



EMPRENDEDORAS RURALES E INDÍGENAS DE MÉXICO

CAMINO A LOS MERCADOS
INTERNACIONALES





Esta publicación forma parte de los esfuerzos del Grupo Técnico de Género (GTG) de la Alianza del Pacífico por avanzar hacia una mayor participación de las mujeres rurales e indígenas en el comercio internacional. La iniciativa se enmarca en la implementación de la Hoja de Ruta para el Empoderamiento y Autonomía Económica de las Mujeres, adoptada por los países miembros, que promueve la inserción de mujeres empresarias en los mercados internacionales y el desarrollo de políticas y programas con perspectiva de género en comercio exterior.

Mediante este proyecto, se busca facilitar el acceso a información clave sobre beneficios, oportunidades, redes de apoyo e instancias de internacionalización, contribuyendo a una integración comercial más inclusiva y sostenible en la región.

Se agradece por la elaboración de este manual a las consultoras Alicia Frohmann y Ximena Olmos, del Instituto de Estudios Internacionales de la Universidad de Chile, a Alice Volpi quien estuvo a cargo de las ilustraciones y a Carla Arias en la coordinación general del proyecto.

Septiembre, 2025





Índice

Este Manual es para ti	4	¿Cómo saber cuánto me falta y qué es prioritario?	18
¿Por qué se hace este Manual?	5	Cuestionarios de autoevaluación	
¿Para qué me sirve la información del Manual?	6	• Exportación de productos	19
¿Qué es y cómo exportar?	7	• Turismo	24
¿Qué son los acuerdos comerciales y cuáles son sus beneficios?	10	Plataformas internacionales para negocios de mujeres	26
Dificultades y ventajas de las mujeres para vender a otros países	12	Programas de promoción para mujeres rurales e indígenas	28
Ejemplos de mujeres que han incursionado en el comercio internacional	13	• Etapa básica	30
¿Cómo puedo enviar mis productos a los mercados internacionales?	14	• Etapa preparación	46
• Etapa básica	15	• Etapa internacionalización	52
• Etapa de preparación	16	Para entender mejor algunos conceptos	56
• Etapa de internacionalización	17		

Este Manual es para ti.

Si tienes en tus manos este manual, probablemente eres o conoces a una mujer emprendedora o eres parte de una comunidad de productoras y emprendedoras.

En los países de la Alianza del Pacífico (Chile, Colombia, México y Perú) hay una gran cantidad de mujeres rurales e indígenas emprendedoras, proveedoras de productos agrícolas, artesanales, servicios de hospedaje y turismo, entre otros.



Sin embargo, sus negocios tienen aún muy baja participación en los mercados internacionales. Aunque venden sus productos en su región y su país, o reciben turistas nacionales, encuentran dificultades para tener nuevas oportunidades en su negocio a nivel internacional.



¿Por qué se hace este Manual?

Chile, Colombia, México y Perú son socios comerciales en la Alianza del Pacífico y buscan crear nuevas oportunidades para sus pueblos, especialmente para las mujeres.

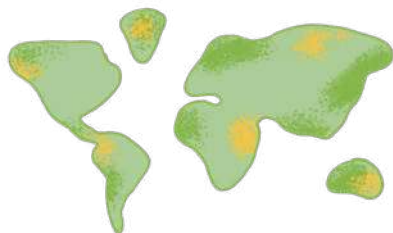
La Alianza del Pacífico reconoce el papel fundamental que ejercen las mujeres en toda su diversidad, tanto como empresarias, emprendedoras, trabajadoras, consumidoras y en el trabajo no remunerado, contribuyendo al

crecimiento y desarrollo de los países. Las mujeres en situación de vulnerabilidad, mujeres con discapacidad, las mujeres de ámbitos rurales y las mujeres indígenas reciben una especial atención.

De hecho, la Alianza cuenta con un grupo técnico, el Grupo Técnico de Género, que trabaja para que el desarrollo de las mujeres se incluya en todos los programas.



¿Para qué me sirve la información de este Manual?



Motivar la búsqueda de oportunidades en mercados internacionales



Entender en qué temas hay que profundizar



Identificar etapas claves para exportar



Conocer los principales programas de mi país que me pueden apoyar

Nota: Para facilitar la comprensión, al final de la publicación se explican algunos términos.

¿Qué es y cómo exportar?

Exportar significa vender y enviar bienes o servicios producidos en un país hacia otro país. Las mujeres rurales e indígenas pueden beneficiarse mediante diferentes mecanismos que les permitan acceder a mercados internacionales, mejorar su autonomía y condiciones económicas y preservar sus tradiciones culturales.

Acceso a nuevos mercados para productos tradicionales y artesanales.

El comercio internacional permite que productos agrícolas, artesanías y textiles hechos por mujeres rurales e indígenas lleguen a consumidores en otros países. La demanda global de productos orgánicos, sostenibles y con identidad cultural está creciendo y es una gran oportunidad.

Certificaciones y comercio justo.

Los programas de comercio justo y certificaciones como orgánico, denominación de origen, comercio ético o sello mujer permiten que los productos de las mujeres tengan un mayor valor agregado. Estas certificaciones facilitan la venta en mercados internacionales y garantizan mejores precios.

Comercio justo (Fairtrade) en América Latina

<https://clac-comerciojusto.org>



Comercio digital y acceso a plataformas en línea.

La digitalización permite a las mujeres vender directamente a consumidores globales sin necesidad de intermediarios. Plataformas como Etsy, Amazon Handmade y mercados locales en línea facilitan la exportación de productos artesanales y agrícolas.

- <https://www.etsy.com/es/about>
- <https://sell.amazon.com/es/programs/handmade>

Capacitación y acceso a financiamiento.

Programas gubernamentales y ONGs brindan formación en exportación, digitalización y gestión empresarial para que las mujeres puedan hacer crecer sus negocios. Acceder a créditos y financiamiento en condiciones justas es clave para que puedan invertir en la producción y exportación de sus productos.

Apoyo de acuerdos comerciales con enfoque de género.

Algunos acuerdos comerciales, como los de México con la Unión Europea y con Chile, incluyen disposiciones de género que promueven la participación de mujeres en el comercio internacional. Facilitan el acceso a programas de capacitación y financiamiento para mujeres emprendedoras.



Valoración y preservación del conocimiento tradicional.

El comercio internacional permite que productos con saberes ancestrales y técnicas tradicionales tengan mayor visibilidad y sean valorados globalmente. Esto ayuda a preservar el patrimonio cultural y fortalecer la identidad de los pueblos indígenas.

Oportunidades para el turismo sostenible, comunitario y cultural.

Este tipo de actividad permite generar ingresos, preservar la identidad cultural y fortalecer el rol de las mujeres en la comunidad. Algunas oportunidades son el alojamiento rural o en casas familiares, guías turísticas, venta de artesanías, textiles y productos agrícolas locales, gastronomía tradicional, entre otras.



¿Qué son los acuerdos comerciales y cuáles son sus beneficios?

Los acuerdos comerciales entre países establecen reglas y condiciones que facilitan la compra y venta de bienes y servicios. En el país socio los productos nacionales cuentan con beneficios especiales.

Los acuerdos pueden beneficiar a las mujeres de diversas maneras, al facilitar el ingreso de sus



productos a otros mercados, generar nuevas oportunidades económicas y promover la equidad de género.

Las mujeres pueden aprovechar las oportunidades de los acuerdos comerciales que tienen los países, donde los productos nacionales cuentan con beneficios especiales, en comparación con los de otros países.





Dificultades y ventajas de las mujeres para vender a otros países

Prejuicios de género

Los negocios de las mujeres no tienen los mismos incentivos y credibilidad que los de los hombres.

Menor conectividad y acceso a información

Las mujeres rurales e indígenas suelen vivir en lugares donde el acceso a internet e incluso al transporte es difícil o escaso. Tienen poca información sobre los programas de apoyo a los que pueden acceder.

Limitaciones legales

Frecuentemente, su emprendimiento no está formalizado y no están familiarizadas con las leyes y procedimientos que lo regulan.

Idioma

El idioma puede ser una dificultad ya que muchas mujeres rurales y comunidades indígenas no dominan el español. En el comercio internacional el inglés es predominante lo cual es una dificultad adicional.

Conocimiento ancestral

Poseen un conocimiento único e invaluable para elaborar sus productos.

Gestión

Tienen amplia experiencia de gestión, tanto en su labor como en su vida doméstica y familiar.

Experiencia

Manejan técnicas específicas y únicas al elaborar sus productos y poseen un profundo conocimiento de sus territorios.

Alta valoración de mercado

Sus actividades y formas de vida son valoradas positivamente porque contribuyen a la sostenibilidad de las comunidades y el medio ambiente.



Ejemplos de grupos de mujeres rurales e indígenas que han incursionado en el comercio internacional

Varias agrupaciones de mujeres rurales e indígenas participan del comercio internacional con beneficios concretos para ellas.

Mujeres indígenas de Oaxaca (Grupo Nuhusehe)

Producto:

Moles, chocolate artesanal, textiles tradicionales.

Exportación:

A través de alianzas con tiendas gourmet en Estados Unidos y Europa.

Apoyo:

Programas de INAES, FIRA y organizaciones de comercio justo.

Beneficio:

Se fortalecen sus capacidades empresariales y mantienen vivas tradiciones ancestrales.

Cooperativas de mujeres mayas en Yucatán

Producto:

Cosmética natural con ingredientes locales (miel, chaya, coco).

Mercado:

Se exportan a Canadá, Estados Unidos y Alemania bajo el sello de economía solidaria y orgánica.

Resultado:

Empoderamiento económico y liderazgo comunitario.



¿Cómo puedo enviar mis productos a los mercados internacionales?

Lo primero es creer en las propias capacidades y superar algunas etapas en el desarrollo del negocio.



Etapas básicas

La formalización de la empresa o emprendimiento y el desarrollo del producto marcan el inicio del camino.



Etapas de preparación

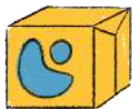
Elegir y conocer el mercado al cual se desea llegar, los requisitos a cumplir y las tendencias de consumo permiten una mejor preparación.



Etapas de internacionalización

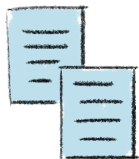
Cuando la empresa exporta, es necesario mantener y aumentar las ventas y los clientes de otros países. Esto ayuda al crecimiento y mayor estabilidad del negocio.

ETAPA BÁSICA



Formalización de la empresa.

Para llegar directamente con productos o servicios a otros países es indispensable ser una empresa formalizada, es decir legalmente constituida.



Fortalecer capacidades empresariales.

Es importante tener conocimientos sobre aspectos legales, tributarios, financieros y de gestión que permitan realizar los negocios de la mejor forma posible.



Habilidades digitales.

Cada vez es más importante utilizar tecnologías como los dispositivos móviles, internet y redes sociales.



Financiamiento inicial.

El inicio de una actividad suele requerir apoyo financiero (conocido como capital semilla) para desarrollar la idea de negocio y adquirir algunos recursos básicos como, por ejemplo, la compra de tierras o equipos.



Empoderamiento y liderazgo.

También es necesario creer en las ideas propias y estar dispuesta a avanzar en una actividad nueva. Cómo presentar a otros el emprendimiento, la idea y sus progresos es muy relevante. Contar con técnicas de comunicación ayuda a caminar de manera más segura.



Asociatividad.

Es menos complejo si se avanza en compañía de otras personas, en grupos de mujeres o junto a las comunidades locales.



ETAPA DE PREPARACIÓN



Conocimiento del proceso exportador.

Vender productos a otros países implica realizar diversos trámites ante distintas instituciones, así como coordinar todos los detalles de envío del producto (la logística de transporte y el almacenaje, por ejemplo).



Conocimiento del mercado.

Es necesario conocer el mercado al que se espera llegar, sus tendencias y preferencias de consumo para el sector o producto que se desea exportar.



Adaptación del producto.

En varios casos es necesario hacer adaptaciones al producto, considerando también los gustos y la legislación del país de destino. Esto puede estar relacionado con ciertos insumos, con las etiquetas e incluso con el tipo de envases y embalajes.



Comercio electrónico, marketing digital.

Es clave contar con una página web que publicite el producto a exportar o el destino a visitar, y que permita realizar transacciones financieras. Asimismo, se requiere conocer herramientas de marketing digital para dar a conocer la oferta de forma atractiva.



Financiamiento.

En esta etapa el financiamiento se necesita para realizar cambios en los productos e incluso en los procesos productivos, en la implementación de herramientas digitales, entre otros temas.



ETAPA DE INTERNACIONALIZACIÓN



Promoción comercial.

Promocionar los productos y servicios en el exterior, no solo de manera virtual, sino participando en ferias y misiones internacionales son herramientas usuales en una estrategia de internacionalización.



Búsqueda de clientes y nuevos canales de comercialización.

Buscar activamente nuevos clientes en el extranjero requiere identificar los lugares en que usualmente se adquieren los bienes y servicios. No siempre el consumo masivo es lo mejor. En ocasiones es preferible encontrar nichos de mercado que aprecien la oferta y que sea posible atender.



Financiamiento para la exportación.

En esta etapa se requiere capital que permita financiar el envío al exterior de los productos, considerando las complejidades de hacer negocios con distintos países y cuando el pago suele producirse al final de un largo proceso.



Propiedad intelectual.

Utilizar herramientas legales como la protección de marcas o la denominación de origen colaboran en fortalecer la oferta de bienes y servicios, especialmente si hay materiales o territorios que cuentan con características que los hacen únicos.



¿Cómo saber cuánto me falta por avanzar y qué es prioritario?

Existen cuestionarios de autoevaluación que ayudan a quienes han superado la etapa básica, a identificar puntos críticos en su camino a los mercados extranjeros. Estas herramientas se pueden encontrar en las páginas web de los organismos de promoción comercial de tu país.

Las áreas claves en estas evaluaciones se relacionan con la estrategia de la empresa exportadora o el proyecto turístico, y su capacidad de enfrentar nuevos mercados.

En el caso de las exportaciones de bienes se profundiza en el conocimiento del mercado objetivo, el producto, la capacidad de producción y logística, así como los recursos y estrategias de exportación.

En el caso del turismo rural e indígena, los factores críticos incluyen infraestructura adecuada, una gestión ambiental responsable, la protección de la cultura y autonomía de los pueblos indígenas y la capacitación de la comunidad local.



Aquí hay algunas preguntas claves para orientar a las exportadoras de bienes en su etapa de preparación y de internacionalización. Si no conoces algunas respuestas, puedes pedir asesoría al organismo de promoción comercial de tu país.



Producto y competitividad:

¿Es atractivo mi producto o servicio en el mercado internacional?

¿Qué ventajas tiene en precio, calidad, innovación?

¿Qué tipo de desventajas tiene?

¿Cómo puedo enfrentar esas desventajas sin aumentar costos?



Conocimiento del mercado internacional:

¿A qué países o regiones quiero exportar?

¿Conozco las regulaciones y leyes comerciales de esos países?

¿Entiendo las diferencias culturales y comerciales en esos mercados?

¿Sé cómo negociar con socios comerciales internacionales?

¿Puedo adaptar mi producto a las preferencias y regulaciones de esos mercados?

Capacidad de producción y logística:

¿Tengo la capacidad de producir la cantidad necesaria para exportar?

¿Puedo garantizar la calidad y la entrega a tiempo de mis productos?

¿Tengo una red de distribución confiable?

¿Puedo asumir los costos de transporte, seguros y aduanas?

¿Tengo la infraestructura necesaria (almacenes, equipos, etc.)?

Recursos y estrategia:

¿Estoy dispuesta a invertir tiempo y recursos en exportar?

¿Sé cómo obtener financiamiento para la exportación?

¿Tengo un plan de exportación claro y realista?

¿He identificado los canales de distribución y marketing adecuados?

¿Las personas de mi equipo están preparadas?



Para profundizar en estos y otros aspectos revisa las herramientas de autoevaluación de capacidad exportadora de los organismos de promoción comercial de los países de la Alianza del Pacífico:

ProChile

www.prochile.gob.cl



Secretaría de Economía de México

www.economia.gob.mx



ProColombia

www.procolombia.co



PromPerú

www.exportemos.pe





Turismo: Preguntas orientadoras

El turismo se considera una exportación de servicios, porque cuando turistas extranjeros visitan un país y gastan dinero en hoteles, restaurantes, transporte y actividades, están comprando servicios locales.

¿El lugar cuenta con infraestructura básica necesaria, como el transporte, alojamientos, servicios básicos?

¿Está la comunidad capacitada en temas como la gestión turística, el marketing y la atención al cliente?

¿Cómo se administran los proyectos que están en áreas protegidas? ¿Se tiene en cuenta la capacidad de carga de la zona?

¿Cómo se incorpora el intercambio cultural entre las personas que visitan y las que viven en las comunidades?

¿Qué resguardos se han tomado para conservar los conocimientos ancestrales y el patrimonio inmaterial?

¿Cómo se armoniza el diseño de las experiencias turísticas con la vida de las comunidades?

¿Cómo se fomenta una cadena más inclusiva y diversificada?

¿Se han identificado canales de promoción del destino en mercados internacionales?

Para obtener apoyo en estos y otros temas están las agencias nacionales de promoción del turismo.



Agencias nacionales para la internacionalización del turismo en la Alianza del Pacífico:

Sernatur, Chile

www.sernatur.cl



PromPerú

www.promperu.gob.pe/turismo/in



ProColombia

www.procolombia.co



Secretaría de Turismo, México

www.gob.mx/sectur



Plataformas internacionales para negocios de mujeres

Existen plataformas virtuales que apoyan especialmente a las mujeres en su búsqueda de nuevas oportunidades de negocios en los mercados internacionales.



Comunidad Mujeres Empresarias de la Alianza del Pacífico (AP)

Descripción: Espacio virtual para conectar directamente y explorar oportunidades de negocio, intercambiar información relevante que permita fortalecer sus capacidades empresariales y de liderazgo.

Impulsada por: Alianza del Pacífico y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) a través de su plataforma ConnectAmericas.

Sitio web: <https://connectamericas.com/es/community/comunidad-mujeres-empresarias-ap#/>

SheTrades (ITC - International Trade Centre)

Descripción: Iniciativa del Centro de Comercio Internacional que busca conectar a un millón de mujeres empresarias con mercados internacionales.

Servicios: Plataforma digital, capacitación, herramientas de evaluación, eventos para hacer contacto con otras emprendedoras.

Sitio web: shetrades.com

WEConnect International

Descripción: Conecta a mujeres empresarias con grandes corporaciones a nivel global.

Enfoque: Certificación de empresas propiedad de mujeres, oportunidades de contratación, desarrollo de capacidades.

Sitio web: weconnectinternational.org



PROGRAMAS DE PROMOCIÓN PARA MUJERES RURALES E INDÍGENAS

El objetivo de este Manual es proveer información sobre los programas que ofrecen diversos organismos públicos para apoyar a las mujeres rurales e indígenas.

Algunos programas están orientados al fomento de los negocios de productos, sean agrícolas, artesanales o de otro tipo. Otros programas se enfocan específicamente en el turismo rural o indígena.

La información de los programas está organizada según las distintas etapas del desarrollo de los emprendimientos:



Etapas básicas

La formalización de la empresa o emprendimiento y el desarrollo del producto.



Etapas de preparación

Elegir y conocer el mercado al cual se desea llegar, los requisitos a cumplir y las tendencias de consumo.



Etapas de internacionalización

Cuando la empresa exporta, es necesario mantener y aumentar las ventas y los clientes de otros países.



PROGRAMA DE LA MUJER EN EL SECTOR AGRARIO (PROMUSAG)

Institución responsable:

Secretaría de Desarrollo Agrario,
Territorial y Urbano

Tipo de apoyo:

Apoyo monetario para la inversión física que necesita el proyecto y para asistencia técnica que éste requiera.

Objetivo:

Apoyar a mujeres que habiten en núcleos agrarios para la creación de empresas agrícolas y empresas de servicios.

Dirigido a:

Todas las mujeres mayores de 18 años y más que habitan en núcleos agrarios sin derechos agrarios y no reciben los beneficios que la Ley Agraria otorga sobre tierras ejidales y comunales.



Requisitos:

- Mujeres con 18 años cumplidos o más que habitan en núcleos agrarios y que no hayan sido apoyadas en los últimos 5 ejercicios fiscales por el Fondo para el Apoyo a Proyectos Productivos en Núcleos Agrarios (FAPPA) o por el propio Programa de la Mujer en el Sector Agrario (PROMUSAG).



MÁS INFORMACIÓN EN

www.gob.mx/sedatu/acciones-y-programas/derechos-agrarios-para-la-mujer

Institución responsable:

Pro Mujer

Objetivo:

Fomentar la inclusión financiera de las mujeres, proporcionarles capacitación y apoyo para emprender, así como mejorar su acceso a servicios de salud y bienestar.

Dirigido a:

Mujeres emprendedoras de Chiapas, Oaxaca, Tabasco, Yucatán y Campeche.

Tipo de apoyo:

Capacitación para emprendedoras y microcréditos para mujeres que cuenten con una actividad productiva.

Capacitación: Programa híbrido y digital.

Microcrédito: 3,000 MXN hasta 15,000 MXN

Requisitos:

- Ser mayor de edad
- Contar con credencial de elector
- No tener historial crediticio
- Contar con un comprobante de domicilio
- Vivir en Chiapas, Oaxaca, Campeche, Yucatán o Tabasco
- Tener una actividad productiva o una micro o pequeña empresa

Forma de postulación:

A través de registro en <https://comienza.emprendepromujer.org/>



MÁS INFORMACIÓN EN

mujeresfuerzadelsureste.promujer.org
www.promujerdigital.org



FINANCIAMIENTO PARA MUJERES EMPRESARIAS

Institución responsable:

Gobierno de la Ciudad de México
Fondo para el desarrollo Social

Objetivo:

Financiamiento tiene como fin impulsar la autonomía económica de las mujeres y contribuir a reducir la brecha de género en materia de desarrollo económico a través del crédito para el emprendimiento, para la ampliación de activos y el mayor acceso a la tecnología por parte de mujeres empresarias.

Tipo de apoyo:

Financiamiento

Forma de postulación:

Personas físicas o morales que desarrollen actividades económicas en la Ciudad de México, que busquen financiamiento para su negocio y cumplan con los requisitos señalados en las Reglas de Operación del Fondo para el Desarrollo Social (FONDESOS).

Dirigido a:

Mujeres emprendedoras de Chiapas, Oaxaca, Tabasco, Yucatán y Campeche.

Requisitos:

- Las solicitantes de este producto financiero deberán acreditar, al menos, 24 meses de operación con alta ante el SAT.
- Deberán presentar uno o más de los siguientes documentos:
- Comprobantes para acreditar la cantidad de personal.
- Contrato de honorarios asimilados a salarios.
- Recibo de honorarios con una antigüedad no mayor a 1 año.
- Documento que acredite la nómina de personal inscrito al IMSS.
- Documento que acredite una nómina contratada a través de una tercera persona.
- Los requisitos para personas físicas y morales revisar detalles en página web: www.fondeso.cdmx.gob.mx/storage/app/media/2025/financiamiento/mujeres_empresarias.pdf

MÁS INFORMACIÓN EN

www.fondeso.cdmx.gob.mx/storage/app/media/2024/Promocion/CREDITOS/manual_solicitud_credito.pdf



Institución responsable:

Secretaría de Hacienda (Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas)

Objetivo:

Participación de mujeres indígenas en proyectos productivos. Procura acortar la brecha que históricamente ha existido en las oportunidades de desarrollo entre las mujeres y los hombres dentro de los pueblos y comunidades indígenas.

Dirigido a:

Mujeres indígenas, mayores de edad o menores emancipadas, que conformen grupos de 10 mujeres como mínimo, o de 8 mujeres en localidades con menos de 50 habitantes, que habiten en las localidades establecidas en la cobertura.

Tipo de apoyo:

Proyecto de organización productiva, en general hasta 130,000.00 pesos mexicanos. Acompañamiento durante y después de la instalación del proyecto. Promotoras indígenas bilingües para fortalecer la organización y participación de los grupos de mujeres indígenas beneficiarias.

Quienes podrán recibir una beca mensual para traslados y alimentación y/o recursos para acciones formativas y de capacitación.

Forma de postulación:

Las organizaciones o grupos presentan sus proyectos al Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas (INPI) para solicitar el apoyo económico.

Requisitos:

Grupos nuevos:

- Que manifiesten por escrito su conformidad de cumplir la normatividad.
- Que no sean deudoras de otros programas federales.
- Que participen en las actividades de planeación, ejecución y seguimiento de los proyectos productivos.

Grupos de continuidad:

- Que el grupo original permanezca activo y por lo menos con el 60 por ciento de las integrantes que recibieron el primer apoyo.
- Que el proyecto apoyado esté operando.

- Que el apoyo se aplique para fortalecer el proyecto original, o para complementarlo.
- Que el apoyo para la continuidad se destine, preferentemente, para insumos, equipo, capacitación y asistencia técnica que faciliten la transformación de la producción y/o comercialización de los productos.
- Que el recurso solicitado complemente la reinversión del grupo.

MÁS INFORMACIÓN EN

www.gob.mx/inpi/acciones-y-programas/mas-informacion-preguntas-frecuentes-para-solicitar-apoyo-economico-para-proyectos-productivos-del-proin



Institución responsable:

Fondo Nacional de Fomento de Artesanías (FONART)

Objetivo:

Beneficiar a grupos de personas artesanas que están ubicados en destinos turísticos, pueblos mágicos o bien en entidades federativas con alta densidad artesanal, a través de un proyecto integral.

Dirigido a:

Grupos de artesanos ubicados en destinos turísticos, pueblos mágicos o bien en entidades federativas con alta densidad artesanal, propicios de ofrecer obras artesanales a los turistas nacionales e internacionales.

Forma de postulación:

A través de formulario en www.fonart.gob.mx/gobmx/t005.php

Tipo de apoyo:

Proyecto integral de intervención de hasta \$70,000.00 que comprende la realización de acciones de formación y desarrollo (capacitación), remodelación del área de sanitario, de producción y de servicios, así como la creación de espacios para exhibición y venta de la obra artesanal, señalización de talleres y material promocional.

Requisitos:

- Postulantes deben acreditar formar parte de un grupo de artesanos y estar ubicados en destinos turísticos.



MÁS INFORMACIÓN EN

www.gob.mx/fonart?tab=programas

Institución responsable:

Financiera para el Bienestar

Dirigido a:

Mujeres artesanas indígenas y afromexicanas.

Objetivo:

Brindar recursos, capacitación y acompañamiento técnico para fortalecer el sector artesanal y la autonomía económica de las mujeres.

Forma de postulación:

A través de Centros Coordinadores de Pueblos Indígenas, Centros INAH de la Secretaría de Cultura y sucursales FINABIEN.

Tipo de apoyo:

Apoyos económicos, capacitación técnica y estrategias de comercialización individuales, a colectivos solidarios o sociedades cooperativas.



MÁS INFORMACIÓN EN

<https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/965488/Apoyo-Artesanas-Indiigenas-10ene25.pdf>

Institución responsable:

Secretaría de Economía

Objetivo:

Acercar y facilitar los principales trámites y servicios que las mipymes deben realizar ante dependencias federales tanto en su creación como en sus procesos de fortalecimiento.

Dirigido a:

Empresas mipymes.

Tipo de apoyo:

Guía paso a paso sobre cómo crear o fortalecer una empresa en México

Para nueva empresa: Información sobre los trámites para establecer la empresa

Para fortalecer una empresa: Información sobre los trámites para reforzar la empresa

Guías sobre permisos, autorizaciones y certificaciones necesarias para la operación de la empresa.

Requisitos:

- Registro en Ventanilla Mipymes.



MÁS INFORMACIÓN EN

<https://ventanillamipymes.economia.gob.mx/>

<https://ventanillamipymes.economia.gob.mx/category/guias/>

Institución responsable:

Instituto Nacional de Pueblos Indígenas.
INPI

Objetivo:

Programa orientado a promover proyectos económicos estratégicos que generen cadenas de valor, impulsen la producción comunitaria, la agroecología, la autosuficiencia alimentaria, el consumo local y la comercialización de bienes agroecológicos y artesanales, así como los servicios turísticos comunitarios.

Proyectos con impacto comunitario :

Autosuficiencia alimentaria, producción primaria para cadenas de valor. (Se podrá destinar hasta el diez por ciento (10%) de asistencia técnica y/o capacitación, correspondiente al monto del apoyo del INPI, el cual deberá ser acorde a las necesidades del proyecto); transformación

para cadenas de valor. (Se podrá destinar hasta el siete por ciento (7%) de asistencia técnica y/o capacitación, correspondiente al monto del apoyo del INPI, el cual deberá ser acorde a las necesidades del proyecto).

Proyectos comunitarios de turismo de

naturaleza: Infraestructura y equipamiento, Consolidación, Comercialización de Productos Artesanales y Servicios Turísticos Indígenas: Promoción y difusión de productos artesanales y servicios turísticos indígenas. Estrategia comercial, Uso de sellos distintivos Manos indígenas, Calidad Mexicana y Paraísos Indígenas; Acceso a crédito para comunidades y empresas indígenas y afromexicanas.

Acceso a crédito para comunidades y empresas indígenas:

solicitud de crédito ante la Financiera Nacional de Desarrollo Agropecuario Rural, Forestal y Pesquero (FND) (AGROFIN).

Tipo de apoyo:

Financiamiento de proyectos: producción, comercialización, promoción del patrimonio cultural, medicina tradicional, comunicación indígena, lugares y sitios sagrados y rutas de peregrinación.

Dirigido a:

Comunidades indígenas y afroamericanas.

Forma de postulación:

Solicitud de apoyo debidamente requisitada, mediante el Formato FG_01 del Anexo 1 de la Mecánica Proyecto elaborado conforme al documento “Elementos básicos para la elaboración de proyectos del PROBIPI”, acorde a cada componente, mismo que se encuentra publicado en la página oficial del INPI.

MÁS INFORMACIÓN EN

www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/883849/Elementos-basicos-para-la-elaboracion-de-proyectos-2024-FEIMA-PROBIPI.pdf

www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/944766/Guia-rapida-comprobacion-actualizada-PROBIPI-septiembre-2024.pdf



Institución responsable:

Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas

Objetivo:

Contribuir al desarrollo económico de la población indígena a través del aprovechamiento sustentable de los recursos naturales de las zonas donde habitan y de su patrimonio cultural.

Dirigido a:

Grupos indígenas organizados que reciben ingresos económicos – turistas en la administración de sus sitios turísticos.

Tipo de apoyo:

Subsidios a núcleos agrarios, organizaciones y grupos de trabajo conformados por indígenas, para el establecimiento y desarrollo de sitios de turismo alternativo y turismo comunitario. Los apoyos se otorgan para: a) formulación y diseño de proyectos de inversión en materia turística; b) dotación de infraestructura y equipamiento a proyectos turísticos; c) elaboración de estudios, evaluaciones y pago de permisos; d) fortalecimiento de capacidades de grupos indígenas organizados que operan proyectos turísticos; f) difusión, promoción y comercialización de proyectos; y g) conformación de empresas integradoras.

Requisitos:

- Demostrar que postulantes son núcleos agrarios, organizaciones y grupos de trabajo conformados por indígenas

Forma de postulación:

A través de la página web del Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas (INPI)



MÁS INFORMACIÓN EN

Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas

Javier Abel Omar Portillo Vergara
jportillo@cdi.gob.mx

Juana Ventura Ramírez
jventura@cdi.gob.mx

PROGRAMA DE MUJERES EXPORTADORAS DE UPS/ SHETRADES

Institución responsable:

UPS
SheTrades
WEConnect

Objetivo:

Internacionalización de las empresas lideradas por mujeres, que comparten el objetivo de expandir su negocio fuera de sus fronteras.

Respaldar a las mujeres exportadoras ayuda a cerrar la brecha de género cuando se trata de crear riqueza y poder de negociación social.

Dirigido a:

Mujeres emprendedoras que buscan aumentar sus conocimientos técnicos, mejorar su visibilidad y ponerse en contacto con compradores, inversores, proveedores y organizaciones de apoyo empresarial.

Tipo de apoyo:

Capacitaciones, networking, asesoría sobre financiamiento e inversión.
Descuentos para envíos nacionales e internacionales.



Forma de postulación:

Registro en línea https://solutions.ups.com/seamosimparables.html?WT.mc_id=LP_MKTO_AM_600079

<https://delivery-p55671-e392469.adobeassetcloud.com/adobe/asseturn:aaid:aem:34c9c1c4-2866-4164-b2a3-b296936d61f0/original/as/she-trades-instructions-mx-es.pdf>



MÁS INFORMACIÓN EN

www.ups.com/mx/es/business-solutions/grow-your-business-solutions/expand-internationally/women-exporters-program



Institución responsable:

BANCOMext

Secretaría de Hacienda y Crédito

Público

Objetivo:

Internacionalización de las empresas lideradas por mujeres, que comparten el objetivo de expandir su negocio fuera de sus fronteras.

Dirigido a:

Empresas cuya propiedad y toma de decisiones recae en mujeres.

Tipo de apoyo:

Financiamiento de capital de trabajo, activo fijo y proyectos de inversión. 300mdp o equivalente en USD, tasas de 15.5% MN y 9.5% USD, plazos revolventes hasta de 3 años y amortizables hasta de 15 años.

ETAPA PREPARACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN

Requisitos:

Obligatorio:

La Presidencia del Consejo de Administración la ocupe una mujer y/o la mayoría de los miembros del Consejo de Administración sean mujeres y/o el Administrador Único sea mujer y/o el 51% de los directivos de la empresa son mujeres.

Deseable:

Empresas con fuerza laboral mayoritaria de mujeres (desde el 30%) y conciencia de equidad de género, proporcionando prestaciones adicionales.

Negocios y empresas cuyo producto o servicio sea o tenga un enfoque de consumo en su mayoría al mercado femenino.

Forma de postulación:

Llenar formulario en Página web
www.bancomext.com/mujeres-bancomext/

MÁS INFORMACIÓN EN

bancomext@bancomext.gob.mx

o llama al
800 EXPORT



Institución responsable:

Secretaría de Economía
Dirección General de Desarrollo
Productivo

Objetivo:

Inclusión de empresas mexicanas lideradas por mujeres en procesos de exportación. Tiene por objetivo disminuir las brechas de género y democratizar el comercio exterior.

Dirigido a:

Empresas mexicanas lideradas por mujeres en procesos de exportación.

Tipo de apoyo:

Programa de capacitación: en formato híbrido se centra en facilitar el proceso exportador de las mipymes mexicanas exportadoras.

Ruedas de negocios entre mipymes mexicanas exportadoras y empresas compradoras del extranjero.

Requisitos:

- Por lo menos el 10% de la propiedad de la empresa deberá corresponder a una mujer de nacionalidad mexicana.
- Ser una empresa micro, pequeña o mediana mexicana, productora y/o comercializadora de productos.

ETAPA DE INTERNACIONALIZACIÓN

- Ser una empresa micro, pequeña o mediana mexicana legalmente constituida.
- Tener una página web o redes sociales funcionales de la empresa.
- Contar con experiencia en exportación acreditable o cumplir con los requisitos para exportar por primera vez.
- Tener capacidad de producción suficiente para exportar.
- Es altamente recomendable que la persona que represente a la empresa sea mujer y hable inglés fluido (o tenga una persona de apoyo en la traducción).
- La empresa debe contar con certificaciones mexicanas y es recomendable que cuente con certificaciones extranjeras – o un proceso avanzado para su obtención- que agregan valor a sus productos y garanticen su calidad.
- Es deseable que las empresas promuevan un entorno favorable para la inclusión de mujeres indígenas y de la comunidad LGBTQ+.



MÁS INFORMACIÓN EN

(+52) 555729 9100 ext. 11070 y 32051
dgdpr@economia.gob.mx
https://mipymes.economia.gob.mx/mujer_exportamx/

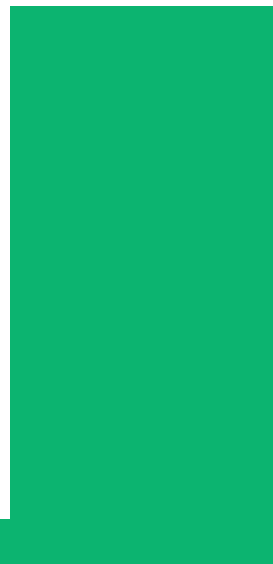


Para entender mejor algunos conceptos

Acuerdos comerciales / acuerdos de libre comercio: Acuerdos entre países para establecer reglas y condiciones en el intercambio de bienes y servicios, que faciliten la compra y venta entre los países socios.

Autonomía económica: Se refiere a la capacidad de las personas para acceder a bienes y servicios necesarios para satisfacer sus necesidades y deseos de manera independiente.

Cadena inclusiva y diversificada: Una cadena de valor que involucra a una variedad de actores, incluyendo a mujeres, personas con discapacidad y otros grupos vulnerables. Esto implica garantizar que todos los participantes tengan acceso equitativo a los recursos, las oportunidades y los mercados.



Canales de distribución: Los medios a través de los cuales los productos llegan al consumidor final. Por ejemplo, pueden ser cadenas de supermercados o tiendas especializadas. Hay canales más fáciles de acceder para mujeres y pequeños negocios.

Capacidad de carga: Número máximo de visitantes que un espacio puede soportar sin que se vea afectado su entorno natural, cultural o socioeconómico.

Capital semilla: El financiamiento necesario para iniciar un negocio. El acceso al capital semilla es crucial para que las mujeres emprendedoras puedan poner en marcha sus ideas y desarrollarlas.

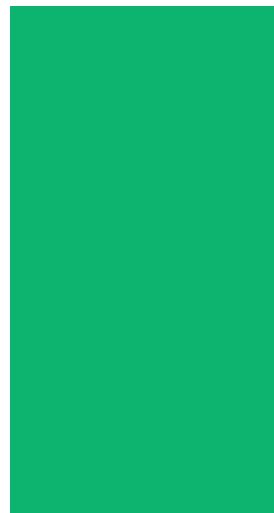


Denominación de origen: Una señal distintiva que identifica un producto con una región geográfica específica y con cualidades únicas asociadas a esa región. Puede ser una estrategia para promover productos locales y fortalecer la identidad regional.

Disposiciones de género: Cláusulas o elementos dentro de los acuerdos comerciales que buscan abordar las desigualdades de género y promover la igualdad de oportunidades para las mujeres.

Equidad de género: La igualdad de oportunidades y el trato justo para hombres y mujeres, considerando sus necesidades y circunstancias particulares. Es fundamental para garantizar que las mujeres tengan acceso a los mismos recursos y oportunidades que los hombres.

Marketing digital: El uso de herramientas digitales y estrategias en línea para promocionar productos y servicios. El marketing digital puede ser una herramienta poderosa para que las mujeres emprendedoras lleguen a un público más amplio y alcancen a nuevos mercados.



Misiones internacionales: Viajes de negocios a otros países para aprender de experiencias, establecer contactos y buscar oportunidades. Pueden ser una excelente oportunidad para que las mujeres emprendedoras puedan ampliar su red de contactos y conocer nuevas tendencias en el mercado.

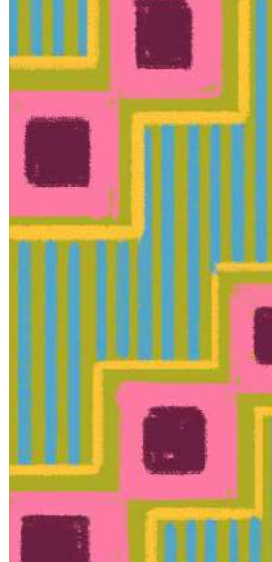
Nichos de mercado: Grupos específicos de personas consumidoras, con necesidades o intereses particulares, que pueden ser atendidos por negocios o proyectos que no sean de gran tamaño.

Patrimonio inmaterial: Prácticas, representaciones, expresiones, conocimientos y saberes de las comunidades que son transmitidos de generación en generación.



Trabajo no remunerado: Actividades realizadas sin recibir salario o remuneración, que comprende labores domésticas, el cuidado de personas y el trabajo voluntario. Es realizado mayoritariamente por las mujeres y limita su disponibilidad de tiempo y recursos para dedicarse a otras actividades.

Turismo comunitario: Toda actividad turística que se desarrolla en comunidades con vocación turística de manera planificada y sostenible a través de modelos de gestión con participación activa y el liderazgo de las poblaciones locales, representadas por organizaciones de base comunitaria. El Turismo Comunitario se integra de manera armoniosa a las actividades económicas tradicionales locales, para contribuir al desarrollo de la comunidad, siendo su cultura y el entorno natural los componentes clave y diferenciadores que conforman su producto turístico.



Glosario de género:

<https://alianzapacifico.net/wp-content/uploads/GLOSARIO-GENERO-GTG-AP-FINAL.pdf>





UNIVERSIDAD
DE CHILE
Instituto
de Estudios
Internacionales