



Estudio de caracterización de juventud rural emprendedora

REGIONES DE O'HIGGINS Y MAULE



Estudio de caracterización de juventud rural emprendedora

REGIONES DE O'HIGGINS Y MAULE

Abril 2025

Registro de Propiedad Intelectual
Inscripción N° 2025-A-3117
Fundación para la Innovación Agraria

La presente publicación fue encargada por la Fundación para la Innovación Agraria (FIA), del Ministerio de Agricultura, en el marco de la iniciativa “Estudio de caracterización de juventud rural emprendedora, regiones de O’Higgins y Maule”.

Santiago de Chile
Abril 2025

Autores
Equipo Empresa Datavoz
Eduardo de la Fuente
María Loreto Muñoz
Luis Bertoglia
Sebastián Segura
Equipo externo Datavoz
Dominique Dusaillant
Mauro Navarrete

Contraparte Técnica FIA e INJUV
Francisco Díaz, Jefe Unidad de Formación y Vinculación, Fundación para la Innovación Agraria
Paulina González, Coordinadora Área Desarrollo de capacidades para innovar, Fundación para la Innovación Agraria
Jeanette Urrutia, Gestora Programa Juventud rural innovadora, Fundación para la Innovación Agraria
Gino Bustos, Analista de Estudios, Departamento de Planificación y Estudios, Instituto Nacional de la Juventud.

Agradecimientos
Adriana Bastías, Representante Regional de O’Higgins
Robert Giovanetti, Representante Regional del Maule

Contenidos

1	Presentación.....	7
2	Antecedentes	7
3	Objetivos.....	8
4	Metodología del estudio.....	9
4.1	Etapas de levantamiento de información.....	9
4.2	Elaboración de marco conceptual para el diseño de instrumentos y muestras.....	9
4.3	Levantamiento de información cuantitativa.....	15
4.4	Levantamiento de información cualitativa.....	22
4.5	Protocolos de seguridad y confidencialidad.....	22
4.6	Tratamiento ético de la información cualitativa.....	23
5	Principales Resultados Fase Cuantitativa.....	23
5.1	Caracterización de la muestra.....	23
5.2	Juventud rural emprendedora.....	24
5.3	Actitudes frente al emprendimiento y la innovación.....	27
5.4	Redes locales.....	28
5.5	Proyecciones y expectativa de vida.....	28
6	Principales Resultados Fase Cualitativa.....	30
6.1	Grupos Focales.....	30
6.2	Entrevistas a Stakeholders.....	35
7	Conclusiones Generales.....	38
8	Anexo 1: Informe Región del Libertador Bernardo O'Higgins.....	41
9	Anexo 2: Informe Región del Maule.....	83

Francine Brossard
Directora Ejecutiva
Fundación para la Innovación Agraria
FIA



Es un honor presentar los resultados del Estudio de Caracterización de Juventud Rural Emprendedora en las regiones de O'Higgins y Maule, una iniciativa desarrollada por la Fundación para la Innovación Agraria (FIA), agencia de innovación del Ministerio de Agricultura, en conjunto con instituciones clave del ecosistema de innovación y emprendimiento.

Este estudio nos permite profundizar en la realidad de las y los jóvenes que emprenden en el sector rural, un segmento fundamental para la revitalización del campo chileno y el desarrollo sostenible de nuestras comunidades. A través del levantamiento de información cuantitativa y cualitativa, hemos podido identificar sus motivaciones, desafíos y aspiraciones, así como los factores que inciden en la sostenibilidad de sus negocios y su proyección en el tiempo.

Desde FIA, reafirmamos nuestro compromiso con la juventud rural y con la generación de políticas públicas y programas de apoyo que fomenten la innovación, la educación y la inclusión de estos emprendedores en la economía nacional. En ese sentido, este estudio busca ser un aporte clave para el diseño de la Política Nacional de Juventud Rural del Ministerio de Agricultura, en línea con los propósitos centrales de la gestión impulsada por el ministro Esteban Valenzuela.

Agradecemos a cada joven emprendedor y stakeholder que participó en esta investigación, así como a los equipos técnicos, en especial al equipo de Instituto Nacional de la Juventud (INJUV), que hicieron posible su desarrollo. Esperamos que los hallazgos aquí presentados contribuyan a un mejor diseño de estrategias y acciones para impulsar el talento y la creatividad de la juventud rural en Chile.





1.- PRESENTACIÓN

El presente documento corresponde al “Estudio de caracterización de juventud rural emprendedora” diseñado y aplicado en las regiones de O’Higgins y Maule con el objetivo de comprender el panorama del emprendimiento entre los jóvenes que habitan zonas rurales de estas dos regiones. El estudio combina datos cuantitativos, levantados a través de una encuesta representativa, los cuales fueron profundizados a través de información cualitativa, proveniente de grupos focales con personas jóvenes rurales emprendedoras y entrevistas a stakeholders locales.

A continuación, se presentan las distintas etapas del estudio, incluyendo la presentación de los principales resultados de manera agregada y el detalle regional.



2.- ANTECEDENTES

La Fundación para la Innovación Agraria (FIA) es la agencia de innovación del Ministerio de Agricultura de Chile, reconocida dentro del Sistema Nacional de Innovación por su labor en el impulso y articulación de procesos de innovación en el sector silvoagropecuario y la cadena agroalimentaria nacional. Su trabajo se orienta al desarrollo sostenible y la competitividad del país a través de la gestión de capacidades, la difusión tecnológica y el fomento de nuevas iniciativas.

Entre sus programas estratégicos se encuentra el Programa de Juventud Rural Innovadora, el cual surge de la experiencia acumulada por FIA en el fomento a la innovación en jóvenes emprendedores y estudiantes de liceos rurales. Este programa se alinea con los lineamientos del Ministerio de Agricultura para el período 2022-2026, que buscan revitalizar la educación en el ámbito rural y silvoagropecuario a nivel secundario, técnico y superior. Su objetivo es facilitar el acceso de las poblaciones más postergadas a nuevos modelos de desarrollo, promoviendo la valorización de prácticas interculturales silvoagropecuarias con equidad de género y fomentando espacios de desarrollo para las nuevas generaciones en los territorios rurales.

Como parte de sus actividades, FIA ha establecido vínculos con instituciones clave como el Instituto Nacional de la Juventud (INJUV), el Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP) y el Ministerio de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación, con el objetivo de complementar capacidades e información para abordar los desafíos que enfrentan las personas jóvenes rurales emprendedoras del país.

Instituciones clave y su rol en el estudio

INJUV es el organismo del Ministerio de Desarrollo Social y Familia (MIDESO) encargado de diseñar, planificar y coordinar políticas para la juventud en Chile. A través de la Encuesta Nacional de Juventudes (ENJUV), recoge información sobre la realidad de las y los jóvenes. En su versión 2023, incluyó un apartado sobre juventudes rurales, revelando que el porcentaje de personas jóvenes rurales que trabajan por cuenta propia aumentó del 13% en 2018 al 26% en 2022. Este hallazgo evidenció la falta de información cuantitativa sobre este segmento de la población.

INDAP, dependiente del Ministerio de Agricultura (MINAGRI), tiene el mandato de fomentar el desarrollo productivo de la agricultura familiar campesina. Si bien cuenta con programas de atención y datos sobre juventudes rurales, su información se restringe a quienes logran acreditarse como usuarios, lo que implica que los datos recopilados se enfocan en personas jóvenes de mayor vulnerabilidad socioeconómica.

Dado lo anterior, contar con una caracterización más detallada y actualizada sobre juventudes rurales emprendedoras resulta fundamental para estas instituciones, ya que permitirá generar políticas y programas mejor adaptados a sus realidades y necesidades, contribuyendo al fortalecimiento del ecosistema de emprendimiento e innovación en el sector rural chileno.

En este contexto, y como parte de las acciones impulsadas por el Programa de Juventud Rural Innovadora, FIA e INJUV impulsaron el desarrollo de un estudio de caracterización de las juventudes rurales emprendedoras.

El principal desafío de esta iniciativa fue definir un marco muestral y una metodología que permitiera recolectar información estadísticamente relevante desde un enfoque cuantitativo y cualitativo.

La revisión de datos del Censo 2017, el Censo Agropecuario INE 2021 y la Encuesta ENJUV 2022 evidenciaron que el número de personas jóvenes rurales emprendedoras es bajo y disperso. Por ello, metodológicamente se decidió caracterizar a personas jóvenes residentes en comunas rurales, profundizando posteriormente en aquellos que desarrollan emprendimientos, especialmente en los sectores silvoagropecuario y agroalimentario.

Para la aplicación del estudio, se seleccionaron las regiones de O'Higgins y del Maule, donde se realizó un levantamiento de información cuantitativa para caracterizar a las personas jóvenes rurales en términos educativos y laborales. Posteriormente, se identificó a quienes participan en actividades emprendedoras, con el objetivo de describir sus perfiles, actividades y rubros de emprendimiento.

En una segunda fase, se llevó a cabo un levantamiento cualitativo para profundizar en el análisis de las personas jóvenes emprendedoras vinculadas al sector silvoagropecuario y agroalimentario, permitiendo así una comprensión más detallada de sus dinámicas y desafíos.

3.- OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Caracterizar a las juventudes rurales emprendedoras en el sector silvoagropecuario y la cadena agroalimentaria de las Regiones del Libertador Bernardo O'Higgins y del Maule.

3.2 Objetivos Específicos

- Elaborar una metodología que asegure una correcta identificación de la juventud rural emprendedora regional en el sector silvoagropecuario y la cadena agroalimentaria.
- Elaborar un diseño muestral probabilístico que sea representativo de la juventud rural emprendedora en el sector silvoagropecuario y la cadena agroalimentaria a nivel regional.
- Confeccionar instrumentos de medición cuantitativa y cualitativa para el levantamiento de información sobre las y los jóvenes rurales emprendedores en el sector silvoagropecuario y la cadena agroalimentaria a nivel regional.
- Aplicar los instrumentos cuantitativos y cualitativos en las regiones de O'Higgins y Maule.
- Presentar de resultados del levantamiento de información realizado a personas jóvenes rurales emprendedoras en el sector silvoagropecuario y la cadena agroalimentaria en las regiones de O'Higgins y Maule.

4.- METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

4.1 Etapas de levantamiento de información

Como punto de partida, se desarrolló una metodología para el levantamiento de información cuantitativa sobre una muestra representativa a nivel regional y como complemento, se desarrolló una metodología cualitativa que contribuyese a profundizar la información cuantitativa levantada.

A continuación, se presentan las distintas etapas de levantamiento de información, las cuales incluyeron la elaboración del marco conceptual, los elementos centrales de la etapa de levantamiento de información cuantitativa, y el diseño de la metodología cualitativa para complementar la información obtenida en el estudio cuantitativo.

4.2 Elaboración de marco conceptual para el diseño de instrumentos y muestras

Para la elaboración de instrumentos de recolección de información, en este grupo objetivo, fue necesario hacer una revisión de fuentes secundarias de organizaciones relacionadas con las actividades agrícolas y también con investigación académica. A continuación, se desarrolla el marco conceptual que sustenta la elaboración de los instrumentos de recolección de información del estudio, el cual se basa principalmente en la revisión y conceptualización de los conceptos de emprendimiento y ruralidad.

4.2.1 Marco Conceptual

El marco conceptual en el cual se circunscribe el presente estudio tiene dos objetos de caracterización, por un lado, caracterizar a las personas jóvenes rurales y por el otro, caracterizar a las personas jóvenes rurales emprendedoras.

A continuación, se presentan definiciones sobre los conceptos **de emprendimiento, emprendedor, territorio rural, y el sector silvoagropecuario y la cadena agroalimentaria.**

4.2.2 Concepto de emprendimiento

Para definir el concepto de emprendimiento, se tomó como marco conceptual las definiciones propuestas por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), por la VII Encuesta de Microemprendimiento (EME) 2022 y el Programa SaviaLab de FIA.

En el año 2018, la OIT realizó la 20ª Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo (CIET), sobre estadísticas de las relaciones de trabajo. En el marco de esta reunión se define el emprendimiento como la *“Capacidad de desarrollar, organizar y gestionar un negocio con el fin de tomar riesgos con el objetivo de obtener beneficios”*. Esta definición resalta la acción de *“iniciar y gestionar un negocio, así como la disposición a asumir riesgos financieros y operativos en busca de obtener ganancias.”*

La encuesta de microemprendimiento (EME), desarrollada por el Instituto nacional de Estadísticas (INE), utiliza como punto de partida la definición propuesta por la OIT, sin embargo, para poder identificar a este grupo, se establece la categoría ocupacional de los trabajadores independientes, como la categoría más adecuada para identificar a los emprendedores y recopilar estadísticas al respecto. Su manual metodológico, describe la ocupación en el contexto chileno en función de dos grandes categorías ocupacionales: los trabajadores asalariados y los trabajadores independientes. Los primeros, son trabajadores que tienen dependencia y subordinación a una unidad económica (o empleador) y que entregan su fuerza de trabajo a cambio de una remuneración. En contraste, los trabajadores independientes, son trabajadores sin dependencia ni subordinación que ejercen su profesión, oficio o negocio.

A su vez, los trabajadores independientes se dividen en dos grupos, los empleadores y los trabajadores por cuenta propia. Los empleadores, son quienes emplean al menos un trabajador de forma permanente. A su vez, los trabajadores por cuenta propia son trabajadores independientes que no generan empleo de forma permanente, pero pueden trabajar con socios o emplear a trabajadores de forma esporádica.

En el caso particular de este estudio, no se restringió la situación ocupacional solamente a los trabajadores independientes o por cuenta propia, pues se parte de la base de que las personas jóvenes emprendedoras podrían a su vez tener un trabajo asalariado junto a su emprendimiento.

En cuanto a la definición de emprendimiento, SaviaLab de FIA lo define como la *“Actitud y aptitud que toma una persona para iniciar un nuevo proyecto a través de ideas y oportunidades. Implica un proceso de diseñar, lanzar y administrar un nuevo negocio, que generalmente comienza como una pequeña empresa, ofreciendo a la venta un producto o servicio.”* Basándonos en esta última definición propuesta por FIA, la cual utiliza conceptos más amigables y cercanos a la realidad de las personas jóvenes, se utilizará esta definición de emprendimiento para indagar si los encuestados tienen, tuvieron o planean tener un emprendimiento.

4.2.3 Marco conceptual “emprendedor”

La OIT define emprendedores como “Trabajadores que crean trabajo para sí mismos y potencialmente para otros por medio del establecimiento y operación de una empresa”.

Por su parte, el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), analiza el Proceso Emprendedor y los clasifica según la etapa en que se ubican sus acciones y negocio. Dentro de esta caracterización podemos encontrar desde emprendedores potenciales hasta empresarios establecidos, pasando por aquellos que se han descontinuado producto de la detención de sus operaciones en los últimos 12 meses, tal como se muestra en la ilustración 1.



Ilustración 1: Definición de emprendedor según etapa del negocio

Potencial	• Personas que están pensando en poner en marcha un nuevo negocio, pero que aún no han iniciado acciones concretas. • Solo se le mide valoración hacia el emprendimiento y percepción de atributos individuales.
Naciente	• Declaran haber iniciado la puesta en marcha de un nuevo negocio. • Pago de sueldos a empleados y/o a sí mismo, por un periodo no mayor a 3 meses. • Esta etapa inicia con la concepción de la empresa hasta su nacimiento.
Nuevo empresario	• Pago de sueldos desde los 3 a los 42 meses.
Empresario establecido	• Pago de sueldos durante más de 42 meses. Esta se conoce como etapa de persistencia y busca la consolidación de la empresa.
Descontinuado	• Últimos 12 meses ha suspendido las operaciones o su relación con un negocio.

Fuente: Elaboración Propia a partir de "Global Entrepreneurship Monitor – GEM" (Reynolds et al., 2005).

4.2.4 Referencias nacionales e internacionales

A nivel nacional e internacional existen instrumentos que tienen como principal objetivo analizar y caracterizar la realidad emprendedora.

Desde el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), desde el año 2013 se realiza la Encuesta de Microemprendimiento (EME).

Con el fin de medir los niveles de emprendimiento en los diversos países del mundo y la identificación de los factores que, en el ámbito institucional, cultural, normativo y de políticas públicas, determinan el nivel de actividad emprendedora, se creó el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), informe en el que participan más de 80 países, incluido Chile. Nuestro país se unió al proyecto en 2002, por lo que desde esa fecha –con excepción del año 2004- hay mediciones consistentes sobre el desarrollo del emprendimiento en el país, lo que permite hacer estudios y comparar los resultados de las políticas públicas orientadas a promoverlo.

4.2.5 Criterios de clasificación de emprendimiento agrícola

Según la definición del Servicio Agrícola Ganadero (SAG), el sector silvoagropecuario nacional, está conformado por los siguientes subsectores:

Un subsector **productor o primario de la economía**, que incluye la agricultura, ganadería y silvicultura, orientado a la producción de semillas, cereales, hortalizas, frutas, forrajes, cultivos industriales, viñas, producción ganadera y de otros animales terrestres, productos forestales de bosques tanto nativos como plantaciones comerciales, entre otros.

Un subsector **transformador o secundario** que incorpora valor agregado a los productos primarios, que incluye la producción de procesados como el vino, derivados lácteos, productos cárnicos, congelados, productos procesados no comestibles, entre otros, abarcando desde la elaboración de los productos, hasta su distribución para el consumo interno o para su exportación.

También se consideran dentro del sector silvoagropecuario las actividades productoras y comercializadoras de los **bienes y servicios** necesarios para desarrollar la actividad silvoagropecuaria, como plaguicidas, fertilizantes, fármacos de uso veterinario, alimentos para animales, entre otros.

Tal como se menciona en el Reporte N°5 de Análisis de cadenas agroalimentarias en Chile y oportunidades para el uso de tecnologías limpias por PYMES, elaborado por el Centro y Red de Tecnología del Clima (CTCN), el sector agroalimentario se ha ido constituyendo en uno de los pilares del desarrollo económico del país, y en muchos rubros contando ya con una importancia internacional.

En su análisis plantean que los principales sectores agropecuarios que se desarrollan actualmente en Chile son el sector frutícola, la agroindustria hortofrutícola, el sector vitivinícola, el sector lechero, el sector productor de carnes, el sector forestal y la industria de alimentos para salmones vinculada a insumos agrícolas.

El Ministerio de Agricultura define el sector Silvoagropecuario como el sector que abarca los cultivos, frutales y hortalizas, ganadería y forestal. Este mismo organismo, a través de su informe que estudia el tamaño económico del sector en el país, lo considera como un sector primario que incluye los siguientes grupos:

- **Núcleo primario** que incluye agricultura (cultivos anuales), ganadería, fruticultura y silvicultura y que corresponde a la cobertura de actividades en el PIB agrícola en Cuentas Nacionales.
- **Grupo silvoagropecuario-alimentario**, que incluye lácteos, vino, licores (pisco), elaboración de carne, conservas, manufactura de tabaco.
- **Conjunto silvoagropecuario de procesamiento** que incluye los dos grupos anteriores más las actividades que utilizan insumos de los sectores de recursos renovables como ingredientes. Esta tercera categoría incluye papel, madera, cerveza, molinería, aceites y grasas, etcétera.

Es importante mencionar que en este grupo se excluyen los hoteles y restaurantes, y bebidas no alcohólicas, que algunos autores agregan al concepto de PIB ampliado silvoagropecuario.

4.2.6 Concepto de Territorio Rural

Para operacionalizar el concepto de territorio rural nos hemos basado en dos grandes exponentes del tema a nivel nacional, el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) y la Política Nacional de Desarrollo Rural (PNDR).

Conforme al CENSO 2017, el INE define entidad rural como “un asentamiento humano con población menor o igual a 1.000 habitantes, o entre 1.001 y 2.000 habitantes donde más del 50% de la población que declara haber trabajado se dedica a actividades primarias”. Además, se define como rural a “un conjunto menor de entidades que reúnen los criterios de población para ser definidos como urbanos, pero no los requisitos de amanzanamiento, continuidad o concentración de construcciones”.

Por su parte, la Política de Desarrollo Rural (PNDR), acoge la recomendación de la OCDE y entiende por territorio rural aquel que “se genera por la dinámica de las interrelaciones entre las personas, la actividad económica y los recursos naturales, caracterizado principalmente por su poblamiento cuya densidad poblacional es inferior a 150 (hab./km²), con una población máxima de 50.000 habitantes, cuya unidad básica de organización y de referencia es la comuna”. Para clasificar las comunas de Chile, se realiza un análisis de la densidad de población a nivel de distrito censal hoy y luego se agrega a nivel de comuna, proponiéndose 3 categorías: comuna predominantemente rural, comuna mixta y comuna predominantemente urbana.

Ambas definiciones difieren en algunas dimensiones, las que se presentan en la siguiente ilustración:

Ilustración 2: Dimensiones de definición de ruralidad

	INE	PNDR
Propósito	Carácter operativo para levantamientos de información estadística; permite creación de Marco muestral.	Perspectiva integral, orientada a caracterización y comprensión de los territorios y sus particularidades.
Criterio de población	Asentamiento con población menor o igual a 1.000 hab. o entre 1.001 y 2.000 hab. donde más del 50% de población se dedica a actividades primarias.	Densidad poblacional inferior a 150 hab por Km ² y una población máxima de 50.000 hab.
Unidad básica de clasificación	Clasifica manzanas o entidades considerando requisitos de amanzanamiento, continuidad y concentración de construcciones.	Utiliza la comuna como unidad básica de organización y referencia para clasificar áreas en categorías.
Escala	Sub-comunal.	Comuna.
Desagregación geográfica	La división censal divide comunas en zonas censales, cada una de las cuales se desagrega a su vez en distritos, los que están conformados por manzanas (urbanas) o entidades (rurales).	Clasifica las comunas a partir de la densidad poblacional a nivel de distrito censal, pudiendo desagregar la comuna a ese nivel geográfico.

Fuente: Elaboración Propia a partir de “Política Nacional de Desarrollo Rural” (2020) y “Informe Final – Lineamientos para el uso de las definiciones de ruralidad en Chile” (2022).



4.3 Levantamiento de información cuantitativa

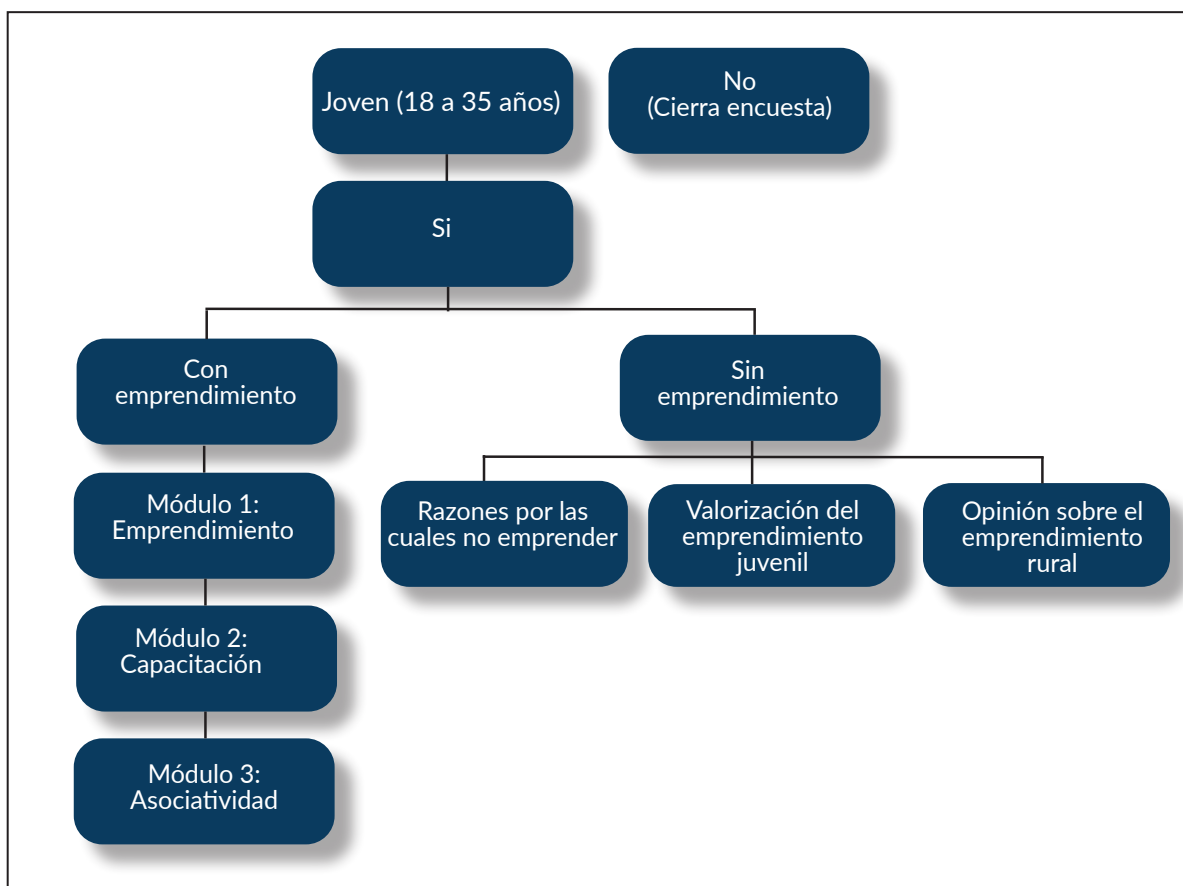
4.3.1 Instrumento para la recolección de información cuantitativa

Para el levantamiento de información cuantitativa, se diseñó un cuestionario para recopilar información que permita identificar y perfilar a las personas jóvenes residentes de territorios rurales, con énfasis en delinear a los emprendedores. El diseño del cuestionario consideró el levantamiento del perfil de personas jóvenes de zonas rurales y una sección especial para las personas que cumplan con el filtro del perfil de emprendedor actual o potencial.

Se construyó un diagrama que permite ordenar la secuencia de preguntas que se realizarán, pues se debe contemplar la posibilidad de que algunos encuestados no tengan un emprendimiento y tampoco piensen emprender en el futuro.

A partir de esto, y tal como se muestra en el siguiente diagrama, se elaboraron dos posibles rutas para responder el cuestionario.

Ilustración 3: Esquema de aplicación cuestionario a personas jóvenes rurales



Fuente: Elaboración Propia

4.3.2 Grupos Focales

Inicialmente, el estudio consideró la aplicación de una encuesta a una muestra estadísticamente representativa del grupo objetivo “personas jóvenes rurales emprendedoras”. No obstante, se contemplaron los siguientes antecedentes:

1. Según datos de la Décima Encuesta Nacional de Juventudes del INJUV (2022), el 10% de las personas jóvenes residen en zonas rurales. De ese 10%, la mitad de las juventudes declara que “no trabaja”.
2. El Censo de 2017 arrojó que la población de jóvenes de 18 a 35 años que reside en zonas rurales, en las regiones de O'Higgins y Maule, alcanza un total de 115.561 habitantes.
3. 1.001 personas jóvenes entre 18 y 35 años y que residen en las regiones de O'Higgins y Maule indican ser productores, de acuerdo al Censo Agropecuario del INE (2021).

Por lo tanto, con esta información se concluye que -posiblemente- el número del grupo objetivo es bajo y la forma de lograr una muestra representativa exclusiva de este segmento implicaría una alta dificultad y una cantidad importante de recursos.

Dado lo anterior, no fue posible establecer una clara proporción del grupo objetivo inicial, la estrategia para la recolección de datos apuntó a buscar la proporción de personas jóvenes rurales emprendedoras, dentro del segmento de personas jóvenes que residen en zonas rurales de las regiones de interés.

Por lo que el grupo objetivo de este estudio corresponde a personas jóvenes de 18 a 35 años residentes en zonas rurales de las regiones de O'Higgins y Maule.

4.3.3 Características del diseño

- El margen de error muestral ascendió a +/- 3.5% con un nivel de confianza del 95%.
- El diseño operacional del levantamiento tuvo suficiente control del trabajo de los encuestadores, dejando solo el proceso de contacto de hogares y selección de los entrevistados al interior de este bajo su control. Esto permitió minimizar el nivel de errores no muestrales en los resultados.

El diseño, en términos resumidos, consideró lo siguiente:

- Muestra: Aleatoria estratificada trietápica (manzana-hogar-entrevistado). Aleatoria en cada una de esas etapas.
- Número de casos: 763 casos encuestados (considerando ambas regiones). Se aplicó la encuesta en hogares de forma presencial.

Universo

De acuerdo con los datos del último **CENSO 2017**¹ reportadas por el Instituto Nacional de Estadísticas, las personas jóvenes residentes en zonas rurales en las regiones de O'Higgins y Maule se distribuyen de la siguiente manera:

Cuadro 1: Población de 18 a 35 años en la región

Región	Población 18 años y + rural
O'Higgins	54.396
Maule	61.165
Total	115.561

Fuente: Elaboración Propia desde información del Censo de Población y Vivienda 2017, INE

Diseño muestral

El diseño muestral que se utilizará corresponde a uno estratificado por conglomerados en tres etapas, cada una de ellas definidas de la siguiente forma:

Unidad de Muestreo Primaria (UMP)	Manzana/Entidad ²
Unidad de Muestreo Secundaria (UMS)	Hogar ³
Unidad de Muestreo Terciaria (UMT)	Persona de 18 a 35 años

En tanto que la estratificación estará dada por la capital regional/resto comunas y zona geográfica.

En cada UMP se escogerán, en promedio, **7 hogares**, número que se ha comprobado proporciona buenos resultados operacionales y estadísticos. Además, en cada UMS se escogerá una persona de **18 a 35 años**, mediante un procedimiento aleatorio⁴.

1 <https://resultados.censo2017.cl/>

2 Según definición INE, Manzana/Entidad corresponde a conglomerado de viviendas en Zonas Urbanas /Rurales

3 Según definición INE, grupo de personas que habitan la misma vivienda y cocinan juntas

4 Para la presente propuesta, Tabla Kish

Tamaño muestral

El número de casos propuestos asciende a **763** lo que implica una selección de **109 UMP** para los **763 casos** (considerando la aplicación de 7 encuestas por manzana). El error muestral máximo (e.m.m.) es de **3.5%** considerando varianza máxima ($p=0,5$), un nivel de confianza del **95%** y un efecto del diseño estimado de 1,1 ($deff^5$). El error muestral máximo se puede obtener a partir de la aplicación de la siguiente formula:

$$error.muestral = Z_{1-\alpha/2} * \sqrt{\frac{p * (1-p)}{n} * (1 - \frac{n}{N}) * deff}$$

Donde:

- p : Corresponde a una proporción
- N : Tamaño del universo
- n : Tamaño de la muestra
- Z : Percentil de la distribución normal
- $Deff$: Efecto del diseño

Para obtener tamaños de muestra en los segmentos de interés con errores máximos muestrales se ha utilizado distribución por asignación fija del tamaño de muestra total “n” de la muestra entre los diferentes estratos. En el cuadro 2 se incluye la distribución de la muestra.

Cuadro 2: Distribución de la muestra y error muestral máximo

Región	Universo	Muestra	Error
O'Higgins	54.396	381	5%
Maule	61.165	382	5%
Total	115.561	763	3,5%

Fuente: Elaboración propia.

Para efectos del diseño muestral se considerarán las comunas rurales con más de 2.800 personas de 18 a 35 años en ambas regiones. En el siguiente cuadro, se muestra el detalle de las comunas de la región de O'Higgins y la región del Maule que cuentan con esta característica.

⁵ Representa el incremento de la varianza de la estimación basado en un diseño muestral diferente al muestreo aleatorio simple, el que corresponde al tipo de muestreo más básico, en el que se seleccionan directamente desde el universo los individuos que serán consultados, por lo que no existen etapas en la selección.

Cuadro 3: Distribución de población objetivo por comunas

Comuna	O'Higgins	Maule
LONGAVÍ		4.859
SAN CLEMENTE		4.852
TENO		4.734
CURICÓ		3.636
LINARES		3.368
SAN VICENTE	4.513	
LAS CABRAS	3.507	
CHIMBARONGO	3.490	
SANTA CRUZ	3.430	
RENGO	3.151	

Fuente: Elaboración propia.

Dado lo anteriormente señalado, fue necesario aplicar una post-estratificación para corregir esas diferencias cuando se infiera a nivel total. En tanto, a nivel de los grandes estratos, fue posible usar las muestras solo corregidas por parámetros de sexo y edad, tomando en consideración que el error muestral máximo no excediera el 10%.

En el caso del cruce de Sexo y Edad, dado lo lento y costoso que resulta estratificar para asegurar un tamaño de muestra mínimo, se decidió no controlarlo en el diseño muestral, de manera de no perder la naturaleza probabilística del diseño.

4.3.4 Marco muestral y selección muestral

Selección UMP

Como se indicó, las UMP fueron escogidas en cada uno de los estratos, proporcionalmente a su tamaño, en términos de población. Esto garantizó que las UMP de mayor tamaño, es decir, las que concentran más población, tuviesen mayor probabilidad de ser escogidas. La selección se realizó mediante un sistema computacional diseñado especialmente para estos efectos, lo que garantizó aleatoriedad al proceso.

En cada UMP se escogieron 7 hogares mediante un procedimiento aleatorio (muestreo sistemático). Por lo tanto, las UMP fueron identificadas en un mapa, de manera tal que el encuestador se orientase geográficamente. El número de hogares escogidos en cada UMP se determinó según el total de viviendas particulares existentes, de acuerdo con el Censo 2017.

En cada una de las UMP el encuestador empadronó la manzana/entidad escogida (hasta un máximo de 80 viviendas). Para ello, el encuestador debía pararse en la esquina marcada con una X y avanzar en el sentido de las manecillas del reloj, siendo la primera vivienda del empadronamiento elegida por medio de un número aleatorio impreso en el mapa entregado.

Selección UMS

La selección de las viviendas (UMS) se hizo en terreno de acuerdo con el procedimiento sistemático cada 3 viviendas⁶. Este procedimiento permitió al encuestador realizar la selección in situ. Además, se estimó que el número de contactos necesarios para lograr una entrevista fuese de hasta **3 visitas**, las cuales debían ocurrir en horarios diferentes.

Selección UMT

La selección del encuestado (UMT), se realizó de manera aleatoria. Esta selección fue previamente programada en la Tablet de cada encuestador y operó de la siguiente forma:

Una vez establecido el contacto en la vivienda seleccionada, se registró en la Tablet a cada una de las personas de 18 años a 35 años que se encontraban en condiciones de contestar una encuesta y que viven permanentemente en la vivienda (excluyendo todo tipo de servicio doméstico), de acuerdo con las siguientes indicaciones:

- Anotar de MENOR a MAYOR edad
- Anotar nombre de pila o bien la relación de parentesco
- Anotar el sexo de cada uno de los integrantes

Una vez listadas las personas de 18 a 35 años, la Tablet seleccionaba de manera aleatoria a la persona que debía responder la encuesta.

Es importante notar que solamente se listaron a aquellas personas de 18 años o más que viven en la vivienda (excluyendo todo tipo de servicio doméstico) y que se encontraban en condiciones de contestar una encuesta.

No se incluyeron personas impedidas psíquicamente, ni aquellas con problemas evidentes de habla o aquellas con problemas de sordera. Ejemplo: esquizofrénicos, adictos, personas con parálisis, entre otras situaciones.

4.3.5 Factores de ponderación y post-estratificación

Al requerir tamaños de muestra mínimo que aseguren cierta precisión para las estimaciones y dado que no se estratificó por sexo y edad, esto último con el objeto de mantener la naturaleza probabilística del diseño, fue necesario aplicar una post-estratificación para corregir las distribuciones muestrales haciéndolas similares a las poblacionales respecto de las variables tipo, Zona Urbana/Rural, Sexo, Edad, etc. Esta corrección permitió subsanar el efecto de la sub o sobre representación de segmentos poblacionales en la muestra final. En adelante se explica el procedimiento aplicado y se ejemplifica lo señalado previamente.

Esta post-estratificación dio origen a factores de ponderación o post-estratificación que se construyeron como sigue:

En que:

$$w_i = (n^* \frac{N_i}{\sum_i N_i}) / n_i \text{ para el } i\text{-ésimo estrato.}$$

⁶ Se hace notar que el procedimiento de empadronamiento solo distingue viviendas y no hogares, por lo que en esta etapa de la selección solo se considera esa estructura.

- N_i : tamaño población al del i-esimo estrato.
- n_i : tamaño muestral final del i-esimo estrato.
- n : tamaño de la muestra total.

Dichas fórmulas cumplen que $\sum_j \sum_i w_{ij} * n_{ij} = n$ dado que $\sum_j \sum_i N_{ij} = N$, correspondía al tamaño poblacional del universo objetivo

Los ponderadores serán creados considerando la distribución poblacional de la población objetivo, utilizando los datos que proporciona el **CENSO 2017** para la población urbana- rural, sexo y edad de la región.

4.3.6 Procedimiento de selección de muestra de reemplazo

Con el objeto de mantener la distribución de la muestra se utilizó como mecanismo de reemplazo la selección aleatoria de nuevas viviendas dentro de las mismas UMP escogidas. Este procedimiento, respecto del uso de una sobre-muestra, tiene la ventaja de que los reemplazos se obtienen en el mismo sector donde se está realizando la UMP original, con lo que se estaría controlando variables sociodemográficas que hacen más comparable al entrevistado logrado respecto del cual no fue posible de realizar.

El procedimiento de reemplazo utilizado contó con las mismas características del procedimiento de selección de viviendas. Cada vez que el encuestador requirió de un reemplazo⁷, este le fue indicado desde oficina usando el sistema computacional antes mencionado.

En el caso del empadronamiento en zonas rurales, si el pueblo contaba con UMP definidas se utilizó el mismo método para empadronamiento urbano. En los casos en que las UMP no estuvieron definidas, se empadronaron todas las viviendas en líneas y cercanas que tuviesen un corte claro como una calle, río, puente, predio, etc. Por lo tanto, se estableció como límite de distancia unos 500 metros lineales (5 cuadras aproximadamente) en los cuales había 80 viviendas.

Finalmente, en los casos en que se utilizaron todos los reemplazos por UMP sin éxito, se procedió a reemplazarlas. Por lo tanto, el encuestador debió dirigirse a la UMP norte de la UMP asignada, y ubicarse en la esquina equivalente a la esquina marcada con una X en la UMP original, siguiendo las manecillas del reloj debió registrar en la hoja de empadronamiento de reemplazo como primera vivienda la correspondiente al número aleatorio que se encontraba impreso en la hoja de empadronamiento original, luego de esto se escogía la vivienda que no se pudo encuestar en la hoja de empadronamiento original y de no tener éxito nuevamente se debía utilizar una vivienda de reemplazo.

Es importante destacar que, durante la etapa de levantamiento, se evaluaron alternativas para tratar que el reemplazo sea lo más apegado posible a lo planteado en este apartado, pero esto se fue evaluando y atendiendo según la realidad de cada territorio.

Se realizaron reemplazos aleatorios en los siguientes casos:

- **Rechazos:** En el caso que algún hogar o sujeto seleccionado rechazara contestar la encuesta.
- **Vivienda deshabitada, oficina, local comercial:** Al realizar el empadronamiento ocurrió que, dentro de

7 Cada situación de reemplazo fue estudiada y aprobada por el/la Jefe de Campo.

la lista de direcciones seleccionables, dicho hogar correspondía a una oficina, local comercial o vivienda deshabitada.

- **Entrevistado inubicable o incapacitado de responder:** En algunos casos sucedió que luego de realizadas las 3 visitas, no se pudo ubicar al sujeto seleccionado, o que la persona escogida presentó limitaciones físicas o mentales para responder la encuesta.
- **Encuestas con NO-RESPUESTA en preguntas claves:** En aquellos casos en que la encuesta poseía 20% o más de NO-RESPUESTA en preguntas claves.

4.4 Levantamiento de información cualitativa

4.4.1 Grupos Focales con juventud rural emprendedora

Con el objetivo de profundizar sobre los resultados cuantitativos obtenidos, se consideró un levantamiento cualitativo a través de la realización de grupos focales con personas jóvenes emprendedoras del agro, que participaron en la fase de levantamiento cuantitativo.

Durante la aplicación de la encuesta se levantó información de contacto de las personas jóvenes rurales emprendedoras del sector agrícola y se les consultó acerca del interés de participar en grupos focales que permitieran profundizar en los temas levantados en la encuesta, generando una base sobre la cuál, se convocó a los participantes de los Grupos Focales.

Este instrumento utilizado para el levantamiento de información cualitativa, se elaboró a partir de los resultados obtenidos en la encuesta, y permitió profundizar en aspectos relacionados con las historias de vida, intereses y características del grupo objetivo.

4.4.2 Entrevistas en profundidad a stakeholders

Al mismo tiempo se realizaron 10 entrevistas en profundidad a stakeholders que tuviesen alguna vinculación con el emprendimiento, la innovación y con el sector silvoagropecuario o agroalimentario regional.

La pauta de entrevista utilizada se elaboró tomando en consideración aspectos relativos al conocimiento que podían tener los distintos stakeholders sobre las juventudes rurales emprendedoras, así como el vínculo y las opiniones respecto a ellos.

4.5 Protocolos de seguridad y confidencialidad

La encuesta aplicada entrega información representativa de personas jóvenes rurales de las regiones de O'Higgins y Maule. La información recogida es de carácter anónimo y confidencial, en conformidad con lo dispuesto por la ley N° 17.374 sobre secreto estadístico.

La seguridad y protección de la confidencialidad de los datos recogidos en terreno, así como la documentación y bases de datos entregadas, siguen los principios básicos de la confidencialidad y el anonimato de los encuestados. Es por este motivo que, tanto al momento de aplicar la encuesta como en los grupos focales, se les informó a quienes participaron acerca del uso de los datos y el tratamiento de estos, estando ellos en conocimiento y pudiendo aceptar o rechazar su participación.

Este procedimiento garantiza la confidencialidad de los datos y para efectos del consultor, toda la información es anónima pues ya no tiene forma de vincular las respuestas y los datos administrativos de los beneficiarios con la identidad de los encuestados.

4.6 Tratamiento ético de la información cualitativa

Tal como se indicó en el punto anterior, que aborda los protocolos de seguridad y confidencialidad utilizados tanto para la recolección de datos cuantitativos, como cualitativos, todos los datos entregados por los participantes son confidenciales, lo que implica que existe información que, si bien es propiedad de FIA, no puede ser entregada, ya que no se estaría respetando lo contemplado en el consentimiento informado.

En el caso de quienes participaron de los grupos focales, a ellos se les indicó que no habría forma de que se pudiesen identificar sus respuestas, por lo que solamente se puso a disposición de FIA las transcripciones innominadas y no se hizo entrega de las grabaciones.

En el caso de las entrevistas en profundidad a stakeholders, dado que se conoce a todos los entrevistados, no se hizo entrega de ningún material que pueda identificar sus opiniones y respuestas de manera directa, por lo que no se puso a disposición de FIA ningún material (transcripciones ni grabaciones de las entrevistas).

Siguiendo los procedimientos de confidencialidad y anonimato de quienes participaron de las actividades cualitativas, no se compartieron registros de imágenes de dichas actividades, ya que en el consentimiento informado se les indicó a los participantes que sus respuestas no serían conocidas y solamente se utilizarían en análisis agregados.

5.- PRINCIPALES RESULTADOS FASE CUANTITATIVA

En el siguiente apartado se detallan los principales resultados obtenidos en el análisis agregado de ambas regiones, con un levantamiento total de 763 encuestas.

5.1 Caracterización de la muestra

En ambas regiones, se encuestaron mayoritariamente hombres (52,5% y 51,3% respectivamente) y predominaron las personas jóvenes entre 30 y 35 años. En cuanto a nivel de educación, en ambas regiones las distribuciones fueron bastante similares, existiendo más de un 40% de jóvenes con educación media completa y más de un 30% de jóvenes con educación superior.

Si bien los encuestados fueron mayoritariamente chilenos, no se identificaron con ningún pueblo originario (90,8% y 92,3% respectivamente de no pertenencia).

5.2 Juventud rural emprendedora

La tabla 1 que se presenta a continuación, muestra las distribuciones por región, de personas jóvenes emprendedoras y no emprendedoras.

Tabla 1: Porcentaje de emprendedores por región

	O'Higgins	Maule	Total
Emprendedor	151 (39,1%)	180 (48,4%)	331
No emprendedor	234 (60,9%)	198 (51,6%)	432
Total	234	378	763

A aquellas personas jóvenes que mencionaron haber tenido un emprendimiento en el pasado y a los que declararon tener uno en la actualidad, se les pidió que detallasen tanto el rubro como la principal actividad de su emprendimiento. En función de esos datos, se generaron las categorías de emprendimientos agrícolas, los cuales consideran cualquier rubro o actividad vinculada directa o indirectamente con la agricultura y el mundo del agro (por ejemplo, producción y/o venta de hortalizas, frutas y verduras; viveros, venta de insumos o prestación de servicios agrícolas, entre otros). Y el resto de los emprendimientos, se agruparon como no agrícolas (principalmente venta de alimentos, ropa, accesorios y otras prestaciones de servicios no relacionadas con el mundo agrícola).

A continuación, se muestran los distintos tipos de emprendimientos presentes en cada una de las regiones, donde es posible observar que las 3 principales actividades corresponden a la venta de ropa, comida y artículos en general.



Gráfico 3a: ¿Cuál es la actividad principal de su emprendimiento? Región de O'Higgins

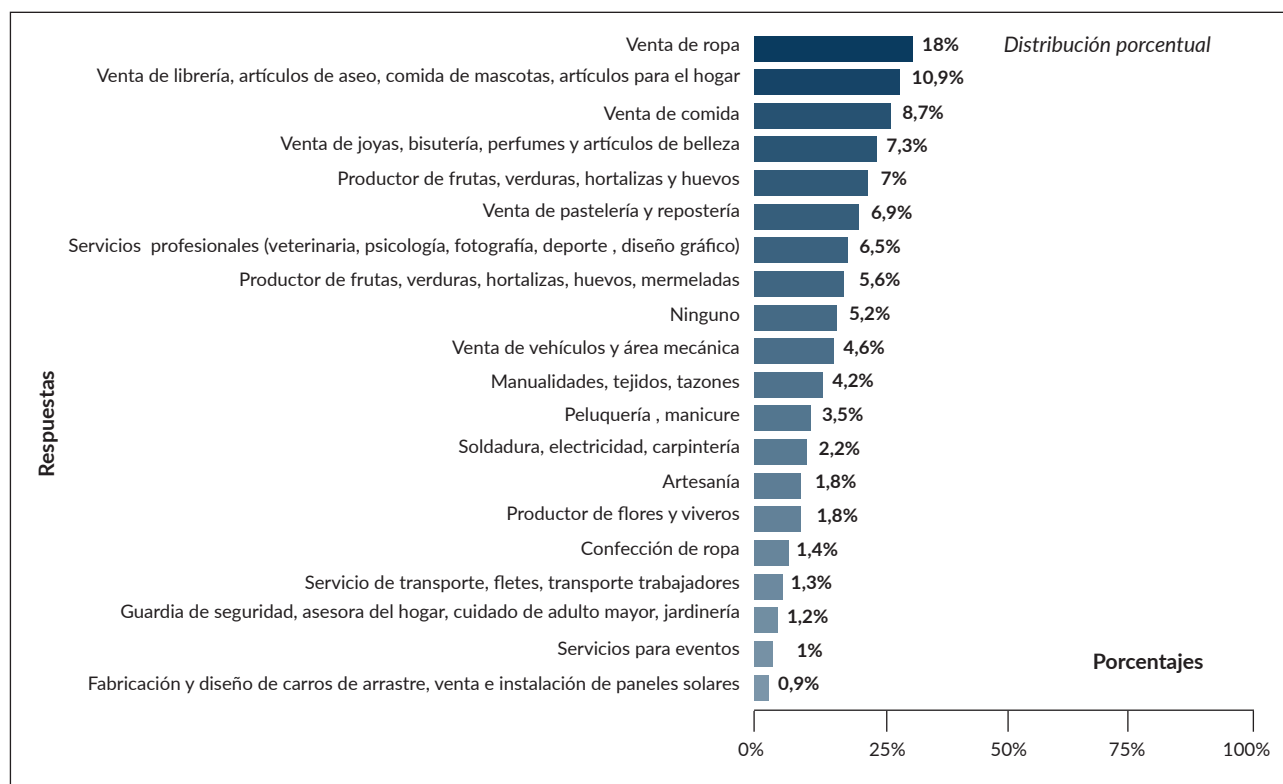


Gráfico 3b: ¿Cuál es la actividad principal de su emprendimiento? Región del Maule



A continuación, se presentan los porcentajes de emprendimientos del agro y no agro, para cada una de las regiones, donde es posible observar que, en ambas predominan los emprendimientos no agrícolas, principalmente la venta de ropa, alimentos y otros artículos (aseo, librería, entre otros).

Tabla 2: Porcentaje de emprendimientos por región

Tipo de emprendimiento	O´Higgins	Maule	Total
No Agro	84%	81,4%	274
Agro	16%	18,6%	57
Total	151	180	331

En cuanto al nivel de formalización de los emprendimientos en cada una de las regiones, es posible observar que es bastante bajo. La tabla que se presenta a continuación desglosa la iniciación de actividades en el Servicio de Impuestos Internos (SII), donde es posible observar que, en ambas regiones, más del 70% de quienes emprenden no lo ha realizado. En esta misma línea, cuando se les consulta si cuentan con permiso o patente municipal, el 83,9% de quienes emprenden en O´Higgins no cuentan con aquello, mientras que en la región del Maule este porcentaje alcanza un 83,4%.



Tabla 3: Porcentaje de formalización del emprendimiento ante el SII por región

	O'Higgins	Maule
Sí, como trabajador independiente (boleta de honorarios)	15,1%	12,4%
Sí, como empresa constituida como persona natural	8,9%	8,6%
Sí, como Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL) o Sociedad de Responsabilidad Limitada (Ltda.)	0,9%	0,4%
Sí, como otro tipo de empresa	0%	3,3%
No	71,6%	73,9%
No, estoy en proceso	3,5%	1,4%
Total	121	136

5.3 Actitudes frente al emprendimiento y la innovación

En cuanto a las actitudes innovadoras, las personas jóvenes emprendedoras de zonas rurales de ambas regiones tienen opiniones bastante similares. En ambas regiones, **Mejorar y Modernizar** son los conceptos que mejor representan lo que las personas jóvenes emprendedoras entienden por innovación, tal como se puede observar en la tabla que se presenta a continuación.



Tabla 4: En sus propias palabras, ¿Cuál de los siguientes conceptos representa mejor lo que usted entiende por innovación en el contexto de un emprendimiento? Porcentajes, según región:

	O'Higgins	Maule
Mejorar	30,2%	24,9%
Crear	14%	15,1%
Transformar	7,9%	5,9%
Actualizar	10%	11,1%
Solucionar	5,7%	9,3%
Cambiar	3,4%	3,4%
Modernizar	20,5%	18,4%
Renovar	8%	11,9%
No sabe	0,3%	
Total	151	180

Cuando se les consulta por los dos conceptos que consideran más importantes para que un emprendimiento sea considerado innovador, en ambas regiones, la innovación se asocia a novedad, solución de problemas, riesgo e ideas.

Donde se generan diferencias, es al momento de preguntarles sobre si han innovado en sus emprendimientos. En la Región del Maule, un 46% indica que sí lo ha hecho, versus un 35,9% que declara que sí en la Región de O'Higgins

5.4 Redes locales

Las redes locales son fundamentales en el contexto del emprendimiento, especialmente en áreas rurales, ya que facilitan el intercambio de conocimientos, recursos y experiencias entre emprendedores y otros actores del territorio.

Cuando se les consulta a todos los encuestados acerca del conocimiento y vínculo que tienen con emprendimientos de sus comunas o localidades, se observa en ambas regiones un alto conocimiento de emprendimientos locales, junto con una preferencia por productos alimenticios y agrícolas.

5.5 Proyecciones y expectativa de vida

Al analizar las proyecciones y expectativas de vida de las personas jóvenes rurales en los próximos años, se consideran factores como el nivel educativo, el género y la edad para entender mejor las tendencias de movilidad y arraigo en las comunidades rurales.

En cuanto a las expectativas de residencia en los próximos 3 años, **de ambas regiones**, la mayoría de las personas jóvenes rurales (81%) espera seguir viviendo en su comuna o localidad. Sin embargo, hay diferencias notables según nivel educativo y otros factores:

Mayor intención de quedarse:

- Quienes tienen educación técnica superior (88%) son los que más esperan seguir viviendo en su comuna.
- Las personas jóvenes de 25-29 años (85%) muestran una tendencia más fuerte a quedarse en comparación con los de 18-24 años (74%).

Menor intención de quedarse:

- Los universitarios son los que menos planean quedarse (66%), lo que sugiere que buscan oportunidades fuera de su localidad.
- Las mujeres tienen una mayor tendencia a quedarse (84%) en comparación con los hombres (78%).

Otros destinos considerados:

- 11% planea vivir en otro sector urbano, con un porcentaje alto entre los universitarios (25,3%).
- 3,3% tiene intención de vivir en otro país, con una mayor tendencia en los hombres (4,5%) y en la franja de 18-24 años (6,3%).

En cuanto a las expectativas de residencia en los próximos 5 años, los datos reflejan que, en el mediano plazo, las personas jóvenes rurales mantienen una conexión con sus comunidades, aunque con ciertas variaciones:

- 55% planea seguir viviendo, estudiando y/o trabajando en zonas rurales. Esta opción es más frecuente entre quienes tienen menor nivel educativo (69%) y en el grupo de 30-35 años (71%).
- 22% planea vivir en zonas rurales, pero estudiar o trabajar en zonas urbanas, lo que indica que buscan oportunidades fuera de su localidad sin mudarse completamente.
- 20% planea vivir, estudiar y trabajar en zonas urbanas, siendo la opción más fuerte entre los universitarios (42%) y en el grupo de 25-29 años (28%).

A modo de conclusión, respecto a estas variables podemos destacar que:

- **Persistencia en lo rural:** La mayoría de las personas jóvenes rurales quiere quedarse en su comuna o localidad en el corto plazo. A largo plazo, la mitad sigue proyectando su vida en áreas rurales, aunque muchos consideran opciones híbridas con trabajo o estudio en zonas urbanas.
- **Educación y movilidad:** A medida que aumenta el nivel educativo, la intención de migrar a sectores urbanos o al extranjero también aumenta. Los universitarios son los más propensos a mudarse.
- **Género y estabilidad:** Las mujeres parecen tener una mayor tendencia a permanecer en su comunidad, mientras que los hombres muestran una leve mayor inclinación a emigrar.
- **Migración a ciudades:** Aunque no es masiva, una parte significativa de las personas jóvenes rurales espera mudarse completamente a zonas urbanas en los próximos años, lo que sugiere la necesidad de mejores oportunidades en sus comunidades para evitar la fuga de talento.

6.- PRINCIPALES RESULTADOS FASE CUALITATIVA

6.1 Grupos Focales

El análisis que se presenta a continuación se realizó con base en la información recopilada a partir de la realización de cuatro grupos focales con personas jóvenes emprendedoras rurales, distribuidos en dos grupos por cada región estudiada. La recolección de datos se llevó a cabo entre el 28 de agosto y el 10 de septiembre de 2024.

Los grupos focales se realizaron en modalidad online, mediante la plataforma Zoom, y contaron en promedio con la participación de siete personas jóvenes por grupo, logrando un equilibrio entre hombres y mujeres.

6.1.1 Emprendimiento

Concepto de emprendimiento

Para los y las participantes, el concepto de emprendimiento se asocia con diversas ideas que surgen de manera espontánea. Existe consenso en que emprender implica esfuerzo, disciplina, perseverancia y constancia, ya que enfrentarse a obstáculos como la frustración y la gestión financiera es algo común para la mayoría de los emprendedores.

Asimismo, se destaca la importancia de creer en uno mismo, asumir riesgos y aprender de los errores, evitando rendirse ante los fracasos. En términos generales, quienes participaron describen el emprendimiento como un camino lleno de desafíos, pero también de oportunidades para crecer, alcanzar metas, generar ingresos y proporcionar empleo a otras personas, además de ofrecer flexibilidad laboral.

En cuanto a la predominancia de la agricultura en sus localidades, quienes participaron coinciden en que muchos emprendedores comienzan con pequeños negocios y los hacen crecer progresivamente. Sin embargo, algunos indican que las condiciones para emprender son complejas, mencionando el aumento de costos, la baja en ventas y los desafíos económicos a nivel nacional, los cuales se intensifican en invierno. Además, destacan la lejanía de algunas localidades y los problemas de conectividad como factores que dificultan aún más la actividad emprendedora. En este sentido, las discusiones reflejaron un panorama mixto del emprendimiento rural, con oportunidades dentro del sector agrícola, pero también con múltiples obstáculos que deben enfrentar los emprendedores.

6.1.2 Palabras Clave

Las palabras clave asociadas al concepto de emprendimiento varían entre los grupos y se reflejan en el siguiente esquema:

Cuadro 4: Resumen de conceptos clave de Emprendimiento



Fuente: Elaboración propia

6.1.3 Contribución del emprendimiento al desarrollo local

En términos generales, los y las participantes identifican diversos aportes que los emprendimientos generan en sus localidades y en el desarrollo local en general. La mayoría coincide en que los emprendimientos dinamizan el sector y otorgan independencia a las personas, permitiéndoles evitar empleos más rígidos y dependientes.

Se subraya la importancia de los emprendimientos en la generación de empleo y en la activación económica de las comunidades. Quienes participaron sienten que sus esfuerzos, aunque desde distintas perspectivas, contribuyen positivamente al desarrollo y bienestar de sus localidades.

6.1.4 Diferencias Hombre-Mujer

Al indagar sobre las diferencias entre los emprendimientos de hombres y mujeres, quienes participaron mencionan características personales, señalando que las mujeres suelen ser más ordenadas y cautelosas al emprender, mientras que los hombres tienden a ser más desordenados y arriesgados.

En cuanto a los sectores de actividad, se menciona que los hombres se concentran mayormente en la siembra y la ganadería, mientras que las mujeres se especializan en el cultivo de flores y plantas de interior.

También se identifican desafíos específicos que afectan a las mujeres emprendedoras, además de los obstáculos comunes para cualquier emprendedor. Entre estos desafíos destacan:

1. Dificultades para las madres solteras, quienes en muchos casos carecen de redes de apoyo para iniciar un emprendimiento.

2. Responsabilidades del hogar, que pueden complicar la gestión del negocio.
3. Barreras adicionales que enfrentan las mujeres en comparación con los hombres en el ecosistema emprendedor.
4. Por otro lado, un aspecto positivo destacado es que, según algunos participantes, existen más recursos disponibles para emprendimientos femeninos a través de instituciones como INDAP y Prodesal.

6.1.5 Desafíos

Al consultar a quienes participaron sobre los principales desafíos que han enfrentado al iniciar sus negocios, surgen diversas dificultades, algunas de las cuales han logrado superar, mientras que otras han llevado a la disolución de los emprendimientos. Entre los principales desafíos mencionados se encuentran:

Burocracia y Regulaciones

- Dificultades con la obtención de aprobaciones sanitarias, consideradas un gran obstáculo.
- Importancia de contar con contactos o “pitutos” para facilitar los procesos burocráticos en Chile.
- Temor a perder productos debido a la falta de permisos y la rigurosidad de las autoridades.
- Retrasos en los reembolsos de proyectos de financiamiento.
- Trámites burocráticos complejos para obtener permisos y regularizar los negocios, lo que en algunos casos ha obligado a adaptar el emprendimiento para poder continuar.

Problemas Familiares o del Entorno

- Conflictos familiares que han llevado al abandono de emprendimientos.
- Presión social que dificulta la consolidación de los negocios.

Financiamiento

- Falta de acceso a capital para iniciar los emprendimientos.
- Complejidad de empezar desde cero sin apoyo financiero.
- A pesar de estas dificultades, muchos participantes coinciden en que han encontrado maneras de demostrar el valor de sus emprendimientos y seguir adelante con sus proyectos.

6.1.6 Historia de emprendimiento

Al preguntar sobre las historias asociadas a sus emprendimientos, quienes participaron relatan diversas experiencias que los motivaron a emprender. En términos generales, sus testimonios reflejan distintas motivaciones y trayectorias, destacando en sus relatos el esfuerzo y la pasión por lo que hacen.

La mayoría de quienes fueron entrevistados menciona historias familiares y el arraigo por el campo como factores clave en su decisión de emprender en el sector agrícola. Varios participantes indicaron que la influencia de sus familias fue determinante, ya sea por continuar un negocio familiar o por el cariño inculcado hacia el trabajo en la tierra.

Por otro lado, algunos participantes señalaron que la pandemia y la falta de empleo fueron factores que impulsaron su decisión de emprender, convirtiéndose en una alternativa para generar ingresos y sustentar a sus familias.

Las necesidades económicas también juegan un rol fundamental en la creación de emprendimientos. Para muchos, el negocio nació como respuesta a dificultades económicas, pero siempre manteniendo un fuerte vínculo con el campo y la producción agrícola.

Finalmente, varios participantes destacaron la importancia de la flexibilidad y la independencia que el emprendimiento les otorga, valorando especialmente el hecho de no estar subordinados a un empleador o a una estructura de trabajo rígida.

6.1.7 Innovación

En cada uno de los grupos focales, se presentó una definición de innovación con el propósito de conocer el grado de acuerdo de quienes participaron con su contenido. Dicha definición plantea que la innovación consiste en la implementación de novedades o mejoras significativas.

La gran mayoría manifestó estar de acuerdo con esta definición, señalando que les resulta coherente y relevante para sus propios emprendimientos. Varios enfatizaron que consideran la innovación como un factor esencial para el éxito de los negocios.

Quienes participaron también mencionaron que, aunque la innovación en el sector agrícola puede ser desafiante, existen oportunidades para implementarla a nivel local. Entre los principales desafíos identificaron las pérdidas de producción debido a factores climáticos y la dificultad de trabajar con productos perecederos.

Algunos ejemplos concretos de cómo han integrado la innovación en sus negocios incluyen:

- **Procesos productivos:** Reutilización de subproductos, como el bagazo de cerveza para la fabricación de pan o el cultivo de hongos comestibles.
- **Uso de tecnología:** Aplicación de productos agrícolas con drones y digitalización de sistemas de gestión en restaurantes.
- **Experiencia del cliente:** Implementación de estrategias diferenciadoras, como catas de cerveza y servicios de estética con valor agregado.

Estos ejemplos reflejan cómo las personas jóvenes emprendedoras rurales han encontrado formas innovadoras para mejorar la eficiencia, diferenciación y sostenibilidad de sus negocios.

6.1.8 Capacitaciones y fuentes de financiamiento

En relación con las instancias de capacitación disponibles desde la oferta pública para las personas jóvenes emprendedoras, la mayoría señala no tener información suficiente ni haber participado en ellas. Sin embargo, se aprecia una diferencia entre regiones, ya que en el Maule el número de personas jóvenes que ha accedido a capacitaciones es mayor que en O'Higgins. En el Maule, aproximadamente la mitad de quienes asistieron a los grupos focales indicó haber participado en alguna capacitación, mientras que en O'Higgins solo dos personas mencionaron haber tenido alguna experiencia en este sentido. En este último caso, la capacitación recibida fue en contabilidad, la cual, si bien no estaba necesariamente orientada a emprendimientos, fue considerada clave para gestionar adecuadamente las finanzas y obligaciones fiscales.

Las principales razones de no participación están relacionadas con el desconocimiento sobre la oferta de capacitaciones (incluyendo fechas, requisitos y temáticas), así como la percepción de una difusión insuficiente. Ante esto, se sugiere ampliar el uso de redes sociales para mejorar la promoción de estas instancias.

Otro factor desincentivador mencionado es la percepción de que a estas capacitaciones solo asisten las mismas personas, quienes posteriormente son favorecidas con proyectos y financiamiento. Asimismo, algunos participantes comentan que muchas de estas instancias están dirigidas exclusivamente a socios de ciertas entidades, como INDAP, lo que restringe el acceso a otros interesados.

No obstante, existe un consenso entre quienes no han participado en capacitaciones en que, si tuvieran información sobre ellas, estarían interesados y dispuestos a asistir, ya que las consideran una herramienta valiosa para fortalecer sus emprendimientos. Entre quienes sí han accedido a estas instancias, en particular en el Maule, destacan que la mayoría de las capacitaciones provienen de INDAP y que, aunque han adquirido nuevos conocimientos y técnicas, algunos encuentran difícil aplicar lo aprendido a la realidad de sus emprendimientos.

En cuanto a las fuentes de financiamiento disponibles para los emprendedores, la mayoría de quienes participaron afirma desconocerlas o haber oído hablar de ellas solo de manera superficial, sin contar con información detallada sobre las instituciones responsables, los plazos de postulación o los requisitos necesarios.

Las fuentes de financiamiento mencionadas incluyen el Capital Semilla de SERCOTEC, los créditos de BancoEstado y fondos de CORFO. Sin embargo, no todos tienen claridad sobre cómo acceder a estos recursos. Se destaca a BancoEstado por su accesibilidad para microempresarios, mientras que CORFO es percibida como una fuente importante de financiamiento, aunque se menciona que los cupos son limitados a nivel regional y que la información sobre postulaciones suele ser escasa. En este contexto, hay quienes afirman haber financiado sus emprendimientos con recursos propios, sin apoyo estatal.

En términos generales, las fuentes de financiamiento son percibidas como procesos complejos, con un lenguaje técnico poco accesible y con escasa disponibilidad de información. En algunos casos, se menciona que para acceder a estos fondos es necesario contar con contactos o “pitutos”. También existe una sensación de desconfianza hacia las opciones de financiamiento disponibles, ya que los requisitos pueden dificultar la postulación y restringir el acceso.

A pesar de estas barreras, aquellos que han logrado obtener financiamiento resaltan la importancia de involucrarse activamente y asistir a reuniones para aprovechar las oportunidades. Se enfatiza que el interés del emprendedor es un factor clave para ser considerado en estos procesos.

6.1.9 Futuro agrícola y proyecto de vida

Futuro agrícola

Quienes participaron identifican múltiples desafíos y oportunidades en el futuro del sector agrícola. Entre los principales retos destacan:

- El cambio climático, ya que las variaciones de temperatura y las condiciones meteorológicas afectan la producción y los precios de los productos agrícolas.
- El alto costo de los insumos, lo que dificulta la rentabilidad de los emprendimientos agrícolas.
- La escasez y el alto costo del agua, una problemática crítica para la sostenibilidad del sector.
- La disminución de personas jóvenes en la actividad agrícola, lo que podría provocar que los terrenos sean vendidos como parcelas en lugar de ser utilizados para la producción.

- El envejecimiento de los agricultores y la falta de relevo generacional, lo que representa un riesgo para la continuidad del sector.
- La reducción de terrenos productivos y la necesidad de innovar para adaptarse a nuevas condiciones y mercados.
- La desaparición de cultivos tradicionales, lo que ha impactado negativamente en la generación de empleo en la zona.

A pesar de estos desafíos, quienes participaron expresan un fuerte deseo de continuar viviendo y desarrollando sus emprendimientos en el entorno rural. Sus testimonios reflejan una alta valoración de la vida en el campo, destacando aspectos como la tranquilidad, la posibilidad de cultivar sus propios alimentos y la satisfacción de mantener un vínculo con su lugar de origen. Algunos señalan que, aunque han vivido en la ciudad, han optado por regresar al campo porque lo consideran parte de su identidad y estilo de vida.

Proyectos de vida

Al ser consultados sobre su proyecto de vida, las personas jóvenes emprendedoras rurales resaltan su compromiso con la permanencia en sus localidades. Muchos mencionan que prefieren la vida en el campo sobre la ciudad, valorando la paz y la libertad que esta les ofrece.

Algunos participantes afirman que no cambiarían la tranquilidad del campo por la vida urbana, mientras que otros destacan que el entorno rural les permite oportunidades de cultivo y autosustento. Además, varios expresan que su decisión de permanecer en el campo está relacionada con un fuerte arraigo a su comunidad y a la actividad agrícola, transmitida de generación en generación.

Asimismo, algunos mencionan que han optado por volver al campo tras vivir en la ciudad, considerándolo un espacio que les permite mayor calidad de vida. También señalan que, a pesar de las dificultades, las oportunidades en el campo han ido en aumento, lo que refuerza su decisión de permanecer en el sector rural y seguir desarrollando sus emprendimientos.

6.2 Entrevistas a Stakeholders

En cada región se entrevistó a cinco personas, cubriendo los siguientes perfiles:

- **Centro de Negocios de Emprendedores Rurales:** Representa a actores del mundo privado que apoyan el desarrollo del emprendimiento rural mediante financiamiento, capacitaciones, programas de asistencia y relaciones comerciales.
- **Academia:** Incluye a actores dedicados a la educación superior y la investigación sobre emprendimiento rural, ya sea en universidades o institutos profesionales.
- **Autoridades:** Comprende a representantes de organismos estatales y gubernamentales de nivel intermedio, como gobernaciones y SEREMI, además de instituciones con dependencia central, como INDAP.
- **Nivel Comunal:** Considera a actores locales, tanto del ámbito público (municipios) como privado (empresas con presencia estable en una comuna), con proyectos o iniciativas relacionadas con el emprendimiento rural.

Tabla 7. Perfiles entrevistados en ambas regiones

Perfil	O'Higgins	Maule
Centro de Negocios	0	1
Academia	1	1
Autoridades	2	2
Nivel comunal	2	1

Fuente: Elaboración propia

En la región de O'Higgins, las entrevistas incluyeron a:

- Un representante de INACAP, en la categoría de academia.
- Dos autoridades: un representante de la SEREMI de Agricultura y otro de INIA.
- A nivel comunal, se entrevistó a un representante de la DIDECO de la Municipalidad de Santa Cruz y a una representante de la cooperativa de producción y venta de quinoa COOPROQUINOA.

En la región del Maule, las entrevistas incluyeron a:

- Una representante de la empresa CODESSER, en la categoría de centro de negocios para emprendedores rurales.
- Un representante de INACAP, en la categoría de academia.
- Dos autoridades: un representante de la SEREMI de Agricultura y otro del INDAP.
- A nivel comunal, se entrevistó a un representante de la Mesa de Productores Agrícolas del Maule.

Conocimiento Declarado y Percibido sobre el Emprendimiento Rural

El conocimiento sobre emprendimiento rural varía entre regiones. En O'Higgins, los entrevistados reconocen en su mayoría un bajo nivel de conocimiento sobre este tipo de emprendimiento. En cambio, en Maule, la percepción es más diversa entre los actores entrevistados, lo que influye en la forma en que cada uno caracteriza a las personas jóvenes emprendedoras agrícolas.

O'Higgins

La representante de COOPROQUINOA indica que, si bien su organización es un emprendimiento rural joven, su vínculo es principalmente con los socios de la cooperativa.

Desde DIDECO, se menciona que la relación municipal con personas emprendedoras rurales jóvenes es prácticamente nula, limitándose a su participación en el programa PRODESAL de INDAP.

En INIA, el vínculo con el emprendimiento rural joven también se da a través de PRODESAL, aunque este no es su foco principal.

Desde la SEREMI, se reconoce que su relación con la juventud rural emprendedora es indirecta y mediada por otras instituciones gubernamentales como INDAP y FIA, lo que limita su conocimiento concreto sobre este segmento.

La representante de INACAP es quien tiene un conocimiento más cercano, debido a diversas iniciativas que vinculan a la institución con el sector agrícola joven.

Maule

La representante de CODESSER señala que, aunque ha trabajado con emprendimientos juveniles, estos suelen ser urbanos y vinculados a los programas de formación de SERCOTEC, por lo que su conocimiento sobre emprendimientos rurales es más general.

Desde la academia, el representante de INACAP menciona que, si bien no ha investigado específicamente el tema, ha participado activamente en iniciativas de apoyo al emprendimiento agrícola en la región, enfocándose en su fortalecimiento general, más allá del segmento juvenil.

Entre las autoridades, se presentan dos perspectivas complementarias:

Desde la SEREMI de Agricultura, el foco está en el fortalecimiento del rol de la mujer en el sector agrícola, tanto en el ámbito productivo como organizacional, lo que le otorga una visión particular sobre las mujeres jóvenes emprendedoras del agro.

Desde INDAP, se reconoce que los vínculos con personas jóvenes emprendedoras han estado mayormente mediados por instancias organizativas formales impulsadas por el Estado, lo que ha generado cierta distancia respecto a la experiencia directa del emprendimiento agrícola.

Finalmente, el representante de la Mesa de Productores Agrícolas del Maule ofrece una perspectiva distinta, basada en su experiencia personal como joven emprendedor del sector agrícola. Su testimonio refleja un conocimiento más cercano sobre los desafíos y oportunidades que enfrentan las personas jóvenes que buscan desarrollar proyectos de negocio en este ámbito.



7.- CONCLUSIONES GENERALES

Con el objetivo de lograr una comprensión integral de la realidad de las personas jóvenes rurales emprendedoras de las regiones de O'Higgins y Maule, se trianguló la información obtenida en las fases cuantitativas y cualitativa del estudio. La triangulación permitió integrar los datos de la encuesta representativa de jóvenes rurales y de los grupos focales realizados con emprendedores seleccionados y las entrevistas en profundidad llevadas a cabo con Stakeholders de ambas regiones, favoreciendo la identificación de patrones comunes y la generación de un análisis enriquecido que considera tanto datos objetivos provenientes de la encuesta, como las percepciones, experiencias y visiones de las personas jóvenes rurales emprendedores del sector silvoagropecuario y los actores clave del emprendimiento rural.

Tal como se observa en los resultados de la encuesta, existen porcentajes interesantes de personas jóvenes emprendedoras en ambas regiones, sin embargo, la proporción de emprendedores vinculados al sector silvoagropecuario es bastante bajo, en contraste a emprendimientos que se dedican más bien a la reventa de ropa y diversos artículos, junto a la repostería, entre otros; lo que nos entrega un primer indicio de que los emprendimientos del agro no son preponderantes en ninguna de las dos regiones.

Los stakeholders, tienden a tener una visión sesgada sobre el perfil de la persona joven rural emprendedora, visto como personas profesionales que vuelven al campo luego de un proceso de migración hacia zonas urbanas principalmente por razones laborales o académicas, y al parecer esto no sería la tónica entre las personas jóvenes encuestadas, lo que evidencia una discrepancia entre la visión institucional y las dinámicas reales del emprendimiento juvenil en el ámbito rural.

Aquí, es posible observar que los emprendedores son más bien personas que comienzan un negocio por razones de subsistencia, lo que se reafirma de cierta manera con los relatos provenientes de los grupos focales, dado que los emprendimientos serían una salida a situaciones donde la necesidad de generar ingresos se torna relevante, y esto por medio de un trabajo independiente por cuenta propia.

En esta misma línea, el 8,3% de los emprendedores encuestados en la región de O'Higgins y el 6,3% de los emprendedores del Maule declaran que su principal motivación para emprender fue la herencia o tradición familiar, situación que se reafirma en los grupos focales, donde varios de sus participantes provienen de familias con tradición en la venta de frutas y verduras.

El interés por la producción sustentable aparece como una característica que, a juicio de los stakeholders, estaría marcando a las personas jóvenes rurales emprendedoras, sin embargo, no es un tema relevante en los grupos focales y no se menciona de manera espontánea por los participantes.

Los stakeholders vinculados a los centros de negocios y a organismos del estado, reconocen en las juventudes emprendedoras de las zonas rurales la impaciencia y desconexión de los procesos burocráticos vinculados a postulaciones y formulación de proyectos. Esta característica va en la misma línea con los datos de la encuesta realizada, donde podemos observar que el 80% de las personas jóvenes emprendedoras de la región de O'Higgins y el 75,8% de los de Maule, declaran haber financiado la puesta en marcha de su negocio o emprendimiento con ahorros o recursos propios, mientras que solamente el 3,4% y el 4,9% respectivamente declaran haberlo financiado a través de programas de gobierno como FOSIS, Sercotec, CORFO, INDAP, entre otros. Cuando se les pregunta por este tema en los grupos focales, es importante mencionar que muy pocos

participantes han tenido algún tipo de acercamiento con estas instituciones y en los cuatro grupos realizados, coinciden en la percepción de que son procesos complicados y engorrosos, los cuales muchas veces utilizan lenguaje muy técnico y respecto al cual hay poca información disponible.

Finalmente, y en cuanto al futuro de los emprendimientos y su proyección en el mundo rural, es interesante mencionar que el 59,6% de las personas jóvenes de la región de O'Higgins y el 54,9% de las personas jóvenes de Maule, declaran que en 5 años más se ven viviendo, estudiando y/o trabajando en zonas rurales. Esta tendencia se mantiene entre las personas jóvenes emprendedoras. En el caso de O'Higgins, el 60,9% de los emprendedores se proyecta en zonas rurales en un plazo de 5 años, mientras que el 48,4% de Maule también lo hace. Esto va en línea con lo mencionado en los grupos focales, ya que gran parte menciona que su deseo es continuar viviendo y desarrollando sus emprendimientos en el entorno rural, indicando que no cambiarían la tranquilidad del campo por la ciudad, vinculando esto con la idea del arraigo y la pertenencia a las zonas rurales.





Anexo 1: Informe Región del Libertador Bernardo O'Higgins

INDICE

Contenido

1	Resultados Fase Cuantitativa	42
1.1	Caracterización de la muestra.....	42
1.2	Juventud rural emprendedora	45
1.3	Actitudes frente al emprendimiento y la innovación	52
1.4	Redes locales	55
1.5	Proyecciones y expectativas de vida.....	58
2	Resultados Fase Cualitativa.....	61
2.1	Grupos Focales	61
2.1.1	Perfil de los Emprendedores	61
2.1.2	Definición y Percepción del Emprendimiento	61
2.1.3	Innovación en el Emprendimiento	62
2.1.4	Diferencias de Género en el Emprendimiento.....	62
2.1.5	Contribución del Emprendimiento al Desarrollo Local.....	63
2.1.6	Historias de uso emprendimientos y desafíos.....	63
2.1.7	Capacitaciones y financiamiento	65
2.1.8	Perspectivas Futuras	66
2.2	Entrevistas a Stakeholders.....	67
2.2.1	Caracterización de los entrevistados.....	67
2.2.2	Experiencia y conocimiento de los entrevistados	67
2.2.3	Caracterización social de la juventud rural emprendedora.....	68
2.2.4	Caracterización de los emprendimientos liderados por juventud rural	68
2.2.5	Barreras para el emprendimiento	69
2.2.6	Mujeres en el emprendimiento rural	70
2.2.7	Relación con la institucionalidad	71
2.2.8	Capacitaciones.....	75
2.2.9	Fuentes de financiamiento.....	77

1.- RESULTADOS FASE CUANTITATIVA

En el siguiente apartado se detallan los resultados obtenidos a partir de la aplicación del respectivo plan de análisis. Algunos de estos resultados presentan el cálculo de comparaciones entre grupos y las diferencias estadísticamente significativas.

Para la región de O'Higgins, se consideró, para un universo de 54.396 personas, un tamaño de muestra de 381 encuestas, con un error del 5%.

Las comunas rurales de la región en las se realizó el levantamiento de información cuantitativa, fueron las siguientes:

- SAN VICENTE
- LAS CABRAS
- CHIMBARONGO
- SANTA CRUZ
- RENGÓ

Estas cinco comunas cumplen con tener una población mayor a 2.800 habitantes de 18 a 35 años, según el CENSO 2017⁸.

1.1 Caracterización de la muestra

La tabla 1 muestra las variables ponderadas de caracterización sociodemográfica de los encuestados.



⁸ <https://resultados.censo2017.cl/>

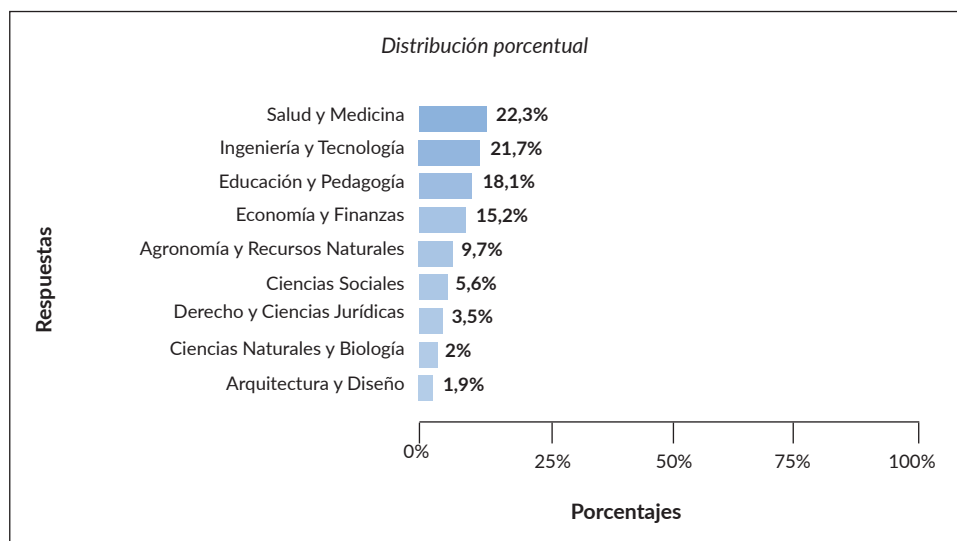
Tabla 1: Variables de caracterización del entrevistado

Sexo del entrevistado	Hombre	52,5%
	Mujer	47,5%
	Total	100%
¿Con qué genero se identifica usted?	Femenino	47,8%
	Masculino	52,2%
	Otro	0%
	Total	100%
Tramo de edad	18-24	35,4%
	25-29	26,9%
	30-35	37,8%
	Total	100%
Educación	Ed. Media incompleta o menos	21,8%
	Ed. Media completa	44,4%
	ETP nivel superior	17,3%
	Universitaria	16,5%
	Total	100%



El gráfico 1 muestra la distribución porcentual del área de estudios de los encuestados con estudios de nivel superior, donde es posible observar que el área de agronomía y recursos naturales alcanza el 9,7%, mientras que las áreas con mayor presencia corresponden a salud y medicina con el 22,3%, y las ingenierías y tecnología con un 21,7%.

Gráfico 1: ¿A qué área de estudios corresponde la carrera o programa de estudios que cursa o cursó? (n=133)



La tabla 2 presenta características en cuanto a jefatura del hogar y grupo socioeconómico de los hogares de los encuestados. Tal como se observa, el 47,4% de los encuestados son hijos del jefe de hogar y el 45,5% de ellos están en el grupo socioeconómico D, que corresponde al nivel “vulnerable”.

Tabla 2: Variables de caracterización del entrevistado (n=385)

¿Cuál es su relación con el jefe de su hogar?	Es el Jefe de Hogar	27%
	Espos(a) - Pareja del jefe de hogar	12,6%
	Hijo/Hija del jefe de hogar	47,4%
	Otro	12,6%
	NS - NR	0,3%
	Total	100%
GSE (Grupo Socioeconómico)	C1a (clase media acomodada)	0,2%
	C1b (clase media emergente)	1,4%
	C2 (clase media típica)	9,1%
	C3 (clase media baja)	27,1%
	D (vulnerable)	45,4%
	E (pobres)	15,7%
	Sin Datos Suficientes	0,9%
	Total	100%

En cuanto a la nacionalidad, el 95,6% de las personas jóvenes encuestadas son chilenas, tal como se muestra en la tabla 3 y de ellos, el 90,8% no se identifica con ningún pueblo originario.

Tabla 3: Nacionalidad del entrevistado (n=385)

A4. ¿Podría decirme cuál es su nacionalidad?	CHILENA	95,6%
	PERUANA	0,3%
	VENEZOLANA	0,9%
	COLOMBIANA	0,5%
	BOLIVIANA	2,7%
	Total	100%

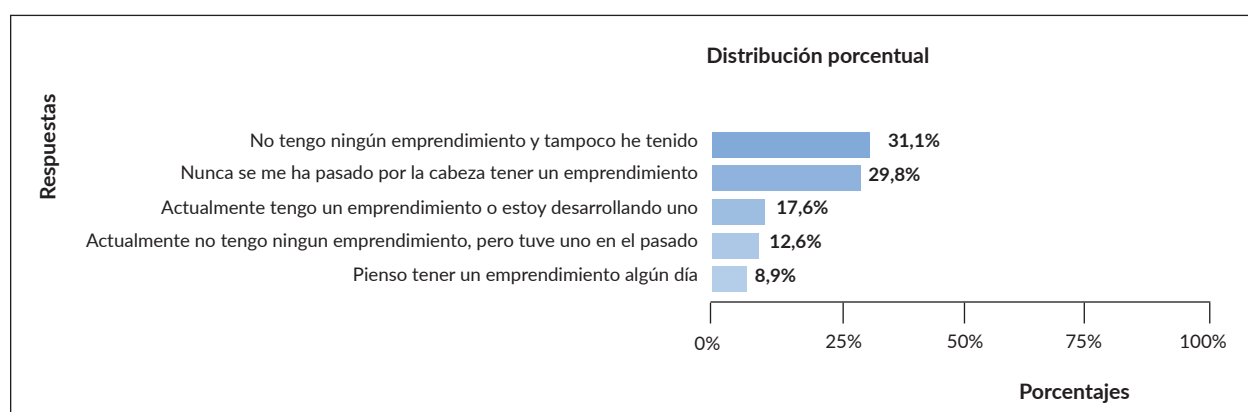
Tabla 4: Identificación con pueblos originarios (n=367)

A5. ¿Usted se identifica o pertenece a alguno de los siguientes pueblos originarios?	QUECHUA	0,4%
	MAPUCHE	4%
	DIAGUITA	0,4%
	NO PERTENECE O SE IDENTIFICA CON NINGÚN PUEBLO INDÍGENA	90,7%
	No sabe (No leer)	1,2%
	No responde (No leer)	3,3%
	Total	100%

1.2 Juventud rural emprendedora

Del total de personas jóvenes encuestadas, el 60,1% no tiene ni ha tenido acercamientos con el mundo del emprendimiento, mientras que el 30,9% se ha vinculado de alguna u otra forma con él, según se detalla en el gráfico 2.

Gráfico 2: Respecto al emprendimiento, ¿Cuál de las siguientes afirmaciones describe mejor tu situación? (n=385)





En la tabla 5 se muestran las distribuciones entre las personas jóvenes emprendedoras y no emprendedoras, en función de algunas variables sociodemográficas de interés, donde es posible observar que no se presentan diferencias estadísticamente significativas por educación, sexo o tramo de edad.

Tabla 5: Juventud emprendedora (n=151)

	Total	Educación				Sexo		Tramo de edad		
		Ed. Media incompleta o menos	Ed. Media completa	ETP nivel superior	Universitaria	Hombre	Mujer	18-24	25-29	30-35
		A	B	C	D	A	B	A	B	C
Emprendedor	39,1%	39,2%	35,1%	43,1%	45,6%	39,9%	38,3%	39,1%	36,4%	41,1%
No emprendedor	60,9%	60,8%	64,8%	56,9%	54,4%	60,1%	61,7%	60,9%	63,6%	58,9%
Total wtd. cases	385	84	171	67	64	202	183	136	103	145
Total cases	385	82	170	68	65	150	235	122	92	171

A aquellas personas jóvenes que mencionan haber tenido un emprendimiento en el pasado (12,6%) y a los que declaran tener uno en la actualidad (17,6%), se les pidió que pudiesen detallar tanto el rubro como la principal actividad de su emprendimiento. En función de esos datos se generaron las categorías de emprendimientos agrícolas, los cuales contemplan cualquier rubro o actividad vinculada directa o indirectamente con la agricultura y el mundo del agro (por ejemplo, producción y/o venta de hortalizas, frutas y verduras; viveros, venta de insumos o prestación de servicios agrícolas, entre otros). Y el resto de los emprendimientos se agruparon como no agrícolas (principalmente venta de alimentos, ropa, accesorios y otras prestaciones de servicios no relacionadas con el mundo agrícola).

Gráfico 3: ¿Cuál es la actividad principal de su emprendimiento? (n=121)



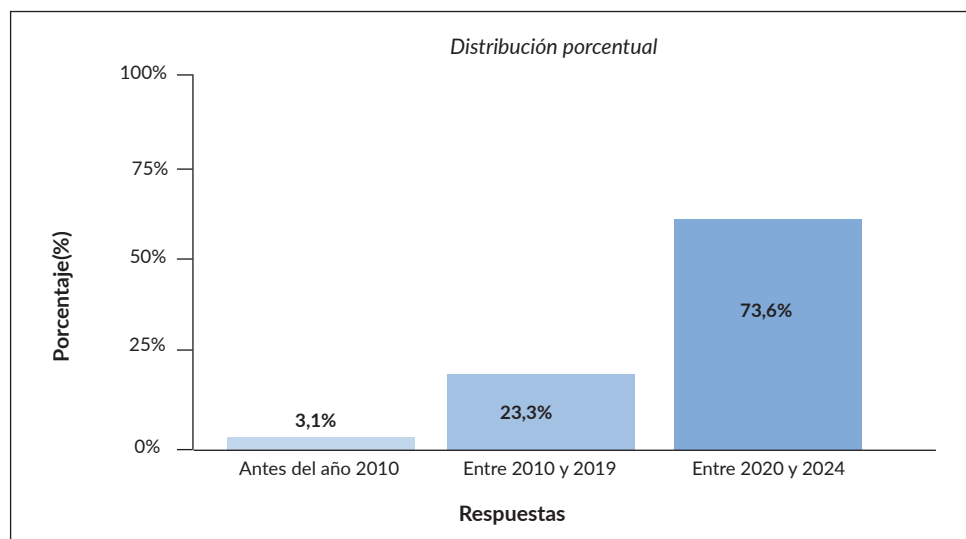
Del total de emprendedores en la región, **el 84% no está vinculado al sector silvoagropecuario, mientras que el 16% si lo está.**

En cuanto a las motivaciones para emprender, el principal motivo corresponde a la obtención de ingresos suficientes para cubrir necesidades básicas (31%), seguido del deseo de iniciar su propio negocio o actividad independiente (16,7%) y de la imposibilidad de encontrar trabajo como asalariado (9,8%). También se destaca un 8,3% que menciona la tradición familiar o herencia como la principal motivación, porcentaje que es mucho más alto entre los emprendedores del sector agrícola que entre los de otros rubros.

Respecto a la antigüedad del emprendimiento, tal como se observa en el siguiente gráfico, el 73,6% se inició entre el 2020 y el 2024, sin embargo la mayoría no se inició en el contexto de la pandemia del COVID-19 (72,1%).



Gráfico 4: ¿Cuándo comenzó su emprendimiento actual? (n=121)



En cuanto al financiamiento para la puesta en marcha de sus emprendimientos, el 79% lo hizo a través de ahorros o recursos propios, mientras que el 8% fue con préstamos de amigos o parientes.

Antes de iniciar sus actuales emprendimientos, el 46,2% de las personas encuestadas trabajaba como asalariado, mientras que el 25,2% no tenía empleo y el 15,9% se encontraba estudiando. Estos datos se pueden visualizar en el siguiente gráfico.

Gráfico 5: Antes de iniciar con su negocio o actividad actual, ¿cuál era su situación laboral? (n=121)

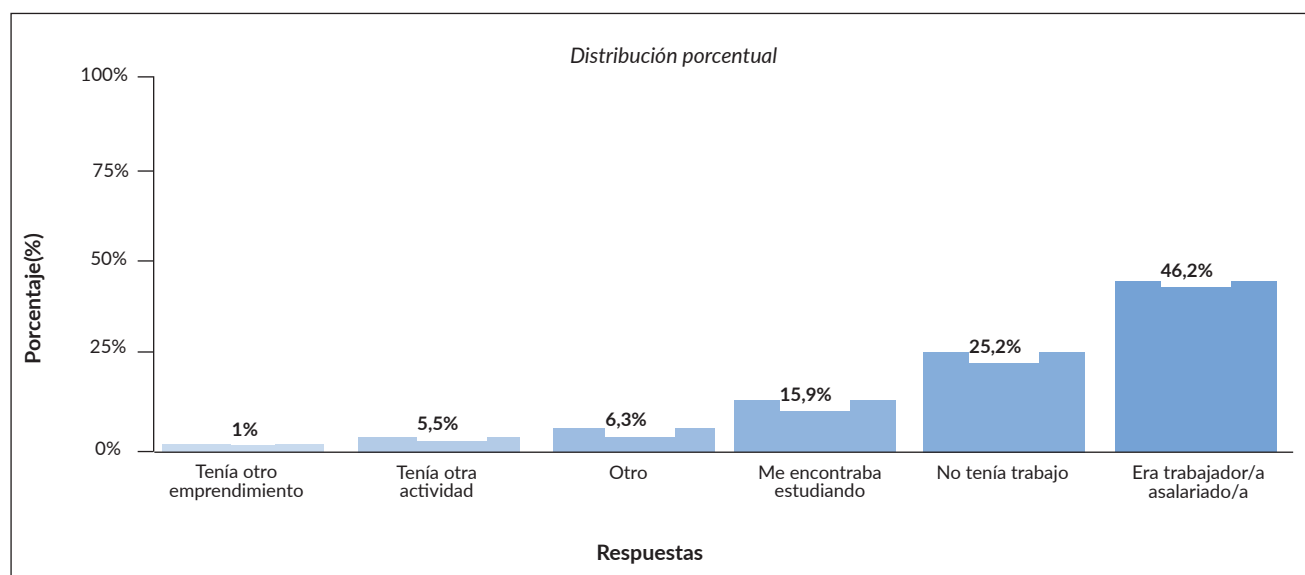


Gráfico 6: En su actual emprendimiento o negocio, ¿inició actividades en el Servicio de Impuestos Internos (SII)? (n=121)

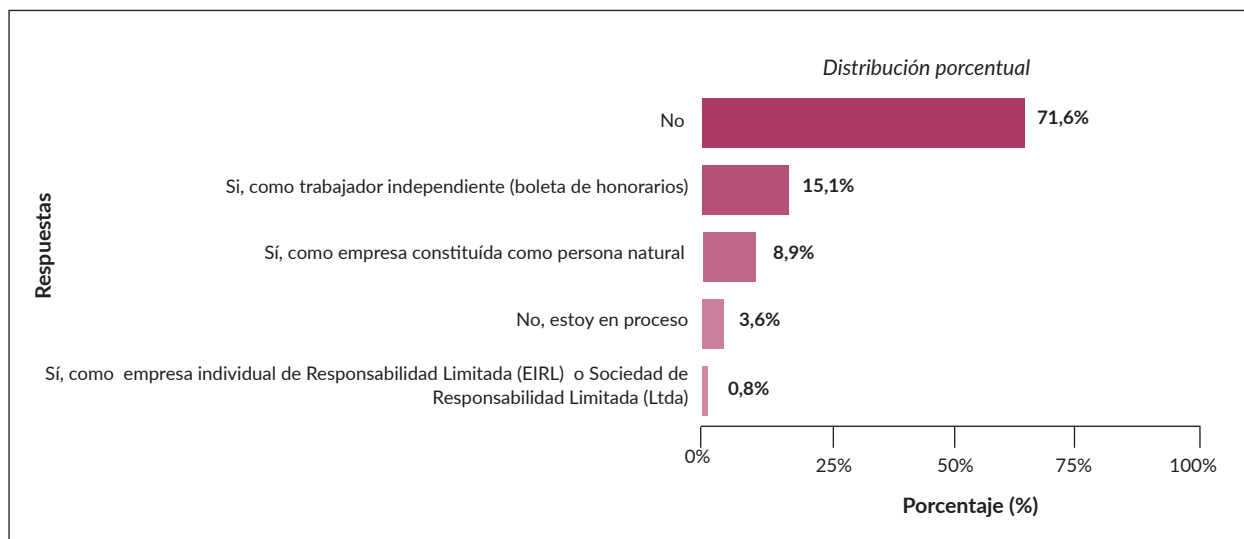
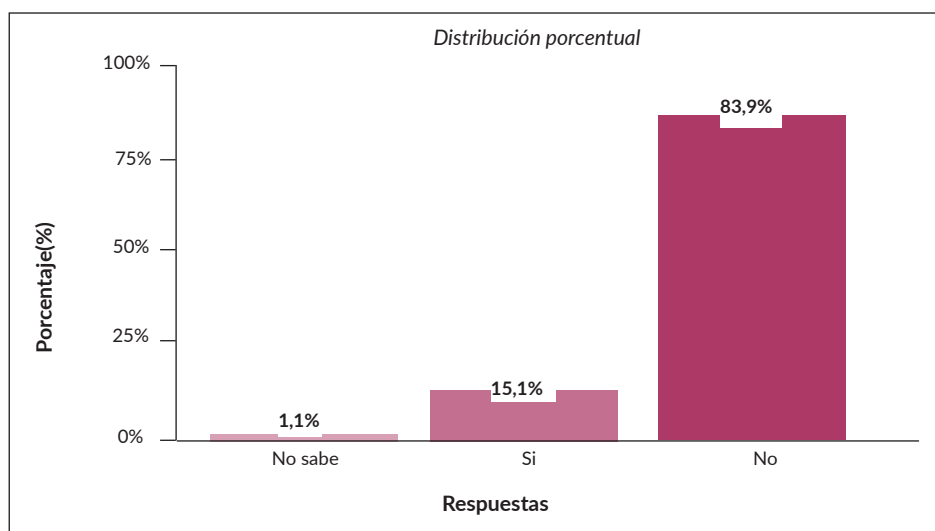


Gráfico 7: Para el funcionamiento de su emprendimiento o negocio, ¿tiene patente o permiso municipal? (n=121)

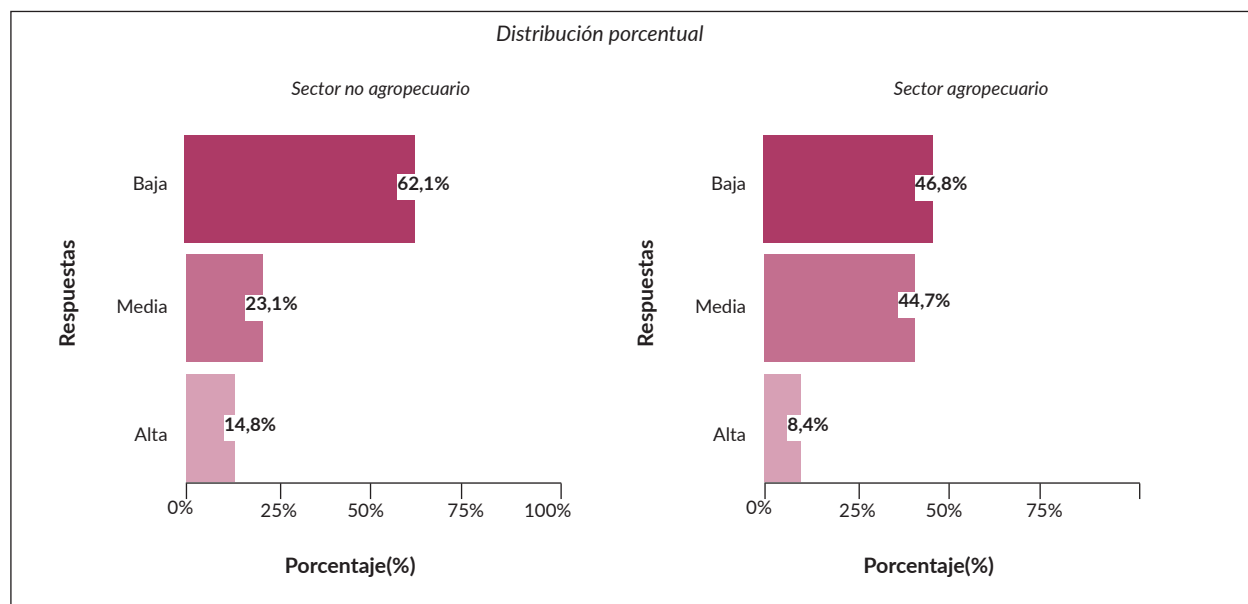


Como parte de la evaluación, se realizó un análisis sobre la supervivencia de los emprendimientos, considerando tres criterios principales: inicio de actividades en el Servicio de Impuestos Internos (SII), obtención de patente o permiso municipal, y la existencia de otra actividad económica adicional al emprendimiento.

Resultados del análisis:

- **Alto nivel de supervivencia:** Emprendedores que han formalizado su negocio con inicio de actividades en el SII y patente municipal, y que además se dedican exclusivamente a su emprendimiento.
- **Nivel medio de supervivencia:** Emprendedores que cuentan con inicio de actividades y patente municipal, pero que no dependen exclusivamente de su emprendimiento, ya que poseen otras fuentes de ingreso.
- **Bajo nivel de supervivencia:** Emprendedores sin inicio de actividades ni patente municipal, que además tienen otras fuentes de ingresos. En estos casos, la falta de formalización y la existencia de alternativas económicas facilitan el abandono del emprendimiento, ya que su sostenibilidad no depende únicamente de los ingresos generados por este.

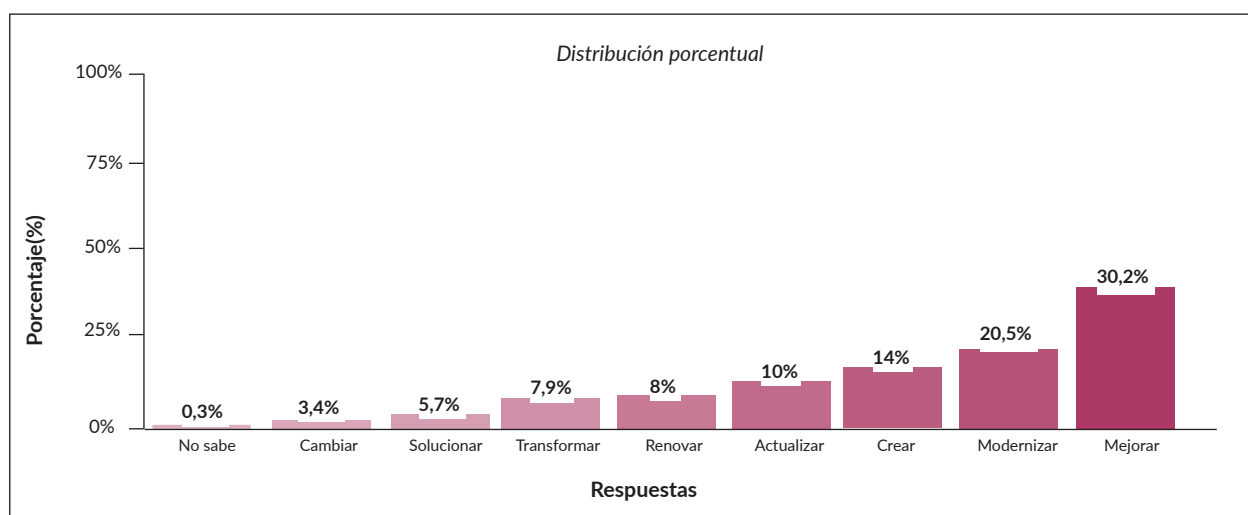
Gráfico 8: Índice de supervivencia del emprendimiento, según tipo.



1.3 Actitudes frente al emprendimiento y la innovación

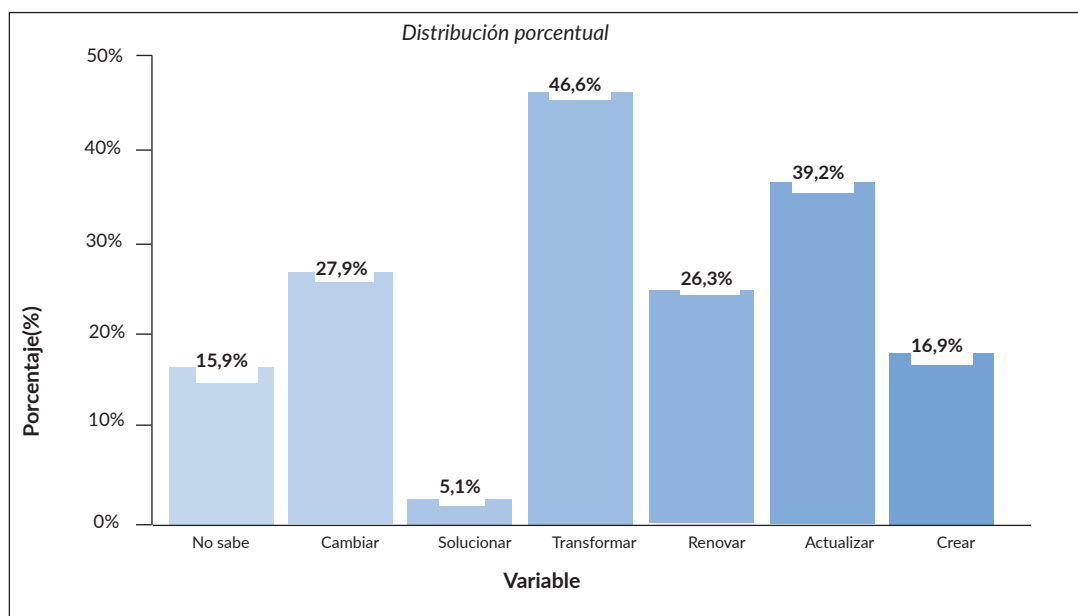
El Gráfico 9 muestra los principales conceptos con los que las personas jóvenes rurales emprendedoras asocian su comprensión de la innovación en el contexto del emprendimiento. Más del 50% de los encuestados define la innovación como “mejorar” o “modernizar”, destacando así su enfoque en la optimización y actualización de procesos, productos o servicios.

Gráfico 9: En sus propias palabras, ¿Cuál de los siguientes conceptos representa mejor lo que usted entiende por innovación en el contexto de un emprendimiento? (n=151)



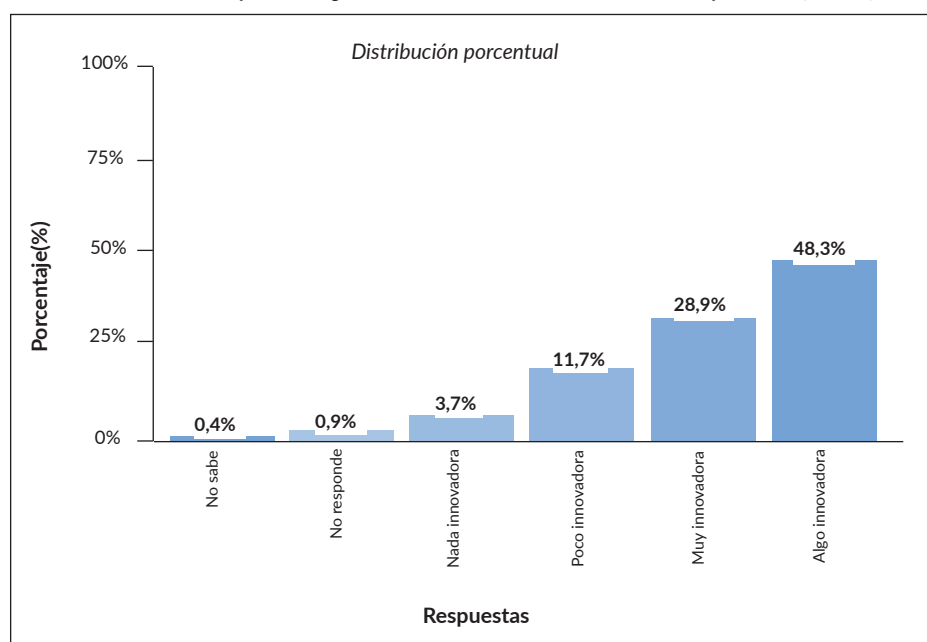
El Gráfico 10 muestra las respuestas a la pregunta sobre los dos conceptos más importantes para un emprendimiento innovador. Los resultados evidencian una amplia diversidad de percepciones, destacándose principalmente los conceptos de “novedad” y “solución a un problema” como los más relevantes. Estos son seguidos por otras nociones clave, como “ideas” y “riesgo”, lo que sugiere una comprensión integral de la innovación en el contexto del emprendimiento rural.

Gráfico 10: A su juicio, ¿Cuáles son los dos conceptos que considera más importante para un emprendimiento innovador? (n=151)



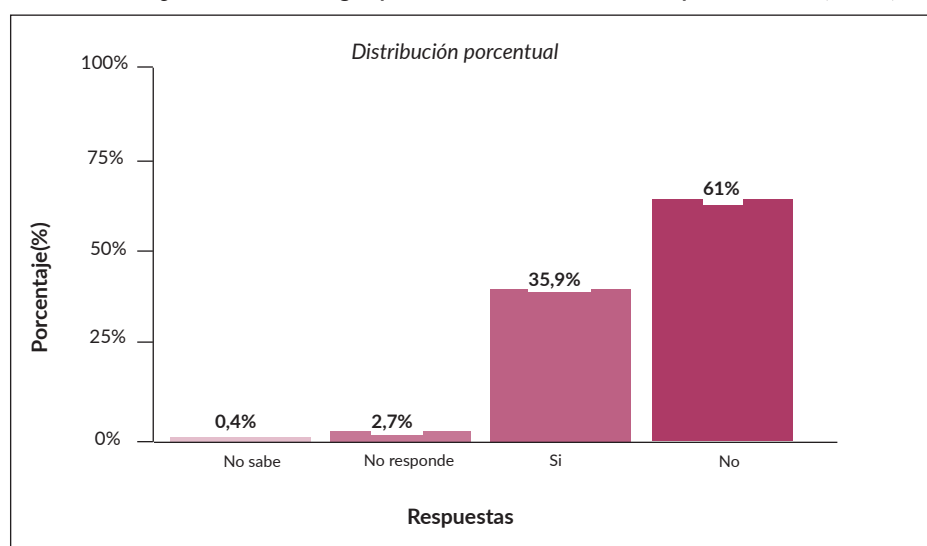
El Gráfico 11 muestra los resultados sobre la autopercepción de las personas jóvenes rurales emprendedoras respecto a su nivel de innovación. El 77% de los encuestados se identifica dentro de una dimensión innovadora, mientras que un 48,3% se considera “algo innovador” y el 28,9% “muy innovador”. Estos datos reflejan una alta valoración de la innovación en su identidad emprendedora.

Gráfico 11: En lo personal, ¿Usted se definiría a sí mismo como una persona? (n=151)



En una dimensión más personal, se les preguntó si han desarrollado algún proceso de innovación en sus emprendimientos (gráfico 12), sólo un 35,9% declaró haber desarrollado algún proceso de innovación, mientras que un 61% declaró no haberlo hecho.

Gráfico 12: ¿Ha desarrollado algún proceso de innovación en su emprendimiento? (n=151)



1.4 Redes locales

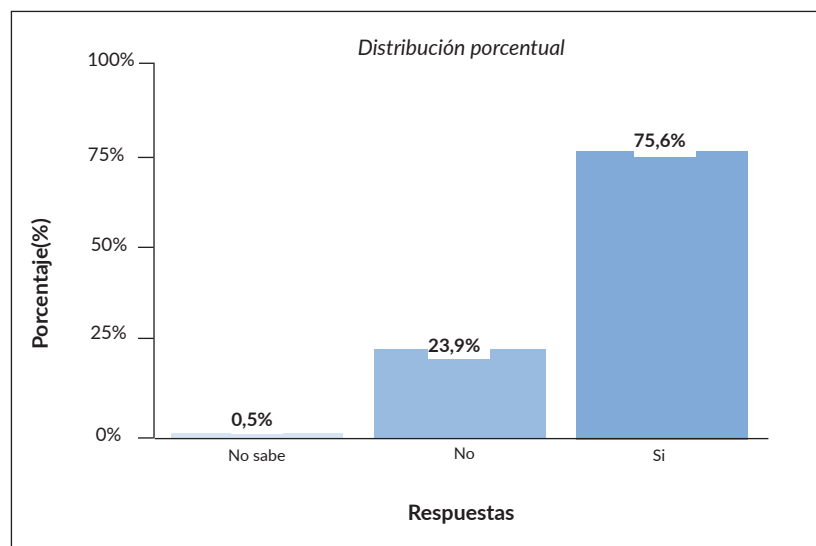
Las redes locales desempeñan un papel clave en el emprendimiento rural, ya que facilitan el intercambio de conocimientos, recursos y experiencias entre emprendedores y otros actores del territorio.

El gráfico siguiente presenta los resultados sobre el nivel de conocimiento que tienen las personas jóvenes encuestadas respecto a emprendimientos y emprendedores en su localidad o comuna.

Los datos revelan que:

- El 75,6% de quienes participaron afirma conocer emprendimientos locales, lo que indica un alto grado de familiaridad con las iniciativas de su entorno.
- El 23,9% señala que no conoce emprendimientos en su comunidad.
- Un 0,5% menciona que no sabe si existen emprendimientos en su zona.
- Estos resultados evidencian que, en general, las personas jóvenes rurales tienen un alto nivel de conocimiento sobre las iniciativas locales de emprendimiento, lo que podría favorecer la generación de redes y oportunidades de colaboración dentro del territorio.

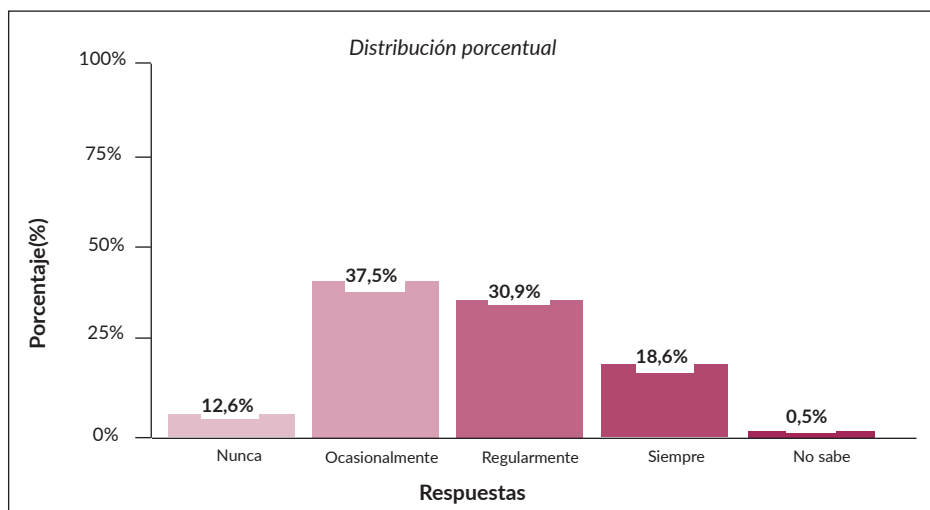
Gráfico 13: ¿Conoces emprendedores o emprendimientos rurales de tu localidad o comuna? (n=385)



Cuando se les consulta la frecuencia con la que compras a emprendedores locales, un 37,5% lo hace ocasionalmente, mientras que un 30,9% compra de manera regular.

En conjunto, los resultados sugieren que existe un interés considerable en apoyar a los emprendedores locales, aunque la mayoría lo hace de manera ocasional o regular. Esto resalta la importancia de fortalecer la conexión entre los emprendedores y su comunidad para incrementar la frecuencia de estas interacciones.

Gráfico 14: ¿Con qué frecuencia realizas compras a emprendedores locales? (n=295)

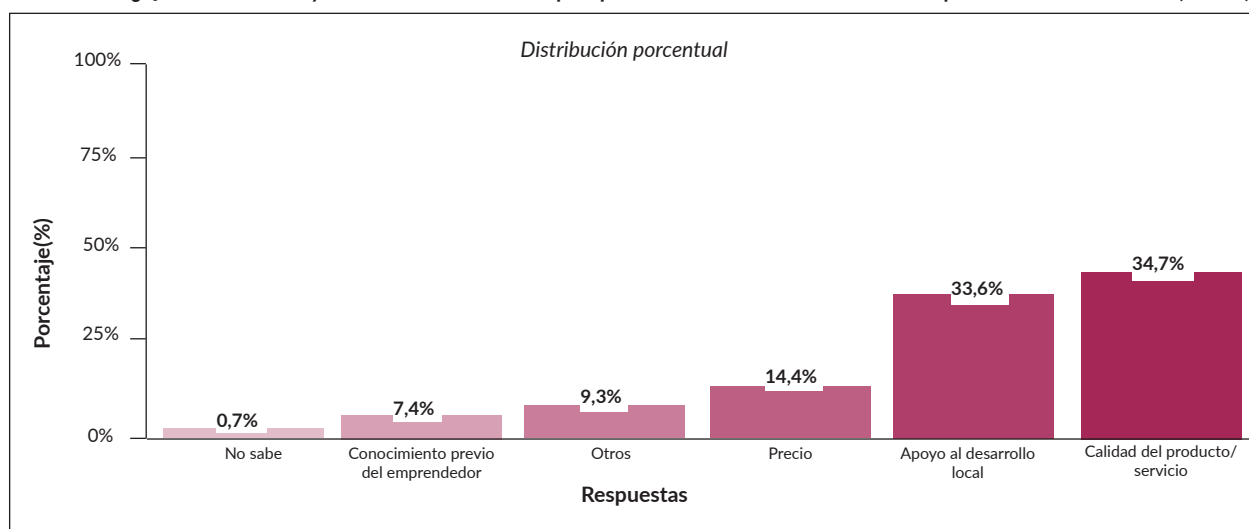


En cuanto a los factores que influyen en la decisión de comprar productos o servicios de emprendedores locales, los encuestados destacan tres aspectos principales:

- La calidad del producto o servicio es el factor más determinante, señalado por el 34,7% de los participantes.
- El apoyo al desarrollo local también es un elemento clave, mencionado por el 33,6%.
- El precio ocupa el tercer lugar, con un 14,4%, como criterio que influye en la decisión de compra.

Estos resultados reflejan que, más allá del costo, las personas jóvenes rurales valoran tanto la calidad como el impacto que su consumo tiene en la economía local, lo que podría ser un factor relevante para fortalecer el emprendimiento en sus comunidades.

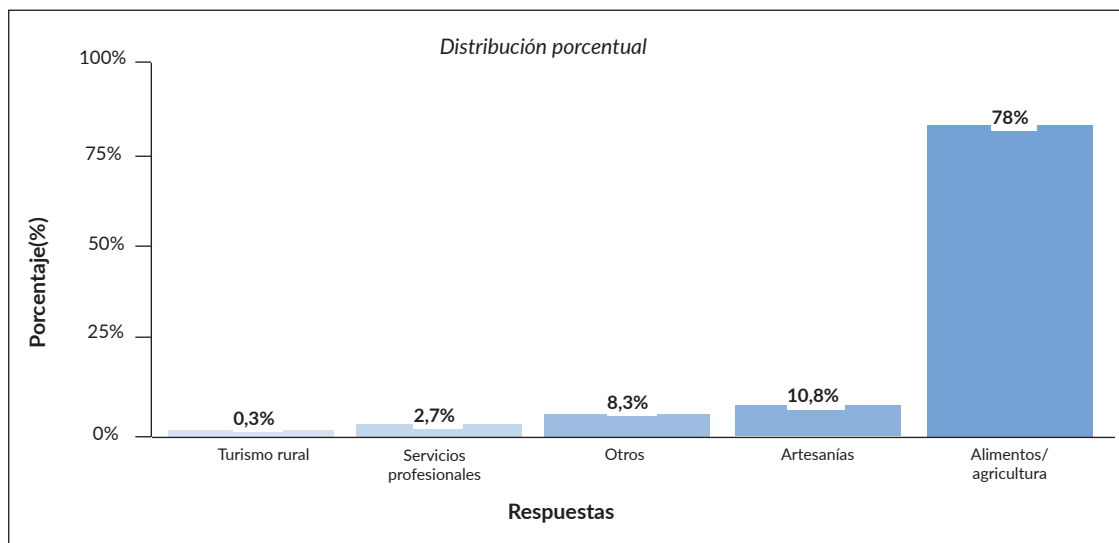
Gráfico 15: ¿Qué factores influyen en tu decisión de comprar productos o contratar servicios a emprendedores de la zona? (n=259)



Finalmente, cuando se les consulta sobre los productos o servicios que adquieren, los resultados muestran que los productos alimenticios y agrícolas son los más demandados por los consumidores locales (78%), lo que podría estar relacionado con cierto nivel de preferencia por el consumo de productos de origen local.

Sin embargo, también existen sectores como la artesanía (10,8%) y otros tipos de productos (8,3%) que, aunque con una participación menor, representan sin duda oportunidades para los emprendedores de la región.

Gráfico 14.: ¿Con qué frecuencia realizas compras a emprendedores locales? (n=295)



1.5 Proyecciones y expectativas de vida

Las Tablas 6 y 7 presentan las proyecciones y expectativas de vida de las personas jóvenes rurales en los próximos 3 y 5 años, basadas en sus planes de residencia, trabajo y educación. Para un análisis más detallado, se consideran factores como nivel educativo, género y edad, lo que permite comprender mejor las tendencias de movilidad y arraigo en las comunidades rurales.

En términos generales, la mayoría de quienes fueron encuestados expresa su intención de continuar viviendo en su comuna o localidad actual. Sin embargo, esta preferencia varía según el nivel educativo:

- En la proyección a 3 años, el 69,5% de las personas jóvenes con formación universitaria manifiesta su intención de permanecer en su localidad.
- En la proyección a 5 años, este porcentaje disminuye significativamente al 39,3%, lo que sugiere una mayor movilidad en este segmento educativo.

Al analizar las preferencias según grupos etarios, se observan diferencias relevantes:

- En los próximos 3 años, el 71% de las personas jóvenes de 18 a 24 años planea permanecer en su localidad.
- En los grupos de 25 a 29 años (78,8%) y 30 a 35 años (86,2%), esta proporción es mayor, reflejando una mayor estabilidad en edades más avanzadas.

Sin embargo, en la proyección a 5 años, la intención de seguir viviendo en zonas rurales disminuye en todos los grupos etarios:

- En el grupo de 18 a 24 años, solo el 46,2% se proyecta viviendo, estudiando y/o trabajando en áreas rurales.
- En el tramo de 25 a 29 años, este porcentaje baja a 62,3%.
- En el grupo de 30 a 35 años, la intención de permanencia alcanza el 70,2%.

Estos datos reflejan una tendencia decreciente en el arraigo a largo plazo, particularmente entre las personas jóvenes con formación universitaria y en los grupos de menor edad. Este fenómeno resalta la importancia de desarrollar estrategias que fortalezcan el atractivo de la vida rural, promoviendo oportunidades de desarrollo económico, educativo y social que incentiven la permanencia de las nuevas generaciones en sus territorios.



Tabla 6: En los próximos 3 años usted piensa o cree que (n=385)

	Total	Educación				Sexo		Tramo de edad		
		Ed. Media incompleta o menos	Ed. Media completa	ETP nivel superior	Universitaria	Hombre	Mujer	18-24	25-29	30-35
		A	B	C	D	A	B	A	B	C
Seguirá viviendo en esta comuna o localidad	78,9%	77,1%	84,6%	75,2%	69,5%	72,5%	85,9% A	71,1%	78,8%	86,2% A
Vivirá en otro sector rural	8,7%	9,9%	4,6%	11,7%	15,1% B	11,7% B	5,5%	6,8%	12,3%	8%
Vivirá en otro sector urbano	8,6%	8,6%	8,3%	8,1%	9,8%	10,5%	6,5%	18,1% B C	2,9%	3,7%
Vivirá a otro país	1,9%	1,3%	0,4%	5%	3,3%	2,3%	1,4%	1,3%	4,6%	0,4%
No sabe (No leer)	1,9%	3%	1,9%		2,3%	2,9%	0,8%	2,5%	1,4%	1,6%
Total wtd. casos	385	84	171	67	64	202	183	136	103	145
Total casos	385	82	170	68	65	150	235	122	92	171



Tabla 7: Dentro de los próximos 5 años, ¿Cómo te proyectas? (n=385)

	Total	Educación				Sexo		Tramo de edad		
		Ed. Media incompleta o menos	Ed. Media completa	ETP nivel superior	Universitaria	Hombre	Mujer	18-24	25-29	30-35
		A	B	C	D	A	B	A	B	C
Viviendo, estudiando y/o trabajando en zonas rurales	59,6%	67,1% D	63,5% D	59,9%	39,3%	57,4%	62,1%	46,3%	62,4% A	70,2% A
Viviendo en zonas rurales, pero estudiando y/o trabajando en zonas urbanas o diferentes a la localidad	24,1%	20,3%	21,5%	17,9%	42,7% A B C	24,6%	23,6%	25,9%	27%	20,3%
Viviendo en zonas urbanas, pero estudiando y/o trabajando en zonas rurales	5,9%	5,8%	4,8%	9,6%	5,1%	6,3%	5,5%	7,4%	5,3%	5%
Viviendo, estudiando y/o trabajando en zonas urbanas	10,3%	6,8%	10,2%	12,6%	13%	11,7%	8,8%	20,4% B C	5,3%	4,4%
Total wtd. casos	385	84	171	67	64	202	183	136	103	145
Total casos	385	82	170	68	65	150	235	122	92	171



2.- RESULTADOS FASE CUALITATIVA

2.1 Grupos Focales

El siguiente análisis se basa en la información recopilada a través de dos grupos focales con personas jóvenes rurales emprendedoras de la región. La recolección de datos se llevó a cabo entre el 28 de agosto y el 10 de septiembre de 2024.

A continuación, se presenta la información recogida y analizada para cada una de las dimensiones abordadas en estos grupos focales.

2.1.1 Perfil de los Emprendedores

Las personas jóvenes rurales de diversas comunas de O'Higgins, indicaron que se dedican a varios negocios diferentes a la vez o van transitando entre ellos según la temporada. Estos negocios, los complementan con actividades dependientes o viceversa, en donde los negocios pasan a ser complementos a una actividad dependiente, con el objetivo de mejorar sus ingresos.

Al analizar sus emprendimientos, se puede ver que abarcan una amplia gama de sectores, incluyendo:

- **Alimentación y gastronomía:** Cervecerías artesanales, producción de mermeladas, venta de frutos secos y confitados.
- **Agricultura y producción local:** Cultivo de hortalizas, frutas y plantas ornamentales (suculentas).
- **Comercio y servicios:** Tiendas de ropa usada, ventas en ferias, estética y cosmetología.
- **Transporte y logística:** Empresas de transporte de carga agrícola.
- **Servicios agrícolas y construcción:** Jardinería, prestación de servicios con maquinaria agrícola.

2.1.2 Definición y Percepción del Emprendimiento

Al momento de consultar a quienes participaron sobre la percepción personal que tienen sobre emprender y ser emprendedor, coinciden en que significa:

- Generar su propio ingreso mediante el esfuerzo y la creatividad.
- Identificar oportunidades y satisfacer necesidades del mercado.
- Ser resiliente, disciplinado y constante frente a las dificultades.
- Innovar en productos, servicios o procesos para diferenciarse.
- Tener autonomía y no depender de un empleo formal.

Mencionan que emprender no es fácil y requiere asumir riesgos económicos, tener la capacidad de adaptarse a cambios constantes y aprender de los errores. En términos generales, se percibe como un proceso de autonomía, disciplina y resiliencia.

Durante la ejecución de los grupos focales se presentó a quienes participaron una definición de emprendimiento que ya se les había mostrado durante la aplicación de la encuesta cuantitativa. Dicha definición es la siguiente:

“actitud y aptitud para iniciar nuevos proyectos mediante ideas y oportunidades, incluyendo la venta de productos o servicios, así como el diseño, lanzamiento y gestión de un nuevo negocio”. Al consultarles por esta definición y si ésta les hace sentido, la mayoría coincide en que sería adecuada, pero incorporarían conceptos como “asumir riesgos”, “resiliencia”, “sentido innovador”, “diferenciarse”, “suplir necesidades” y “prestar un buen servicio”.

2.1.3 Innovación en el Emprendimiento

Durante los grupos focales, se presentó a quienes participaron una definición de innovación con el objetivo de conocer su grado de acuerdo con ella. La definición planteaba que la innovación corresponde a la “implementación de novedades o mejoramientos significativos”. En general, la gran mayoría estuvo de acuerdo con esta definición, señalando que les resulta relevante y aplicable a sus propios emprendimientos. Además, coincidieron en que la innovación es un factor esencial para el éxito empresarial. Sin embargo, enfatizaron que no solo implica cambios en productos o servicios, sino también aspectos como:

- Brindar un buen servicio.
- Mantenerse actualizado.
- Conocer las tendencias del mercado.
- Aprender de manera constante para adaptarse a los cambios.

En síntesis, quienes participaron, perciben la innovación como una herramienta clave para diferenciarse y mejorar la rentabilidad de sus negocios.

Al consultar, finalmente por cómo o de qué manera han integrado la innovación en sus negocios, se mencionan ejemplos sobre cómo lo han hecho, en dónde se identifican las siguientes acciones:

- **Procesos productivos:** Reutilización de subproductos (ej. bagazo de cerveza para hacer pan o hongos comestibles).
- **Uso de tecnología:** Aplicación de productos agrícolas con drones, implementación de sistemas digitales de gestión en restaurantes.
- **Mejoras en la experiencia del cliente:** Creación de espacios diferenciadores como catas de cerveza o servicios de estética con un enfoque en la experiencia del consumidor.

2.1.4 Diferencias de Género en el Emprendimiento

- En cuanto a su percepción sobre las diferencias de género en el emprendimiento, en términos generales, consideran que no habría grandes diferencias, y que hombres y mujeres tendrían la capacidad para impulsar y mantener un emprendimiento, sin embargo, se destacan los siguientes puntos:
- Algunos creen que no hay diferencias significativas, argumentando que antiguamente las mujeres tenían menos posibilidades para emprender, pero hoy en día, la sociedad es más abierta y tanto hombres como mujeres pueden hacerlo en cualquier sector si tienen las capacidades y la determinación.
- Otros mencionan que las mujeres suelen ser más organizadas y precavidas al invertir, mientras que los hombres tienden a asumir mayores riesgos sin planificar tanto.
- Se reconoce que las mujeres pueden enfrentar más desafíos, especialmente aquellas que tienen responsabilidades de cuidado familiar, aunque declaran que hoy en día hay mayor equidad en las tareas domésticas y el cuidado de los hijos.

2.1.5 Contribución del Emprendimiento al Desarrollo Local

En términos generales, quienes participaron fueron capaces de identificar varios aportes de los emprendimientos a sus localidades en particular y al desarrollo local en general.

Se destaca cómo los emprendimientos no sólo generan ingresos, sino que también mejoran la calidad de vida y el entorno de sus comunidades, como también diversificando de la oferta de productos y servicios, permitiendo a las comunidades acceder a bienes que antes no estaban disponibles localmente. Además, varios de ellos señalan que esperan poder ayudar a otras personas jóvenes emprendedoras compartiendo su experiencia y fomentando la perseverancia.

También se subrayó la importancia de los emprendimientos en la creación de empleo y en la dinamización de las economías locales, sintiendo que sus esfuerzos, aunque desde distintas perspectivas, aportan positivamente.

Finalmente, existe coincidencia en señalar que los emprendimientos en su comuna no solo generan empleo, sino que también atraen turistas a través de ferias, contribuyendo a la economía local y posicionando las distintas localidades. En este sentido, también destacaron que la llegada de visitantes a ciertos negocios puede aumentar la clientela de otros emprendedores.

2.1.6 Historias de sus emprendimientos y desafíos

Al consultar a quienes participaron por cuáles son las historias asociadas a sus emprendimientos, aparecen distintas experiencias que los empujaron o les hicieron tomar la decisión de emprender. En términos generales, cada historia muestra distintas motivaciones y trayectorias, destacando en sus intervenciones el esfuerzo y la pasión por lo que hacen.

La gran mayoría hace referencia a una disposición y pasión por la venta y el emprendimiento, aludiendo a estímulos de sus ambientes familiares donde la actividad comercial era preponderante, mostrando desde temprana edad habilidades e interés para esto.

Las necesidades económicas son justamente la otra gran razón que marca varias historias de emprendimiento, iniciándolos por necesidades en este ámbito y también con el objetivo de generar ingresos adicionales.

Finalmente, destacan la capacidad de identificar y aprovechar oportunidades que se les presentaron y sobre las cuáles vieron una opción para generar ingresos.

Al seguir profundizando en las historias de estos emprendimientos, nos encontramos con una serie de desafíos que han enfrentado al iniciar y mantener sus negocios. Los participantes relatan los distintos tipos de dificultades o problemas que han debido enfrentar, siendo algunos superados mientras otros han tenido como consecuencia el fin de sus emprendimientos.

- Financiamiento y acceso a crédito
- Regulaciones y burocracia
- Inestabilidad en las ventas y falta de apoyo estructural
- Falta de cultura de emprendimiento y educación financiera



2.1.7 Capacitaciones y financiamiento

Los testimonios de las personas jóvenes rurales emprendedoras de O'Higgins revelan que las principales barreras para acceder a capacitaciones y financiamiento son la falta de información, los procesos burocráticos complejos y la percepción de que ciertos programas están diseñados para un perfil de usuario que no siempre coincide con el de la juventud rural emprendedora. Mientras que hay un interés generalizado en recibir formación y apoyo financiero, el acceso sigue siendo un desafío.

En cuanto a las capacitaciones, comentaron lo siguiente:

Participación baja: La mayoría no ha participado en programas de formación o talleres específicos para emprendedores rurales. Se menciona que las capacitaciones a las que han accedido han sido por otras razones, como proyectos familiares o de terceros en los que han estado involucrados indirectamente.

Falta de información: Una de las razones principales por las que no han participado es la falta de conocimiento sobre estas instancias. Señalan que no existe una difusión clara ni canales adecuados para informarse sobre las capacitaciones disponibles.

Barreras de acceso: Se menciona que muchas capacitaciones están restringidas a usuarios de INDAP o PRODESAL, lo que limita el acceso a quienes no están afiliados a estos programas. Además, se percibe que algunas personas pueden acceder a ellas por "contactos" (apadrinamiento o conexiones previas) en vez de por criterios meritocráticos.

Interés en capacitación si estuviera disponible: Aunque la mayoría no ha participado, muchos muestran disposición a capacitarse si tuvieran acceso a información clara y cursos adecuados a sus necesidades. En particular, hay interés en cursos sobre contabilidad y estrategias de ventas digitales para mejorar la comercialización de sus productos.

Experiencia positiva en algunos casos: Algunos entrevistados que han participado en capacitaciones destacan su utilidad, especialmente en temas administrativos y contables. Sin embargo, mencionan que en muchos casos ya habían aprendido estos conocimientos de manera autodidacta o por experiencia previa.

En cuanto al conocimiento sobre fuentes de financiamiento, comentaron lo siguiente:

Bajo conocimiento sobre fuentes de financiamiento: La mayoría desconoce las opciones de financiamiento disponibles para emprendedores rurales. Algunos mencionan haber escuchado sobre fondos como Capital Semilla o programas de FOSIS, pero pocos han postulado o accedido a ellos.

Percepción de requisitos restrictivos: Quienes han intentado postular a financiamiento mencionan que los requisitos son difíciles de cumplir. En particular, se menciona la necesidad de estar en el 30-40% más vulnerable de la población según la ficha de protección social, lo que excluye a muchos interesados.

Falta de difusión y apoyo en postulación: Se señala que la falta de información y el desconocimiento de los procesos burocráticos dificultan el acceso a estos fondos. Algunos mencionan que hay poca claridad en los requisitos y que las postulaciones requieren de un conocimiento técnico que no todos poseen.

Dificultad en el proceso de postulación: Algunos entrevistados que han intentado acceder a financiamiento describen los procesos como engorrosos, con una alta exigencia de documentación y largos tiempos de espera antes de recibir los fondos, lo que desalienta su participación.

Experiencias positivas con financiamiento bancario: Hay quienes han recurrido a créditos de BancoEstado o Santander, encontrándolos más accesibles que los fondos públicos. Se menciona que el acceso a financiamiento ha sido clave para el crecimiento de ciertos emprendimientos, aunque con tasas de interés menos favorables.

Falta de cupos y apoyo en Corfo: Se señala que algunos fondos de Corfo han sido útiles, pero los cupos son limitados y los procesos de postulación pueden ser complicados. Se sugiere que haya mayor apoyo para ayudar a los emprendedores a formular proyectos y postular correctamente.

2.1.8 Perspectivas Futuras

Las personas jóvenes entrevistadas tienen visiones diversas sobre el futuro del emprendimiento agrícola en el sector rural. Hay quienes lo ven con optimismo, destacando su importancia y ventajas, mientras que otros identifican serias amenazas y dificultades.

Oportunidades

Se reconoce que el emprendimiento agrícola tiene una ventaja importante debido a la cercanía y confianza que genera en las comunidades locales. Muchas personas prefieren comprar productos directamente a los emprendedores rurales en lugar de desplazarse a los centros urbanos, lo que genera una demanda estable para estos negocios.

Algunas personas jóvenes han logrado expandir sus emprendimientos agrícolas a través de la inversión en infraestructura y equipos, como camiones de transporte y maquinaria especializada, lo que les ha permitido mejorar su rentabilidad y consolidarse en el sector.

Desafíos y amenazas

Uno de los principales problemas identificados es la falta de relevo generacional en la agricultura. Según algunos entrevistados, muchas familias dueñas de tierras agrícolas prefieren venderlas para parcelaciones privadas en lugar de continuar con la producción agrícola, ya que sus hijos no están interesados en continuar con el rubro.

Los costos asociados a la producción agrícola, como la compra de insumos y la aplicación de productos químicos, son elevados y afectan la viabilidad económica de los emprendimientos rurales.

El impacto del cambio climático es una amenaza significativa. Se menciona que las lluvias y la disponibilidad de agua afectan los precios de los productos agrícolas y dificultan la planificación de la producción.

El acceso al agua es un problema recurrente. La privatización y la distribución desigual del recurso han generado dificultades para los pequeños productores, quienes dependen de la disponibilidad de agua liberada por grandes productores para regar sus cultivos.

La regulación y las políticas gubernamentales también son percibidas como barreras. Se menciona que algunas normativas afectan negativamente a los pequeños productores, por ejemplo, restricciones en el uso de ciertos tipos de maquinaria agrícola.

2.2 Entrevistas a Stakeholders

2.2.1 Caracterización de los entrevistados

En la Región de O'Higgins, se realizaron cinco entrevistas con representantes de diversas instituciones vinculadas al emprendimiento rural, organizadas en las siguientes categorías:

- **Academia:** Corresponde a instituciones de educación superior dedicadas a la formación e investigación, con vínculos en temas de emprendimiento rural. En esta categoría, se entrevistó a un representante de INACAP.
- **Organismos Públicos:** Incluye instituciones estatales y gubernamentales de nivel intermedio, como gobernaciones, secretarías regionales ministeriales (SEREMI) y organismos ministeriales con dependencia central. En esta categoría, se entrevistó a un representante de la Secretaría Regional Ministerial de Agricultura (SEREMIA) y a un representante de INIA Rayentué, perteneciente al Ministerio de Agricultura.
- **Nivel Comunal:** Agrupa instituciones públicas o privadas con operación estable a nivel comunal, tales como municipios, corporaciones privadas y empresas con fuerte vinculación territorial en proyectos de emprendimiento rural. Se entrevistó a representantes de la Dirección de Desarrollo Comunitario (DIDECO) de la Municipalidad de Santa Cruz y a una representante de la Cooperativa COOPROQUINOA, dedicada a la producción y comercialización de quinoa.

2.2.2 Experiencia y conocimiento de los entrevistados

En general, las personas entrevistadas reconocen un bajo nivel de conocimiento y vinculación directa con el emprendimiento rural juvenil. Sin embargo, este grado de conocimiento varía según la naturaleza de cada institución.

Por ejemplo, la representante de COOPROQUINOA señala que, si bien su cooperativa se puede considerar parte del emprendimiento rural juvenil, su vínculo se centra exclusivamente en los socios de la cooperativa, sin una interacción más amplia con otros jóvenes emprendedores del sector.

Desde la Dirección de Desarrollo Comunitario (DIDECO), se indica que la relación del municipio con este perfil es prácticamente nula. El conocimiento que tienen sobre las personas jóvenes emprendedoras rurales proviene principalmente de su participación y vínculo con el programa PRODESAL de INDAP.

En el caso de INIA Rayentué, se menciona que su principal conexión con el emprendimiento rural también se da a través de PRODESAL, aunque el enfoque de la institución no está específicamente dirigido a personas jóvenes emprendedoras.

Por su parte, desde la SEREMIA de Agricultura, se señala que su vínculo con la Juventud Rural Emprendedora es indirecto, ya que está mediado por la presencia de otras instituciones gubernamentales como INDAP y FIA en la región. Como resultado, su conocimiento sobre el perfil y necesidades de estos emprendedores se basa más en experiencias generales en el sector agrícola que en una interacción directa con esta población.

Finalmente, INACAP es la institución que presenta el mayor nivel de conocimiento y cercanía con el

emprendimiento rural en la región. A través de diversas actividades y programas de vinculación, han desarrollado una relación más estrecha con las personas jóvenes emprendedoras rurales, lo que será detallado en secciones posteriores.

2.2.3 Caracterización social de la juventud rural emprendedora

En las entrevistas realizadas, la juventud rural emprendedora es predominantemente caracterizada como hijos o hijas de familias de trabajadores rurales que, tras un proceso de formación educativa en la ciudad, retornan a su lugar de origen para trabajar la tierra y desarrollar su emprendimiento.

Esta noción del retorno es central en la construcción de su perfil, ya que implica tanto dimensiones emocionales como productivas. No se trata solo de un regreso al territorio, sino de un proceso en el que los jóvenes buscan conciliar el arraigo afectivo por la tierra con nuevas perspectivas sobre prácticas agrícolas sostenibles e innovadoras.

A nivel individual, el perfil del joven rural emprendedor varía según la percepción de cada institución:

- Desde **INACAP**, se les describe como líderes en sus núcleos sociales, con la capacidad de impulsar proyectos de innovación agroindustrial que incorporen tecnología y sostenibilidad ecológica al trabajo agrícola.
- Para la **SEREMIA de Agricultura**, este perfil destaca por su alto nivel de profesionalización y su familiaridad con nuevas tecnologías aplicadas al sector agropecuario.

En síntesis, la imagen predominante que emerge en las entrevistas es la de “una persona joven profesional” que, tras completar su educación, retorna al campo con el objetivo de emprender y mejorar las condiciones productivas del sector.

2.2.4 Caracterización de los emprendimientos liderados por juventud rural

Como se evidenció en la fase cuantitativa, los emprendimientos no vinculados al sector silvoagropecuario y agroalimentario representan una opción relevante para las personas jóvenes rurales que deciden emprender. Este tipo de negocios incluye la venta de productos de uso general o doméstico (como prendas de vestir, electrodomésticos y maquillaje), así como la prestación de servicios.

En las entrevistas, se exploró la percepción de los distintos actores respecto a este fenómeno y su impacto en la caracterización de la juventud rural emprendedora. Al respecto, existen diferencias significativas en la forma en que las instituciones interpretan la distribución entre emprendimientos rurales y urbanos.

- Desde la **SEREMIA de Agricultura**, se reconoce la importancia de los emprendimientos urbanos, aunque se estima que en la región existe una relación de 70% de emprendimientos rurales/productivos versus un 30% de emprendimientos urbanos. Dentro de este 70% rural, se identifican iniciativas centradas en pequeña producción agrícola, especialmente en el postprocesado de hortalizas, producción de quesos y cervezas, así como en el turismo rural.
- En contraste, **INIA e INACAP** sostienen que los emprendimientos rurales representan solo entre un 15% y un 30% del total regional, mientras que el resto corresponde a actividades predominantemente

urbanas. Ambas instituciones explican esta situación señalando que los emprendimientos urbanos — principalmente el comercio de bienes y servicios— son percibidos como más rentables, menos riesgosos en términos de inversión y con retornos económicos más inmediatos en comparación con la actividad agrícola.

Divergencias en la percepción del emprendimiento rural

Las diferencias en la caracterización del tipo de emprendimiento predominante en la región pueden explicarse por la distancia que cada institución tiene respecto a los jóvenes emprendedores rurales.

- **La SEREMIA** reconoce que su conocimiento sobre juventud rural emprendedora es limitado, por lo que su perspectiva puede estar influenciada por una visión más amplia a nivel regional.
- **INIA e INACAP**, en cambio, parecen tener una aproximación más cercana a la realidad de los emprendedores individuales, lo que podría explicar su percepción sobre la mayor presencia de emprendimientos de tipo urbano.

A pesar de estas diferencias, existe consenso en que los emprendimientos agrícolas suelen estar asociados a la innovación tecnológica y en los procesos productivos. No obstante, ninguna de las entrevistas proporcionó ejemplos concretos sobre las innovaciones que se estarían introduciendo en la agricultura regional.

2.2.5 Barreras para el emprendimiento

Los entrevistados identifican dos niveles de barreras que enfrenta la juventud rural emprendedora:

- Barreras para iniciar un emprendimiento.
- Barreras para sostenerlo en el tiempo.

Barreras para comenzar a emprender

Los principales desafíos identificados en la etapa inicial del emprendimiento son:

- **Acceso a tierra:** La disponibilidad de tierra es un recurso crítico para los emprendimientos agrícolas. Desde COOPROQUINOA, se enfatiza que no todas las personas cuentan con terrenos adecuados para desarrollar proyectos de inversión en el agro.
- **Falta de educación y formación:** Se destaca la falta de conocimiento financiero y planificación económica como un obstáculo significativo. Se señala que muchos jóvenes desconocen cómo funcionan los mercados y las ventajas de la economía formal frente a la informal.
- **Acceso a financiamiento:** Existe una brecha importante en el acceso a fondos y créditos, especialmente en la etapa inicial del emprendimiento, cuando se requiere mayor inversión. La falta de información sobre fondos disponibles y la dificultad para formular proyectos impide que muchos jóvenes accedan a estos recursos. Se menciona la escasez de fondos específicos para la juventud rural.
- **Ausencia de redes de apoyo:** En el sector agrícola, las redes de asociatividad juegan un rol clave para la sostenibilidad de los negocios. Sin embargo, se advierte una falta de estructuras organizativas que permitan a los jóvenes conectarse con otros emprendedores y acceder a oportunidades de comercialización y apoyo técnico.

Entre todas las barreras mencionadas, el acceso al financiamiento es el desafío más recurrente. Se reconoce que desarrollar un proyecto agrícola requiere una inversión inicial significativa y que, al incorporar innovación en los procesos productivos, los costos aumentan aún más. Aunque existen fondos y créditos, su acceso resulta complejo, especialmente para jóvenes y emprendedores sin experiencia previa en el sector.

Barreras para sostener un emprendimiento en el tiempo

Más allá de los obstáculos iniciales, los entrevistados destacan dos grandes factores estructurales que dificultan la sostenibilidad del emprendimiento agrícola:

- **La estructura del mercado agrícola:** Insertarse y mantenerse en el mercado agrícola es un desafío complejo. Uno de los principales problemas es la dependencia de intermediarios para la comercialización, lo que reduce sustancialmente los precios percibidos por los productores. En muchos casos, los ingresos obtenidos por la venta de productos son inferiores a los costos de producción, lo que hace inviable la continuidad del emprendimiento a largo plazo.
- **Factores climáticos:** La incertidumbre climática afecta de manera significativa la producción agrícola, impactando tanto en la cantidad de productos generados como en su rentabilidad. Muchos emprendedores carecen de las herramientas necesarias para proyectar y mitigar los efectos del clima, lo que genera inestabilidad financiera y operativa.

Otras barreras que agravan el problema

Junto a estos dos factores estructurales, existen otros elementos que profundizan las dificultades del emprendimiento rural:

- **Falta de acompañamiento institucional:** Desde INACAP, se menciona que la falta de apoyo técnico y asesoría por parte de instituciones gubernamentales y privadas exacerba los desafíos del mercado agrícola.
- **Rigidez de la burocracia pública:** Desde la DIDECO, se señala que la estructura administrativa del sector público limita la introducción de innovaciones tecnológicas en la agricultura. Por ejemplo, el uso de drones de observación para optimizar el trabajo agrícola enfrenta obstáculos normativos, lo que dificulta que los emprendedores accedan a herramientas que podrían ayudarles a enfrentar los efectos del clima.

Si bien se pueden generar incentivos financieros para fomentar el emprendimiento rural juvenil, la estructura del mercado y la falta de apoyo institucional siguen siendo factores determinantes para la sostenibilidad de estos proyectos. Es fundamental reducir las barreras de acceso a financiamiento, fortalecer las redes de apoyo y flexibilizar la burocracia, para que la juventud rural tenga mayores oportunidades de desarrollar y mantener sus emprendimientos en el tiempo.

2.2.6 Mujeres en el emprendimiento rural

Las distintas personas entrevistadas coinciden en un punto clave: las mujeres y los hombres tienden a desarrollar emprendimientos de manera diferenciada en el sector rural.

- Las mujeres suelen enfocarse en el procesamiento de materia prima a pequeña escala, elaborando productos como mermeladas, aceites, lácteos y tejidos.
- Los hombres, en cambio, tienden a desarrollar proyectos más escalables en términos financieros, con un mayor énfasis en la extracción y producción agrícola a gran escala.

Factores que condicionan el emprendimiento femenino

Desde INIA y la SEREMIA de Agricultura, se señala que el rol de la mujer en el emprendimiento rural está fuertemente influenciado por los roles de género tradicionales. En muchos casos, se les asigna un papel de “acompañamiento”, delegándoles tareas consideradas compatibles con el trabajo doméstico, como la administración del negocio o la gestión de procesos secundarios dentro de la cadena productiva.

Este patrón evidencia que las estructuras de género en la vida rural siguen permeando las oportunidades y posibilidades de emprendimiento para las mujeres, limitando su acceso a ciertos tipos de negocios y dificultando la escalabilidad de sus proyectos.

Mayor participación y generación de redes de apoyo

A pesar de estas limitaciones, desde la DIDECO se destaca que las mujeres están más presentes que los hombres en espacios de participación comunitaria y cooperativas. Su involucramiento en estas instancias les permite construir redes de apoyo con otras productoras y generar estrategias colaborativas para fortalecer sus emprendimientos.

Desde COOPROQUINOA, se matiza esta visión, indicando que, si bien la participación femenina en el sector no es necesariamente mayor que la masculina, sí se observa que las mujeres tienden a involucrarse de manera más activa y entusiasta en estos espacios, con una actitud más expansiva en la búsqueda de apoyo y oportunidades de crecimiento.

2.2.7 Relación con la institucionalidad

Identificación de instituciones que rodean al sector agrícola y a la juventud rural emprendedora

Las instituciones mencionadas por los entrevistados pueden agruparse en diferentes niveles de jerarquía y proximidad al emprendimiento rural agrícola. Se identifican seis tipos de instituciones, que van desde las más cercanas, como cooperativas y mesas de trabajo, hasta organismos gubernamentales de nivel intermedio, como la SEREMIA.

- **Núcleos sociales basales:** Incluyen familia y vecinos más cercanos, quienes, aunque forman una institución informal, tienen un papel fundamental en el desarrollo de la actividad agrícola y el emprendimiento. Muchas veces, representan el primer espacio de apoyo que permite a las personas jóvenes iniciar sus actividades productivas.
- **Cooperativas y Mesas de Trabajo:** Son organizaciones rurales y de la sociedad civil que operan a nivel intermedio. Proporcionan una plataforma comercial estable y apoyo productivo en momentos de dificultad.
- **Instituciones de educación:** Comprenden tanto entidades públicas como privadas, de nivel medio y superior. Representan los primeros espacios de formación y encuentro para las personas jóvenes que deciden emprender, donde pueden intercambiar experiencias, generar redes y adquirir conocimientos clave para sus actividades productivas.
- **Instituciones privadas:** Son empresas que, aunque no están necesariamente dedicadas a la educación, generan espacios de fomento y apoyo para el emprendimiento agrícola juvenil. Su aporte se centra en la entrega de financiamiento, asesoría técnica, formación, becas, publicidad y vinculación con otros actores del sector.

- **Instituciones de Gobierno local:** Incluyen organismos como la alcaldía, el concejo municipal, y otros departamentos municipales. Su nivel de influencia y apoyo varía según el territorio; en algunos sectores su participación es significativa, mientras que en otros es prácticamente nula. En O'Higgins, los entrevistados destacan que en Santa Cruz no existe un vínculo entre la municipalidad y este perfil de emprendedores.
- **Instituciones de Gobierno de nivel intermedio:** Incluyen organismos como la SEREMIA de Agricultura e INDAP, que trabajan a nivel regional con el sector agrícola. Aunque desempeñan un rol clave en el fomento productivo, su alcance es limitado debido a su enfoque administrativo global, lo que dificulta su capacidad para abordar las necesidades específicas de las personas jóvenes emprendedoras rurales.

A continuación, veremos la manera en la que algunas de estas instituciones se articulan o relacionan con la juventud rural emprendedora.

Descripción de las relaciones entre institución y usuario percibidas por los entrevistados

El análisis del discurso de los entrevistados revela un quiebre significativo en la valoración del emprendimiento rural juvenil, dependiendo del nivel de proximidad con su entorno.

Percepción en el entorno inmediato vs. la sociedad en general

A nivel local, los emprendimientos rurales son bien recibidos por la comunidad inmediata, incluyendo familiares, amigos y vecinos. Esto se debe a que logran surgir económicamente en un sector reconocido por sus dificultades, como lo es la producción agrícola. Sin embargo, a nivel de mercado y sociedad en su conjunto, la figura de la persona joven emprendedora rural carece de relevancia.

Desde COOPROQUINO y la SEREMIA, se enfatiza que los compradores no adquieren productos agrícolas considerando quién los produce, sino que su valoración se basa en otros factores, como calidad y precio.

Esto perfila a la juventud rural emprendedora como una figura socialmente ausente, que no tiene una presencia clara en el espacio público ni en el mercado como un actor diferenciado.

Relación con las instituciones gubernamentales y brechas de vinculación

Las relaciones entre usuarios y las instituciones gubernamentales son distantes. Desde la Municipalidad de Santa Cruz, la SEREMIA y el INIA, se reconoce que su vinculación con el sector agrario es baja, y que en el caso de las personas jóvenes rurales emprendedoras, es aún más limitada.

El programa PRODESAL de INDAP aparece como el principal punto de conexión entre el Estado y este grupo específico.

A pesar de esta distancia, el vínculo es visto como una oportunidad debido a que las personas jóvenes rurales:

- Tienen un nivel educativo superior al del trabajador rural promedio.
- Poseen mejores habilidades comunicativas a nivel institucional y personal, lo que facilita la interlocución con organismos públicos.

Desde la SEREMIA, han utilizado estos espacios para levantar información sobre esta población y generar políticas más ajustadas a sus necesidades.

No obstante, las dificultades logísticas (tiempo y recursos humanos) limitan la capacidad de los organismos estatales para establecer un contacto más directo con los jóvenes emprendedores rurales.

A nivel municipal, la Municipalidad de Santa Cruz critica la manera en que se han diseñado los programas dirigidos a fomentar o apoyar el emprendimiento juvenil, señalando que no responden a sus intereses reales debido a un desconocimiento de sus necesidades, lo que agrava la brecha entre el Estado y la sociedad civil.

Rol de los centros educativos en la vinculación con la juventud rural emprendedora

Desde INACAP, se señala que, a diferencia de las instituciones gubernamentales, han logrado una mayor penetración entre las personas jóvenes emprendedoras rurales gracias a la implementación de diversas iniciativas en la región.

Destacan tres niveles de vinculación:

- **Rol formador:** Los programas educativos de INACAP ponen un énfasis importante en la preparación para el emprendimiento agroindustrial.
- **“Crea Empresa”:** Espacio de mentorías y capacitación, con apoyo público, que fortalece las redes entre ex-estudiantes, líderes del sector y personas jóvenes emprendedoras rurales.
- **“Fábrica 4.0”:** Iniciativa docente enfocada en la identificación de brechas y problemáticas sectoriales, con el objetivo de desarrollar soluciones integrales desde la academia y el estudiantado.

Espacios de mejora en torno a la relación institucional

Los espacios de mejora y los desafíos que enfrentan las instituciones públicas y las instituciones privadas de nivel educativo son distintos, debido a su diferente nivel de penetración en el entorno social.

Desafíos de las instituciones educativas privadas

Desde INACAP, se enfatiza que su principal desafío es cómo responder a la alta demanda de formación y acompañamiento en la región, considerando que operan como una institución única e independiente en este ámbito.

- Actualmente, esta demanda supera los alcances y recursos con los que cuenta la institución para desarrollar nuevas actividades de apoyo al emprendimiento.
- La dificultad no es solo de financiamiento, sino también de conectividad, ya que las largas distancias y las limitaciones tecnológicas han obligado a implementar tanto actividades presenciales como telemáticas.
- Sin embargo, existe una brecha educativa entre la calidad de ambas modalidades, así como problemas de acceso debido a deficiencias en la infraestructura digital y vial.

Desafíos de conectividad y acceso

- Desde **COOPROQUINO**, se destaca que la conectividad es el principal desafío tanto para las instituciones públicas como privadas.
- Aunque la juventud rural está más familiarizada con el uso de herramientas digitales, no siempre dispone de una conexión a internet adecuada para participar en actividades telemáticas.
- De manera similar, las deficiencias en infraestructura vial, como la falta de caminos y carreteras en buen estado, dificultan la asistencia a actividades presenciales.



Retos para las instituciones públicas

Desde el sector público, la falta de conectividad se reconoce como el problema central que limita el alcance de las políticas de apoyo al emprendimiento rural juvenil.

- Tanto a nivel local como en el gobierno intermedio, las instituciones aún se encuentran en una etapa inicial de conocimiento e identificación de esta población.
- Si bien programas como PRODESAL han sido un punto de partida para establecer vínculos, aún falta profundizar en estrategias más efectivas que permitan ampliar el alcance del Estado y mejorar la identificación de los perfiles y necesidades de las personas jóvenes emprendedoras rurales.

Para ello, es fundamental fortalecer los puentes entre el aparato público y su público objetivo, considerando no solo sus atributos sociodemográficos, sino también sus intereses comerciales, tecnológicos y de apoyo para el emprendimiento.

2.2.8 Capacitaciones

Valoración percibida de las capacitaciones

La percepción sobre las instancias de capacitación es dispar entre los entrevistados, con opiniones que van desde la valoración positiva hasta críticas sobre su pertinencia y eficacia.

Críticas sobre la pertinencia de las capacitaciones

Desde la Municipalidad de Santa Cruz, se señala que, salvo las capacitaciones de SERCOTEC y CORFO, el resto de las ofrecidas por el aparato público (como INDAP, FIA e INIA) no han evolucionado acorde a los cambios en el sector agrícola.

Se menciona que estos programas están dirigidos a una población de mayor edad, que próximamente dejará el proceso productivo, lo que limita su impacto entre las personas jóvenes que optan por emprender en el mundo rural.

Desde INACAP, se destaca que, si bien hay espacios de capacitación altamente valorados, como los ofrecidos por FOSIS y SERCOTEC, existe un problema estructural: actualmente, las capacitaciones operan dentro de una red fragmentada de entidades e instancias de apoyo educativo. Esta falta de integración podría dificultar su alcance y penetración en la juventud rural emprendedora.

Valoración positiva con un enfoque instrumental

Desde las instituciones de nivel intermedio, se reconoce que la valoración general de las capacitaciones es mayoritariamente positiva. Sin embargo, desde INIA se precisa que su valor no radica tanto en su contenido educativo, sino en su función instrumental. Es decir, las personas jóvenes emprendedoras rurales no necesariamente las perciben como instancias de aprendizaje, sino como un medio para acceder a otros beneficios.

Un punto similar es señalado desde la SEREMIA de Agricultura, donde se indica que el atractivo principal de estas capacitaciones para los jóvenes no radica en la formación en sí misma, sino en la obtención de credenciales que faciliten el acceso a financiamiento u otras oportunidades.

En conclusión, si bien la valoración de las capacitaciones es alta, se reconoce que su utilidad no siempre responde a las necesidades específicas de la juventud rural emprendedora. Aun así, siguen siendo relevantes, especialmente como herramientas para acceder a otros recursos y beneficios dentro del ecosistema de emprendimiento rural.

Nivel de conocimiento

Además de lo anterior, se tiene la impresión de que el nivel de conocimiento que se tiene de estas instancias es más bien bajo, no alcanzan a llegar a toda la población que suponen llegar. En adición, se señalan las dificultades que existe no sólo para conocer las instancias, en particular, que la información no llega al campo, sino también la posibilidad de asistir a esas instancias sea por conectividad digital o física.

Esto sugiere que solo una pequeña parte de la población juvenil rural tiene conocimiento sobre las instancias de capacitación y participa en ellas. En este sentido, el acceso a la información sobre estas actividades se convierte en un factor clave para su valoración y aprovechamiento.

Espacios de mejora

El principal desafío en la mejora de las capacitaciones radica en ampliar su alcance y optimizar su coordinación entre las distintas instituciones. Para ello, se destaca la necesidad de:

- Evitar la superposición de actividades mediante una mejor planificación del calendario institucional.
- Fomentar un enfoque colaborativo en la formación agrícola, articulando esfuerzos entre las entidades involucradas.

Desde INIA, se enfatiza la importancia de adoptar una metodología más práctica y experiencial, basada en el conocimiento aplicado. Se señala que la información teórica y escolarística ya está disponible en internet, por lo que las capacitaciones deben enfocarse en el aprendizaje desde la experiencia y en la resolución de problemas concretos.

Desde la SEREMIA de Agricultura se propone avanzar en la capacitación en el uso de nuevas tecnologías con el objetivo de incentivar su incorporación y familiarización por parte de las personas jóvenes emprendedoras rurales.

No obstante, la recomendación más relevante de esta institución es la necesidad de implementar espacios de retroalimentación dentro de las capacitaciones. Esto permitiría ajustar y actualizar los contenidos de acuerdo con las necesidades reales de los participantes, asegurando que las instancias formativas sean efectivas y pertinentes.

2.2.9 Fuentes de financiamiento

Valoración percibida de las fuentes de financiamiento

Al igual que ocurre con las capacitaciones, la valoración social de las fuentes de financiamiento presenta opiniones divergentes entre los entrevistados. Mientras que algunas instituciones las perciben como un recurso valioso, otras cuestionan su accesibilidad y pertinencia para la juventud rural emprendedora.

Perspectivas positivas sobre las fuentes de financiamiento

Desde INACAP, se destaca que la naturaleza de las fuentes de financiamiento en Chile es poco común en comparación con otros países, ya que:

- Son de acceso libre.
- No requieren reembolso.
- Tienen una asignación relativamente fácil de obtener en comparación con otros mecanismos internacionales.

Este modelo de financiamiento, según la institución, es altamente valorado por quienes lo conocen, ya que representa una oportunidad significativa para el desarrollo de emprendimientos.

Por su parte, desde la SEREMIA de Agricultura, si bien se reconoce que los fondos disponibles son escasos, en especial para la juventud rural emprendedora, se señala que precisamente esta escasez aumenta su valoración social. Al ser considerados un recurso limitado y difícil de obtener, los fondos son percibidos como un bien preciado dentro del ecosistema emprendedor.

Críticas a la pertinencia y accesibilidad de los fondos

Desde la Municipalidad de Santa Cruz, la percepción es menos favorable, argumentando que:

- Salvo los fondos de CORFO y SERCOTEC, el resto de los mecanismos de financiamiento no están adaptados al perfil del emprendedor rural.
- Se señala que los fondos parecen diseñados bajo una lógica más cercana a la reforma agraria, en lugar de enfocarse en la revitalización productiva del sector rural.
- Debido a que no responden a las necesidades reales del usuario, terminan siendo mal valorados por los propios emprendedores rurales.



Desde INIA, la percepción negativa radica en otro aspecto: el desconocimiento generalizado sobre estas fuentes de financiamiento. Se indica que, al no haber suficiente difusión sobre los fondos disponibles, las personas jóvenes emprendedoras rurales no los consideran una opción viable, lo que contribuye a una baja valoración social del sistema de financiamiento.

Las fuentes de financiamiento para emprendimientos en el sector rural son valoradas de manera diversa según la perspectiva institucional:

- Para INACAP y la SEREMIA, representan un recurso clave y apreciado dentro del ecosistema emprendedor.
- Desde la Municipalidad de Santa Cruz e INIA, la percepción es más crítica, ya sea porque los fondos no se ajustan a las necesidades del emprendedor rural o porque hay un desconocimiento generalizado sobre su existencia y acceso.

Esto sugiere que una estrategia clave para mejorar su impacto sería ajustar la oferta de financiamiento a la realidad del sector rural y fortalecer los canales de difusión para asegurar que más jóvenes emprendedores puedan acceder a estos recursos.

Nivel de conocimiento sobre fondos de financiamiento

El desconocimiento sobre las fuentes de financiamiento es un problema ampliamente reconocido en todas las entrevistas. Aunque algunos fondos específicos son más conocidos, la mayoría de los programas disponibles siguen siendo poco difundidos entre las personas jóvenes emprendedoras rurales.

Diferencias en el nivel de conocimiento según el fondo y la institución

Desde INACAP, se matiza que, aunque el conocimiento general sobre los fondos de financiamiento es bajo, algunos programas tienen mayor visibilidad, como el Capital Semilla. Sin embargo:

- Fondos de otras instituciones, como FOSIS, SERCOTEC y SENCE, escapan del conocimiento general de la población en la región.
- Se señala que el grado de conocimiento sobre estos recursos depende directamente de la capacidad de penetración social de las instituciones que los ofrecen en cada territorio.

Desde COOPROQUINO, se comparte este diagnóstico, pero se identifican dos factores centrales que explican la falta de conocimiento:

- La brecha digital en la población agrícola de mayor edad, que dificulta el acceso a información sobre estos fondos.
- El desconocimiento de los procesos burocráticos de postulación por parte de las personas jóvenes rurales emprendedoras.

En este sentido, se enfatiza que el problema no radica tanto en la falta de oferta de financiamiento, sino en la complejidad de los procesos administrativos para postular. Esto sugiere que las estrategias de difusión y orientación del Estado podrían no ser óptimas para la población rural en su conjunto.

Limitaciones en la difusión y acceso a información

Desde la SEREMIA de Agricultura, se destaca que la información sobre los procesos de postulación no siempre está actualizada en los canales digitales públicos, lo que genera confusión entre los potenciales beneficiarios.

Como resultado:

- Muchos usuarios se ven obligados a acudir presencialmente a oficinas de atención para obtener información y completar sus postulaciones.
- Sin embargo, dada la extensión geográfica y las dificultades de conectividad en la región, este requisito se vuelve un obstáculo significativo para la mayoría de los emprendedores rurales.

Además, se critica que la difusión de estos fondos se ha concentrado excesivamente en medios digitales, cuando en muchas zonas rurales los canales de comunicación más accesibles siguen siendo la radio y la televisión, medios que actualmente no están siendo utilizados para promover estas oportunidades.

En conclusión, el bajo conocimiento sobre las fuentes de financiamiento responde a una combinación de falta de acceso a la información, deficiencias en la difusión y dificultades en los procesos de postulación. Para mejorar el acceso a estos recursos, se recomienda:

- Actualizar y optimizar los canales digitales del sector público, asegurando que la información sea clara y accesible.
- Ampliar las estrategias de difusión incorporando medios de comunicación tradicionales como radio y televisión, especialmente en zonas rurales.
- Simplificar los procesos de postulación y brindar mayor orientación, adaptando la información a la realidad de las personas jóvenes emprendedoras rurales.

Espacios de mejora

Desde INIA, se identifica como principal espacio de mejora la necesidad de integrar de manera efectiva a los distintos actores del ecosistema de emprendimiento rural. Esto implica:

- Fortalecer la colaboración entre el sector público, el sector privado y la sociedad civil, permitiendo una mayor articulación entre instituciones.
- Generar estrategias de difusión más activas sobre los fondos de financiamiento disponibles.
- Rediseñar las condiciones de acceso a estos fondos, adaptándolos mejor a la realidad de la juventud rural.

Desde COOPROQUINOA, se coincide en la importancia de fortalecer la difusión de estos recursos, pero además se propone acompañar este proceso con una estrategia de formalización laboral. Esto permitiría que:

- El Estado pueda identificar de manera más precisa a los beneficiarios potenciales.
- Se garantice que los emprendedores rurales sean elegibles para postular a estos fondos de manera efectiva.

Por su parte, la SEREMIA de Agricultura destaca otro desafío clave: la temporalidad de la asignación de fondos. Se señala que:

- Por ejemplo, algunos fondos son asignados en noviembre, un período que no coincide con las necesidades de inversión en el agro.
- Como resultado, el financiamiento termina supliendo necesidades básicas del emprendedor, en lugar de impulsar el desarrollo y escalamiento productivo de sus proyectos.

En síntesis, los actores entrevistados sugieren que, para mejorar la conexión entre el Estado y la juventud rural emprendedora, se recomienda:

- Fomentar la integración interinstitucional entre el sector público, privado y la sociedad civil.
- Optimizar la difusión de los fondos disponibles, utilizando múltiples canales y estrategias.
- Vincular la formalización laboral con el acceso a financiamiento, garantizando que los beneficiarios sean elegibles.
- Ajustar la temporalidad de los fondos a los ciclos productivos del agro, asegurando que los recursos realmente impulsen la actividad emprendedora.







Anexo 2: Informe Región del Maule

INDICE

Contenido

1	Resultados Fase Cuantitativa.....	84
1.1	Caracterización de la muestra.....	84
1.2	Juventud rural emprendedora.....	87
1.3	Actitudes frente al emprendimiento y la innovación.....	92
1.4	Redes locales.....	94
1.5	Proyecciones y expectativas de vida.....	96
2	Resultados Fase Cualitativa.....	99
2.1	Grupos Focales.....	99
2.1.1	Perfil de los emprendedores.....	99
2.1.2	Definición y percepción del emprendimiento.....	99
2.1.3	Innovación en el emprendimiento.....	100
2.1.4	Diferencias de género en el emprendimiento.....	101
2.1.5	Contribución del emprendimiento al desarrollo local.....	101
2.1.6	Historias de sus emprendimientos.....	102
2.1.7	Capacitaciones y financiamiento.....	102
2.1.8	Perspectivas futuras.....	103
2.2	Entrevistas a Stakeholders.....	104
2.2.1	Caracterización de las instituciones consultadas.....	104
2.2.2	Experiencia y conocimiento de los entrevistados.....	104
2.2.3	Caracterización social de la juventud rural emprendedora.....	105
2.2.4	Caracterización de los emprendimientos liderados por juventud rural.....	106
2.2.5	Barreras para el emprendimiento.....	107
2.2.6	Mujeres en el emprendimiento rural.....	109
2.2.7	Relación con la institucionalidad.....	110
2.2.8	Capacitaciones.....	113
2.2.9	Fuentes de financiamiento.....	115

1.- RESULTADOS FASE CUANTITATIVA

En el siguiente apartado se detallan los resultados obtenidos a partir del plan de análisis de la encuesta aplicada en la región del Maule. Algunos de estos resultados presentan el cálculo de comparaciones entre grupos y las diferencias estadísticamente significativas.

Para la región, se consideró, para un universo de 61.165 personas entre 18 y 35 años, un tamaño de muestra de 382 encuestas, con un error del 5%.

Las comunas rurales de la región en las que se realizó el levantamiento de información cuantitativa, fueron las siguientes:

- LONGAVÍ
- SAN CLEMENTE
- TENO
- CURICÓ
- LINARES

Estas cinco comunas cumplen con el criterio de tener una población mayor a 2.800 habitantes entre 18 a 35 años, según el CENSO 2017⁹, definido en el diseño muestral para la encuesta.

1.1 Caracterización de la muestra

La tabla 1, que se presenta a continuación, muestra las variables ponderadas de caracterización sociodemográfica de los encuestados.



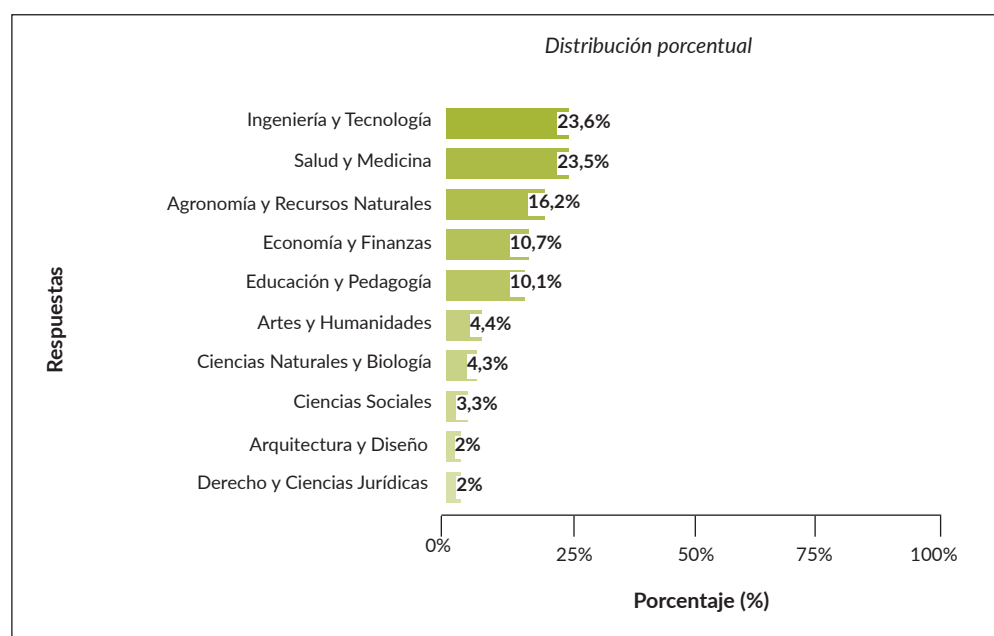
⁹ <https://resultados.censo2017.cl/>

Tabla 1: Variables de caracterización del entrevistado (n=378)

Variable		%
Sexo del entrevistado	Hombre	51,3%
	Mujer	48,7%
	Total	100%
¿Con qué género se identifica usted?	Femenino	48%
	Masculino	52%
	Otro	0%
	Total	100%
Tramo de edad	18-24	34,4%
	25-29	29,8%
	30-35	35,7%
	Total	100%
Educación	Ed. Media incompleta o menos	21,4%
	Ed. Media completa	47,8%
	ETP nivel superior	15,5%
	Universitaria	15,2%
	Total	100%

El gráfico 1, muestra la distribución porcentual del área de estudios de los encuestados con estudios de nivel superior, donde es posible observar que el área de agronomía y recursos naturales alcanza el 16,2%, mientras que las áreas con mayor presencia corresponden a la ingeniería y tecnología con un 23,6% y salud y medicina con el 23,5%.

Gráfico 1: ¿A qué área de estudios corresponde la carrera o programa de estudios que cursa o cursó? (n=116)



La tabla 2, presenta características en cuanto a jefatura del hogar y grupo socioeconómico de los hogares de los encuestados. Tal como se observa, el 47,2% de los encuestados son hijos del jefe de hogar y el 44,1% de ellos están en el grupo socioeconómico D, que corresponde al nivel “vulnerable”.

Tabla 2: Variables de caracterización del entrevistado (n=378)

¿Cuál es su relación con el jefe de su hogar?	Es el Jefe de Hogar	34,3%
	Espos(a) - Pareja del jefe de hogar	8,1%
	Hijo/Hija del jefe de hogar	47,2%
	Otro	10,2%
	NS - NR	0,2%
	Total	100%
GSE (Grupo Socioeconómico)	C1b (clase media emergente)	1,5%
	C2 (clase media típica)	6,5%
	C3 (clase media baja)	26,1%
	D (vulnerable)	44,1%
	E (pobres)	21%
	Sin Datos Suficientes	0,7%
	Total	100%

Tabla 3: Nacionalidad del entrevistado (n=378)

¿Podría decirme cuál es su nacionalidad?	CHILENA	97,6%
	VENEZOLANA	0,3%
	COLOMBIANA	0,7%
	BOLIVIANA	1,2%
	OTRA, ¿CUÁL?	0,2%
	Total	100%

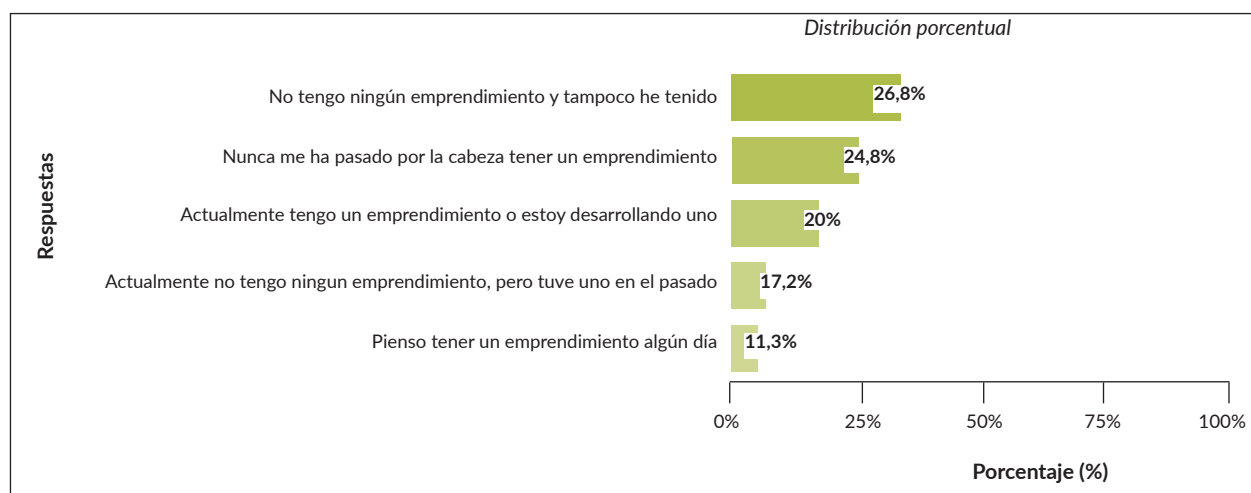
Tabla 4: Identificación con pueblos originarios (n=370)

¿Usted se identifica o pertenece a alguno de los siguientes pueblos originarios?	AYMARA	0,2%
	MAPUCHE	6,3%
	NO PERTENECE O SE IDENTIFICA CON NINGÚN PUEBLO INDÍGENA	92,9%
	OTRO, ESPECIFIQUE:	0,3%
	No responde (No leer)	0,3%
	Total	100%

1.2 Juventud rural emprendedora

Del total de personas jóvenes encuestadas, el 51,6% no tiene ni ha tenido acercamientos con el mundo del emprendimiento, mientras que el 48,4% se ha vinculado de alguna u otra forma con él, según muestra el gráfico 2.

Gráfico 2: Respecto al emprendimiento, ¿Cuál de las siguientes afirmaciones describe mejor tu situación? (n=378)



En la tabla 5, se muestran las distribuciones entre las personas jóvenes emprendedoras y no emprendedoras, en función de algunas variables sociodemográficas de interés, donde es posible observar que se presentan diferencias estadísticamente significativas por nivel de educación.

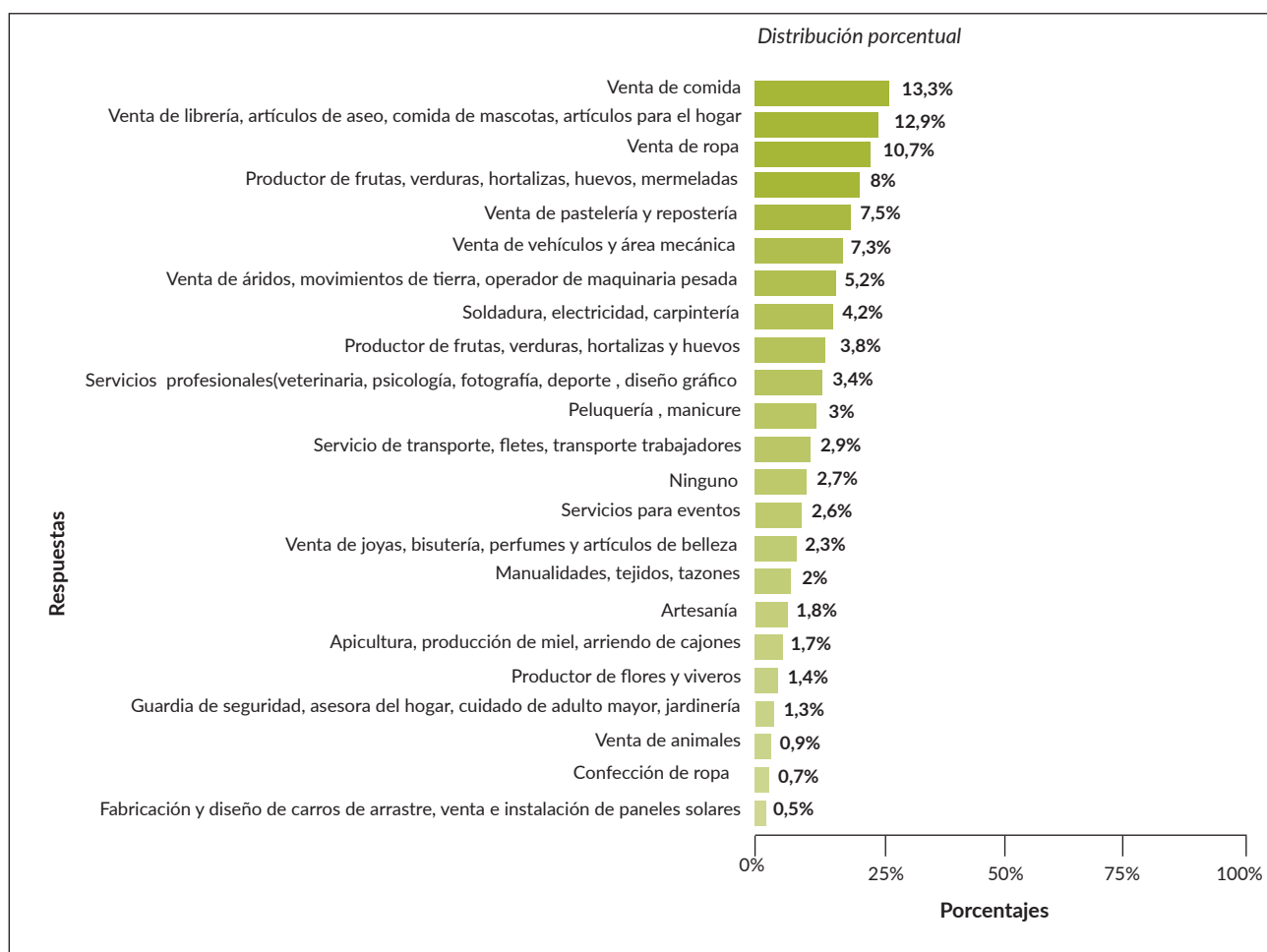
Tabla 5: Juventud emprendedora (n=378)

	Total	Educación				Sexo		Tramo de edad		
		Ed. Media incompleta o menos	Ed. Media completa	ETP nivel superior	Universitaria	Hombre	Mujer	18-24	25-29	30-35
		A	B	C	D	A	B	A	B	C
Emprendedor	48,4%	31,8%	47,9%	65% A	56,4% A	51,3%	45,3%	42,4%	49,2%	53,5%
No emprendedor	51,6%	68,2% C D	52,1%	35%	43,6%	48,7%	54,7%	57,6%	50,8%	46,5%
Total wtd. casos	378	81	181	59	58	194	184	130	113	135
Total casos	378	82	180	55	61	136	242	117	105	156

A las personas jóvenes que mencionan haber tenido un emprendimiento en el pasado (17,2%) y a los que declaran tener uno en la actualidad (20%), se les pidió que pudiesen detallar, tanto el rubro como la principal actividad de su emprendimiento. En función de esos datos se generaron las categorías de emprendimientos agrícolas, las cuales contemplan cualquier rubro o actividad vinculada directa o indirectamente con la agricultura y el mundo del agro (por ejemplo, producción y/o venta de hortalizas, frutas y verduras; viveros, venta de insumos o prestación de servicios agrícolas, entre otros). El resto de los emprendimientos se agruparon como no agrícolas (principalmente venta de alimentos, ropa, accesorios y otras prestaciones de servicios no relacionadas con el mundo agrícola).



Gráfico 3: ¿Cuál es la actividad principal de su emprendimiento? (n=180)

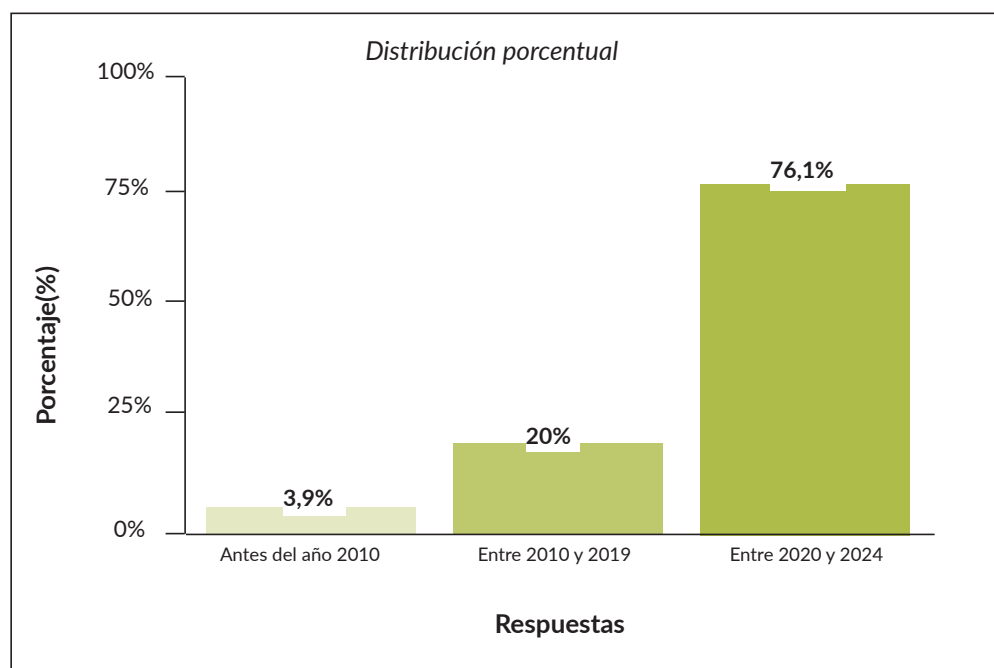


Del total de emprendedores en la región, **el 81,4% de ellos no están vinculados al sector silvoagropecuario, mientras que el 18,6% si lo están.**

En cuanto a las motivaciones para emprender, el principal motivo corresponde a la obtención de ingresos suficientes para cubrir necesidades básicas (22%), seguido del deseo de iniciar su propio negocio o actividad independiente (14,2%) y las expectativas de mayores ingresos (9,5%). También se destaca que un 6,3% menciona la tradición familiar o herencia como la principal motivación, porcentaje que es mucho más alto entre los emprendedores del sector agrícola que en los de otros rubros.

Respecto a la antigüedad del emprendimiento, tal como se observa en el gráfico 4, el 76,1% de ellos se iniciaron entre el 2020 y el 2024, sin embargo, la gran mayoría de ellos no lo hizo como consecuencia de la pandemia del COVID-19 (51,9%).

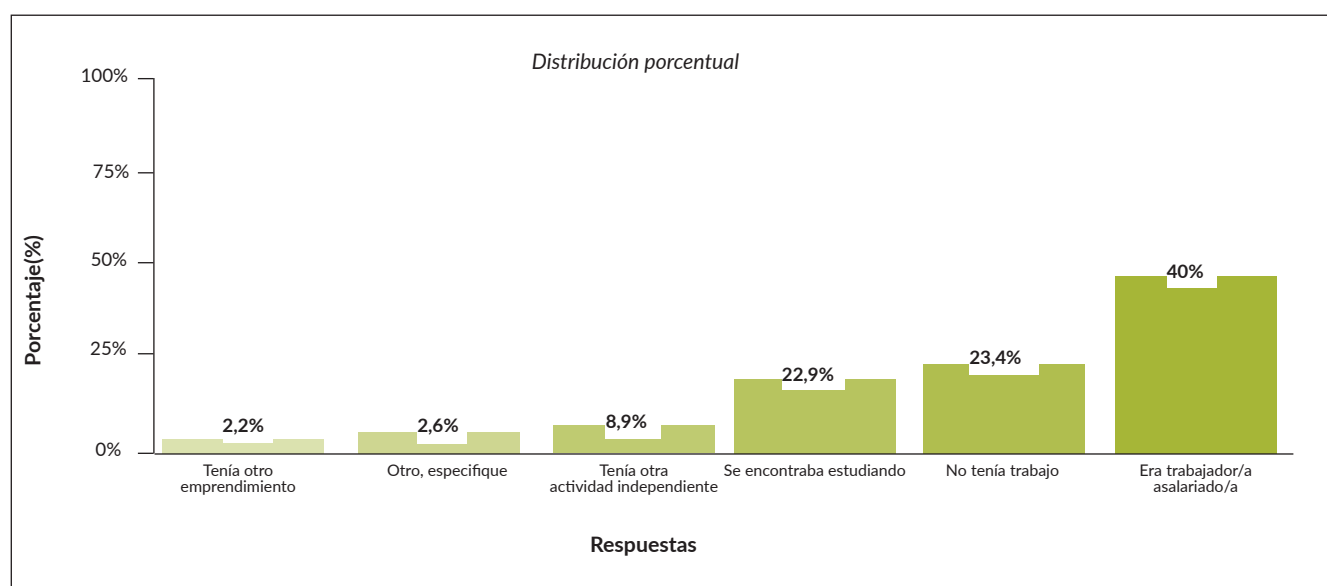
Gráfico 4: ¿Cuándo comenzó su emprendimiento actual? (n=180)



En cuanto al financiamiento para la puesta en marcha de sus emprendimientos, el 76% lo hizo a través de ahorros o recursos propios, mientras que el 9,9% fue con préstamos de amigos o parientes.

En cuanto a la ocupación de los encuestados previo al inicio de sus actuales emprendimientos, el 40% menciona que era trabajador asalariado, el 23,4% no tenía trabajo y un 22,9% se encontraba estudiando, tal como se puede observar en el gráfico 5.

Gráfico 5: Antes de iniciar con su negocio o actividad actual, ¿cuál era su situación laboral? (n=180)



Tal como muestran los gráficos 6 y 7, existe un bajo nivel de formalización ante el servicio de impuestos internos (SII) de los emprendimientos liderados por jóvenes rurales, siendo inferior al 30%. Esta situación se repite al momento de analizar los emprendimientos que cuentan con patentes o permisos municipales, donde sólo un 13% cuentan con ellos.

Gráfico 6: En su actual emprendimiento o negocio, ¿inició actividades en el Servicio de Impuestos Internos (SII)? (n=180)

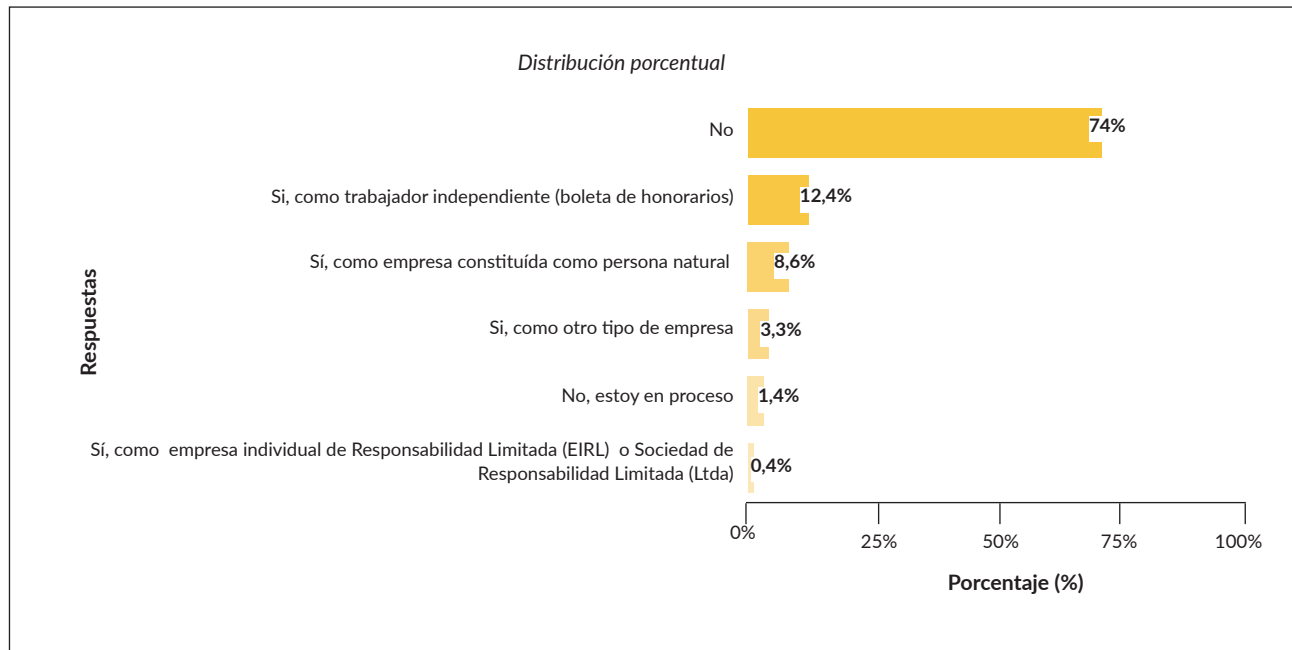
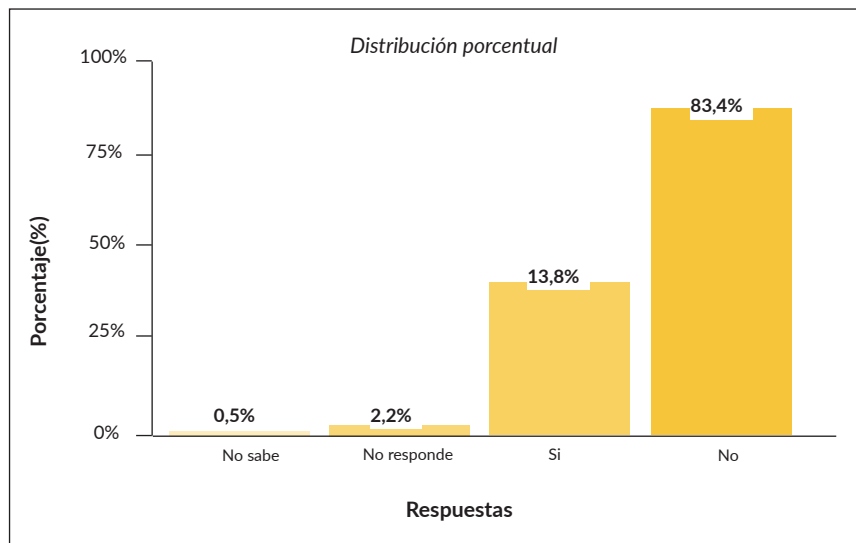


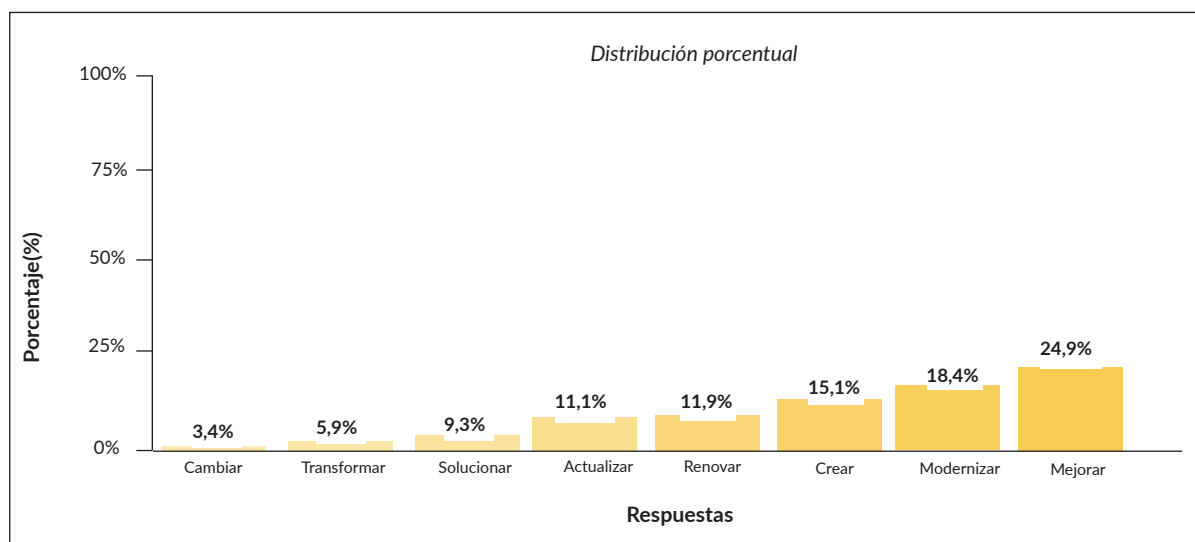
Gráfico 7: Para el funcionamiento de su emprendimiento o negocio, ¿tiene patente o permiso municipal? (n=180)



1.3 Actitudes frente al emprendimiento y la innovación

El Gráfico 8 presenta los principales conceptos con los que las personas jóvenes rurales emprendedoras asocian su comprensión de la innovación en el contexto del emprendimiento. Más del 50% de los encuestados define la innovación como “mejorar” o “modernizar”, reflejando una visión orientada a la optimización y actualización de procesos, productos o servicios.

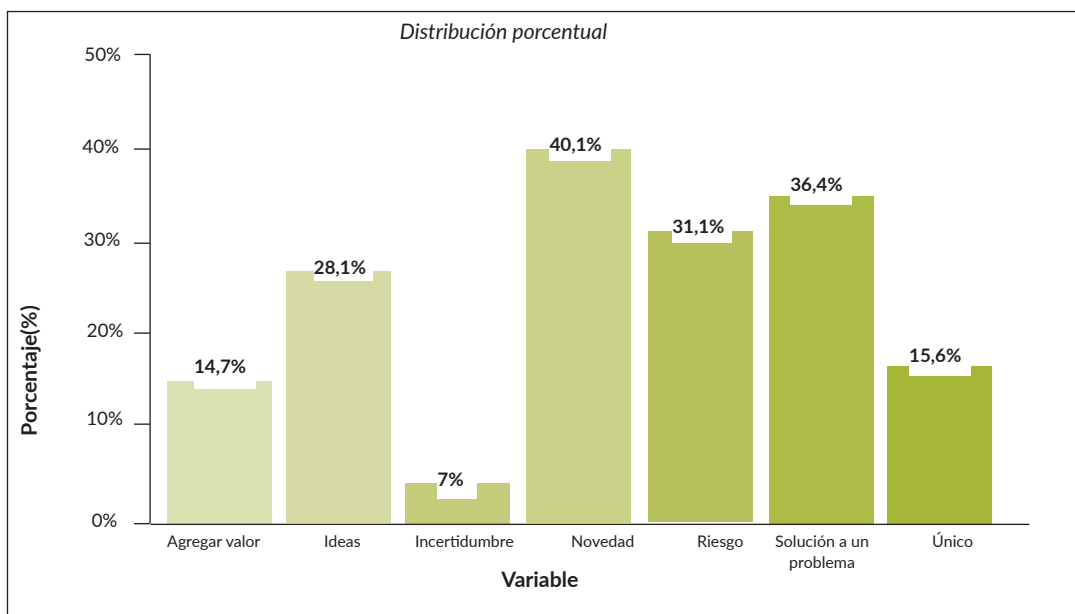
Gráfico 8: En sus propias palabras, ¿Cuál de los siguientes conceptos representa mejor lo que usted entiende por innovación en el contexto de un emprendimiento? (n=151)



El Gráfico 9 presenta las respuestas a la pregunta sobre los dos conceptos más importantes para un emprendimiento innovador. Se observa una amplia variedad de respuestas, destacando principalmente los conceptos de “novedad” y “solución a un problema”. Estos son seguidos por otros elementos clave, como “ideas” y “riesgo”, lo que refleja una comprensión diversa de la innovación dentro del emprendimiento rural.



Gráfico 9: A su juicio, ¿Cuáles son los dos conceptos que considera más importante para un emprendimiento innovador? (n=151)



El Gráfico 10 muestra los resultados sobre la autopercepción de las personas jóvenes rurales emprendedoras respecto a su nivel de innovación. El 82% de los encuestados se identifica dentro de una dimensión innovadora, donde el 50,8% se considera “algo innovador” y el 31,2% “muy innovador”. Estos datos reflejan una valoración positiva de la innovación dentro de su identidad emprendedora.

Gráfico 10: En lo personal, ¿Usted se definiría a sí mismo como una persona? (n=151)

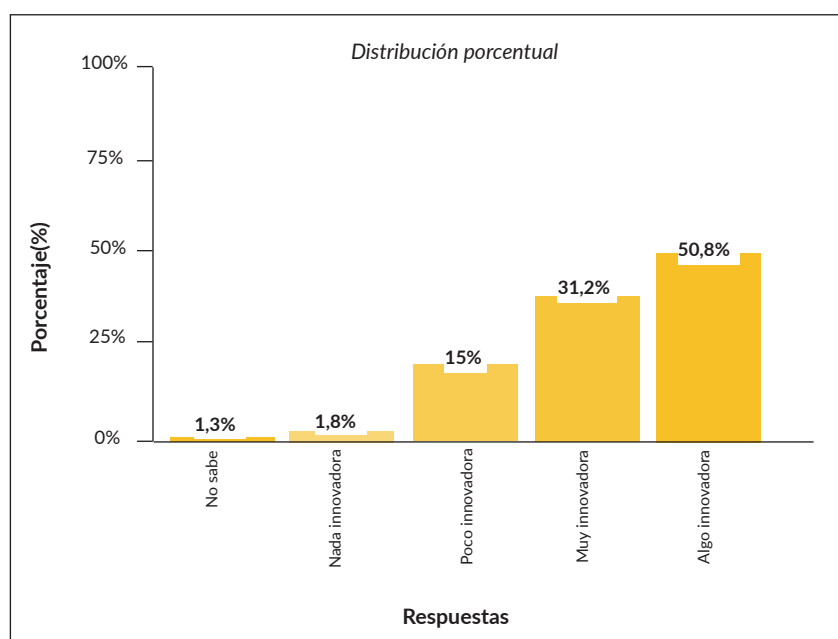
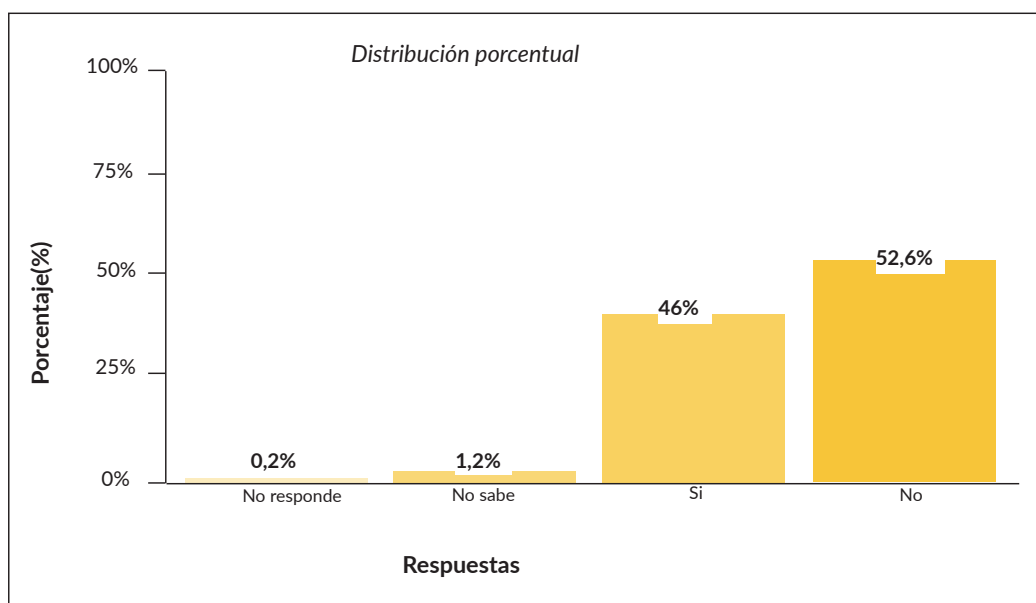


Gráfico 11: ¿Ha desarrollado algún proceso de innovación en su emprendimiento? (n=151)

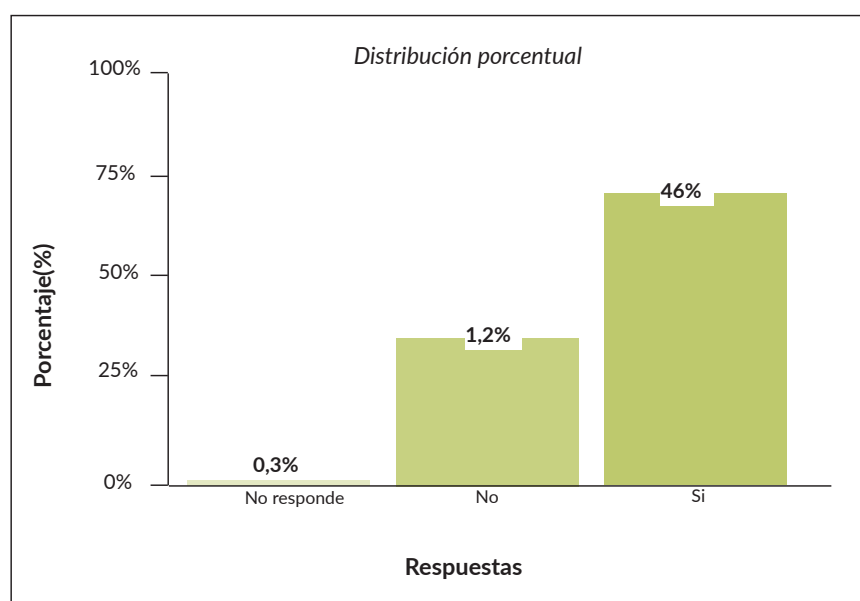


1.4 Redes locales

Las redes locales son fundamentales en el contexto del emprendimiento, especialmente en áreas rurales, ya que facilitan el intercambio de conocimientos, recursos y experiencias entre emprendedores y otros actores del territorio.

El gráfico que se presenta a continuación muestra los resultados sobre si las personas jóvenes encuestadas conocen o no emprendimientos o a emprendedores en su localidad o comuna. Los datos revelan que un 70% de los participantes respondieron afirmativamente, indicando un alto nivel de conocimiento sobre iniciativas locales de emprendimiento. Por otro lado, un 29,7% señaló no conocer emprendimientos, mientras que solo un 0,3% indicó no saber.

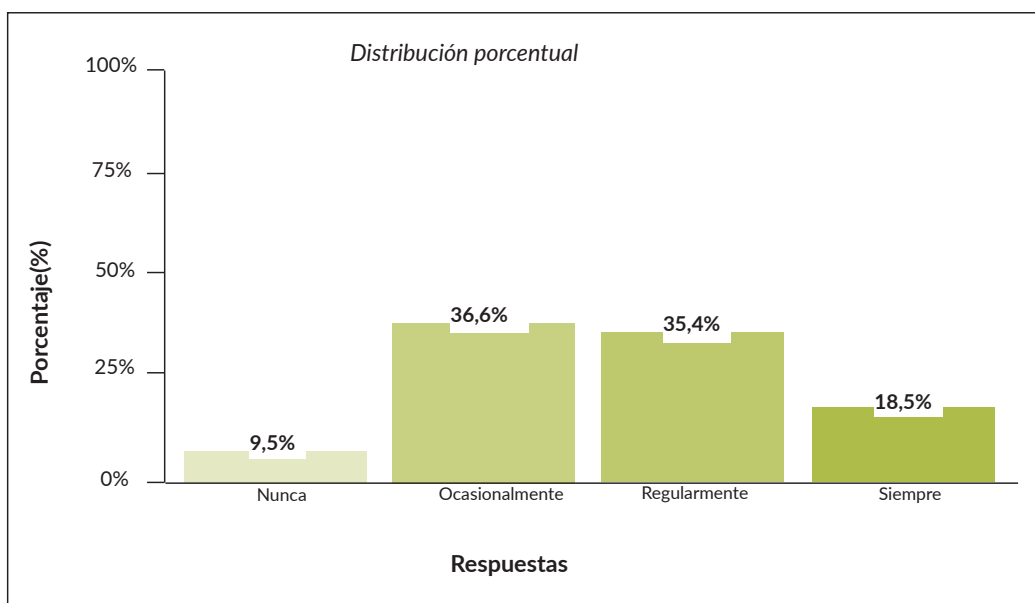
Gráfico 12: ¿Conoces emprendedores o emprendimientos rurales de tu localidad o comuna? (n=378)



Cuando se les consulta la frecuencia con la que compran a emprendedores locales, un 36,6% lo hace ocasionalmente, mientras que un 35,4% compra de manera regular.

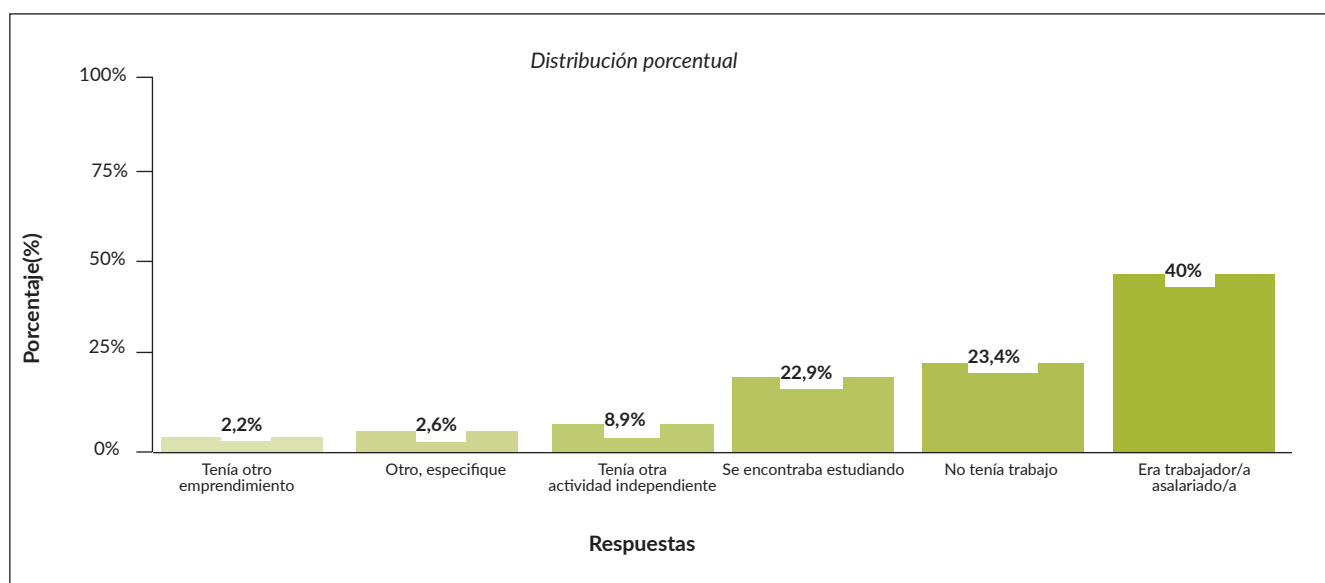
En conjunto, los resultados sugieren que existe un interés considerable en apoyar a los emprendedores locales, aunque la mayoría lo hace de manera ocasional o regular. Esto resalta la importancia de fortalecer la conexión entre los emprendedores y su comunidad para incrementar la frecuencia de estas interacciones.

Gráfico 13: ¿Con qué frecuencia realizas compras a emprendedores locales? (n=295)



En cuanto a los factores que influyen en la decisión de comprar productos o servicios de emprendedores de la zona, un 36,7% considera que la calidad del producto o servicio es un factor determinante, mientras que un tercio cree que el apoyo al desarrollo local es importante (31%) y en tercer lugar aparece el precio (14,5%) como factor que influye en su decisión de compra.

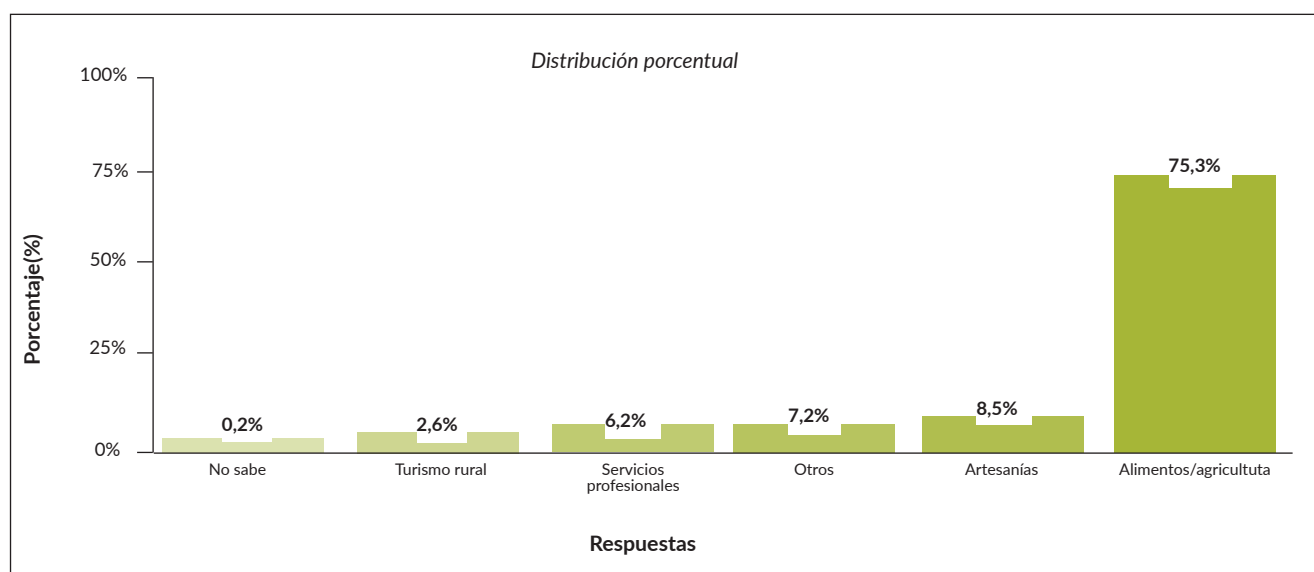
Gráfico 14: ¿Qué factores influyen en tu decisión de comprar productos o contratar servicios a emprendedores de la zona? (n=259)



Finalmente, cuando se les consulta sobre los productos o servicios que adquieren, los resultados muestran que los productos alimenticios y agrícolas son los más demandados por los consumidores locales (75,3%), lo que podría estar relacionado con cierto nivel de preferencia por el consumo de productos de origen local.

Sin embargo, también existen sectores como la artesanía (8,5%) que, aunque con una participación menor, representan oportunidades para los emprendedores de la región.

Gráfico 15: ¿Cuáles son los principales tipos de productos o servicios que adquieres de emprendedores locales? (n=259)



1.5 Proyecciones y expectativas de vida

Las Tablas 6 y 7 presentan las proyecciones y expectativas de vida de las personas jóvenes rurales en los próximos 3 y 5 años, basadas en sus planes de residencia, trabajo y educación. Para un análisis más detallado, se consideran factores como nivel educativo, género y edad, permitiendo una mejor comprensión de las tendencias de movilidad y arraigo en las comunidades rurales.

En términos generales, la mayoría de los encuestados expresa su intención de seguir viviendo en su comuna o localidad actual. Sin embargo, esta preferencia varía significativamente según el nivel educativo:

- En la proyección a 3 años, solo el 65,6% de los encuestados con formación universitaria manifiesta su deseo de permanecer en su localidad.
- En la proyección a 5 años, este porcentaje disminuye aún más, llegando al 30%, lo que sugiere una mayor movilidad en este segmento educativo.
- Al analizar las preferencias por edad, se observan diferencias importantes:
- En los próximos 3 años, el 74% de los jóvenes de 18 a 24 años señala que optaría por permanecer en su localidad.
- En los grupos de 25 a 29 años y 30 a 35 años, esta proporción aumenta a casi el 85%, reflejando una mayor estabilidad en edades más avanzadas.

Sin embargo, en la proyección a 5 años, la intención de seguir viviendo en zonas rurales disminuye en todos los grupos etarios:

- En el tramo de 18 a 24 años, solo el 40% se proyecta viviendo, estudiando y/o trabajando en áreas rurales.
- En el grupo de 25 a 29 años, este porcentaje alcanza el 53%.
- Para el segmento de 30 a 35 años, la intención de permanencia es del 71%.

Estos datos reflejan una tendencia decreciente en el arraigo a largo plazo, especialmente entre las personas jóvenes con formación universitaria y en los grupos de menor edad, lo que sugiere la necesidad de implementar estrategias para fortalecer el atractivo de la vida rural y generar mayores oportunidades de desarrollo en estos territorios.

Tabla 6: En los próximos 3 años usted piensa o cree que (n=378)

	Total	Educación				Sexo		Tramo de edad		
		Ed. Media incompleta o menos	Ed. Media completa	ETP nivel superior	Universitaria	Hombre	Mujer	18-24	25-29	30-35
		A	B	C	D	A	B	A	B	C
Seguirá viviendo en esta comuna o localidad	80,7%	84,4%	81,5%	88,2% D	65,6%	77,7%	84%	73,5%	85,2%	84%
Vivirá en sector rural	2,9%	3,9%	2,9%		4,5%	2,3%	3,5%	2,9%	1,3%	4,2%
Vivirá en otro sector urbano	11%	6,3%	10,4%	5,2%	25,3% A B C	13%	8,9%	14,6%	9,6%	8,6%
Vivirá en otro país	3,3%	3%	2,5%	4,9%	4,6%	4,5%	2,1%	6,3%	2,3%	1,4%
No sabe (No leer)	2%	2,3%	2,7%	1,7%		2,5%	1,5%	2,6%	1,5%	1,8%
Total wtd. cases	378	81	181	59	58	194	184	130	113	135
Total cases	378	82	180	55	61	136	242	117	105	156

Tabla 7: Dentro de los próximos 5 años, ¿Cómo te proyectas? (n=378)

	Total	Educación				Sexo		Tramo de edad		
		Ed. Media incompleta o menos	Ed. Media completa	ETP nivel superior	Universitaria	Hombre	Mujer	18-24	25-29	30-35
		A	B	C	D	A	B	A	B	C
Viviendo, estudiando y/o trabajando en zonas rurales	54,9%	69,3% D	56,2% D	55,7% D	29,7%	53,8%	56%	40%	53,1%	70,8% A B
Viviendo en zonas rurales, pero estudiando y/o trabajando en zonas urbanas o diferentes a la localidad	22,2%	16,6%	21%	28,8%	27,2%	23%	21,3%	27,3%	21,5%	17,8%
Viviendo en zonas urbanas, pero estudiando y/o trabajando en zonas rurales	3,3%	5,2%	4%	0,8%	1,3%	2,5%	4,1%	5,1%	1,5%	3,1%
Viviendo, estudiando y/o trabajando en zonas urbanas	19,6%	9%	18,9%	14,8%	41,8% A B C	20,6%	18,6%	27,7% C	23,8% C	8,3%
Total wtd. casos	378	81	180	58	58	194	184	130	112	135
Total casos	378	82	180	55	61	136	242	117	105	156
Total casos	378	82	180	55	61	136	242	117	105	156



2.- Resultados Fase Cualitativa

2.1 Grupos Focales

El siguiente análisis se basa en la información recopilada a través de dos grupos focales con personas jóvenes rurales emprendedoras de la región. La recolección de datos se llevó a cabo entre el 28 de agosto y el 10 de septiembre de 2024.

A continuación, se presenta la información recogida y analizada para cada una de las dimensiones abordadas en los grupos focales realizados.

2.1.1 Perfil de los Emprendedores

Los participantes son personas jóvenes rurales de diversas comunas del Maule, con emprendimientos en sectores como:

- Agricultura y producción local: Cultivo de hortalizas, producción de miel (apicultura), crianza de animales.
- Comercio y ventas: Producción y venta de plantas ornamentales, viveros, venta de ropa en ferias e internet.
- Servicios y oficios: Mecánica agroforestal, fabricación de estructuras metálicas, jardinería.
- Alimentación: Producción y venta de huevos de campo.

Varios participantes combinan sus emprendimientos con trabajos dependientes, lo que indica una estrategia de diversificación de ingresos.

2.1.2 Definición y Percepción del Emprendimiento

Al momento de consultar a quienes participaron sobre la percepción personal que tienen sobre emprender y ser emprendedor, coinciden en que significa:

- Un proceso integral, donde la persona se encarga de producción, administración, comercialización y gestión financiera.
- Una forma de independencia económica y flexibilidad laboral.
- Un camino desafiante, que implica esfuerzo, disciplina y persistencia.
- Una respuesta a la falta de empleo formal en el campo.
- Una actividad que requiere asumir riesgos, especialmente en la agricultura, donde las condiciones climáticas pueden afectar severamente la producción.

Algunos participantes indican que emprender en el campo es más complejo que en zonas urbanas, debido a la dependencia del clima y los costos de producción.

Durante la ejecución de los grupos focales se presentó a quienes participaron una definición de emprendimiento que ya se les había mostrado durante la aplicación de la encuesta cuantitativa. Dicha definición es la siguiente: “actitud y aptitud para iniciar nuevos proyectos mediante ideas y oportunidades, incluyendo la venta de productos o servicios, así como el diseño, lanzamiento y gestión de un nuevo negocio”. Al consultarles por esta definición y si ésta les hace sentido, los jóvenes consideran que la definición entregada es acertada en términos generales, pero creen que debería complementarse con aspectos como la resiliencia, la dificultad particular del emprendimiento rural y la multifuncionalidad que implica ser emprendedor en este contexto.

2.1.3 Innovación en el Emprendimiento

Durante los grupos focales, se presentó a quienes participaron una definición de innovación con el objetivo de conocer su grado de acuerdo con ella. La definición planteaba que la innovación corresponde a la “implementación de novedades o mejoramientos significativos”. En términos generales, la mayoría consideró que la definición era acertada y aplicable a sus experiencias emprendedoras.

Algunos participantes destacaron que la innovación no solo implica crear algo nuevo, sino también mejorar procesos ya existentes, agregando valor a los productos o servicios que ofrecen. Otros señalaron que la innovación puede ser más difícil de aplicar en ciertos rubros, especialmente en la agricultura, donde las condiciones climáticas y la naturaleza de la producción imponen restricciones.

Los entrevistados ven la innovación como un factor clave para la sostenibilidad y diferenciación de sus emprendimientos, reconociendo la importancia de adaptarse y actualizarse constantemente para mantenerse competitivos.

Al ser consultados por cómo o de qué manera han integrado la innovación en sus negocios, mencionan los siguientes ejemplos:

Mejoras en la producción y tecnología aplicada:

- Implementación de sistemas de riego más eficientes, como el riego por goteo.
- Uso de invernaderos para mejorar la producción y reducir la dependencia de las condiciones climáticas adversas.
- En el caso de la apicultura, mejora en el envasado de miel con diseños más atractivos y etiquetado diferenciado para captar la atención de los clientes.
- Valor agregado a los productos:
- Incorporación de nuevos procesos productivos para ofrecer productos con mayor diferenciación en el mercado, como la producción de lechugas hidropónicas sin químicos que se comercializan como productos gourmet.
- Creación de presentaciones atractivas para productos agrícolas, como arreglos con suculentas que se pueden vender como regalos.
- Personalización del servicio, como la oferta de degustaciones de miel para demostrar su calidad y origen natural.

Experiencia del cliente y diversificación de la oferta:

- Generación de espacios de venta más atractivos, como la incorporación de áreas recreativas en los viveros para mejorar la experiencia de compra de los clientes.

- Uso de redes sociales y estrategias de marketing digital para promocionar los productos y llegar a un público más amplio.
- Creación de nuevas líneas de negocio dentro del mismo rubro, como la combinación de apicultura con la venta de otros productos derivados.

2.1.4 Diferencias de Género en el Emprendimiento

Las opiniones sobre la existencia de diferencias de género en el emprendimiento son variadas:

- Algunos consideran que no hay diferencias sustanciales, ya que hombres y mujeres realizan las mismas actividades agrícolas.
- Otros mencionan que las mujeres suelen concentrarse en rubros específicos, como viveros y plantas ornamentales, mientras que los hombres tienden a dedicarse a la siembra y cría de animales.
- Se reconoce que las mujeres pueden enfrentar más dificultades para distribuir sus productos, ya que muchas deben combinar el trabajo con responsabilidades domésticas y de cuidado.

2.1.5 Contribución del Emprendimiento al Desarrollo Local

En términos generales, los participantes son capaces de identificar varios aportes de los emprendimientos a sus localidades en particular y al desarrollo local en general.

Se destaca que los emprendimientos crean fuentes de trabajo para personas cesantes en la comunidad, lo que dinamiza la economía local. Además, los emprendimientos pueden ayudar a evitar la migración hacia las ciudades, ya que, al generar empleo y oportunidades, permiten que los jóvenes permanezcan en sus comunidades.

La mayoría coincide en que los emprendimientos aportan vitalidad al sector y permiten a las personas ser independientes, evitando que se vean forzadas a aceptar trabajos más rígidos y dependientes.

Se menciona que ciertas actividades comerciales y ferias locales incentivan el turismo y atraen a más personas al pueblo, lo que contribuye al crecimiento económico y cultural, mejorando la visibilidad de productos agrícolas locales y atrayendo compradores a la zona. Además, con la especialización de ciertas zonas en productos agrícolas específicos contribuyen al desarrollo de una identidad territorial.



2.1.6 Historias de sus emprendimientos

Las personas jóvenes entrevistadas señalaron diversas razones que los llevaron a iniciar sus emprendimientos. En muchos casos, el emprendimiento surgió como una continuación del trabajo familiar, aprovechando los recursos y conocimientos heredados de sus padres. Por ejemplo, algunos mencionaron que sus padres ya se dedicaban a actividades agrícolas o comerciales, lo que facilitó su incursión en el mundo del emprendimiento.

Otro factor clave fue la necesidad económica. Varios indicaron que comenzaron sus negocios debido a la falta de empleo o la necesidad de generar ingresos adicionales para sus hogares. Para algunos, el emprendimiento representó una alternativa a los trabajos asalariados tradicionales, permitiéndoles mayor independencia y flexibilidad en sus horarios.

También se destacó la influencia de experiencias previas en el mundo laboral. Algunos participantes señalaron que, tras haber trabajado en rubros específicos (como mecánica agroforestal o comercio), decidieron emprender en esos mismos sectores debido a su conocimiento y habilidades adquiridas.

Por último, algunos vieron en el emprendimiento una oportunidad para crecer profesionalmente y consolidarse en un rubro específico, aspirando a escalar y hacer sus negocios más rentables y sostenibles en el tiempo.

Al seguir profundizando en las historias de estos emprendimientos, nos encontramos con una serie de desafíos que han enfrentado al iniciar y mantener sus negocios. Los participantes relatan los distintos tipos de dificultades o problemas que han debido enfrentar, siendo algunos superados mientras otros han tenido como consecuencia el fin de sus emprendimientos.

- Falta de acceso a financiamiento y apoyo técnico.
- Altos costos de producción y transporte en zonas rurales.
- Inestabilidad en la demanda y fluctuaciones del mercado.
- Dificultades para formalizar los negocios y cumplir con regulaciones.
- Falta de redes de comercialización para productos agrícolas.

2.1.7 Capacitaciones y financiamiento

Capacitación

Las personas jóvenes entrevistadas reportan un bajo nivel de participación en programas de formación y capacitación específicos para emprendedores rurales. En general, la mayoría no ha participado en capacitaciones organizadas por entidades como INDAP, FOSIS, FIA, SERCOTEC o MINAGRI. Las razones principales que explican esta falta de participación incluyen:

- **Desinformación:** Varios mencionan que desconocen la existencia de estos programas o no han recibido información clara sobre su disponibilidad.
- **Acceso restringido:** Algunos indican que las capacitaciones están dirigidas solo a ciertos grupos, como usuarios acreditados de INDAP o PRODESAL, lo que excluye a muchos jóvenes emprendedores.
- **Sensación de exclusión:** Algunos entrevistados creen que las capacitaciones benefician solo a ciertos grupos seleccionados de manera arbitraria o con “pitutos”, desincentivando su participación.
- **Falta de oportunidades o interés:** Algunos mencionan que nunca se han interesado por inscribirse en capacitaciones o que no han tenido la oportunidad.

No obstante, quienes sí han participado destacan la importancia de adquirir conocimientos prácticos y técnicos para mejorar la gestión de sus negocios.

Aquellos que han participado en capacitaciones tienen experiencias diversas. Algunos valoran positivamente los cursos en los que han estado, especialmente aquellos relacionados con contabilidad y gestión financiera, señalando que han sido útiles para comprender aspectos legales y administrativos del emprendimiento. Otros han participado en capacitaciones de producción agrícola, aunque en algunos casos no han logrado aplicar los conocimientos adquiridos debido a la falta de demanda del mercado o dificultades técnicas.

Por otro lado, algunos mencionan que han asistido a capacitaciones no por elección propia, sino porque eran requisitos para acceder a ciertos fondos o beneficios. También se señala que la oferta de capacitación debería modernizarse y ajustarse más a las necesidades reales de los emprendedores rurales.

Financiamiento

En términos de financiamiento, la mayoría de las personas jóvenes entrevistadas tienen poco conocimiento sobre las fuentes de financiamiento disponibles para emprendimientos rurales. Muchos mencionan que saben de la existencia de fondos como el Capital Semilla, FOSIS o SERCOTEC, pero no tienen claridad sobre los requisitos de postulación. Algunos destacan que ciertos fondos están dirigidos solo a personas en situación de vulnerabilidad, lo que limita su acceso.

Otros mencionan que los procesos de postulación pueden ser complejos y burocráticos, lo que desincentiva a muchos emprendedores. También hay una percepción de que el acceso a estos fondos está mediado por redes de contacto o “pitutos”, lo que genera desconfianza en la equidad de los procesos de selección.

A pesar de estas dificultades, algunos han logrado acceder a financiamiento a través de programas específicos o entidades bancarias como BancoEstado y Corfo, destacando la importancia del financiamiento para escalar sus negocios y adquirir herramientas productivas.

En conclusión, tanto la capacitación como el financiamiento son áreas clave para el desarrollo del emprendimiento juvenil rural en el Maule, pero existen barreras de acceso, falta de información y una percepción de desigualdad en las oportunidades.

2.1.8 Perspectivas Futuras

Los participantes muestran una visión pesimista sobre el futuro del emprendimiento agrícola en el sector rural. Algunos destacan que el negocio agrícola ha perdido rentabilidad debido al alto costo de los insumos, como los abonos y fertilizantes, lo que ha llevado a muchos agricultores a vender sus terrenos, ya sea a grandes fundos o para urbanización. La expansión de los huertos frutales ha reducido el espacio disponible para cultivos tradicionales como porotos, zapallos y remolachas, lo que ha afectado la diversidad agrícola en la zona.

Algunos participantes mencionan que las tierras agrícolas están cada vez más concentradas en grandes producciones industriales, lo que dificulta la entrada de pequeños productores y nuevos emprendedores. También se señala la falta de interés de las nuevas generaciones en continuar con la actividad agrícola, ya que muchos prefieren dedicarse a otros oficios en áreas urbanas.

En términos de oportunidades, algunos destacan que, aunque el panorama es desafiante, el emprendimiento agrícola sigue teniendo potencial, especialmente si se logra diversificar la producción y aprovechar programas de apoyo estatales. Sin embargo, el acceso a estos beneficios sigue siendo limitado por falta de información y barreras burocráticas.

En contraste con la visión crítica sobre el futuro agrícola, las personas jóvenes entrevistadas expresan un fuerte arraigo al campo y su deseo de permanecer en zonas rurales a largo plazo. La mayoría indica que no cambiaría la vida en el campo por la ciudad, ya que valoran la tranquilidad, la conexión con la naturaleza y la posibilidad de ser autosuficientes con la producción de alimentos.

Algunos participantes mencionan que, a pesar de los desafíos económicos y estructurales, su objetivo es mantenerse en el sector rural y fortalecer sus emprendimientos. Para ellos, la vida en el campo representa una mejor calidad de vida en comparación con el estrés y las exigencias de la vida urbana.

Otros reconocen que su permanencia en el sector rural dependerá de su capacidad para hacer sostenible su emprendimiento en el tiempo. Mientras algunos están dispuestos a resistir las dificultades y buscar oportunidades para mejorar sus negocios, otros señalan que, si las condiciones económicas no mejoran, podrían verse obligados a migrar a la ciudad.

2.2 Entrevistas a Stakeholders

2.2.1 Caracterización de las instituciones consultadas

En la Región del Maule se realizaron cinco entrevistas a representantes de distintas instituciones vinculadas al emprendimiento rural. Estas instituciones se agrupan en cuatro categorías:

- **Centro de Negocios:** Corresponde a instituciones del sector privado que brindan apoyo al fomento del emprendimiento rural a través de fondos, capacitaciones, programas de asistencia y generación de redes comerciales. En esta categoría, se entrevistó a un representante de CODESSER, sede Talca.
- **Academia:** Incluye instituciones de educación superior, como universidades, institutos y centros de formación técnico-profesional, que desarrollan actividades educativas e investigativas relacionadas con el emprendimiento en el mundo rural. En esta categoría, se entrevistó a un representante de INACAP, sede Talca.
- **Organismos Públicos:** Comprende instituciones estatales y gubernamentales de nivel intermedio, como gobernaciones, secretarías regionales ministeriales (SEREMI) y entidades ministeriales de dependencia central, con competencias en el sector rural y el fomento productivo. En esta categoría, se entrevistó a un representante de la Secretaría Regional Ministerial de Agricultura (SEREMI) y a un representante de la Dirección Regional de INDAP Maule.
- **Nivel Comunal:** Incluye instituciones públicas o privadas que operan a nivel comunal, como municipios, corporaciones de derecho privado o empresas con un fuerte vínculo con el territorio y proyectos relacionados con el emprendimiento rural. En esta categoría, se entrevistó a un representante de la Mesa de Productores Agrícolas del Maule.

2.2.2 Experiencia y conocimiento de los entrevistados

El conocimiento declarado y percibido sobre el emprendimiento rural juvenil varió significativamente entre los entrevistados, reflejando distintos niveles de experiencia y enfoques en la temática.

- Centro de Negocios (CODESSER): El representante de CODESSER señaló que, si bien ha trabajado activamente con emprendimientos liderados por personas jóvenes, estos suelen ser de naturaleza urbana y vinculados a programas de formación de SERCOTEC. Por esta razón, su conocimiento sobre el mundo rural es más bien general y basado en nociones comunes sobre el sector, sin un vínculo directo con el emprendimiento agrícola juvenil.
- Academia (INACAP): Aunque el entrevistado del ámbito académico no ha realizado investigación específica sobre el tema, ha participado activamente en iniciativas regionales orientadas al emprendimiento rural. Su trabajo se ha enfocado en fortalecer el crecimiento del emprendimiento agrícola en términos generales, sin centrarse exclusivamente en jóvenes. No obstante, esta experiencia le ha permitido desarrollar un conocimiento concreto sobre la temática.

Organismos Públicos (SEREMÍA de Agricultura e INDAP): Se identificaron dos perspectivas complementarias dentro de los organismos públicos:

- El representante de la Secretaría Regional Ministerial de Agricultura (SEREMI) ha centrado su labor en fortalecer el rol de la mujer en el sector agrícola, tanto a nivel productivo como organizacional. Su enfoque, por lo tanto, se orienta principalmente hacia mujeres jóvenes emprendedoras del rubro.
- En contraste, el entrevistado de INDAP señaló que los vínculos de la institución con las personas jóvenes emprendedoras han estado mayormente ligados a instancias organizativas formales impulsadas por el Estado. Según su percepción, esto ha generado cierta distancia con la experiencia directa del emprendimiento en el agro.
- Nivel Comunal (Mesa de Productores Agrícolas del Maule): El representante de la Mesa de Productores Agrícolas del Maule compartió su experiencia personal como emprendedor desde joven en el sector. Destacó su activa y constante participación junto a otros emprendedores en situaciones similares, impulsando proyectos de negocio agrícolas de manera colaborativa.
- En términos generales, se observa que las perspectivas y enfoques sobre el emprendimiento rural juvenil son diversos, lo que permite ponderar el peso específico de cada una en la caracterización de la juventud rural emprendedora en la Región del Maule.

2.2.3 Caracterización social de la juventud rural emprendedora

El perfil de la juventud rural emprendedora adquiere múltiples matices en las entrevistas, algunos de ellos incluso contradictorios, lo que contribuye a definir qué se entiende por “persona joven rural emprendedora”. Uno de los aspectos más destacados es la descripción de estas personas como “quienes regresan al campo tras haber migrado a zonas urbanas por razones laborales o de estudio”.

Los representantes de CODESSER, INDAP y la Secretaría Regional Ministerial de Agricultura coinciden en esta caracterización. Al profundizar en el tema, señalan que estas personas jóvenes suelen ser de segunda o tercera generación de familias dedicadas al campo, quienes han heredado terrenos y retornan a trabajar en ellos tras haber cursado algún tipo de formación superior en la ciudad, ya sea universitaria o técnica.

Este retorno al campo no ocurre de manera casual, sino que responde a una búsqueda de un estilo de vida distinto al urbano, con una orientación productiva que permite adaptar el trabajo agrícola a un enfoque más sostenible, basado en los conocimientos adquiridos en su formación profesional. Un punto en el que todos los entrevistados coinciden es que estos jóvenes tienen un fuerte interés en profesionalizarse dentro del sector agrícola. Desde INACAP, además, se destaca que la innovación es un elemento central en el esfuerzo emprendedor de esta población.

Sin embargo, el perfil de la persona joven rural emprendedora también presenta desafíos en su relación con las instituciones. Desde INDAP, se los describe como personas mayoritariamente impacientes, poco tolerantes a los tiempos burocráticos, los cuales suelen ser extensos y dificultan el acceso a financiamiento y apoyo estatal. Según esta visión, esta característica explicaría parte de las barreras que enfrentan los emprendimientos rurales para consolidarse.

Por otro lado, la visión del representante de la Mesa de Productores Agrícolas del Maule difiere significativamente. Para él, el “emprendedor rural joven no es quien regresa al campo tras una formación en la ciudad, sino quien nunca se fue”. Se trata de quienes, tras finalizar la educación secundaria, optaron por quedarse en su lugar de origen, desarrollando su vida y su actividad productiva en el entorno rural. Esta perspectiva se distancia del perfil de la persona joven profesional que retorna y enfatiza la importancia de la identidad rural.

Según sus palabras: “El foco del joven rural emprendedor está en recuperar sus raíces y su identidad vinculada al trabajo agrícola, la cual se ve amenazada por las nuevas dinámicas del comercio internacional, en particular la exportación de bienes agrícolas impulsada desde las ciudades. En respuesta a ello, busca alternativas de vida distintas a las que ofrecen los entornos urbanos”.

Tensión entre percepciones institucionales y experiencias individuales

Los distintos discursos evidencian una tensión en la caracterización de la juventud rural emprendedora, marcada especialmente por la posición y experiencia de cada entrevistado. Mientras que desde las instituciones públicas y privadas —como organismos gubernamentales y empresas— se percibe a estos jóvenes como profesionales y técnicos que retornan al campo, la visión expresada por la Mesa de Productores Agrícolas plantea que el verdadero emprendedor rural es quien nunca se fue y ha construido su vida en el campo bajo modelos alternativos.

Esta oposición revela una brecha en la comunicación entre la imagen de la persona joven emprendedora rural proyectada por las instituciones y la realidad de quienes se identifican como tales, según lo expuesto por el representante de la Mesa de Productores.

2.2.4 Caracterización de los emprendimientos liderados por juventud rural

Como se observó en la fase cuantitativa, los emprendimientos no vinculados al sector agrícola representan una opción relevante para la juventud rural que decide emprender. Este tipo de negocios incluye la venta de productos de uso general o doméstico, como prendas de vestir, electrodomésticos y maquillaje, así como la prestación de diversos servicios.

La presencia de estos emprendimientos fue un tema recurrente en las entrevistas, en las que se consultó a

los actores sobre su percepción de este fenómeno y la consecuente caracterización de la juventud rural emprendedora en sus propios términos.

Desde CODESSER e INACAP, ambos representantes señalaron no contar con información suficiente para describir con precisión este tipo de emprendimientos.

- Desde CODESSER, se indicó que la juventud rural emprendedora se caracteriza por buscar innovar en el sector agrícola, aunque no se pudieron proporcionar ejemplos concretos de estas innovaciones. Además, se mencionó la existencia de segregaciones por sexo, observando que las mujeres tienden a dedicarse a la producción de hortalizas, mientras que los hombres son percibidos como “más innovadores”.
- Desde INACAP, se señaló que, aunque no se dispone de información suficiente para caracterizarlos con certeza, es posible que la predominancia de negocios de sustento básico y con un perfil más urbano se deba a que las barreras de acceso para este tipo de emprendimientos son menores en comparación con los negocios agrícolas. Se mencionó que la venta de ropa o el comercio de bienes suele ser una forma rápida de generar capital, el cual puede luego ser reinyectado en proyectos agrícolas o utilizado para compensar pérdidas en cosechas. Además, se destacó que la falta de emprendimientos agrícolas puede estar vinculada a la pérdida de arraigo no solo con la tierra, sino también con las formas de identidad propias del sector rural.

Tensiones entre lo rural y lo urbano

Desde INDAP y la SEREMIA de Agricultura, también se reconoce esta tensión entre el emprendimiento rural y urbano. Aunque su conocimiento se centra en la agroindustria y la silvicultura, destacan que estos negocios complementan los ingresos eventuales de los emprendedores rurales y responden a necesidades materiales de la población en el sector.

Por su parte, desde la Mesa de Productores Agrícolas del Maule, se observa que, entre las personas jóvenes rurales, hay una tendencia a orientarse hacia modelos de agricultura más sostenibles, como la permacultura y la recuperación del campo. Se enfatiza, además, la importancia de estrategias de asociatividad, ya que el emprendimiento no puede entenderse de manera aislada, sino que depende de las redes formales e informales que los trabajadores y emprendedores del sector establecen entre sí para sostener sus negocios.

En conclusión, existe un interés creciente por nuevas formas de aproximarse al trabajo agrícola, con mayor conciencia sobre su impacto ambiental y con la intención de desarrollar innovaciones que mitiguen o eliminen estos efectos negativos. Sin embargo, la figura del emprendedor agrícola y el modelo de negocio que proyecta parecen desdibujarse en el contexto de las demandas económicas familiares y las percepciones de los actores institucionales sobre estas respuestas.

2.2.5 Barreras para el emprendimiento

Las barreras que enfrenta la juventud rural emprendedora pueden dividirse en dos momentos clave:

- Barreras para iniciar un emprendimiento.
- Barreras para sostenerlo en el tiempo.

Barreras para iniciar un emprendimiento

Los entrevistados identificaron diversas dificultades en las primeras etapas del emprendimiento, entre las cuales destacan:

- **Acceso a tierra y agua para la producción:** Estos recursos son fundamentales para los emprendimientos agrícolas. Sin embargo, desde la Mesa de Productores Agrícolas del Maule, se advierte que muchas personas interesadas en emprender no cuentan con terrenos aptos para la producción o carecen de acceso al agua para sostener sus cultivos.
- **Brechas formativas:** Se identifican carencias en formación, especialmente en gestión financiera y planificación económica, lo que dificulta tanto el inicio como la sostenibilidad de los emprendimientos.
- **Acceso al financiamiento:** El acceso a financiamiento es limitado, especialmente en las etapas iniciales, cuando se requiere mayor inversión. Esto se debe en gran parte al desconocimiento sobre fondos disponibles y a la falta de formación en la formulación de proyectos. Además, se señala la escasez de fondos específicos para la juventud rural.
- **Ausencia de redes de apoyo:** Dada la naturaleza productiva del sector agrícola, las redes de asociatividad son clave para el surgimiento y mantenimiento de los negocios. Sin embargo, la falta de estas redes representa un obstáculo significativo para quienes inician un emprendimiento.
- **Dificultades para la formalización:** La formalización es un proceso complejo y poco accesible, especialmente para personas con menor formación académica. Desde la Mesa de Productores Agrícolas del Maule, se destaca que, aunque formalizarse permite acceder a beneficios y apoyos estatales, existen incentivos para no hacerlo, ya sea por la burocracia del proceso o por las condiciones económicas que desincentivan la formalización.
- **Factores personales:** Existen atributos individuales que pueden dificultar el inicio del emprendimiento. Desde INACAP, se señala la existencia de una dependencia del asistencialismo, es decir, una inclinación a mantenerse dentro de programas de apoyo estatal en lugar de asumir los riesgos del emprendimiento. También se menciona la aversión al riesgo, factor determinante para decidir si se invierte en un negocio, dado el nivel de incertidumbre del sector productivo.

En términos generales, estas barreras pueden agruparse en cuatro dimensiones:

- **Barreras individuales:** Relacionadas con atributos personales, como la falta de educación o la aversión al riesgo.
- **Barreras económicas:** Dificultades asociadas a la falta de recursos financieros y al acceso a insumos productivos como la tierra y el agua.
- **Barreras institucionales:** Falta de conocimiento sobre los ecosistemas de apoyo al emprendimiento, dificultades en la gestión de trámites y acceso limitado a programas de financiamiento.
- **Barreras sociales:** Débil integración en redes de apoyo y baja asociatividad entre emprendedores rurales.

Identificar estas barreras iniciales es fundamental para evaluar los desafíos que enfrentan los emprendimientos rurales en el tiempo, observando cuáles se mitigan, cuáles persisten y qué nuevas dificultades surgen en el proceso.

Barreras para sostener un emprendimiento

Una vez que las personas jóvenes logran iniciar sus negocios, enfrentan nuevos desafíos para su permanencia en el tiempo. Los entrevistados identificaron dos principales dimensiones de barreras:

- Factores personales
- Baja tolerancia a la frustración, lo que puede llevar a la deserción temprana del emprendimiento.
- Falta de visión empresarial, es decir, poca disposición a convertir la actividad productiva en un modelo rentable y escalable, asumiendo los riesgos que esto conlleva.
- Falta de asociatividad
- Desde la Mesa de Productores Agrícolas del Maule, se destaca que ha habido avances en la generación de espacios colectivos de trabajo.
- No obstante, desde INACAP, se advierte que la ausencia de redes de colaboración sigue siendo una de las principales dificultades para la sostenibilidad de los emprendimientos en el tiempo.

Si bien factores como la falta de financiamiento también influyen en la sostenibilidad de los negocios, los entrevistados coinciden en que las barreras más determinantes son de carácter individual y social.

2.2.6 Mujeres en el emprendimiento rural

La percepción de los entrevistados sobre el rol de la mujer en el emprendimiento rural es diversa y llena de matices, lo que dificulta la construcción de una visión única y consensuada.

Uno de los principales puntos de diferencia es el nivel de participación productiva de las mujeres en el sector agrícola.

Desde INDAP, se indica que las mujeres representan aproximadamente la mitad de los productores rurales, lo que sugiere una participación equitativa con los hombres.



En contraste, desde INACAP, se señala que su presencia en el desarrollo agrícola es menor, debido a que en el mundo rural están más sujetas a formas tradicionales de segregación de género en comparación con las mujeres en entornos urbanos. La percepción es que las barreras culturales del sector rural restringen su participación en las actividades productivas.

Intereses productivos y formas de aproximarse al emprendimiento

Existen diferencias también en cuanto a los intereses productivos y la forma en que las mujeres se involucran en el emprendimiento rural.

- Desde CODESSER, se destaca que las mujeres muestran mayor interés en aprender que los hombres y participan activamente en instancias de formación y capacitación, lo que les permite desarrollar una mayor resiliencia y enfrentar mejor las dificultades del sector.
- Según la Mesa de Productores Agrícolas del Maule, las mujeres poseen mejores credenciales educativas que los hombres. Se señala que son ellas quienes, en mayor medida, retornan al campo tras haber accedido a formación superior, lo que las hace más innovadoras y con un enfoque orientado a la postproducción más que a la producción primaria o el trabajo de la tierra.
- Desde la SEREMIA de Agricultura, también se menciona que las mujeres tienden a involucrarse en actividades relacionadas con la postproducción y en sectores feminizados, como la floricultura y el cultivo de hortalizas, mientras que los hombres están más dedicados a la producción primaria y al trabajo directo con la tierra.
- Participación en organizaciones y generación de redes.
- Las diferencias de género en el agro no solo se observan en la producción, sino también en el ámbito organizativo.
- Se reconoce que, en muchas asociaciones rurales, como la Mesa de Productores Agrícolas del Maule, los liderazgos son predominantemente masculinos. Esto se replica en diversas estructuras organizativas del sector rural.
- Sin embargo, a nivel de base, la participación femenina es más relevante. Se destaca que las mujeres son más propensas a involucrarse en instancias de asociatividad, fomentando la creación de redes de colaboración que fortalecen el desarrollo agrícola.

En conclusión, para los entrevistados en la Región del Maule, las mujeres en el agro continúan enfrentando roles de género tradicionales, que las vinculan principalmente a tareas de cuidado. Sin embargo, logran abrirse espacios en el sector productivo, especialmente en dos momentos clave de su vida:

- Cuando son jóvenes y aún no han formado una familia propia.
- Cuando son mayores y han finalizado sus labores de cuidado dentro del núcleo familiar.

Su presencia no solo influye en qué se produce, sino también en cómo se produce. Se las percibe como más abierta a la innovación, con una mayor capacidad de adaptación y resiliencia frente a las adversidades del trabajo agrícola, en comparación con los hombres.

2.2.7 Relación con la institucionalidad

Identificación de instituciones u organizaciones público-privadas vinculadas al sector agrícola y a la juventud rural emprendedora

Las instituciones mencionadas por los entrevistados en relación con el emprendimiento rural agrícola pueden clasificarse en diferentes niveles de jerarquía y proximidad a los jóvenes emprendedores del agro. Desde organizaciones más cercanas, como cooperativas y mesas de trabajo, hasta entidades de alcance regional, como la SEREMIA, se observa una variedad de actores con distintos grados de influencia.

Las principales instituciones identificadas son:

- Núcleos sociales basales: Incluyen la familia y los vecinos más próximos. Aunque no constituyen una institución formal, desempeñan un rol clave en el desarrollo del emprendimiento rural, ya que suelen ser el primer espacio de apoyo y sostenimiento para quienes inician actividades productivas.
- Asociaciones y Mesas de Trabajo: Son organizaciones que cumplen un papel intermedio entre lo comunitario y lo institucional. Su función es agregar y representar el trabajo de los jóvenes rurales emprendedores, brindándoles una plataforma comercial estable y apoyo productivo.
- Instituciones de educación: Comprenden establecimientos públicos y privados, tanto de educación media como superior. Se presentan como los primeros espacios de encuentro y formación para las personas jóvenes rurales emprendedoras, donde pueden compartir con pares, generar redes y adquirir conocimientos clave para el desarrollo de sus actividades productivas.
- Instituciones privadas: Son empresas que, si bien no están necesariamente enfocadas en la educación, generan espacios de vinculación y fomento del desarrollo agrícola y el emprendimiento. Estas instituciones pueden proporcionar fondos de financiamiento, asesoría técnica, formación, becas, publicidad y oportunidades de networking con otros actores del sector.
- Instituciones de Gobierno local: Incluyen municipios, alcaldías, concejos y departamentos municipales, que en algunos sectores tienen una participación activa en el fomento y acompañamiento al emprendedor rural, mientras que en otros su presencia es limitada. Para el caso del Maule, los entrevistados perciben que su intervención es más bien distante, con un alcance irregular según la localidad.
- Instituciones de Gobierno de nivel intermedio: En esta categoría se encuentran organismos como la SEREMIA de Agricultura e INDAP, cuya labor se desarrolla desde una perspectiva regional. Si bien tienen proximidad con el trabajo agrícola, su impacto puede ser limitado debido a su nivel administrativo, ya que deben abordar el desarrollo regional en un marco más amplio y no siempre logran cubrir las necesidades específicas de los jóvenes emprendedores rurales.

A continuación, se analizará cómo algunas de estas instituciones se articulan y relacionan con la juventud rural emprendedora en la región del Maule.

Descripción de las relaciones entre institución y usuario percibida por los entrevistados

Las relaciones entre las personas jóvenes emprendedoras rurales y las distintas instituciones que los rodean —especialmente aquellas que exceden el nivel más inmediato, como las instituciones de educación, empresas privadas y organismos gubernamentales— son en su mayoría distantes.

A nivel de centros educativos y empresas privadas, la percepción, según lo expresado por INACAP y

CODESSER, es que, si bien logran llegar a ciertos emprendedores, su penetración y alcance en el sector agrícola podrían mejorar.

- Desde INACAP, se indica que su vínculo con este perfil se ha limitado a facilitar espacios, sin una conexión más profunda.
- Desde CODESSER, se señala que las postulaciones a fondos de financiamiento y el interés por capacitaciones son reducidos entre las personas jóvenes emprendedoras rurales.

Estas instituciones expresan su interés en fortalecer estos vínculos, pero enfrentan dificultades para definir cómo y cuándo establecerlos, ya que muchas veces no logran llegar a ellos.

Desde la Mesa de Productores Agrícolas del Maule, se señala que la relación con estas instituciones suele ser instrumental. Es decir, su participación en capacitaciones y actividades institucionales no necesariamente responde a un interés formativo, sino a una exigencia impuesta por ciertos fondos de financiamiento para garantizar la transferencia monetaria. En este sentido, el vínculo no se establece por una búsqueda de formación, sino por la necesidad de acceder a recursos económicos.

A nivel institucional, desde la SEREMIA de Agricultura se reconoce que existe distancia con las personas jóvenes emprendedores rurales, principalmente por limitaciones prácticas:

- No cuentan con recursos financieros ni capacidad humana suficiente para establecer vínculos directos y personalizados con los emprendedores.
- La falta de vehículos para trasladarse a las zonas rurales y las restricciones de tiempo y personal son obstáculos significativos para una relación más cercana.

No obstante, desde INDAP se destaca que han logrado establecer buenas aproximaciones con algunas dirigencias rurales y han podido apoyarlas en diversas necesidades, como:

- Facilitación de espacios y gestión de charlas.
- Entrega de información y acceso a recursos.

A pesar de estos avances, INDAP reconoce que, si bien su trabajo es relevante, no alcanza el nivel de profundidad que les gustaría. Esto se debe a las limitaciones burocráticas del aparato estatal, que a menudo generan distancia y resistencia por parte de la juventud rural emprendedora, dificultando su participación activa.

Desde la Mesa de Productores Agrícolas del Maule, se reconoce que en los últimos años ha habido un mayor acercamiento por parte de las instituciones, lo que ha permitido una relación más estrecha. Sin embargo, persiste la incertidumbre sobre la sostenibilidad de este vínculo en el tiempo. La principal preocupación radica en la influencia de las directrices gubernamentales sobre el nivel de compromiso y cercanía de estas instituciones con el sector rural. Según su experiencia, los cambios en el gobierno impactan directamente en la continuidad de las iniciativas, lo que genera dudas sobre si este vínculo se mantendrá en el futuro.

Oportunidades de mejora en torno a la relación con la institucionalidad

Las principales oportunidades de mejora en el apoyo al emprendimiento rural juvenil son percibidas de manera diferenciada entre las instituciones públicas y privadas.

- Desde el ámbito privado, la principal área de mejora identificada es la difusión de actividades y oportunidades existentes, así como la facilitación del acceso a estos recursos para los jóvenes emprendedores rurales.
- En contraste, desde las instituciones públicas, como SEREMIA e INDAP, las críticas se centran en la estructura institucional actual, señalando la necesidad de adaptar las normativas y los mecanismos de apoyo a las nuevas demandas del sector agrícola.

Desde la SEREMIA de Agricultura, se identifica como un desafío clave el hecho de que la institucionalidad no está alineada con los intereses y necesidades de las nuevas generaciones, especialmente en lo que respecta a una visión productiva más sostenible del trabajo agrícola.

Un ejemplo de esto es la Ley Orgánica Integral de INDAP, cuyo diseño operativo responde a un contexto agrícola que ha cambiado significativamente. En su origen, esta normativa fue pensada para una estructura productiva distinta, con bienes y espacios diferentes a los actuales. Como resultado: INDAP presenta más barreras que oportunidades para las personas jóvenes rurales emprendedoras, especialmente cuando sus negocios crecen y dejan atrás la economía de subsistencia. Los emprendimientos que superan el nivel de subsistencia quedan fuera del acceso a financiamiento y formación por parte de la institución, limitando su desarrollo.

Desde INDAP, también se reconoce la necesidad de actualizar la normativa, pero con un enfoque en aumentar la flexibilidad del sistema para responder mejor a las necesidades de los jóvenes emprendedores.

Se identifican dos áreas de mejora:

- Prestación de servicios: Ampliar y diversificar los servicios de apoyo para adaptarlos a los requerimientos específicos de los jóvenes del sector agrícola.
- Reducción de tiempos burocráticos: Los procesos administrativos extensos impiden dar respuestas oportunas a las necesidades inmediatas de los emprendedores.

Esta actualización permitiría retener y reencantar a las juventudes rurales, asegurando que las oportunidades de apoyo se ajusten a sus tiempos y expectativas.

Impacto de la inversión en infraestructura y conectividad

En esta misma línea, INDAP destaca que los proyectos de inversión orientados a mejorar la habitabilidad y modernizar el sector rural han sido fundamentales para reducir la migración de la juventud a las ciudades.

- Se enfatiza el impacto positivo de iniciativas como proyectos de conectividad y acceso a servicios básicos, que han mejorado la calidad de vida en las zonas rurales.
- La llegada del Estado no solo debe abordarse desde la burocracia, sino también desde la infraestructura, incluyendo calles, caminos, carreteras y acceso a servicios esenciales de vivienda.

Hacia una nueva relación entre el Estado y el sector agrícola

Las posturas institucionales plantean la necesidad de repensar el papel del Estado en su relación con el sector agrícola y con los nuevos actores que emergen en él. Para lograrlo, es clave dotar a la institucionalidad de mayores capacidades de respuesta que permitan adaptarse a las necesidades reales de las personas jóvenes

emprendedoras rurales, facilitando su desarrollo y consolidación en el sector.

2.2.8 Capacitaciones

Valoración de las capacitaciones: percepción y pertinencia

La percepción sobre las capacitaciones varía significativamente entre los entrevistados y depende de un factor clave: la pertinencia percibida de la formación ofrecida. En general, los participantes no las conciben como un concepto único y homogéneo, sino que prefieren evaluarlas de manera individual o focalizada, ya que han experimentado múltiples instancias con características muy distintas entre sí.

La crítica más recurrente es que las capacitaciones no se adecúan a las necesidades reales de quienes las reciben. Esto se debe a dos razones principales:

- **Falta de aplicabilidad:** Muchas capacitaciones son percibidas como demasiado abstractas o teóricas, lo que las hace poco útiles para la realidad del trabajo en el campo.
- **Repetición de conocimientos:** En algunos casos, se imparten contenidos que los participantes ya conocen, lo que genera desinterés y reduce su impacto.

Existe una percepción generalizada de que las entidades que diseñan e imparten estas capacitaciones tienen una visión de la persona joven rural emprendedora que no se ajusta a la realidad. Se considera que predomina la imagen del emprendedor rural como una persona joven profesional, cuando en muchos casos se trata de personas jóvenes que han decidido permanecer en el campo y tienen un nivel educativo bajo o limitado.

A pesar de las críticas, se reconoce un valor positivo en ciertas capacitaciones, especialmente aquellas impartidas por SERCOTEC, debido a su enfoque más práctico y aplicado. Sin embargo, también se menciona que, incluso en estos casos, su utilidad puede ser limitada, dependiendo del contexto y las necesidades específicas de cada emprendedor rural.

Nivel de conocimiento sobre capacitaciones

Además de las percepciones sobre la utilidad de las capacitaciones, los entrevistados coinciden en que el nivel de conocimiento sobre estas instancias es bajo, ya que no logran alcanzar a toda la población a la que están dirigidas.

Uno de los principales obstáculos señalados es la dificultad para acceder a la información sobre las capacitaciones. Se menciona que la difusión no llega de manera efectiva al campo, lo que limita el conocimiento sobre las oportunidades disponibles.

Asimismo, las barreras de acceso no solo son informativas, sino también logísticas. Los entrevistados destacan que la asistencia a estas instancias se ve dificultada tanto por problemas de conectividad digital como por limitaciones en el transporte y la infraestructura física en zonas rurales.

Como resultado, el alcance de las capacitaciones es reducido, con una baja participación de las personas jóvenes rurales, lo que impide que estas instancias tengan un impacto significativo en la mayoría de la población a la que buscan beneficiar.

Oportunidades de mejora en las capacitaciones para jóvenes rurales emprendedores

Más allá de la modalidad digital o presencial, los entrevistados identifican diversas áreas de mejora para

Desde la Mesa de Productores Agrícolas del Maule, se destaca la importancia de que las capacitaciones sean dictadas por otros emprendedores rurales, quienes pueden compartir sus experiencias de vida y brindar una perspectiva más realista sobre los desafíos y soluciones que enfrentan en el sector.

Según el dirigente entrevistado:

- La información técnica es accesible en internet o en textos especializados.
- Las discusiones abstractas pueden darse en libros o entre pares.
- Lo que no se encuentra fácilmente es un espacio donde se hable desde la experiencia vivida, ofreciendo aprendizajes concretos y aplicables a la realidad del joven rural emprendedor.

Por ello, desde la Mesa, se enfatiza que el foco debe estar en capacitaciones basadas en experiencias reales, con contenidos que aborden problemas cotidianos del emprendimiento rural y sus posibles soluciones.

Desde INDAP, se identifica otro desafío clave: ajustar el perfil del participante a la realidad de las capacitaciones. Se reconoce un desajuste entre el emprendedor rural real y el perfil que asumen las instancias de formación, lo que reduce su impacto.

Para mejorar este aspecto, se plantea la necesidad de:

- Diseñar capacitaciones más participativas, con menor énfasis en la exposición teórica y mayor interacción entre capacitado y capacitador.
- Implementar formatos más prácticos, que permitan la aplicación directa de los conocimientos adquiridos en las actividades productivas.

Desde INACAP, se resalta la importancia de fortalecer los lazos entre las personas jóvenes rurales emprendedoras y las instituciones públicas y privadas que organizan capacitaciones. Se considera que una mejor comunicación y colaboración entre ambos sectores permitiría adaptar mejor los contenidos y metodologías, asegurando capacitaciones más pertinentes y con mayores resultados positivos.

2.2.9 Fuentes de financiamiento

Valoración percibida de las fuentes de financiamiento

De manera similar a las capacitaciones, las fuentes de financiamiento son bien valoradas en términos generales, pero su acceso es percibido como difícil y limitado.

La visión más crítica proviene desde la Mesa de Productores Agrícolas del Maule, donde se señala que los fondos disponibles no están diseñados para responder a las particularidades del emprendimiento agrícola:

- Las bases y requisitos de postulación no consideran las capacidades productivas ni la realidad del sector agrícola, lo que dificulta que los emprendedores rurales puedan acceder a ellos.
- Existe una brecha formativa significativa en la preparación de postulaciones, ya que muchas personas jóvenes rurales no cuentan con las herramientas técnicas o administrativas necesarias para presentar proyectos competitivos.
- Como consecuencia, la juventud rural emprendedora queda excluida de estos espacios de financiamiento, lo que limita sus oportunidades de crecimiento y consolidación en el sector.

Este diagnóstico refuerza la necesidad de ajustar los programas de financiamiento a la realidad del emprendimiento agrícola, asegurando que las oportunidades sean más accesibles y adecuadas a sus necesidades productivas y formativas.

Nivel de conocimiento

El nivel de conocimiento sobre las fuentes de financiamiento es aún más bajo que en el caso de las capacitaciones.

Los entrevistados no solo mencionan la falta de información sobre las oportunidades disponibles, sino también que el enfoque de estos fondos no se ajusta a la realidad del emprendimiento agrícola.

Nuevamente, se destaca que los programas de financiamiento están diseñados para un perfil de postulante con formación profesional, lo que dificulta su acceso para personas jóvenes rurales emprendedoras. En el sector agropecuario, este tipo de postulante no es la norma, lo que genera una brecha importante entre la oferta de financiamiento y las necesidades reales del sector.

Espacios de mejora en la difusión y acceso a financiamiento

Las principales oportunidades de mejora en el acceso a financiamiento para la juventud rural emprendedora se centran en dos ejes fundamentales:

- Mejorar la difusión de las fuentes de financiamiento disponibles.
- Realizar cambios estructurales en los procesos de postulación y condiciones de acceso.

Desde la Mesa de Productores Agrícolas del Maule, se señala que los tiempos de postulación representan un obstáculo significativo:

- Actualmente, los procesos de postulación suelen exigir una gran cantidad de trabajo en plazos muy reducidos, como tres semanas, un período que no se ajusta a la realidad del agro.
- Existe la impresión de que, para postular con éxito, es necesario tener un proyecto de inversión completamente diseñado con anticipación, lo que no corresponde con las competencias comunes de los emprendedores rurales.

Adaptación de las condiciones de viabilidad de los proyectos

Otro aspecto crítico es la viabilidad de los proyectos financiados. Muchos fondos están diseñados para proyectos de innovación, pero sus exigencias son demasiado elevadas para personas naturales, especialmente para quienes no cuentan con credenciales educativas específicas. Se plantea la necesidad de repensar los términos y condiciones de financiamiento, de modo que los fondos sean más accesibles y pertinentes.

En este sentido, los entrevistados destacan la importancia de diseñar programas de financiamiento más flexibles, que consideren las dinámicas productivas y formativas de los jóvenes rurales emprendedores, asegurando así que estos fondos realmente contribuyan a su desarrollo y sostenibilidad.



www.fia.cl

