

Fortalecer la Participación de Mujeres Indígenas en la Cadena de Valor

*Iniciativa de la Microempresa
de Comercio Internacional*

*Taller de RPFGE de APEC
Junio 2009*

Meta

Incrementar el comercio
entre mujeres en la región APEC
con énfasis en la capacidad de
producción de las
mujeres indígenas, rurales y
de zonas más alejadas.

Antecedentes

- Un proyecto de cuatro fases financiado por el Foro de Cooperación Económica de Asia Pacífico (APEC)
 - Trabajó con mujeres en el mercado internacional
 - Red de Mujeres Líderes (WLN) Red Comercial de 4000 mujeres provenientes del sector privado, asociaciones comerciales, academia y gobierno.
 - Modelos identificados, trabajados con mujeres indígenas que se les ha proporcionado capacitación para acceso al mercado.
 - Fase final – **proyecto piloto para empezar a comercializar**

Descripción del Proyecto

- Aumento del compromiso de las mujeres productoras indígenas / rurales / más alejadas en las actividades de la cadena de valor mediante:
 - Promoción y aumento de la distribución de su producto
 - Aumento del acceso a los mercados nacional e internacional
 - Promoción la participación en la venta, distribución, mayoreo, minoreo y distribución del producto
 - Establecimiento de la distribución en Canada a través de: tiendas físicas (no virtuales), participación de jóvenes en internet, mercados de especialidad, desarrollo de marcas y otras formas.

Fase 3 – Diseño del Proyecto

Componentes - Fase 1: Planificación

1. Ambito del proyecto y lanzamiento
2. Identificación del Producto
3. Entender transacciones de pequeñas cantidades
4. Participación de mujeres aborígenes – Planificación del proyecto, desarrollo comercial conceptual
5. Compromiso de los socios de APEC
6. Capacitación en distribución y modelos
7. Viabilidad del Plan del Proyecto
8. Identificación de socios y acuerdos (distribuidores internacionales)
9. Lanzamiento del sitio web

Diseño del proyecto (continua)

- Fase 2: Componentes del Inicio
 - Actividades y operaciones previas al inicio, desarrollo del plan comercial, viabilidad
 - Capacitación
 - Experiencia técnica
- Fase 3 – Apoyo
 - Trabajo con distribuidores y proveedores

Resultados del Proyecto

Nacional

- 10 resultados meta del inicio del proyecto
 - Ubicaciones estratégicas por ejemplo: Comunidades específicas, ventas especiales y nichos de mercado, mujeres jóvenes expertas en tecnología
 - Participación de experimentadas mujeres exitosas

Internacional

- Identificar y distribuir 6 productos (casi listos para el mercado)
- Capacitar a 5 mujeres distribuidoras
- Algunos convenios de asociación en el lugar

Descripciones del Product o

Nacional:

- Bienes básicos: medias, shampo, productos diarios
- Productos tradicionales de la mujer: manoplas, mocasines, botas esquimales
- Joyería
- Moda
- Productos de cuidado personal

• Internacional:

(Chile, Perú, Vietnam)

- Productos tercerizados
- Joyería
- Productos ecológicos
- Selva del Perú
- Valle y artículos de mujeres mapuche del valle Chile-Elki
- Mantas tejidas, manteles, floreros de las Tribus Hilltop,

Resultados del proyecto

- Desarrollo económico y prosperidad de las Mujeres
- Trabajo/capacitación por anticipado de 175 mujeres
- Modelos de rol
- Modelos exitosos en la cadena de valores
- Inversión exitosa hecha en la red de comercio de la mujeres
- Cooperación internacional, amistad, intercambio y beneficios para las mujeres en las economías de APEC

Donde estamos

El trabajo en estos componentes se ha iniciado

1. Alcance y lanzamiento del proyecto
2. Identificación del producto
3. Participación de mujeres indígenas – se identifican algunos posibles participantes para asegurar el éxito
4. Compromiso de los miembros de APEC

¿Qué necesitamos para incrementar el comercio en una red comercial de la mujer?

Nuevo mensaje en nuestras comunidades

- Requiere educación y sensibilización del mercado (comunidades) – convertir los productos y marcas en nombres familiares
- Promover "Comprar una marca indígena" en todo
- Utilizar nuestra ventaja competitiva con prudencia

La cadena de valor del proyecto

- Identificar distribuidores potenciales e interesados
- Los participantes interesados necesitan definir a que tipo de mercado tiene acceso

Fortalecer la Participación de las Mujeres Aborígenes en la Cadena de Valores

Megwetch

Francine Whiteduck

francine@whiteduck.com

819-776-1116