



El refrescante impulso de las mujeres emprendedoras en el retail

Descripción

En el marco del *def* *ark* "Día Internacional de la mujer emprendedora", dos participantes del programa 100% Nuestro de Unimarc cuentan cómo ha sido su experiencia en diversos rubros, los retos que han tenido que sortear conciliando la familia o rubros históricamente masculinizados. Coinciden en que hoy existen más oportunidades y destacan las ventajas de emprender.

Francisca Pacheco renunció a su trabajo, vendió su departamento, su auto y asumió un cambio de vida por lograr cumplir su sueño de emprender. No tenía tan claro de qué iba a ser su negocio, pero sí estaba segura de buscar algo con identidad chilena y que reflejara el orgullo de los productos nacionales. Es así como, luego de darse varias vueltas con ideas que finalmente no se llevaron a cabo, en 2013 se decidió por hacer una cerveza. La marca se llamó +56, el código del país en cualquier llamada de celular.

Pero el inicio de Cervezas +56 no fue fácil, especialmente en un rubro tan masculinizado como ese. Francisca cuenta que iba a las ferias de cerveza con su stand y le preguntaban si ella era la promotora o era la "señora" o "polola" de la persona que cocinaba la cerveza. Lamentablemente, una de las estrategias con las que partimos era no contar que había una mujer detrás de la marca, para no asociarlo a que fuera una chela suavecita o con toques frutales", cuenta.

Según una encuesta de Mujeres Emprendedoras, los emprendimientos liderados por mujeres en Chile han crecido un 35% en los últimos tres años. Por su parte, el estudio de Global Entrepreneurship Research Association señala que nuestro país tiene el tercer lugar en el ranking mundial en el emprendimiento de mujeres, pero solo es un 25,2%. Hay esperanza, eso sí. Un 86% de mujeres entrevistadas por Cadem, creen que en el futuro habrá más emprendedoras.

Sin embargo, la realidad es que, según el último estudio de Startup Chile, Female Founder Factor, el 77% de las mujeres tiene que autofinanciarse para emprender y solo el 14% consigue ingresar a fondos como capital de riesgo.

Estas son solo algunas razones por las que, desde el 2014 el consejo de las Naciones Unidas bautizó el 19 de noviembre como el Día Internacional de la Mujer Emprendedora, con el objetivo de reconocer el valor de atreverse a montar su negocio y las dificultades, brechas y desigualdades existentes en el ecosistema para el mundo femenino.

En esta fecha instituciones, gobiernos y organizaciones se suman para darle apoyo con diversas actividades. El mundo del retail no es ajeno y el supermercado Unimarc a través del programa 100% Nuestro, desde hace más de 10 años ha apoyado a más de 400 pymes a lo largo del país, donde agrupa a una gran cantidad de mujeres emprendedoras de distintas regiones, que llegan con sus productos y tienen la posibilidad de llevarlos a las góndolas de la cadena. De las 187 pymes que están adheridas hoy al programa, un 41% tienen una representante mujer.

Marcela Méndez es parte del 100% Nuestro de Unimarc con Huertos del Lago, emprendimiento familiar de mermeladas que comenzó en 1997. Marcela explica que luego de casarse, con su marido decidieron tener un cambio de vida, dejar el ruido de Santiago e irse a vivir a Pucón en 1999, en la Región de la Araucanía.

Ella comenta que empezaron de a poquito a crear esta empresa, comprándole fruta a los pequeños agricultores de los campos de la zona. Salir de la zona de confort no fue fácil ya que hoy existe mucha competencia. Es difícil armar una empresa, hay momentos que simplemente crees que no te dan los números y es mejor cerrar y trabajar en otra cosa. Sin embargo, yo lo recomiendo porque, además, para una mujer tener su propio negocio también te da un cierto grado de libertad y combinar esto con la familia.

Francisca Pacheco, de Cervezas +56 agrega que, a pesar de todas las dificultades, no se arrepiente. Yo le digo a todas las mujeres que se atrevan, están todas las oportunidades y las puertas abiertas para eso y hay que aprovecharlas de la mejor manera posible. Ojalá escuchar experiencias previas para acortar algunos caminos, yo hice algunas vueltas muy largas y nosotras tenemos esa capacidad de contar, de apoyarnos entre nosotras, está lleno de grupos de mujeres empresarias, mujeres emprendedoras que están dispuestas a juntarse, tomarse un café y contar experiencias y eso también es super valorable y ojalá lo puedan aprovechar, destaca.

Programa 100% Nuestro

El programa de Unimarc nace el año 2012 y le da la oportunidad a pequeños emprendedores y emprendedoras a vender sus productos en la cadena a lo largo de Chile. Es una iniciativa pionera en la industria nacional que potencia los productos locales, rescatando los sabores típicos del país. Implementado en todos los locales, se venden más de 1000 productos a lo largo de Chile. Existe una Alianza con Indap, con más de 50 agricultores adheridos al programa.

Para nosotros es muy importante acortar las brechas de género en diversos ámbitos y eso se refleja en todas las operaciones de Unimarc. Por lo mismo, esperamos que las mujeres emprendedoras y proveedoras de todas las regiones del país se acerquen a nuestro programa 100% Nuestro y así darles el impulso necesario para hacer crecer su negocio, señala Jorge Sáez,

gerente de Unimarc.

Marcela MÃ©ndez explica que el programa â??nos ha ayudado bastante. Hace poco ingresamos de forma mÃ¡s grande y ya estamos centralizados. Llevamos 20 aÃ±os en el mercado con nuestras mermeladas y Unimarc ha sido el impulso para aumentar en cobertura y llegar a mÃ¡s pÃºblicoâ?•. Las mermeladas de Huertos del Lago tienen una gran cantidad de variedades, â??destacamos las de mosqueta, frambuesa y sin azÃºcar, que tienen un alto contenido de frutaâ?•, subraya.

Por su parte, Francisca Pacheco seÃ±ala que tiene cuatro de sus cinco variedades de cerveza en supermercados â??pale ale, ambar, stout con avena e ipa- y esperan llegar a todos los locales de Unimarc. â??El programa es una ventaja competitiva y comparativa ya que toman de la mano al emprendedor y entienden que necesitamos un poquito mÃ¡s de ayuda pero que si nos va bien, nos va bien a todos. Tienen coberturas que nosotros no podemos abarcar y estamos ansiosos por seguir avanzandoâ?•, concluye.

CategorÃa

1. Sociedad

Etiquetas

1. AraucanÃa
2. emprendedoras
3. Mujer
4. retail

Fecha de creaciÃ³n

viernes, 17 noviembre, 2023 a las 10:25

Autor

prensa

default watermark