


# Innovación para la inclusión de mujeres y jóvenes rurales



Work4Progress

 Fundación "la Caixa"



 **entreculturas**  
ONG · JESUITA

 **Fe y Alegría**  
Movimiento de Educación Popular Integral  
PERÚ



  
imago  
food driven group

 **ACCIÓN  
CONTRA EL  
HAMBRE**

**FUNDACIÓN  
SAN  
MARCOS**  
Para el Desarrollo de la  
Ciencia y la Cultura 

**codespa**  
de la pobreza a la prosperidad

  
UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE ZAËN

 **alternativa**  
CENTRO DE INVESTIGACIÓN SOCIAL Y EDUCACIÓN POPULAR

 **NESST**

World Vision 

**CITE**textil camélidos  
Cusco

 **CajaCUSCO**

**FAB  
LAB  
BCN**

 **FABLABPERU**

# EDITORIAL

Los Pueblos Originarios del Perú y su conciencia colectiva han permitido enfrentar escenarios de incertidumbre y cambios. En medio de esta riqueza de saberes, enfrentan dificultades que los alejan del desarrollo sostenible, justo e inclusivo: la tasa de pobreza de esta población es de 32.3%, siendo los más afectados, los jóvenes y mujeres (Encuesta Nacional de Hogares 2018).

A este escenario se suman no solo procesos históricos de relegación, sino también adversidades actuales, como la (pos) pandemia, la convulsión social y el cambio climático. En respuesta, la Fundación "la Caixa" nos presentó el programa Work4Progress en Perú, que busca fortalecer la resiliencia económica de estas poblaciones vulnerables, articulando a diversas entidades y organizaciones mediante prototipos orientados a la creación de empleos, erigiéndose como baluartes de nuevas oportunidades laborales.

Como parte de este programa, vemos el impacto tangible en la generación de empleos sostenibles y mejora de los ingresos de las familias; además del empoderamiento y la autonomía en comunidades de Quispicanchi, en Cusco y Condorcanqui, en Amazonas, bajo un propósito fundamental: la búsqueda incansable de la inclusión, la innovación y la prosperidad de los pueblos originarios.

Hoy, la plataforma Perú está desplegando un esfuerzo sostenido para acelerar y expandir 3,712 empresas para

mejorar las oportunidades de ingreso y empleo de 27143 personas; siendo las mujeres y jóvenes los pilares de esta transformación. Este logro ha sido posible gracias a la colaboración y el compromiso conjunto de más de 17 instituciones y organizaciones que fomentan un ambiente de aprendizaje mutuo, generando sinergias que potencian los resultados.

Para asegurar el éxito de los negocios comunitarios y su prosperidad, se han identificado tres componentes transversales cruciales: la innovación tecnológica, que permite adaptarse a un entorno cambiante; la inclusión financiera, que fortalece la estabilidad económica; y el empoderamiento de la mujer. La interconexión comercial se presenta como un medio para abrir nuevas y mejores oportunidades, enriqueciendo aún más esta iniciativa de cocreación e innovación social.

Como plataforma Perú, está el compromiso de acompañar el crecimiento de estos negocios inclusivos, asegurando su sostenibilidad y permitiendo que las comunidades menos favorecidas puedan vivir en una sociedad más inclusiva y equitativa.

**Sandra Contreras**

*Directora de World Vision Perú*



# CONTENIDO

<b>INNOVACIÓN TECNOLÓGICA PARA REDUCIR LA BRECHA DIGITAL</b>	6
CONECTANDO A ARTESANAS Y ARTESANOS CUSQUEÑOS VÍA BLOCKCHAIN	6
<b>LA INCLUSIÓN FINANCIERA DE MUJERES EMPRENDEDORAS: UN DESAFÍO PENDIENTE</b>	7
LA ANHELADA INCLUSIÓN FINANCIERA POR EMPRENDEDORAS Y JÓVENES RURALES	7
INNOVACIÓN EN LAS MICROFINANZAS RURALES	8
EDUCACIÓN FINANCIERA PARA UN EMPRENDIMIENTO SOSTENIBLE	9
CONECTANDO TRADICIÓN Y TECNOLOGÍA EN COMERCIO TEXTIL	10
<b>INTERCONEXIÓN COMERCIAL PARA NEGOCIOS COMUNITARIOS SOSTENIBLES Y ESCALABLES</b>	11
EL RETO DE LA ARTICULACIÓN COMERCIAL PARA PRODUCTORES DE QUESO Y MAÍZ	11
QUÉ ESPERAN Y VALORAN LOS CLIENTES	13
ARTICULACIÓN DE LOS EMPRENDIMIENTOS RURALES CON LAS EMPRESAS	15
<b>INCLUSIÓN ECONÓMICA PARA MEJORAR INGRESOS ECONÓMICOS FAMILIARES</b>	16
RESULTADOS DE EVALUACIÓN DE IMPACTO EN QUISPICANCHI	16
ENCONTRAR A AVSI AYUDÓ A MEJORAR MI VIDA	17
OPORTUNIDADES PARA EL ESCALAMIENTO DE EMPRENDIMIENTOS RURALES	18



## Innovación tecnológica para reducir la brecha digital

### Conectando a artesanas y artesanos cusqueños vía blockchain

Existe una considerable desconexión entre los diferentes actores de la cadena del sector textil cusqueño debido a la desconfianza y falta de comunicación. La iniciativa entre World Vision y el CITE Textil Camélidos Cusco se convierte en una oportunidad esencial para abordar este problema y establecer un ecosistema digital en la tecnología Blockchain de la llamada Web3.

El principal desafío fue crear un ecosistema digital basado en la confianza, donde los actores tengan una identidad digital autónoma y altamente segura que se activa a través del reconocimiento de voz. Una vez que los actores ingresan a este ecosistema digital en la Web3 (Blockchain), interactúan entre sí y con la central, trascendiendo los límites de su propio sector. A medida que la interacción con la central telefónica se intensifica, el ecosistema -alimentado por el aprendizaje automático (machine learning)- se vuelve más inteligente, ofreciendo respuestas inmediatas sobre una variedad de temas (el clima, los costos y los mercados).

El diseño de este ecosistema consideró cuidadosamente al actor más importante: al artesano y artesana rural. Muchos de ellas y ellos son quechuahablantes y carecen de conectividad o acceso a dispositivos tecnológicos. Por lo que se ideó un sistema que permite que el artesano o artesana sea parte de este ecosistema en la Web3 sin la necesidad de tecnología avanzada. Una simple llamada telefónica o SMS en su idioma nativo les une a esta revolucionaria plataforma.

Logramos desarrollar un ecosistema que también congrega a organizaciones aliadas y actores del sector: destaca la experiencia de productores y artesanos, con el potencial de conectar a estos actores con un mundo digital lleno de oportunidades globales, eliminando así las barreras geográficas y tecnológicas que antes limitaban su progreso.

**CITE Textil Camélidos de Cusco**



## Inclusión financiera de mujeres emprendedoras

### La anhelada inclusión financiera por emprendedoras y jóvenes rurales



Uno de los debates sobre la ruralidad andina y amazónica, es entorno a programas sociales de alivio a la pobreza o la viabilidad de proyectos que fortalezcan capacidades promoviendo el desarrollo territorial.

Nuestra experiencia de los últimos años en los andes peruanos acompañando a diversas cadenas de valor en la implementación del Programa Work4Progress con la metodología de la innovación social, nos permite recuperar lecciones y desarrollar diversas estrategias junto a los emprendedores(as) y aliados de sectores de la sociedad (Estado, academia, empresa y sociedad civil). En este marco, afirmamos que, muchos emprendimientos rurales sean agrarios y/o servicios ya requieren de servicios financieros contextualizados.

De los 148 emprendimientos que acompañamos en Quispicanchi, el 85% está conducido por mujeres, de ellas sólo el 15% accede a algún sistema de crédito.

La alianza CCAIJO, AVSI y Cooperativa los Andes, se establece para que, a través de sus servicios financieros (préstamo y ahorro), se fomente la inclusión de mujeres y jóvenes que vienen gestionando la mayoría de los emprendimientos agrarios y servicios en comunidades campesinas. La estrategia de la Cooperativa, se caracteriza por realizar acciones de educación financiera, asistencia técnica en la gestión de los emprendimientos y el monitoreo a la marcha del emprendimiento. Un aspecto importante son sus servicios previsionales y complementarios (no sólo para sus socios).

Ya vemos con satisfacción a mujeres y jóvenes de Quispicanchi accediendo a los servicios de la Cooperativa los Andes y en coherencia con la metodología de Work4Progress, los socios en la implementación tenemos el deber de dinamizar el espacio de co-creación para el análisis, identificación de los arreglos necesarios y/o ratificación de las estrategias que vienen realizándose para la inclusión financiera de jóvenes, mujeres y emprendedores.

## Innovación en las microfinanzas rurales

Una de las principales necesidades en las zonas rurales para fortalecer y dinamizar sus economías es contar con acceso a financiamiento seguro, flexible y adecuado, que permita a los productores acceder a recursos para desarrollar mejoras productivas, incorporar el uso de tecnologías, acceder a nuevos mercados, ente otros.

Ubicación geográfica muy alejada de agencias de entidades bancarias; falta de conectividad telefónica e internet; falta de experiencia crediticia; alta vulnerabilidad a variaciones climáticas son algunas de las razones del sistema financiero por las que los micro y pequeños productores no cumplen los requisitos básicos para acceder a un crédito.

El fondo FREES fue propuesto como un producto de microfinanzas innovador para afrontar estas carencias, creado como una estrategia de acceso a crédito para la recuperación pospandemia del COVID-19. Luego continuó financiando nuevos requerimientos de organizaciones productoras de cacao, plátano, maíz, artesanía amazónica y tejidos de fibra de alpaca, en las zonas de intervención de Condorcanqui y Quispicanchi.

El prototipo del FREES ha llegado a beneficiar a la fecha a 16 organizaciones que agrupan a 1,332 productores, entregando financiamiento de más de 175 mil soles, con un retorno del 85%. Su éxito se debe:

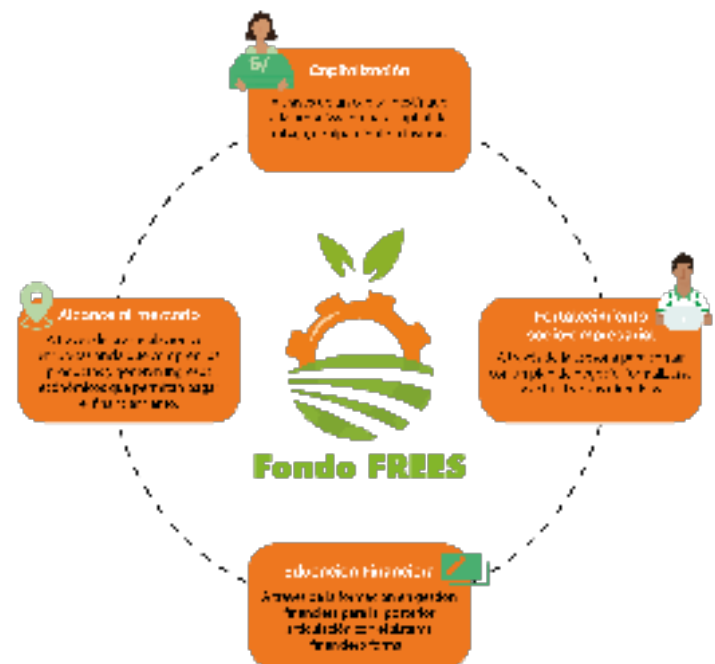
1. Acceso a capital: el apalancamiento de recursos con propósito y responsabilidad de gasto desde un enfoque de nuevos mercados.
2. Fortalecimiento socio empresarial, elaborando o mejorando planes de negocio que ayuden a identificar estrategias de mejora del emprendimiento.
3. Educación financiera, la transferencia de conocimientos para desarrollar capacidades en las y los productores para usar un crédito con la finalidad de lograr su escalado.
4. Articulación de mercado, la búsqueda de mercados más sostenibles con empresas visionarias de la responsabilidad social empresarial.

3. Educación financiera, la transferencia de conocimientos para desarrollar capacidades en las y los productores para usar un crédito con la finalidad de lograr su escalado.

4. Articulación de mercado, la búsqueda de mercados más sostenibles con empresas visionarias de la responsabilidad social empresarial.

Sus siguientes pasos dentro de la plataforma W4P Perú es escalar su operación tanto en amplitud de atención de organizaciones beneficiaria como en su estrategia de intervención.

**Luis L. Cáceres Merma**  
Fundación Codespa





## Educación financiera para un emprendimiento sostenible

Las zonas rurales han estado alejadas del sistema financiero por barreras geográficas y digitales que aún existen. Los requisitos y exigencias de los bancos han representado también limitaciones para que asociaciones rurales accedan al sistema financiero.

La pandemia por la COVID-19 exigió superar estas barreras e iniciar un proceso global de digitalización que incluía a la banca. También cambió la percepción sobre el uso correcto del dinero, la importancia del ahorro como una herramienta de sostenibilidad y subsistencia, y los créditos responsables como oportunidades de desarrollo empresarial.

Para los productores de Condorcanqui (Amazonas) y Quispicanchi (Cusco), introducir conceptos de ahorro, crédito, presupuesto; manejo de cuentas bancarias en el sistema financiero formal, incluido el uso de aplicativos financieros para pagos, cobros y transferencias, representaba un verdadero desafío: no se habían visto en la necesidad de conocer este sistema.

La inserción de los productores en el conocimiento del manejo de las finanzas fue posible a través de metodologías inductivas que van de lo particular a lo general.

Además, se empleó la cotidianidad de sus realidades como casuística para entender la dinámica financiera y dar a entender su importancia para el crecimiento de los emprendimientos colectivos.

La educación financiera impartida está orientada a mejorar las estrategias empresariales colectivas de las organizaciones y las capacitaciones que la conforman son dadas exclusivamente en quechua y awajún. Este proceso de aprendizaje colectivo, inicia introduciendo conceptos básicos que les permitan familiarizarse con las finanzas y aplicarlas desde su propia realidad.

Tras el avance del programa de capacitación, las y los productores han sabido reconocer la rentabilidad de sus negocios y actualmente, 16 organizaciones de distintas cadenas de valor, de las provincias de Condorcanqui y Quispicanchi, se encuentran dentro del sistema financiero formal, realizando gestiones que les permiten hacer crecer sus emprendimientos.

**Romina Gonzales Rodriguez**  
**Fundación Codespa**





## Conectando tradición y tecnología en comercio textil

El prototipo representa una innovación trascendental al fusionar la artesanía tradicional con el ámbito digital, brindando un poderoso impulso y ampliando su presencia en el mercado global de las asociaciones de mujeres artesanas de la provincia de Quispicanchi.

Una de las principales hazañas de esta iniciativa radica en la formalización legal y tributaria, además de la creación de identidades de marcas exclusivas para cada asociación. Se han cocreado cinco marcas inspiradas en las historias y las riquezas naturales de las comunidades logrando su registro ante el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) para salvaguardar su propiedad intelectual.

Las asociaciones de mujeres mejoraron la calidad de sus productos creando colecciones únicas con diseños propios, asesoradas por el Cite Textil Camélidos Cusco, fortaleciendo sus habilidades técnicas y creativas, presintiéndoles ofrecer productos de excelencia en el mercado.

Es necesario destacar el papel fundamental de las mujeres rurales a lo largo de este proceso, ellas no solo desempeñan un rol esencial en la producción de artesanías, sino que también lideran y gestionan casi toda la cadena de valor textil.

A fin de fortalecer interconexión con empresas europeas, dentro de las cuales destacan Madame Pompón y la Asociación Manos Amigas, se han diseñado catálogos digitales que funcionan como carta de presentación, destacando la historia, la misión y la visión de los emprendimientos, además, enfatizan la exhibición de productos elaborados por las mujeres miembros de las asociaciones, presentando cuidadosamente sus productos en imágenes y descripciones que resaltan sus características únicas.

Este prototipo no solo contribuye a la reducción de la brecha digital, sino que también crea nuevas oportunidades para las mujeres artesanas, promoviendo el valor de sus tradiciones y talentos en el actual mundo globalizado y digitalizado.

**World Vision**

## Interconexión comercial para negocios comunitarios sostenibles y escalables

### El reto de la articulación comercial para productores de queso y maíz

En la provincia de Quispicanchi, Cusco, la actividad agrícola y ganadera es clave para la economía familiar y comunitaria. Los saberes y experiencias acumulados en su producción a lo largo de los años han permitido contar con productos como el queso y maíz con buenos márgenes de calidad. Esto ha generado oportunidades para que las familias productoras de los distritos de Ocongate y Huaro amplíen su visión de mercado a partir de la aceptación de estos productos y pongan en marcha esfuerzos que potencien la articulación comercial a mercados de mayor exigencia, más allá del territorio con puntos de venta en mercados y ferias zonales, llegando, incluso, a lo más alto del sector Horecas (Hoteles, Restaurantes y Cafeterías) en Cusco, Lima y, potencialmente, otras regiones.

A través del programa Work4Progress de Fundación "la Caixa", las asociaciones de productores de quesos y de maíz, con el acompañamiento coordinado y articulado de Acción contra el Hambre, la Asociación Jesús Obrero – Ccaijo y Fundación Codespa, las cuales forman parte de la plataforma de innovación, están experimentando lo importante que es conocer y manejar la parte productiva y comercial como estrategia para maximizar sus ganancias y mejorar sus ingresos.

Entre los principales avances ha sido clave identificar y definir los canales y segmentos de mercado, como el B2B (Business to Business) comprendido por Horecas y tiendas especializadas; lo que ha generado siete acuerdos de colaboración comercial con un promedio de ingresos adicionales para el conjunto de productores que supera los 15 mil soles y un volumen de ventas de más de 1 tonelada.

Esto ha marcado una diferencia para las asociaciones, quienes han comprendido la necesidad de trabajar estrategias comerciales diferenciadas por cada canal para mejorar la rentabilidad de sus negocios.

Otro avance ha sido incorporar estrategias de marketing que implican visitas comerciales, generación de espacios de escucha entre productores y potenciales clientes, la participación en eventos nacionales, elaboración de merchandising que complementa la experiencia de compra o consumo del producto y la visibilidad en medios de comunicación.

Para mantener este ritmo, lograr ingresar a nuevos mercados y ganar más clientes, las asociaciones y la plataforma deben trabajar en conjunto en superar retos como: (i) mantener la estandarización del producto sin perder el valor añadido de lo natural y artesanal; (ii) incluir con mayor fuerza la mentalidad empresarial, aprendiendo a escuchar y comprender mejor las necesidades e intereses de los diferentes perfiles dentro del mercado y las oportunidades de negocio que significan cada uno; por ejemplo, tener la capacidad de respuesta con suficiente stock de producto para ventas y muestras; (iii) la formalización tributaria constituye un aspecto importante a la hora de sentarse a conversar con el cliente del mercado formal al que se quiere llegar; y (iv) la necesidad de trabajar aspectos del marketing como el etiquetado, el posicionamiento en la mente del consumidor, entre otros y, en este sentido, potenciar el plan de negocio para mejorar su competitividad a nivel local, regional y nacional.

***Acción contra el Hambre, Ccaijo y Fundación Codespa***



## Quesos de Ocongate - Cusco

La Asociación distrital de productores de derivados lácteos Sumaq Ausangate de Ocongate, conformada por 30 familias productoras, lleva más de 15 años trabajando y mejorando los procesos productivos de quesos. Durante este tiempo, ha logrado cautivar el paladar de las familias que viven en las zonas más cercanas y centro de cusco con variedades como el andino, madurado, tipo paria, mozzarella, pizzero, entre otros.



## Huaroq Sara - Maíz de Huaro

La Asociación de Productores Agropecuarios de Agricultores de maíz de Huaro, conformada por 11 productores que cultivan la variedad de maíz blanco gigante y chullpi desde hace más de ocho años, ha recuperado y mejorado prácticas que generan maíces de alta calidad, rendimiento y consistencia para la gastronomía.



## Qué esperan y qué valoran los clientes: el valor diferencial

La incorporación de productos en los mercados presenta muchos retos, requiere de varios ensayos para mejorar tanto el producto como la estrategia comercial; por ello, se debe conocer qué piensa, siente, necesita y sueña el cliente o los tipos de clientes. Bajo esta premisa, el trabajo de articulación comercial implementado por Acción contra el Hambre, la Asociación Jesús Obrero-Ccaijo y Fundación Codespa en el marco de la plataforma Work4Progress en Perú, ha generado una ruta de procesos de escucha tanto a la oferta, conformada por las asociaciones de productores de maíz y de queso, pero también a la demanda, integrada por empresas del sector Horecas (Hoteles, Restaurantes y Cafeterías) de Cusco y tiendas en Lima, un nuevo segmento al que se dirigen las asociaciones de productores.

Al cierre de este boletín, son siete empresas que están comprando queso y maíz a productores locales de Cusco para impulsar sus ventas y hacer conocer los productos. Estas empresas reconocen la calidad y el valor diferencial de ambos productos para sus negocios, como la oportunidad de asegurar en su cadena el comercio justo, aplicar buenas prácticas ambientales y de responsabilidad social.

Además de los comentarios positivos sobre la calidad, el sabor o la textura, las Horecas han identificado que los clientes valoran mucho cuando se les brinda la información de la procedencia de los productos, cuando se les cuenta quiénes son los productores y cómo estos trabajan el producto y de qué manera se están beneficiando a familias y comunidades vulnerables.



Por ejemplo, el maíz chullpi de Huaro ha cautivado al restaurante República del Pisco en Cusco porque les ha permitido volar su imaginación a su estilo y encontrar la receta perfecta de maíz tostado para ofrecérselo a sus comensales. En esta línea, el gerente general, Diego Yarce, ha declarado que les ayuda con su objetivo: poder contar que están cerca del agricultor apoyándole y brindar una experiencia diferente a sus comensales.

Las Horecas se han convertido no solo en clientes sino en aliados de los productores. Estas empresas también han asumido el compromiso social de ayudar a dinamizar la economía familiar y local, así como revalorar los saberes, prácticas y productos de las comunidades.

Es el caso de la cafetería Q'omer de José Samaniego, cuya misión es que su local sea un espacio para productores cusqueños sin tiendas propias, porque sabe que un productor no es necesariamente un comerciante, y de esta manera, incluso sin márgenes amplios de ganancia, ayuda a que las personas conozcan y prueben productos locales de alta calidad.

Por otro lado, restaurantes como Chicha de Gastón Acurio, en Cusco, valoran el trabajo de articulación comercial debido a que se está logrando promover el crecimiento y compromiso de la oferta, ofrecer una cartera de proveedores con distintas opciones y la posibilidad de acercarse a las familias para que juntos -productores y Horecas- emprendan un camino de aprendizaje para mejorar la producción y presentación de los productos.

Las Horecas también plantean demandas para cuidar sus intereses: tienen exigencias como la estandarización del sabor y buenas prácticas de producción, stock a demanda, acompañamiento en activaciones para la promoción de los productos, merchandising, visitas a productores y de productores, entre otras.

Vale resaltar que el acompañamiento de las instituciones es percibido como un elemento de seguridad para los Horecas, pues destacan su soporte a las asociaciones de productores en esta etapa de aprendizaje sobre el mercado.

***Acción contra el Hambre, Ccaijo y Fundación Codespa***



## Articulación de los emprendimientos rurales con las empresas

Según el General Entrepreneurship Monitor (GEM, 2022), la Tasa de Actividad Emprendedora (TAE) del Perú, es decir el número de emprendimientos entre la población económicamente activa, es de 40.20%, la más alta del mundo. Además, el índice destaca que, 4 de cada 10 peruanos entre 18 y 65 años realizan alguna actividad emprendedora.

En el 2021, CODESPA y ADEX, como operador logístico, realizaron, por primera vez, una Rueda de Negocios Virtual en las provincias de Condorcanqui (Amazonas) y Quispicanchi (Cusco). La rueda se desarrolló en la plataforma virtual B2PERU de ADEX, empleada exclusivamente para la EXPOALIMENTARIA, la feria internacional más importante de América Latina de alimentos y bebidas. Asistieron 13 organizaciones productoras y 26 empresas, con un objetivo común: la reactivación económica.

Ese mismo año se finalizó el Programa de Formación de Promotores Rurales Comerciales que se desarrollaron a lo largo de 9 módulos, en un período de 4 meses. Los y las promotoras recibieron capacitación en cadenas de valor; marketing empresarial y digital; introducción a mercados internacionales y requisitos de acceso; gestión e inteligencia comercial, entre otros.

Como resultado, las y los jóvenes identificados por sus propias organizaciones productivas, han logrado un mejor desempeño y gestión personal, desarrollando capacidades de oratoria y liderazgo. Actualmente, las y los promotores vienen apoyando a las asociaciones de productores de sus localidades en la implementación de páginas de Facebook y otras estrategias de comercialización, aprendidas durante el programa; por lo que el conocimiento entregado al grupo de jóvenes beneficiarios está trascendiendo a más personas.

En mayo del 2023, la realización del Laboratorio Comercial fue una actividad fundamental para generar y fortalecer espacios que permitan conexiones significativas entre las y los emprendedores. ADEX participó brindando una charla magistral sobre el panorama de las exportaciones peruanas y dio las indicaciones pertinentes para realizar su primera exportación.

Estas y otras actividades que genere la plataforma Work4Progress, a través de sus redes, como la que lidera CODESPA, son vitales para preparar en temas técnicos y prácticos a las y los emprendedores. Mediante este trabajo articulado con aliados estratégicos entre el sector público y privado se genera sostenibilidad de los emprendimientos.

### Lizbeth Pumasunco Rivera

*Asociación de Exportadores (ADEX)*



## Inclusión económica para mejorar ingresos económicos familiares

### Opinión

## Resultados de evaluación de impacto en Quispicanchi

Este año se culminó la Evaluación de Impacto del proyecto Work4Progress en la provincia de Quispicanchi, Cusco. El estudio, a cargo del Grupo de Análisis para el Desarrollo, da cuenta de varios de los resultados económicos del proyecto, a partir una muestra aleatoria de más de 150 hogares rurales que participaron en la etapa inicial del programa (2019) y una muestra similar de hogares no participantes que sirvieron como grupo de comparación. El estudio recogió tres rondas de encuestas (en 2019, 2020 y 2022) para observar la situación de los hogares antes, durante, y después del programa.

Los resultados mostraron en Work4Progress tuvo un impacto positivo y sustancial en el ingreso de los hogares participantes, siendo particularmente fuertes entre aquellos con jóvenes o mujeres beneficiarias. Se estimó que el proyecto incrementó el ingreso promedio familiar neto per cápita en 850 a 880 soles entre 2019 y 2022, lo que representan más del 50% del ingreso de los hogares participantes antes del inicio del proyecto. Estos impactos se han dado principalmente a través de dos mecanismos. De un lado, a través del mayor retorno económico de los negocios independientes o emprendimientos productivos, muchos de ellos relacionados a los prototipos fomentados por el proyecto; por otro, a través de una mayor remuneración económica por trabajo asalariado.

Asimismo, el proyecto habría contribuido a una mayor empleabilidad de los beneficiarios, a mejoras en sus percepciones sobre las oportunidades laborales en la

comunidad, y a reducir su probabilidad de migración laboral. Los cambios en ingresos y reconfiguración de fuentes económicas producto del proyecto, a su vez, condujeron a mejoras en la seguridad alimentaria de los hogares.

Estos hallazgos sugieren que Work4Progress habría contribuido a la inclusión económica de hogares rurales a través de la mejora de ingresos y la reconfiguración de actividades económicas.

**Mauricio Espinoza, Ricardo Fort  
y Rodrigo Rivarola**

*Grupo de Análisis para el Desarrollo (GRADE)*





## Testimonio

### “Encontrar a AVSI ayudó a mejorar mi vida”

Soy Pamela Puma Quispe y tengo 29 años. Nací en la comunidad campesina Pampachulla – Urcos (Cusco), una localidad muy bella por sus paisajes andinos. Estudié la carrera de gestión y diseño de modas. Conocí el programa Bolsa de Trabajo de AVSI por un volante que recibió mi mamá en la Municipalidad de Urcos y me apresuré en visitar su oficina, en Andahuaylillas, debido a que me encontraba desocupada - me habían retirado del trabajo junto a otras compañeras del Plan Meriss, porque ya no necesitaban personal de mujeres - y requería de un ingreso económico para atender mis necesidades básicas y las de mi menor hijo, pues soy madre soltera.

En la oficina de AVSI recibí información sobre vacantes, así como orientación acerca de mi perfil laboral, además de capacitación y apoyo para fortalecer mis competencias personales necesarias para postular a una vacante en Falabella. Tuve un acompañamiento personal durante y después de mi postulación. Fue la primera vez que accedí a una empresa grande y sentí que podría asumir el reto.

Inicié en marzo del 2022 como Asistente de Tienda, con un salario inicial básico, pero importante para poder solventar mis gastos y los de mi hijo. Después de 8 meses, y por mi buen desempeño, pude ascender a mi posición actual de Asistente de Merchandising, con nuevas responsabilidades, incremento en el salario y un horario que me permite atender necesidades familiares. Tengo constante capacitación interna en temas de seguridad y ergonomía que incrementa mis conocimientos.

A futuro, quisiera capacitarme en tecnologías digitales en una institución superior para acceder a puestos de ventas de electrónicos, y lograr un mayor ingreso económico para brindar educación de calidad a mi hijo y ayudar económicamente a mi madre y hermanos”.

**Pamela Puma**





## Opinión

### Oportunidades para el escalamiento de emprendimientos rurales

En países en desarrollo, el emprendimiento rural no solo se convierte en una alternativa de desarrollo en las regiones más vulnerables de los países, sino una de las soluciones más eficientes para conservar el medio ambiente, la inclusión de los más vulnerables y cerrar las brechas de género.

Los emprendimientos rurales, a menudo iniciativas pequeñas, pueden tener un papel significativo en la economía local, en generar movilidad social para salir de la pobreza, y demandar mejor infraestructura y servicios públicos: trabajar en el escalamiento de estas iniciativas se hace estratégico para un impacto significativo en el desarrollo de un país.

Hay una gran oportunidad de desarrollar negocios sostenibles en el país; sin embargo, el limitado acceso a financiamiento, la brecha de infraestructura y de servicios públicos, la escasez de capacitación empresarial, la dependencia de factores climáticos, las grandes distancias geográficas sin conexión y la competencia dificultan el crecimiento de iniciativas rurales.

Se pueden trabajar estrategias que permitan el desarrollo exitoso de los emprendimientos:

1. Redes de colaboración de diferentes actores (gobierno, organizaciones para el desarrollo, ONGs, empresa privada, entre otras) para acceso a recursos, conocimiento, mercados; al igual que mitigar riesgos y desarrollar políticas y programas que se ajusten a las realidades de cada región.
2. Diversificación de productos y servicios: las oportunidades para escalar estas iniciativas son buscar estrategias que permitan crecer y prosperar en su entorno y sus comunidades por medio de innovaciones que le den un valor agregado y diferenciador a sus productos y servicios rurales.
3. Las instituciones financieras, los programas gubernamentales y las organizaciones de desarrollo desempeñan un papel vital al proporcionar préstamos y capacitación en gestión empresarial para empoderar a los emprendedores rurales.

4. Tecnología y acceso a la información: La tecnificación de los procesos, la digitalización de la información y el acceso a internet les permitirá ser más productivos, eficientes y llegar a nuevos mercados.

Nuestro trabajo como plataforma tiene un impacto estratégico en el desarrollo de iniciativas rurales. Al trabajar en conjunto, con un enfoque integral diseñado para cada contexto, podemos ver resultados en el desarrollo económico y social de comunidades mediante la generación de empleo, mejoramiento de infraestructura, acceso a tecnología, promoción de productos locales con valor agregado, protección del medio ambiente y la diversidad cultural.

**Alejandra Ramírez Loaiza**

**NESsT**



# Work4Progress



Fundación "la Caixa"