costos adicionales, es fundamental implementar estrategias que fortalezcan la relación entre productores y consumidores. Esto puede implicar la creación de redes de colaboración entre productores para compartir recursos y conocimientos, así como la adopción de prácticas de comercio justo que aseguren precios equitativos y condiciones de trabajo dignas. Además, invertir en actividades de marketing y promoción de la marca puede contribuir a aumentar el reconocimiento del producto y atraer a más consumidores. La formación en gestión empresarial y comercialización también es esencial para que los productores puedan optimizar sus operaciones y maximizar sus beneficios. Al abordar estos desafíos de manera proactiva, los productores de cacao pueden mejorar su posicionamiento en el mercado y garantizar un suministro constante de productos de alta calidad que satisfagan las demandas de los consumidores. De igual forma, se deben crear estrategias de marketing digital, no solo para dar a conocer la marca y los productos, sino todo lo que implica el programa ***Fusión Sagrada***.

6.2.9. Riesgos del proyecto

Para contemplar los riesgos del proyecto de distribución de cacao orgánico se tuvieron en cuenta cuatro (4) procesos importantes:

- No vender las cantidades producidas diariamente: este ítem hace referencia a las posibilidades que existen de que la producción sea superior a la demanda establecida inicialmente por lo que se requiere de un juicioso estudio de mercadeo y oportunidades.

- Las pérdidas ocasionales del proyecto: en este punto se analiza que, en caso de presentarse un alto punto de equilibrio que incurra en pérdida, se podría ver afectada toda la cadena productiva, desde el proveedor hasta el distribuidor.

- Los costos y gastos superen la inversión inicial del proyecto y no nos permita llegar a la proyección de ventas esperado: por ello se debe realizar una constante retroalimentación con el fin de comprobar que los objetivos económicos planteados son adecuados al desarrollo del proyecto.

- No tener un plan de contingencia planteado en caso que el cultivo sufra algún daño natural.

Tabla 3.

Matriz de Riesgos para un Proyecto de Distribución de Cacao Orgánico

Riesgo	Impacto	Probabilidad	Acciones de Mitigación
No vender las cantidades producidas diariamente	Alto	Medio	- Realizar un estudio de mercado exhaustivo para identificar oportunidades y ajustar la producción a la demanda real - Implementar un sistema de monitoreo de ventas para anticipar fluctuaciones en la demanda
Pérdidas ocasionales del proyecto	Alto	Medio	- Establecer un punto de equilibrio realista basado en un análisis detallado de costos - Implementar un sistema de control de costos y gastos para identificar áreas de mejora - Diversificar los canales de distribución para reducir la dependencia de un solo mercado
Los costos y gastos superan la inversión inicial	Alto	Bajo	- Realizar un presupuesto detallado y realista de costos y gastos - Implementar un sistema de gestión financiera que permita monitorear el flujo de caja y tomar decisiones oportunas - Buscar fuentes de financiamiento adicionales para cubrir posibles déficits
Daños naturales en los cultivos	Muy Alto	Medio	- Implementar prácticas de agricultura sostenible y orgánica para fortalecer la resiliencia de los cultivos - Diversificar las fuentes de abastecimiento para reducir la dependencia de un solo proveedor - Contratar seguros agrícolas que cubran los riesgos de daños por fenómenos naturales

Fuente: elaboración propia

Esta matriz de riesgos permite identificar los principales riesgos que pueden afectar el proyecto de distribución de cacao orgánico, evaluar su impacto y probabilidad, y establecer acciones específicas para mitigarlos. Es importante actualizar y revisar esta matriz periódicamente a medida que el proyecto avanza y surgen nuevos riesgos o cambian las condiciones del mercado.

Por lo anterior, se propone la siguiente estructura para un programa que promueva la producción y comercialización de cacao artesanal, que enmarca una innovación logística, puesto que la producción inicial hará parte de los programas "Emprendiendo Sueños y Efecto Cacao de la Fundación Luker", dado que se comenzará a fortalecer las mujeres productoras de cacao orgánico en el territorio, con el apoyo de la Alcaldía de Manizales en formación y por la Gobernación de Caldas desde la política pública y el acompañamiento en todas las fases del programa, hasta llegar a la comercialización.

Es pues importante destacar que la producción inicial de cacao orgánico impulsada por la Fundación Luker tiene como propósito principal fortalecer a las mujeres productoras de la región, proporcionándoles las herramientas necesarias para mejorar la calidad de su producción y aumentar su competitividad en el mercado. No obstante, es esencial garantizar que estas productoras no se limiten a ser proveedoras exclusivas de Luker, sino que cuenten con la autonomía para comercializar su cacao de manera independiente, accediendo a diversos mercados y capturando el valor agregado de su producto.

El programa debe asegurarse de que las mujeres participen activamente en todas las etapas de la cadena de valor, desde la producción hasta la venta, recibiendo apoyo continuo en la creación de redes de distribución, posicionamiento de su propia marca y acceso a mercados que valoren justamente su trabajo.

Por otra parte, aunque el respaldo de las políticas públicas es crucial para el éxito del programa, resulta igualmente esencial que este apoyo se integre con estrategias que promuevan el empoderamiento de las mujeres más allá de la simple producción agrícola. Esto implica ofrecer formación en competencias empresariales, gestión de proyectos y sostenibilidad a largo plazo, permitiendo que las productoras no solo establezcan negocios exitosos, sino que también los mantengan y hagan crecer en el tiempo dentro del sector. La capacitación en áreas como marketing, gestión financiera y liderazgo debe ser un componente clave del programa, asegurando que las emprendedoras estén preparadas para enfrentar los retos del mercado y puedan desarrollar marcas sólidas que reflejen su identidad y valores, contribuyendo de manera equitativa y sostenible al desarrollo económico local.

El modelo de negocio, propuesto permite trabajar articuladamente con instituciones públicas, privadas y académicas, además de generar una nueva marca denominada **Fusión Sagrada.** (ver anexo)

El modelo de negocio denominado **Fusión Sagrada** se distingue por su enfoque único que combina la producción y comercialización de cacao orgánico con la preservación de los valores culturales y sociales de las comunidades locales. A diferencia de las aproximaciones tradicionales al empoderamiento y emprendimiento de mujeres, este modelo se centra en la integración de las prácticas ancestrales y la conexión con la tierra y el cacao, buscando no solo generar ingresos, sino también respetar y revitalizar la identidad cultural de las comunidades de la zona rural del municipio de Manizales. De esta forma, **Fusión Sagrada** es un emprendimiento que valora tanto el aspecto económico como el cultural, permitiendo que las mujeres no solo se fortalezcan económicamente, sino que además mantengan y transmitan su herencia cultural a través de su trabajo.

En este modelo se incorpora en la investigación porque ofrece una solución innovadora y adaptada a las particularidades de la región, demostrando cómo el empoderamiento femenino puede lograrse respetando y reforzando las tradiciones locales. A diferencia de enfoques más generales, **Fusión Sagrada** se ajusta a las necesidades y realidades de las comunidades involucradas, proporcionando un marco que no solo potencia la actividad económica, sino que también promueve la cohesión social y la sostenibilidad cultural. La inclusión de este modelo en el estudio responde a la necesidad de explorar formas de emprendimiento que sean verdaderamente transformadoras, respetuosas con el contexto local y capaces de generar un impacto duradero tanto en el ámbito económico como en el cultural. Basado en la propuesta de valor de Fusión Sagrada, se encuentra en el estudio realizado, la aceptación del segmento de mercados al cual va dirigido, el cual son personas naturales que compran productos de cacao en grandes superficies, además que posteriormente puede llegar a un segmento B2B (Business To Businness), debido a las alianzas estratégicas con las que se contaría en el programa como son Gobernación de Caldas, Fundación Luker e inversionsitas extranjeros que aportarían capital, para capital de trabajo. Es importante aclarar que dentro de las actividades claves, estaría la formalización del programa, que contará con formación y asistencia técnica en cacao, pero para iniciar procesos de comercialización de forma rápida, al inicio se comprará cacao orgánico a mujeres emprendedoras de otras zonas del País, que ya vienen con el desarrollo de cultivos, en programas como Emprendiendo Sueños y Efecto Cacao. De igual forma, se diseñará la estrategia de formación a las mujeres rurales de este proyecto, desde la producción de cacao hasta la comercialización, con énfasis en temáticas como equidad de género, marketing y ventas, equipos de trabajo e innovación y uno de los diferenciales es la

creación de los círculos de mujeres en cacao que permiten mejorar el relacionamiento interno y externo. Como recursos claves, se encuentra con el apoyo de recursos financieros de entidades del gobierno, que deben desarrollar este tipo de programas, para fortalecer el aporte a las políticas públicas rurales y de equidad de género, además de recursos para el sector rural, que se encuentran disponibles en APC por Cooperación internacional. El grupo de mujeres participantes, se encuentra en bases de dato y registros de programas de emprendimiento que se han desarrollado en la región, con especial énfasis en Sello Rosa, que nació como apuesta para fortalecer a las mujeres emprendedoras del Departamento de Caldas, al cual pueden ingresar con diversos emprendimientos, o ideas de negocio, pero no tiene continuidad permanente, porque está diseñado por etapas y depende únicamente de recursos del estado. Los ingresos generados de este programa, serán para las mujeres emprendedoras que realicen toda la formación y participen de los procesos técnicos y administrativos. Es importante resaltar que, a dichas participantes, se les dará todo el acompañamiento para que ellas, puedan realizar posteriormente todo el proceso de relacionamiento para ventas y alianzas y construyen redes de contacto y un proceso comercial significativo que permita el reconocimiento y posicionamiento de marca, que se vea reflejado en sus ventas.

Figura 14.
Esquema de producción y comercialización

Fuente: elaboración propia

Esta estrategia integral debería ayudar a promover emprendimientos femeninos sostenibles en la industria del cacao en Manizales; en este punto, es necesario precisar que la estrategia integral propuesta está dirigida específicamente a intervenir y fortalecer a las mujeres que se dedican a la producción de cacao orgánico, enfocándose en la etapa inicial de la cadena productiva. El propósito es brindarles capacitación y herramientas para mejorar la calidad de su producción, incrementar su competitividad, y asegurar su participación activa en los mercados.

Es así, como brindando apoyo en todas las etapas del proceso empresarial y fomentando un ambiente propicio para el crecimiento y la prosperidad de las mujeres emprendedoras. **Fusión Sagrada** se alinea perfectamente con los principios de Sello Rosa al ser una marca comprometida con la política pública en equidad de género y con prácticas responsables en los procesos productivos. La fusión de sabores exóticos y sagrados del cacao colombiano, cuidadosamente seleccionados y elaborados artesanalmente, refleja la excelencia del producto y la conexión con las riquezas de las tradiciones locales. Por otro lado, la dedicación de **Fusión Sagrada** a empoderar a las mujeres en cada paso de su cadena de valor resuena con el propósito fundamental de Sello Rosa. Reconocer y apoyar el papel fundamental de las mujeres emprendedoras, como lo promueve el programa, se refleja en la narrativa de **Fusión Sagrada,** donde la labor de las mujeres en la creación de cada obra maestra de chocolate se considera un acto sagrado.

Ahora bien, el respaldo de Sello Rosa a emprendimientos femeninos también se materializa a través de la asignación de fondos significativos. El presupuesto de $120 millones destinado a la implementación de esta política pública en Manizales contribuirá al crecimiento y desarrollo de negocios liderados por mujeres. La conexión entre las mujeres emprendedoras respaldadas por Sello Rosa y la filosofía de **Fusión Sagrada** crea un tejido sólido que fortalece la posición de las mujeres en la sociedad y en el ámbito empresarial.

Además, la capacitación a 1250 mujeres y la entrega de capital semilla a 7 asociaciones en Caldas, según lo informado por la diputada María Isabel Gaviria Calderón, subraya la importancia de programas integrales que respalden no solo a las emprendedoras individuales sino también a las asociaciones que fomentan la colaboración y el apoyo mutuo. En últimas, la iniciativa "Sello Rosa" no solo es un respaldo financiero para emprendimientos femeninos en Manizales, sino que también representa un impulso hacia la igualdad de género en diversos subsectores, conectando

perfectamente con emprendimientos como **Fusión Sagrada,** que encarnan la excelencia, la sostenibilidad y el empoderamiento femenino.

Conclusiones

El fortalecimiento de procesos productivos de las mujeres, muestra experiencias diferentes en el manejo de los recursos y uso de los territorios. La información recopilada a través de la consulta a líderes de organizaciones y a posibles compradores, en Manizales, Colombia, ofrece una visión completa de las preferencias y actitudes de la comunidad hacia el consumo de cacao, así como su disposición a respaldar iniciativas con enfoque social y de género.

De acuerdo con los resultados de la presente, las experiencias productivas de las mujeres muestran que el sector productivo tiene alto potencial por la receptividad, la capacidad de aprendizaje y la transferencia de conocimiento tecnológica y tiene apropiación. Se encontró en las respuestas de los informantes que la frecuencia es significativa en relación con el consumo de productos a base de caca. Un 70,36% lo consume diariamente, lo que sugiere una arraigada cultura alimenticia de este producto por la población. La preferencia por distintas presentaciones de cacao, como polvo, tabletas comerciales, nips (presentación artesanal manual del producto), o una combinación de ellas, resalta la diversidad de opciones apreciadas por la comunidad.

Existe reconocimiento a la oportunidad y aportes de los proyectos productivos femeninos en cacao, porque compran el producto, lo consumen y promueven. El análisis de la disposición a pagar más por productos ecológicos revela que el 44% de los encuestados estaría dispuesto a hacerlo a veces, destacando la conciencia ambiental en las decisiones de compra. Además, el interés en envases ecológicos es notorio, con el 43% eligiendo estos productos a veces y el 31% casi siempre, indicando una demanda creciente de opciones sostenibles.

Además, la preferencia por productos de emprendimientos femeninos que promueven la igualdad de género muestra un respaldo sólido, con un 30% optando por esta elección a veces y un 22% casi siempre. Este patrón se refuerza con la disposición del 32% a comprar la marca de cacao **Fusión Sagrada,** que busca apoyar a mujeres campesinas y proporcionar empleo a mujeres en Manizales, indicando una conexión positiva entre las prácticas empresariales y la disposición de compra de la comunidad.

Se concluye también que el canal de distribución preferido para cacao artesanal orgánico es compra directa mediada por redes de consumidores. Se observa una diversidad de elecciones, con un destacado 45% mostrando indiferencia y un 16% prefiriendo las bodegas que comercializan

productos ancestrales u orgánicos. Esto sugiere la importancia de ofrecer opciones variadas para satisfacer las preferencias individuales de los consumidores.

El programa propuesto construido a través de las experiencias consultadas muestra, por un lado, una oferta de un producto artesanal, con cultivos sostenibles y manejo riguroso de los materiales y, por el otro, una demanda que reconoce el diferencial del producto y el tejido social alrededor del cual el proyecto busca el sostenimiento.

En conclusión, la comunidad manizaleña muestra un compromiso profundo con el consumo de cacao, una conciencia ambiental creciente y un fuerte respaldo a iniciativas sociales y de género. Estos datos proporcionan valiosa información para productores, emprendedores y comerciantes, destacando la necesidad de considerar tanto la calidad del producto como las dimensiones éticas y ambientales en sus estrategias comerciales.

Los determinantes para potenciar la creación de emprendimientos femeninos sostenibles, no solo es crucial desde una perspectiva de equidad, sino también esencial para disminuir las desigualdades y lograr un éxito sostenible y equitativo en la industria del cacao en la región. La propuesta de la creación de un programa de comercialización en el subsector de cacao, con la intención de fortalecer los emprendimientos femeninos que puede aportar a los planteado y esperado en las políticas públicas territoriales, en cuanto a las perspectivas de derechos, para contribuir a la disminución de la desigualdad, generación de oportunidades y poder contribuir a la autonomía económica, autonomía en la toma de decisiones y autonomía física, que de acuerdo con el CONPES 4080 es donde se encuentra la mayor brecha de las mujeres rurales.

Referencias

Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional USAID-Colombia. (2019). El Efecto Cacao, *Reporte trimestral #3, julio – septiembre de 2019*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.apccolombia.gov.co/sites/default/files/proyectos/202.pdf

Amorós, C. (2020). *La teoría feminista*. Bogotá: Malpaso Editorial.

Araque-Geney, E. A., Álvarez-Contreras, D. E. (2023). Gestión estratégica de los emprendimientos femeninos del sector artesanal, priorizado en la ruta competitiva del departamento de Sucre. *Revista CEA, 9* (21), 1-39. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.redalyc.org/journal/6381/638175311004/638175311004.pdf

Ascencio-Leiva, J. E., Echeverri, J. L., Perea, A. (2022). Formulación de un proyecto social para la fabricación y comercialización de chocolate artesanal que permita mejorar la calidad de vida de las mujeres campesinas de la asociación Amucol del municipio Planadas, Tolima [Trabajo de grado]. Universidad Nacional Abierta y a Distancia. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/54131/jeascenciol.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Banco Mundial (2021). *La Mujer, la Empresa y el Derecho*. Washington, DC: Banco Mundial. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://documents1.worldbank.org/curated/en/367091623911157089/pdf/Women-Business-and-the-Law-2021.pdf

Boserup, E. (1970). *Woman's Role in Economic Development*. Rutgers.

Bustos, V., Lemos, D., Rodríguez, A. (2018). Plan de negocio para la comercialización de cacao orgánico en la ciudad de Bogotá [Trabajo de grado]. Corporación Universitaria Minuto de Dios. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repository.uniminuto.edu/server/api/core/bitstreams/c6c3b8fe-2503-4f95-a469-e972c25223b1/content

Cadena, K. (2019). Oportunidades del cacao y sus derivados en el segmento agroindustrial a través de los diferentes tratados de libre comercio [Trabajo de grado]. Universidad Militar Nueva Granada. chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repository.umng.edu.co/server/api/core/bitstreams/0a08f79d-fb32-4d33-a558-161a60bbd3df/content

Caicedo-Soliz, R. A. (2021). *Efectos de los factores socioeconómicos, ambientales y la innovación en la sostenibilidad del cultivo de cacao en el municipio de Tumaco – Nariño* [Tesis de Maestría]. Universidad de Manizales. Departamento de Caldas – Colombia. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/bitstream/handle/20.500.12746/4780/Articulo%20cientifico%20evaluacion%20sostenibilidad%20cacao_Sustentaci%c3%b3n.pdf?sequence=1&isAllowed=yCáceres, L. R. (2020). Desigualdad de género e integración económica en Centroamérica. *Cuadernos de Economía, XLI*(86), 47-76. https://www.redalyc.org/journal/2821/282174161002/html/

Contreras-Garzón, F. Á., Bernal-Peñuela, M. (2023). Los micronegocios de las mujeres emprendedoras rurales y su relación con el desarrollo local en el departamento de Cundinamarca. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://ciencia.lasalle.edu.co/server/api/core/bitstreams/6d049354-b78c-4ec9-83e6-4c3f765627e2/content

Coronado-Silva, R. A. (2017). Análisis de sostenibilidad de la producción del sector cacaotero en el municipio de El Playón (Santander) [Tesis de maestría]. Universidad de Manizales. https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/handle/20.500.12746/3576

Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE (2022). *Mujeres y Hombres, brechas de género en Colombia.* Consejería presidencial para la equidad de la mujer. Presidencia de la república.

Díaz-Gamba, K. V., Guzmán Alfonso, Y. R., Salgado Gómez, A. E. (2015). *Plan de Negocios para el aprovechamiento del Cacao producido en el departamento de Santander, Colombia*. [Trabajo de grado]. Universidad La Gran Colombia. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repository.ugc.edu.co/server/api/core/bitstreams/e4b5b0a8-4961-42b4-b129-bbb8b890c2d0/content

Díaz-Pérez, Á., Silva-Niño, A. C. (2017). Retos de las políticas públicas para el fomento del emprendimiento femenino en Colombia. *Reflexión Política, 19*(38), 42-57. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.redalyc.org/pdf/110/11054032004.pdf

Federación Nacional de Cacaoteros, Fedecacao. (2021). Así se comportó la producción de cacao por departamentos en el 2020. https://www.fedecacao.com.co/post/copy-of-design-a-stunning-blog#:~:text=El%20cacao%20colombiano%20se%20produce%20en%20422%20municipios,1000%20toneladas%20a%20la%20producci%C3%B3n%20nacional%20cada%20uno.

Federación Nacional de Cacaoteros, Fedecacao. (2022). *La producción cacaotera nacional sigue creciendo: en 2021 logra un nuevo récord histórico.* [Comunicado de prensa]. https://www.fedecacao.com.co/nueva/web/noticia/noticia-con-video.php?id=374

Finke, J., Osorio-Tinoco, F., Pereira-Laverde, F. (2021). Empoderamiento femenino, emprendimiento y pobreza. El caso colombiano. *Cuadernos de Administración, vol. 34,* 1-18. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.redalyc.org/journal/205/20574633006/20574633006.pdf

Fraser, N. (1995). ¿De la redistribución al reconocimiento? Dilemas de la justicia en la era «postsocialista» [Conferencia]. Universidad de California.chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://newleftreview.es/issues/0/articles/nancy-fraser-de-la-redistribution-al-reconocimiento-dilemas-de-la-justicia-en-la-era-postsocialista.pdf

Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola, FIDA. (2008). *Informe sobre la eficacia del FIDA en términos de desarrollo* [Documento Web]. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://webapps.ifad.org/members/eb/98/docs/spanish/EB-2009-98-R-10-Rev-1.pdf

Fundación Se Valiente. (2020). Equidad de género para el desarrollo, Agenda estratégica para los gobiernos locales 2020-2024. https://www.colombialider.org/wp-content/uploads/2020/04/Cartilla-Equidad-de-ge%CC%81nero-para-el-Desarrollo-comprimido.pdf

Gobernación de Caldas (2023). Análisis detallado sobre la situación laboral. *CALDATA, Boletín estadístico Mercado laboral.* chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://caldata.caldas.gov.co/wp-*content/uploads/2024/07/Boletin-7-Mercado-laboral-2023.pdf*

Guillot-Reina, V. (2015). El "enfoque de las capacidades" de Martha Nussbaum y sus consecuencias educativas: hacia una pedagogía socrática y pluralista. *Teoría Educativa,* 27(2), 45-70. https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/127651/El_%ABenfoque_de_las_capacidades;jsessionid=FD32BDC592F7429BB9625DE716F23299?sequence=1

Heras-Sevilla, D, Ortega-Sánchez, D., Rubia-Avi, M. (2021). Conceptualización y reflexión sobre el género y la diversidad sexual Hacia un modelo coeducativo por y para la diversidad. *Perfiles Educativos, XLIII*(173), 148-164. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.scielo.org.mx/pdf/peredu/v43n173/0185-2698-peredu-43-173-148.pdf

Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., Baptista-Lucio, P. (2019). *Metodología de la investigación.* México: McGrw Hill. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

Hurtado, B. (2020). *Informe de calidad de vida Manizales 2019* [Documento Web]. http://manizalescomovamos.org/wp-content/uploads/2020/10/ICV-2019_Texto completo_webVF.pdf

Lafaux-Castillo, M. P., Polanco Puerta, M. F. (Año). Evaluación de dos sistemas de producción del cultivo de cacao (Theobroma cacao L), en la vereda San Luis Robles Tumaco y sus impactos socioeconómicos y ambientales [Tesis de Maestría]. Universidad de Manizales. https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/handle/20.500.12746/6316

Lagarde, M. (1996). "El género", fragmento literal: 'La perspectiva de género'. En *Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia* (pp. 13-38). Ed. horas y HORAS, España.

Lagunas, M., Beltrán, L., Ortega, A. (2016). Desarrollo, feminismo y género: cinco teorías y una canción desesperada desde el Sur. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina, 4*(2). 62-75 chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://scielo.sld.cu/pdf/reds/v4n2/reds06216.pdf

León M. (Ed.) (1982). *Las trabajadoras del agro. Debate sobre la mujer en América Latina y el Caribe: Discusión acerca de la unidad producción-reproducción.* Bogotá: Asociación Colombiana para el Estudio de la Población.

León, M. (2000). *Género, propiedad y empoderamiento: tierra, Estado y mercado en América Latina*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, Ed. Tercer Mundo.

Mateus-Caicedo, V. M., Reyes-Orozco, D. (2018). *Diagnóstico de la producción y comercialización de los productores de cacao asociados a la federación nacional de cacaoteros (FEDECACAO) en el municipio de Lebrija Santander* [Tesis de Maestría]. Universidad Nacional a Distancia, UNAD. https://repository.unad.edu.co/handle/10596/18600

McKinsey Global Institute (2016). The Power of Parity [Documento Web]. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/featured%20insights/women%20matter/the%20power%20of%20parity%20advancing%20womens%20equality%20in%20the%20united%20kingdom/power-of-parity-advancing-womens-equality-in-the-united-kingdom-full-report.pdf

Ministerio de Agricultura (2020). *Cadena de Cacao. Dirección de cadenas agrícolas y forestales.* https://sioc.minagricultura.gov.co/Cacao/Documentos/2020-03-31%20Cifras%20Sectoriales.pdf

Meza-Sepulveda, D. C., Quintero-Saavedra, J. I., Zartha-Sossa, J. W., Hernández-Zarta, R. (2020). Estudio de prospectiva del sector cacao al año 2032 como base de programas de capacitación universitaria en el sector agroindustrial. Aplicación del método Delphi. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación Agroindustrial, 7*(2), 36-48. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07642020000300219

Mimbrero, C., Pallares, S., Cantera, L. (2017). Competencias de igualdad de género: capacitación para la equidad entre mujeres y hombres en las organizaciones. *Atenea Digital,* 265-286. https://atheneadigital.net/article/view/v17-n2-mimbrero-pallares-cantera

Muñoz-García, D., Posada Tabares, P., Fernández Cadavid, C. (2021). *El empoderamiento de las mujeres rurales a través de los emprendimientos en Antioquia: Mapeo investigativo* [Trabajo de grado]. Institución Universitaria Tecnológico de Antioquia. https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/2287

Niebles, W., Niebles-Nuñez, L. D., Barrios Parejo, I. A. (2020). El emprendimiento en Colombia: análisis del marco legal y su incidencia en la generación de empleo. *Justicia, 25*(38), 35-52. DOI: https://doi.org/10.17081/just.25.38.4390

Nussbaum, M. (2012). *Las mujeres y el desarrollo. El enfoque de las capacidades.* España: Herder. https://www.jstor.org/stable/j.ctvt7x63g

Ordóñez, D; Castillo, A., Rodríguez, I. (2021). Empoderamiento de la mujer en el emprendimiento y la innovación. *Población y Desarrollo, 27*(52), 69-91. https://revistascientificas.una.py/index.php/RE/article/view/955

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2013). *Crece en Colombia el consumo de productos orgánicos* [Documento Web] chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.fao.org/4/i3300s/i3300s.pdf

Organización de las Naciones Unidas, ONU. (2017). *Si las mujeres pudieran participar en la economía en igualdad de condiciones, el PIB mundial podría aumentar un 26%* [Documento Web]. https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2017/09/guterres-si-las-mujeres-pudieran-participar-en-la-economia-en-igualdad-de-condiciones-el-pib-mundial-podria-aumentar-un-26/#:~:text=El%20titular%20de%20la%20ONU,d%C3%B3lares%20para%20el%20a%C3%B1o%202025.Organización de las Naciones Unidas, ONU. (2018). *Objetivos de Desarrollo Sostenible.* https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/gender-equality/

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, OCDE. (2020). Igualdad de género en Colombia.

Parrado, K. (2019). *Emprendimiento femenino con alto impacto social ante el estado fallido: Estudio de casos de mujeres profesionales entre las edades de 18 a 45 años*. https://ciencia.lasalle.edu.co/items/4e84b28f-0cc4-49a7-8169-405bed903dfb/full

Porter, M.E. (1998). Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review,* 77-90. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.scielo.cl/pdf/eure/v32n95/art05.pdf

Procolombia (2019). *Oportunidades de exportación de cacao colombiano que conquista el mundo* [Documento Web].

https://procolombia.co/colombiatrade/exportador/articulos/oportunidades-de-exportacion-de-cacao-colombiano-que-conquista-el-mundo

Quevedo, L. F. (2019). Aproximación crítica a la teoría económica propuesta por Schumpeter. Revista *Investigación & Negocios,* 12(20), 55-60. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v12n20/v12n20_a06.pdf

Rojas López, A. K. (2023). La participación femenina en el sistema productivo de cacao (Theobroma cacao L) desde la Red de Mujeres de la Asociación de Campesinos de Arauca en el municipio de Arauquita, departamento de Arauca [Tesis de maestría]. Pontificia Universidad Javeriana. https://redcol.minciencias.gov.co/Record/JAVERIANA_b36e319b97fd82203b3f26142a2dfdf6

Rodríguez-Pizarro, A. N., Ibarra-Melo, M. E. (2013). Los estudios de género en Colombia. Una discusión preliminar. *Sociedad y Economía, 24,* 16-44. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://www.scielo.org.co/pdf/soec/n24/n24a02.pdf

Rojas-Ochoa, L. B. (2018). *Plan de negocio para la comercialización de cacao orgánico al mercado canadiense.* [Trabajo de grado]. Universidad Piloto de Colombia. https://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/4822

Saavedra, M. L., Briseño-Aguirre, N. L., Velázquez-Rojas, K. G. (2022). Análisis y Evolución del Emprendimiento Femenino en Latinoamérica. *RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Infomática, 11*(32), 1-29. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.redalyc.org/journal/6379/637972170001/637972170001.pdf

Saavedra, M. L. (2023). El empoderamiento femenino a través del emprendimiento en la era digital. *Multidisciplinary. Busines. Review, 16*(2), 37-52. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.scielo.cl/pdf/mbr/v16n2/0718-3992-mbr-16-02-37.pdf

Silva-Peralta, Y. F., Rompato, M. E. (2020). Perfil psicosocial de la mujer emprendedora. Un análisis cualitativo y local. *Revista Escuela de Administración de Negocios,* (88), 145-164. DOI: https://doi.org/10.21158/01208160.n88.2020.2697

Torres, C. (2020). *Plan de negocio para el cultivo de cacao (Theobroma cacao) bajo un sistema agroforestal en el municipio de Paz de Ariporo (Casanare).* [Trabajo de grado]. Universidad Santo Tomás. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repository.usta.edu.co/server/api/core/bitstreams/8f698dbe-6d2f-4bba-a1ec-f4ca137d2c58/content

Vargas, L. (2019). *Importancia, características y expectativas del emprendimiento en Colombia. Universidad Cooperativa de Colombia* [Trabajo de grado]. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/2e1bb5d1-b5ea-49b9-b7e9-d43fb00dccfc/content

Vázquez-Barquero, A. (2000). *Desarrollo económico local y descentralización: aproximación a un marco conceptual. Sede de la CEPAL en Santiago (Estudios e Investigaciones), Naciones Unidas Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).* https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/96269953-87d5-4cff-8984-d5d944981ad2/content

Zamora-Alvarado, L. F. (2018). *El Estado Colombiano ante el Emprendimiento en Clave de Género* [Tesis de maestría]. Pontificia Universidad Javeriana. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/37015/Luisa_Zamora-21092018.pdf?sequence=4&isAllowed=y..

Vázquez-Barquero, A. (2006). Surgimiento y transformación de clusters y milieus en los procesos de desarrollo. *Revista EURE - Revista de Estudios Urbano Regionales, 32*(95). https://www.eure.cl/index.php/eure/article/view/1295