



Reporte Encuesta Mujeres del Vino Chile

**¿Cómo están las
Mujeres del Vino en Chile?**

2025

www.mujeresdelvinochile.cl



Estimado (a) lector (a)

Impulsadas por el deseo de poner en valor realidades del sector, presentamos esta nueva edición de nuestra encuesta nacional, un ejercicio que se ha convertido en una herramienta valiosa para comprender, visibilizar y fortalecer la presencia de las mujeres en el mundo del vino chileno.

Desde la Asociación de Mujeres del Vino MUV Chile, creemos en el poder de escuchar y compartir nuestras experiencias. Este reporte no solo recoge datos, también voces, trayectorias y escenarios diversos que dan cuenta del lugar que hoy ocupamos y del camino que aún queda por recorrer. Cada respuesta que aquí se muestra nos ayuda a construir un relato más justo, más consciente y más conectado con lo que somos como comunidad.

Como organización social independiente, hemos nacido desde la urgencia de crear un espacio profesional, inclusivo y colaborativo, donde el desarrollo personal y colectivo de las mujeres ligadas al vino sea posible. Esta encuesta en su 4ª versión, es también un reflejo de ello, una plataforma de encuentro, reflexión y acción, con el foco puesto en la equidad, la representación y la cultura vitivinícola como motor de identidad y crecimiento.

Desde que nacimos como asociación, lo hicimos con la certeza de que era crítico constituir una plataforma donde sentirnos representadas y escuchadas. Una red viva, consciente de sus territorios, de su historia y de las personas que hacen del vino un oficio y una pasión. Hoy, reafirmamos ese propósito con la convicción de que contar con datos, con relatos y con preguntas honestas es también un acto de cuidado y futuro.

Por eso, creemos que este reporte no es solo un retrato del presente. Es también una herramienta para impulsar acciones, una voz colectiva que visibiliza realidades diversas, y es una especial invitación, a no soltar la creatividad ni la fuerza con la que seguimos creyendo sobre la importancia de abrir más espacios para nosotras.

Gracias a cada mujer en el vino de nuestro país que participó de esta edición, aportando su mirada, su tiempo y su voz. Este informe es posible por ustedes, y es para todas.

Sigamos construyendo unidas.

Directorio MUV Chile

#JuntasSomosMás



Presentación

Por cuarto año, estamos orgullosas de presentar los resultados de la Encuesta de Mujeres del Vino de Chile, resultado de una constante preocupación por conocer quiénes son las mujeres que conforman el escenario vitivinícola actual desde la diversidad de ámbitos que esta industria ofrece.

Hoy, a 7 años del nacimiento de nuestra asociación, realizando un análisis comparativo de los resultados de las versiones anteriores de la encuesta MUV Chile, junto con las estadísticas nacionales e internacionales sobre género y trabajo, nos ha permitido delinear una serie de conclusiones sobre la situación actual de las mujeres en la industria vitivinícola chilena, marcando avances, tensiones y persistentes brechas estructurales, aspectos relevantes de una industria representativa de nuestro país.

Uno de los cambios más relevantes observados entre 2021 y 2025 tiene que ver con la percepción del contexto económico y laboral. En la edición 2025, un 49,3% de las encuestadas reportó un aumento de su carga laboral, y un 22,2% indicó que sus ingresos se volvieron variables.

Si bien ha crecido levemente el número de mujeres que afirma que sus ingresos aumentaron (24,3%), también ha aumentado la percepción de inestabilidad y sobrecarga. Esta tendencia se alinea con los datos del Atlas de Género del INE, que evidencian que más del 50% de las mujeres chilenas recibe ingresos inferiores a \$500.000 y que la brecha de ingresos se amplió de un -11,2% en 2020 a un -20,6% en 2022.

En cuanto a la carga laboral, el 49,3% declara que ésta ha aumentado en 2025, en alza respecto de 2023 (46%) y aún más respecto de 2021 y 2022, donde la percepción de aumento era de 60% y 66% respectivamente. Esta tendencia coincide con los datos del INE 2022 y 2025, que indican que las mujeres destinan entre 2 a 5 horas más al trabajo no remunerado que los hombres, confirmando la persistente sobrecarga y la doble jornada femenina.

Esta sobrecarga se refuerza al observar los datos de la Encuesta Nacional de Uso del Tiempo (ENUT), donde las mujeres destinan 2 horas y 5 minutos más que los hombres al trabajo no remunerado diariamente. Una doble jornada que genera una carga mental y física, limita las posibilidades de capacitación, liderazgo y participación empresarial, y contribuye a una sensación constante de agotamiento y desgaste emocional, una dimensión captada en los comentarios cualitativos de la encuesta MUV Chile, al considerar como un DESAFÍO los últimos 12 meses.

Desde una mirada estructural, se constata una persistente infrarepresentación de mujeres en espacios de decisión y liderazgo dentro de la industria del vino. Según datos recientes del 2025, de los 1.294 enólogos registrados en Chile, solo el 30% son mujeres, y apenas 4 de los 9 cargos del directorio de ANIAE están ocupados por ellas. Este hecho, se refuerza con el estudio sobre el discurso audiovisual del vino en Chile, que muestran cómo la figura femenina sigue estando subordinada al relato masculino del legado y la autoridad técnica, con las mujeres representadas principalmente como enólogas, pero invisibilizadas en otros roles productivos.

Esta modalidad arraigada en el mundo vitivinícola, donde el liderazgo y la tradición están simbólicamente vinculados a lo masculino, constituye un claro ejemplo del techo de cristal. Aunque las mujeres están presentes en todas las etapas de la producción y comercialización del vino, su protagonismo es restringido y muchas veces condicionado por estereotipos de género. El estudio del docu-series 2017-2018 sobre el discurso del vino chileno, concluye que incluso los discursos de modernización y cambio en la industria reproducen formas tradicionales de exclusión simbólica.

A pesar de la poca participación en roles de liderazgo de las mujeres, que se ve reflejado tanto en la encuesta MUV Chile como en las estadísticas a nivel nacional, esta situación se ve contrastada con el alto porcentaje de emprendedoras o dueñas de negocios propios 34%, el cual durante los años se ha mantenido. En este punto y mirando hacia el futuro, aparece entre los intereses de las mujeres del vino y sus expectativas, ya que el 43% se ve durante el próximo año dirigiendo su propio emprendimiento.

Por su parte, en el informe Women in Work 2025 (PwC), se posiciona a Chile en el tercer peor lugar del ranking de igualdad de género en la OCDE, pese a haber subido su puntaje en 10,1 puntos desde 2011. La participación femenina en la fuerza laboral alcanzó un 51,9% en 2024, aún por debajo del 52,2% prepandemia. Las mujeres microempreendedoras, por su parte, representan el 40,7% del total, pero el 63,2% de ellas trabaja de forma informal y el 70,4% recibe ingresos iguales o menores al salario mínimo, muy por sobre el 40,5% en el caso de los hombres.

Finalmente, según la información obtenida de esta encuesta, podemos afirmar que, a pesar de la mayor visibilidad de las mujeres en el mundo del vino y una percepción mayoritariamente positiva de su participación en este, persisten brechas de género en términos de participación, remuneración, reconocimiento y liderazgo, reforzadas por estructuras culturales arraigadas y una débil articulación asociativa. Para avanzar hacia una industria más justa, diversa y resiliente, resulta indispensable no solo reconocer estos patrones, sino también diseñar estrategias colectivas con enfoque de género, que incluyan formación, visibilización, redistribución del poder, y un relato que integre nuevas formas de imaginar el lugar de las mujeres en el vino.

Esperamos que los resultados de esta encuesta no sean solo números, sino que se constituyan como un punto inicial para comenzar a trabajar.

Comité de Estudios e Investigación MUV Chile

Cristina Álvarez G.
Claudia Gacitúa M.
Ana Guajardo G.
Fernanda Valenzuela M.



Prólogo

Galicia, 21 de agosto 2025.

Tan cierto como que lo que no se nombra no existe lo es también la idea de que los datos permiten convertir lo invisible en visible.

La afirmación cobra mayor sentido si pensamos en que las mujeres, que somos la mitad de la población en todas partes (incluso, a veces, un poco más), recién comenzamos a ser identificadas en sectores que mostraban, hasta hace muy poco, un claro predominio masculino. La ausencia femenina resulta más llamativa si pensamos en industrias como la vitivinícola que, para el caso de Chile, no llega a representar su sueldo, como se dice popularmente del cobre, pero casi. Tal impresión se incrementa cuando pensamos en que nuestro país, físicamente alejado de los grandes centros neurálgicos, acostumbra a ubicarse sostenidamente entre los cinco mayores exportadores de vino a nivel global.

¿Cómo ha sido la relación de las mujeres con el mundo del vino hasta hoy? Se podría decir que oscilaba entre la ausencia y la presencia, ésta última muchas veces condicionada por estereotipos e imágenes reduccionistas. Chile, de quien se dice que es país de poetas, pero también de viñedos, cuenta con un poema al vino en forma de oda en la pluma de Pablo Neruda. No solo se basa en él para exaltar la vida y los sentidos, sino que-fiel a su estilo-lo erotiza a través de la vinculación con la mujer y su cuerpo.

Es por ello tan importante que, junto con identificar a aquellas mujeres que han sido destacadas, a nivel individual, como precursoras en la industria del vino, configurando modelos de rol para futuras generaciones existan iniciativas como la Asociación de Mujeres del Vino MUV Chile que, dentro de sus actividades, se proponen recoger y sistematizar información en el tiempo, tanto cuantitativa como cualitativa, posibilitando una radiografía “con el foco puesto en la equidad, la representación y la cultura vitivinícola como motor de identidad y crecimiento.

La que venimos a conocer hoy es la 4ª. edición de su encuesta nacional que, bajo el título “Reporte EncuestaMujeres del Vino Chile 2025”, intenta responder a la pregunta “¿Cómo están las mujeres del vino en Chile”? La información que reporta, “a partir de la voz de 302 mujeres de distintas edades, regiones y trayectorias profesionales”, permite identificar avances, pero también dificultades, brechas y desafíos en distintos ámbitos del sector, entregando antecedentes importantes para la toma de decisiones, tanto a nivel público como privado, pero, sobre todo, configurando un espejo donde las mujeres de la comunidad del vino chileno pueden reconocerse y proyectarse.

Sus conclusiones se encuadran en cinco áreas: perfil de las encuestadas, situación laboral y profesional, percepción del contexto actual, asociatividad y género y proyecciones a futuro. Es destacable que la mayoría de las consultadas asocien su

actual situación con la idea de “desafío”. Mientras se reconoce la existencia de desequilibrios, asimetrías y brechas, donde es indispensable enfatizar la de remuneración (un 39,9% declara diferencia salarial en sus ingresos), se aspira a seguir en la senda del perfeccionamiento y de la profesionalización.

La investigación realizada está lejos de situarse en un vacío, muy por el contrario. Dialoga y se construye por contraste con estadísticas nacionales e internacionales sobre género y trabajo lo que contribuye a aquilatar, con mayor precisión, la realidad de las mujeres que participan en tan relevante industria.

¿Nuevos retos a futuro, a partir de dicha encuesta? En primer lugar, avanzar en la perspectiva comparada para pesquisar cuán distinta o similar es la condición que viven las mujeres de nuestra comunidad del vino en relación con las de otras comunidades y redes de países con los que Chile busca emularse. Un segundo aspecto se relaciona con la necesidad de identificar la existencia de planes de igualdad al interior de las empresas del sector, así como también evaluar su impacto. En tercer término, dado que un significativo 87% valora la importancia la asociatividad, mencionando “la necesidad de contar con más roles de liderazgo femenino en las organizaciones locales e internacionales”, una tarea pendiente es la de contribuir a difundir la voz singular y única de cada una de las 302 participantes del estudio. Sin duda, ello podría contribuir, a través del conocimiento más amplio de su palabra pública, a ganar en visibilidad y autoridad colectiva.

El estudio en cuestión muestra, en definitiva, que las mujeres que integran la industria del vino, en distintas funciones y eslabones de su cadena, han llegado para quedarse, consolidándose como protagonistas en todas sus fases. La promesa de su mayor protagonismo representa, no solo un avance en materia de igualdad sino una apuesta por el crecimiento, dinamismo y sostenibilidad de un sector económico que resulta estratégico para el desarrollo del país.

María de los Angeles Fernández Ramil

Cientista Política

Presidenta de Fundación Hay Mujeres

Santiago, 24 de septiembre 2025.

Al presentar este interesante trabajo de investigación a cargo de la Asociación de Mujeres del Vino de Chile, en su reporte de la Encuesta MUV 2025, me convoca espontáneamente la idea de memorizar algo la historia del vino en Chile y la verdad es que, en conocimiento del trabajo de las mujeres en el mundo rural y, desde luego, en la vitivinicultura, a primera vista, no se vislumbra ningún nombre o referencia importante a mujeres en la industria o mundo del vino en prácticamente en más 500 años de existencia de la producción y consumo del vino en nuestro país.

Investigando con mayor atención, se comprueba alguna referencia y desde la segunda mitad del siglo XX, es imposible ignorar nombres de figuras femeninas involucradas activamente en la producción de nuestro producto emblemático.

Entre los primeros nombres que surgen está el de María de Niza, “propietaria de viñedos y pionera en la producción de vinos en el Santiago del Nuevo Extremo”.

Pioneras también deben ser consideradas figuras como Lila Carrasco, María Elena Quezada, Cecilia Torres, Vesna Rojic, María de la Luz Marín, Adriana Cerda, a las que habría que añadir aquellas que aportan con su trabajo desde las comunicaciones, docencia, servicio, áreas comerciales y otras y que no han tenido la visibilidad suficiente hasta el día de hoy. Imposible olvidar también el trabajo en el campo, la base de nuestro vino... y sin embargo, resulta difícil encontrar sus referencias en vista de la mirada secundaria hacia lo femenino en nuestro Chile como en tantos otros lugares.

Desde fines del S.XX y en lo que va corrido el S.XXI, lo femenino emerge con fuerza en las diversas áreas de la cultura vinícola. Enólogas, sommeliers, periodistas, investigadoras y trabajadoras en las viñas, en una diversidad de labores y ámbitos de desarrollo, reflejan el cambio cualitativo en el planeta vino de Chile.

Las mujeres han creado un espacio en el mundo vinícola y tienen un camino importante por delante, como se desprende del estudio que presentamos, aunque los verbos dirigir, mandar, resolver y decidir aún se conjugan solo en masculino. De ello se desprende que aún hay mucho por hacer para lograr una situación aceptable en general para el papel de las chilenas en esta industria, pero la mirada histórica permite comprobar que la senda existe y ya se ha recorrido un importante tramo desbrozando las dificultades naturales y masculinas existentes en esta como otras ramas de la vida en nuestro país.

Mariano Fernández Amunátegui

Diplomático

Académico, ex-ministro de Relaciones Exteriores de Chile

Texas, 28 de agosto 2025.

Voy a ser honesta: cada vez que me piden escribir sobre “mujeres en el vino”, una pequeña parte de mí suspira. No es que no crea en la importancia de la visibilidad o la celebración —todo lo contrario—, pero anhelo el día en que ya no sea necesario anteponer el género a la excelencia. No existe un premio al Mejor Chef Hombre de América Latina, sin embargo, me han pedido en múltiples ocasiones que escriba sobre la Mejor Chef Mujer de América Latina (al parecer, las mujeres no son consideradas dentro del premio general de Mejor Chef).

Sin embargo, reconozco que aún no hemos llegado a ese punto. Hasta que logremos una verdadera paridad en actitudes y oportunidades, necesitamos seguir conversando —no solo para destacar logros, sino también para comprender y dismantlar los sesgos que aún existen.

Como mujer británica que ha vivido y trabajado en Sudamérica durante los últimos 15 años, he sido testigo de una evolución alentadora en la industria del vino en la región. En Chile especialmente, la última década ha traído avances: más mujeres en puestos de liderazgo, más enólogas marcando el estilo de sus bodegas, y un cambio cultural que va tomando forma. Sin embargo, el camino hacia la paridad aún es largo.

Las oportunidades pueden parecer iguales en el papel, pero las expectativas sociales siguen ancladas en roles tradicionales de género —especialmente en las empresas

vitivinícolas más consolidadas. En muchos casos, persisten ideas anticuadas de que los hombres están mejor preparados para roles exigentes o de liderazgo. Y estos supuestos, como lo refleja el anterior informe de MUV Chile, siguen influyendo tanto en las oportunidades como en la brecha salarial, con una mayoría de mujeres reportando discriminación de género en el trabajo.

Además, la ambición profesional se juzga de forma distinta según el género. Conozco a excelentes enólogas que aún sienten que se les cuestiona por el tiempo que pasan viajando o lejos de casa —una expectativa que rara vez se aplica a sus colegas hombres. Las mujeres que ascienden profesionalmente a menudo son vistas como competitivas o frías, mientras que los hombres son percibidos como decididos. Estos dobles estándares minan silenciosamente el progreso.

El cambio debe empezar en el hogar y en la sociedad. Tenemos que redefinir la idea de que cuidar es responsabilidad de la mujer y liderar es responsabilidad del hombre. Eso implica darle a los hombres el mismo permiso social para ser padres presentes o compañeros de apoyo, y también reconocer que no todas las personas se identifican dentro del binomio hombre/mujer. Así como las mujeres necesitan libertad para crecer profesionalmente sin juicios, todas las personas —sin importar su género— necesitan libertad para abrazar los roles que elijan, en el hogar o en el trabajo, sin estigmas.

Estos cambios requieren la participación de todas las personas. Necesitamos el apoyo de todos los géneros —y en todos los niveles del mundo del vino, desde los CEOs hasta los trabajadores de viña. El cambio no ocurre solo a través de políticas corporativas, sino también en las actitudes cotidianas y en las conversaciones que tenemos en el trabajo y en casa.

Países como Suecia e Islandia muestran lo que es posible cuando la política y la cultura avanzan juntas. Licencias parentales compartidas, cuidado infantil subsidiado por el Estado y legislación de igualdad de oportunidades han contribuido a una verdadera paridad —no solo en el lugar de trabajo, sino también en la vida familiar. Podemos inspirarnos en esos modelos mientras trazamos nuestro propio camino acorde a las realidades de Sudamérica.

En definitiva, el objetivo debería ser la libertad de elección. Quiero vivir en un mundo donde cada niño o niña crezca creyendo que puede ser lo que quiera —padre o madre que se queda en casa, enólogo/a, director/a general, agrónomo/a— y que reciba apoyo en esa elección. Sin etiquetas, sin juicios, sin condiciones. Hasta entonces, sigamos conversando.

Amanda Barnes

Master of Wine

Periodista especializada en vinos para Decanter y Jancis Robinson

Tabla de contenidos



Introducción	10.
Metodología	11.
Perfil de las Encuestadas	12.
Situación Laboral y Profesional	15.
Percepción del Contexto actual	23.
Asociatividad y Género	28.
Mirada hacia el Futuro	34.
Conclusiones	38.
Referencias	42.
Derechos de Autor y Uso	43.



Introducción

En un momento de transformación profunda en la sociedad y la industria vitivinícola nacional e internacional, desde la **Asociación Mujeres del Vino de Chile**, consideramos esencial detenernos, escucharnos y preguntarnos **¿Cómo estamos las Mujeres del Vino en Chile?**

Por este motivo, realizamos la 4ta Encuesta MUV Chile, que se ha convertido en una herramienta que nos permitirá construir una radiografía actualizada y necesaria de la evolución y situación de las mujeres y sus diversas participaciones en el rubro del vino en nuestro país.

Esta edición 2025 nace con un enfoque renovado e inclusivo, integrando temas fundamentales y percepciones de las mujeres respecto a su liderazgo, brechas de género, condiciones laborales, visibilidad del trabajo femenino y proyecciones de futuro, buscando no solo saber quiénes somos, sino que además cómo estamos y qué desafíos enfrentamos.

El foco de esta cuarta edición está puesto en 5 áreas de interés las cuales nos permitirán identificar las necesidades y realidades de la mujer en el vino.

- **Perfil de las Encuestadas**
- **Situación Laboral y Profesional**
- **Percepción del Contexto Actual**
- **Asociatividad y Género**
- **Mirada Hacia el Futuro**

Las respuestas obtenidas de 302 mujeres de todo Chile que participaron, son un llamado a la acción para todos los actores del mundo del vino que consideran la equidad como motor de desarrollo y nos reafirman el trabajo que queda para proyectar un camino común hacia una industria más justa, diversa y sostenible.

Metodología

Fundamentos de nuestro Estudio

La presente consulta fue realizada entre el 15 de abril y el 21 de mayo del 2025, aplicando un cuestionario de elaboración propia en formato Google Forms, el cual contenía 28 preguntas cerradas y semi-cerradas. El formulario fue compartido por medios digitales, tales como redes sociales, mensajería de texto y correo electrónico. El público objetivo fueron mujeres profesionales que conforman, tanto el sector vitivinícola como sus rubros anexos. La participación fue voluntaria y la condición de pertenecer a nuestra asociación no fue excluyente.

El enfoque empleado para el estudio es cuantitativo de alcance exploratorio y su diseño de tipo no experimental transeccional. La muestra abordada fue no probabilística (parcialmente dirigida) y contó con 302 elementos muestrales válidamente registrados.



NOTA: Desde 2021 nuestra agrupación conduce esta consulta, constituyendo progresivamente un estudio de tipo longitudinal, que busca aportar una radiografía histórica sobre las mujeres profesionales vinculadas con el vino de Chile.

Perfil de las Encuestadas

“Durante la última década registrada, más del 50% de las mujeres han recibido ingresos menores a \$500.000 por su ocupación principal”.

INE - Atlas de Género (2022)

“En todas las regiones del país, las mujeres destinan más tiempo al trabajo no remunerado... En particular, destaca el grupo entre 25 a 44 años con una brecha de género aún mayor respecto de los hombres, con 02:32 horas más dedicadas por las mujeres al trabajo no remunerado (TNR). Éste incluye trabajo doméstico, trabajo de cuidados a integrantes del hogar, trabajo voluntario y ayudas a otros hogares”.

INE - II Encuesta Nacional de Uso del Tiempo ENUT (2023)

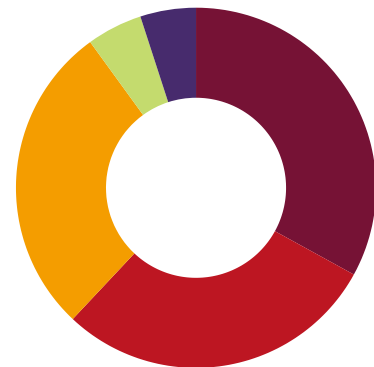
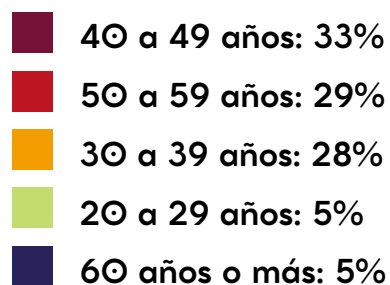
Perfil de las Encuestadas

Se definió como primer paso caracterizar a la mujer profesional que forma parte del mundo del vino nacional.

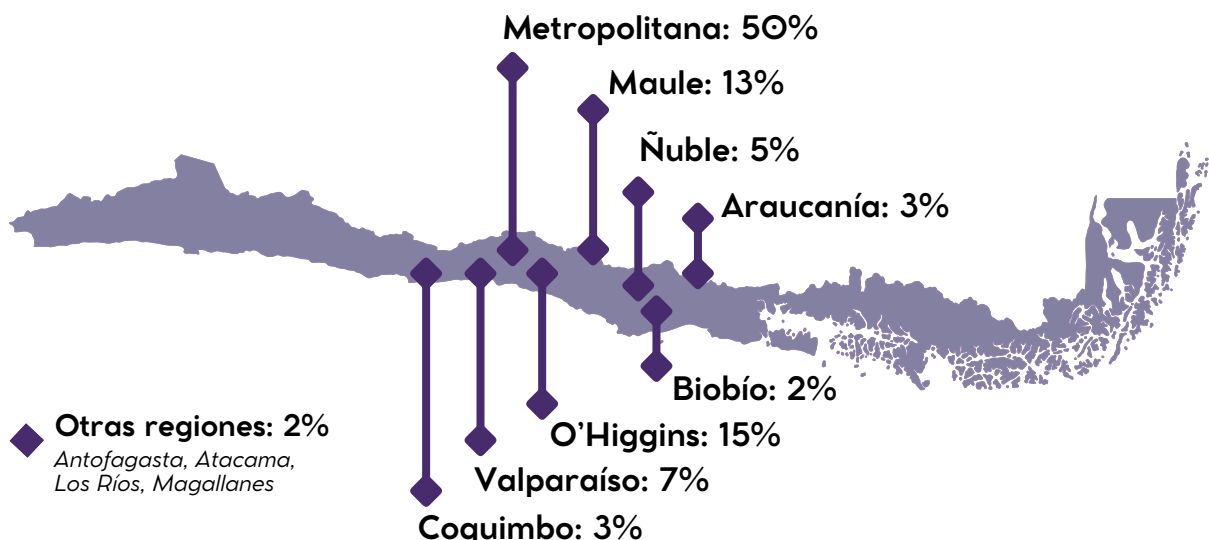
De la consulta emergió, que la mayor concentración se encuentra entre los 30 y 59 años (90%), con residencia en el Valle Central (78%) y de nacionalidad chilena (92%).

No obstante es relevante destacar el aporte que están haciendo profesionales pertenecientes a los rangos etarios más extremos, así como a todas aquellas que se encuentran residiendo en zonas geográficas muy diversas, quienes junto a su cultura de origen, están ayudando a enriquecer las miradas y perspectivas propias del sector.

Rango de Edad



Región de Residencia



País de Origen



Chile: 92%



Brasil: 4%



Argentina: 1%

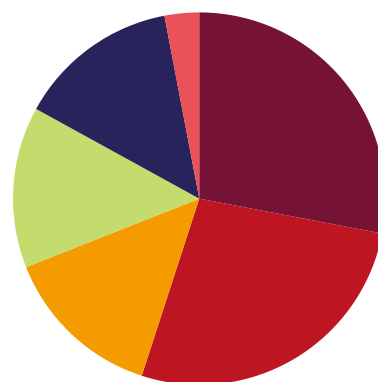


Otros: 3%

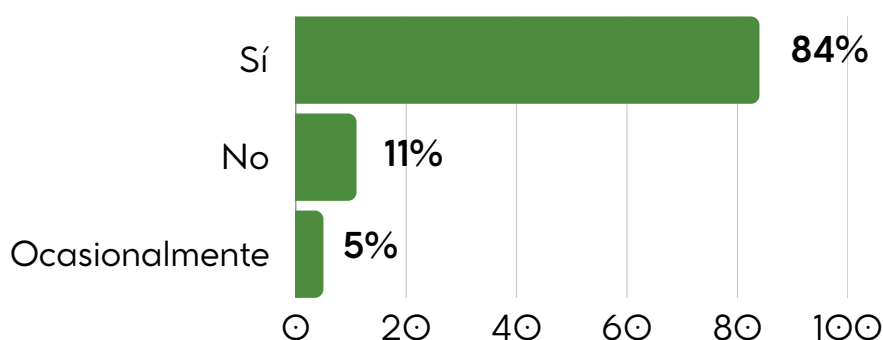
*España, Venezuela, Cuba,
Francia, México, Rusia,
Colombia, Reino Unido*

Aporte Económico al Grupo Familiar

-  Aproximadamente la totalidad: 28%
-  Aproximadamente la mitad: 27%
-  De forma variable: 14%
-  Una gran parte: 14%
-  Una pequeña parte: 14%
-  No aporta: 3%



Vínculo Laboral o Profesional con el Sector



Un aspecto que merece ser destacado es la relevancia que tienen las mujeres profesionales del vino para sus grupos familiares. De la encuesta se desprendió que un 69% señala aportar al menos la mitad del ingreso económico, mientras que un 28% también lo estaría haciendo, aunque de una forma variable o reducida.

Es importante aclarar que la encuesta se enfocó en quienes tuvieran un vínculo laboral o profesional con el sector. No obstante hubo mujeres profesionales que tuvieron la intención de responderla, sin contar con esta condición al momento de la consulta (11%).

Situación laboral y profesional

“Con respecto a la tasa de participación laboral, la femenina siguió su proceso de recuperación y alcanzó un 51,9% en 2024, levemente por debajo de los niveles observados en 2019 de 52,2%. Mientras que la brecha de participación entre hombres y mujeres se ha reducido en los últimos 3 años”.

Sub. del Trabajo y U. de Tarapacá (2025) - Observatorio Laboral 8M (2025)

“Según la Encuesta Nacional de Empleo, las personas microemprendedoras corresponden al 23,4% de las personas ocupadas del país y del total de personas microemprendedoras, 40,7% son mujeres... Paralelamente se estima que el 70,4% de las microemprendedoras reciben ganancias iguales o menores a un salario mínimo y que el 63,2% de ellas son informales. generando una brecha de género de 8,3 puntos porcentuales (pp) con la contraparte masculina respectiva”.

INE - Atlas de Género (2022)

Situación laboral y profesional

Es fundamental poner el foco en las personas que hacen posible la industria del vino, desde múltiples espacios y oficios, y en cómo se configuran sus trayectorias laborales, formativas y personales. Lejos de responder a un único perfil, la comunidad del vino se compone de mujeres diversas, activas y profundamente conectadas con esta cultura, ya sea desde la producción, el comercio, la comunicación, el turismo, la educación o el servicio.

¿Cuál es tu nivel de estudios actual?*

*una o más opciones de forma simultánea

Universitario

57%

Posee estudios completos

Formación
Continua

47%

Ha realizado diplomados,
certificaciones y/o cursos

Postgrado

24%

Posee estudios completos

Técnico

18%

Posee estudios completos

Otros

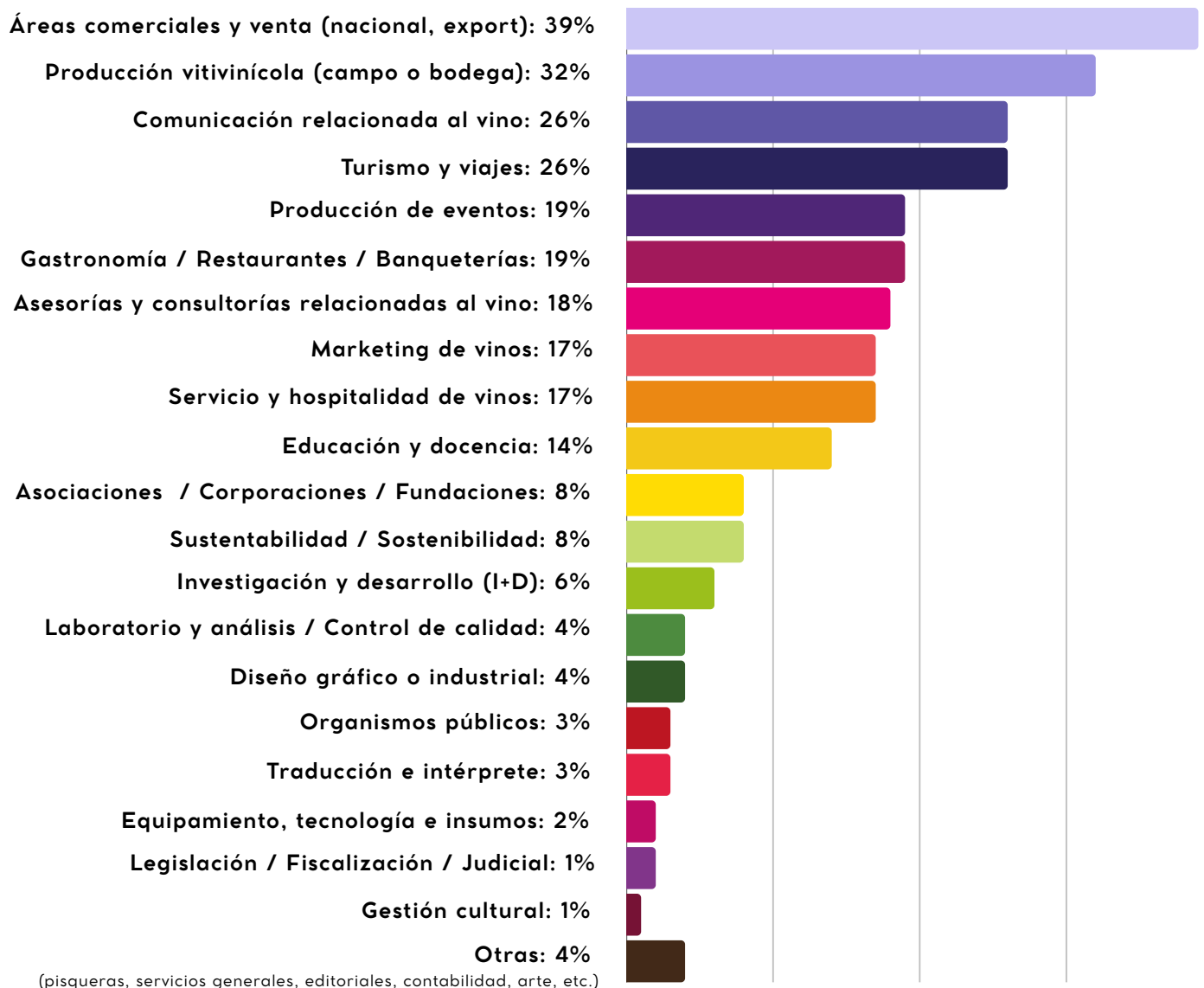
18%

Estudios incompletos (postgrado,
universitario, técnico).



¿En qué Área vinculada con el vino te desenvuelves?*

*una o más opciones de forma simultánea



En la presente encuesta surge la necesidad de identificar en qué áreas específicas del sector, se desarrollan las profesionales que forman parte del vino en Chile. Los resultados muestran gran presencia de mujeres en áreas comerciales y de venta (39%), seguidas de la producción vitivinícola en campo o bodega (32%) y la comunicación especializada en vino (26%).

Se hace evidente la diversidad de áreas de acción de las mujeres que van desde el turismo, la gastronomía y la producción de eventos, hasta la investigación, la sustentabilidad y el marketing, confirmando que el aporte femenino abarca todas las etapas y disciplinas que dan vida al vino.

El primer paso para entender cómo se vive el trabajo dentro de la comunidad del vino, es observar la situación laboral actual de quienes la integran. Aquí se evidencian tanto los niveles de actividad como los estados de transición, estabilidad o búsqueda que marcan el presente profesional de muchas mujeres.

Una amplia mayoría declara estar trabajando regularmente, lo que refleja una alta participación activa en el ámbito laboral. Sin embargo, también hay una presencia importante de personas con empleos parciales, en búsqueda de nuevas oportunidades o cerrando etapas profesionales. Esto demuestra una comunidad laboralmente activa, pero en distintas fases, que se mueve entre la estabilidad, la reconversión, el emprendimiento y la flexibilidad, en un entorno donde el dinamismo es la norma.

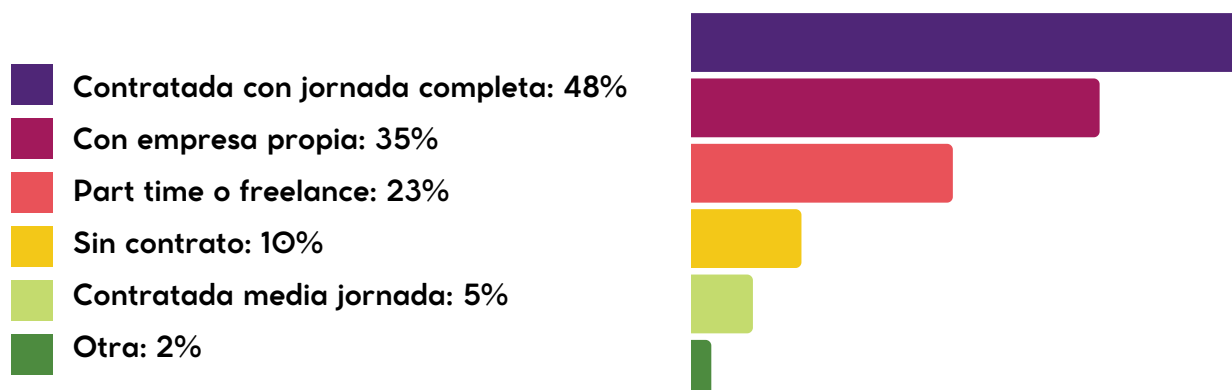
¿Cómo defines tu situación laboral en la actualidad?*

*una o más opciones de forma simultánea



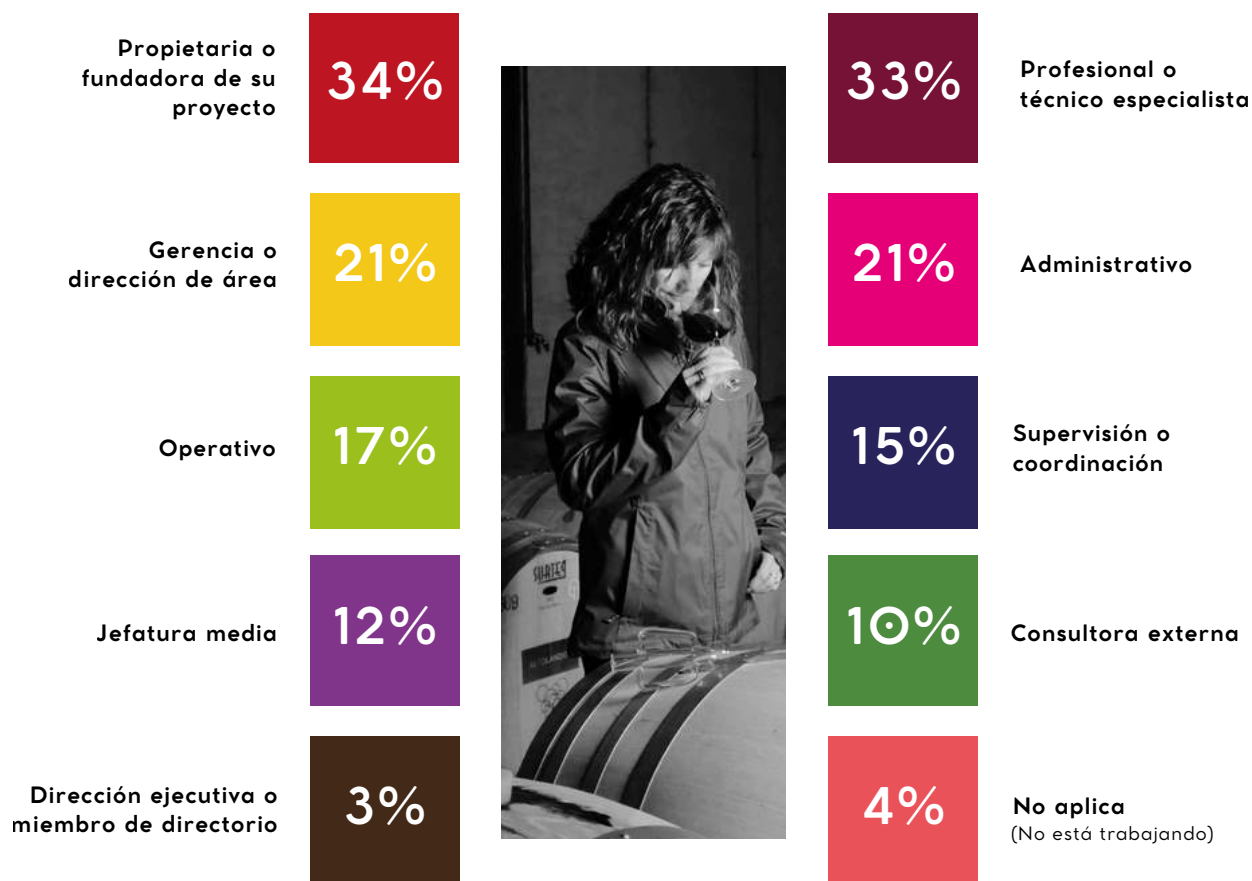
Si estás trabajando ¿cuál es tu modalidad o condición de trabajo?*

*una o más opciones de forma simultánea



¿Qué tipo de Rol o Cargo desempeñas?*

*una o más opciones de forma simultánea



La distribución de cargos entre las participantes del estudio evidencia un panorama laboral diverso y altamente representativo de mujeres en posiciones de liderazgo, técnica especializada y gestión operativa dentro del ecosistema vitivinícola y gastronómico.

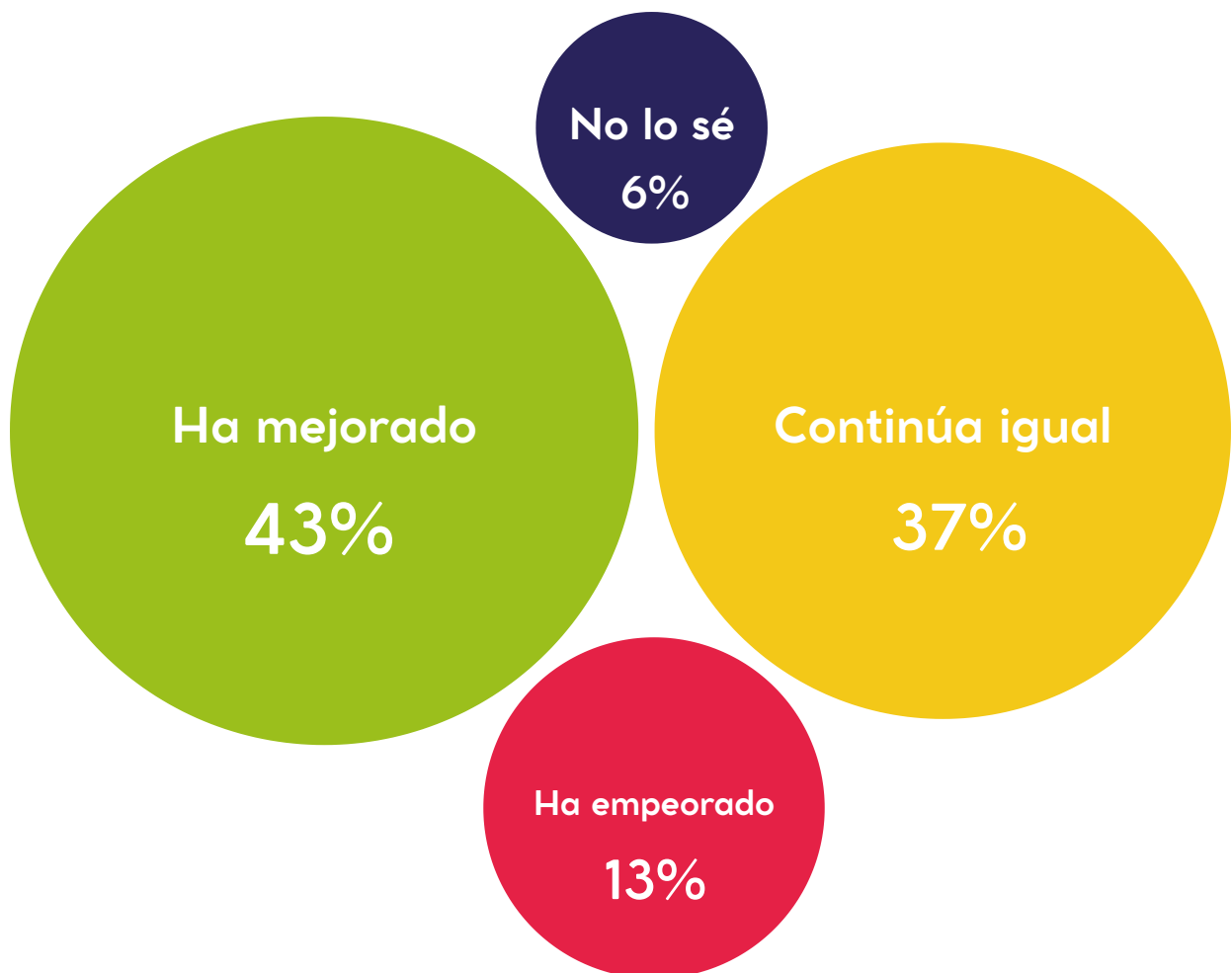
Destaca que un **34% de las encuestadas se identifica como propietaria o fundadora de su propio proyecto**, lo que da cuenta de un fuerte espíritu emprendedor y un rol activo en la creación de iniciativas ligadas al vino, ya sea desde la producción, comercialización, enoturismo o comunicación.

En cuanto a cargos dentro de instituciones u organizaciones, un 20,8% ocupa posiciones de gerencia o dirección de área, mientras que un 11,8% está en jefaturas medias, y un 14,9% cumple funciones de supervisión o coordinación, lo que confirma una presencia significativa en puestos de responsabilidad intermedia y alta gestión. En contraste sólo un 3,1% forma parte de directorios o ejerce presidencias, y un 4,2% declaró no estar trabajando actualmente.



Al reflexionar sobre su situación laboral durante los últimos 12 meses, la mayoría de las participantes señala una percepción positiva: un **43% afirma que su realidad ha mejorado**, mientras que un 37% indica que se mantiene igual, lo que sugiere cierta estabilidad dentro de un contexto económico desafiante. En contraste, un 13% percibe un deterioro en sus condiciones laborales, y un 6% declara no tener claridad para evaluarla. Solo un 1% considera que la pregunta no aplica a su situación actual.

Reflexionando sobre tu Situación Laboral vivida durante los últimos 12 meses ¿Cómo la evalúas hoy?



En UNA sola palabra, ¿cómo definirías han sido estos últimos 12 meses para ti en lo laboral y profesional?



Ante esta pregunta abierta surgió un abanico de respuestas, el que refleja la riqueza de experiencias y la complejidad del momento que viven las mujeres del vino.

A partir de más de 150 términos únicos, se elaboró una nube de palabras que condensa emociones, desafíos, logros y contradicciones. El análisis muestra que el 39,16% de las respuestas tiene una carga positiva, un 25,87% refleja percepciones negativas y un 34,97% presenta matices o ambivalencias. Esta distribución deja en evidencia la coexistencia de importantes avances, incertidumbre y procesos de transformación.



Entre las palabras más repetidas aparecen “desafiante”, “creciendo”, “aprendiendo”, “buena”, “complejo” e “intensa”, las cuales dibujan un escenario dinámico, marcado por el esfuerzo, la evolución personal y profesional, y las exigencias del entorno.

Junto a ellas conviven términos como “incertidumbre”, “estrés”, “complicada” o “estancada” con otros de signo opuesto, como “éxito”, “resiliente” y “maravilloso”, así como frases que celebran hitos: la apertura de nuevos espacios de trabajo, el inicio de emprendimientos o logros dentro de grandes compañías.

Esta diversidad de voces recuerda que el trabajo no es solo una categoría económica, sino también una experiencia profundamente humana y emocional, siempre en proceso de redefinición.



Percepción del Contexto actual

“Los resultados de este año del índice Women in Work WIW muestran un progreso prometedor. Más mujeres están entrando y permaneciendo en la fuerza laboral y están recibiendo una compensación justa... No obstante, Chile se posicionó como el tercer país con menor tasa de participación laboral femenina en comparación a sus pares, siendo uno de los territorios más atrasados en la carrera por la igualdad”.

PwC - Women in work CHILE (2025)

“Comparado con México, Colombia y Perú, Chile es el segundo país con mayor brecha salarial entre líderes, con las mujeres líderes ganando en promedio un 17% menos que sus pares hombres y siendo [en particular] las madres chilenas las más insatisfechas con su salario... Por su parte, en aquellas que son madres destacan el agotamiento laboral como una de las tres razones principales para querer cambiar de empleo”.

Buk - Radiografía: Mujeres en el trabajo CHILE (2025)

Percepción del Contexto actual

En este punto buscamos captar cómo las transformaciones económicas, sociales y culturales de los últimos años han impactado en la vida profesional y personal de las encuestadas.

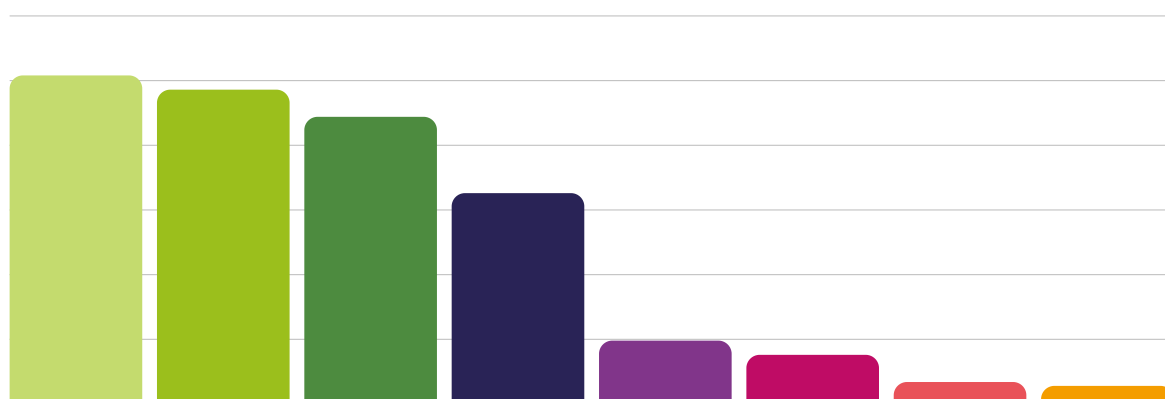
La percepción del contexto es clave para comprender sus desafíos, adaptaciones y expectativas en un escenario que sigue marcado por la incertidumbre, la reconfiguración de los mercados y la demanda de una mayor equidad de género.



Percepción del Contexto actual

Se evidencia una gran diversidad de experiencias económicas, con una mayoría que ha vivido algún tipo de cambio: ya sea hacia una mejora o una mayor inestabilidad. Llama la atención que casi la mitad (41%) percibe variabilidad o disminución de ingresos, lo que podría estar vinculado a la informalidad o precariedad laboral en algunos sectores de la industria.

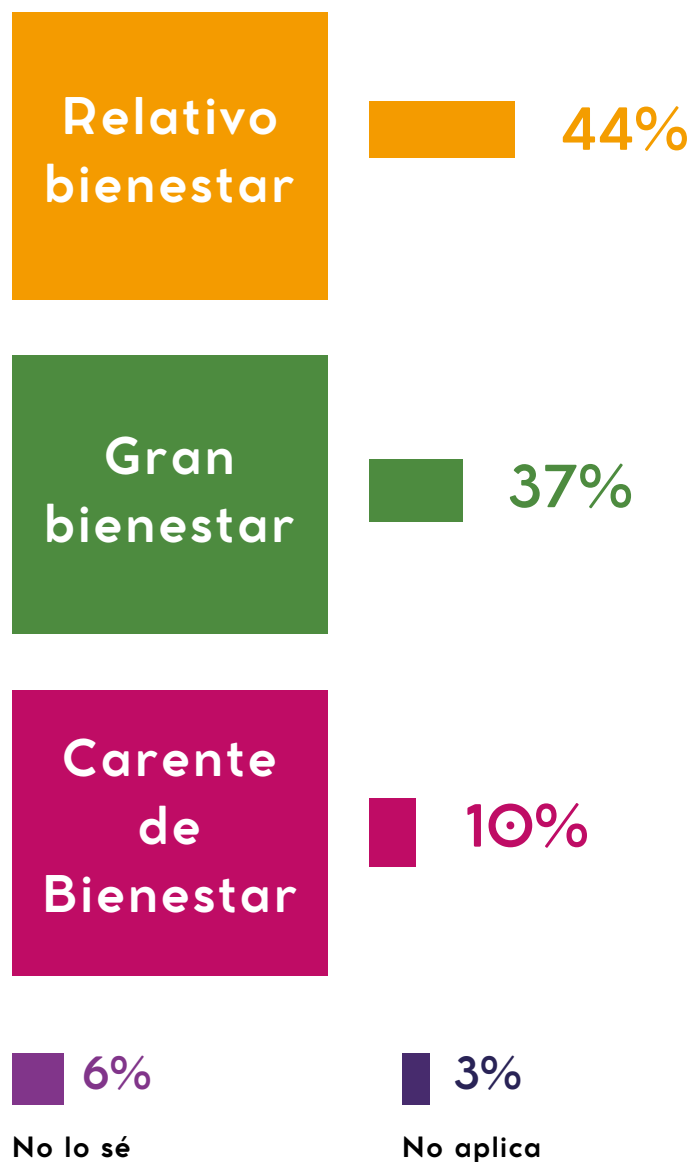
¿Has visto alterados tus ingresos en los últimos 12 meses?



- No, no sea han visto alterados: 25%
- Sí, han aumentado: 24,3%
- Se volvieron variables: 22%
- Sí, han disminuido: 16,3%
- Sí, porque he comenzado a percibir ingresos: 5%
- Sí, porque he dejado de percibir ingresos: 4%
- No sé si mis ingresos han cambiado: 2%
- No aplica: 1,4%

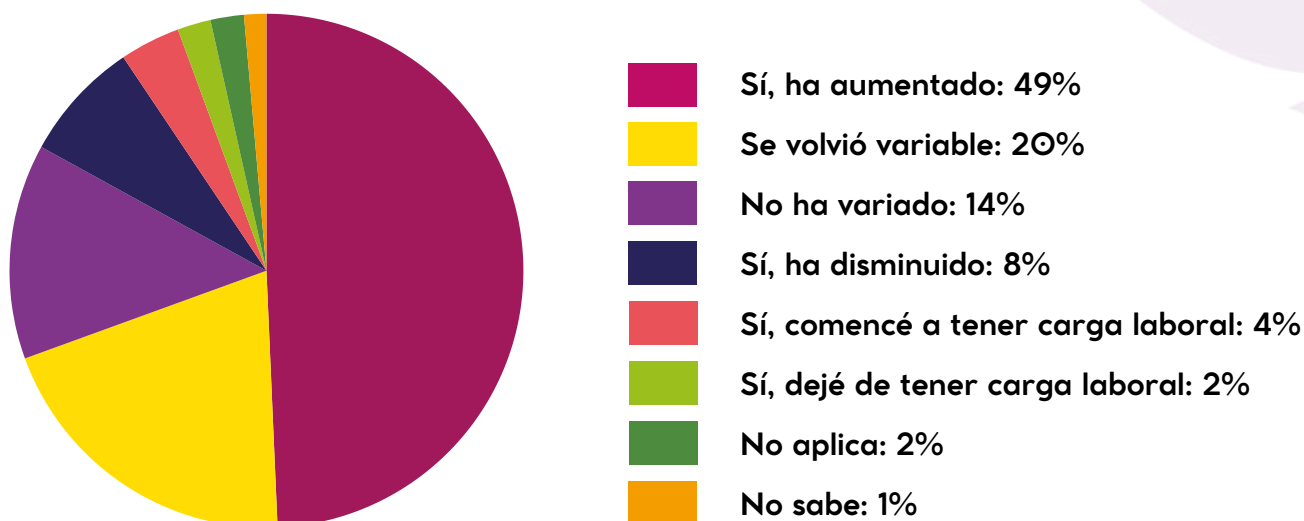


**En términos de bienestar:
¿Cómo reconoces que es tu situación laboral actual?**



Estas cifras muestran una tendencia positiva, con más del 80% de las mujeres reconociendo algún nivel de bienestar en su quehacer profesional. Sin embargo, la categoría de “relativo bienestar” es ambigua y sugiere que, si bien no hay insatisfacción, tampoco hay plenitud. Se trataría entonces de una zona intermedia, posiblemente marcada por satisfacción con ciertos aspectos del trabajo (como la identidad o propósito), pero también limitaciones en otras dimensiones (remuneración, reconocimiento, estabilidad).

¿Has visto modificada tu carga laboral en los últimos 12 meses?



Con respecto a la carga laboral de las encuestadas, el 49% declara que ha aumentado, respondiendo a los contextos actuales donde las mujeres adquieren más de un rol, tanto en el trabajo como en sus hogares, muchas veces cumpliendo una doble función. Contrastan los resultados con el aumento de los sueldos, que no ha sido equiparado en lo laboral.



Asociatividad y Género

“El 38% de las mujeres sin roles de liderazgo está insatisfecha con sus posibilidades de ascenso, en comparación con el 26% de los hombres no líderes. Y aunque mujeres y hombres solicitan ascensos en la misma proporción (25%), solo el 30% de las mujeres no líderes que los pidieron los obtuvieron, frente al 56% de los hombres no líderes”.

“El 20% de las mujeres líderes considera que los hombres ganan significativamente más que las mujeres en puestos equivalentes, en comparación con sólo el 7% de los hombres”.

“Quienes tienen una mujer como jefa están más satisfechos con su liderazgo en comparación con aquellos que tienen un hombre como jefe”.



Asociatividad y Género

A través de una serie de preguntas sobre redes de apoyo, se aborda las temáticas relacionadas con la asociatividad y género; discriminación, paridad y oportunidades profesionales, con resultados que permiten identificar percepciones y brechas que enfrentan las mujeres del sector.

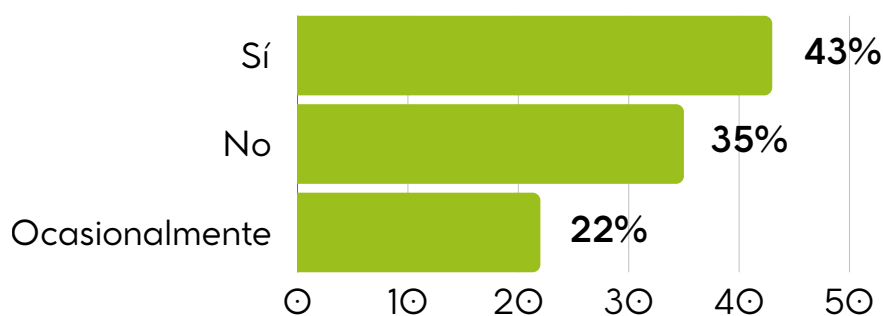
Los datos reflejan cómo la asociatividad es vista como herramienta clave, al tiempo que visibilizan desafíos aún presentes. Con esta información, se busca aportar evidencia para impulsar acciones concretas hacia una mayor equidad en la industria vitivinícola.

¿Crees que la Asociatividad entre Mujeres es necesaria?

- Sí, totalmente necesaria
- La mayoría de las veces es necesaria
- En ocasiones es necesaria, en otras no
- No lo tengo claro



¿Tienes HOY alguna Red de Apoyo de tipo profesional?



¿Cuáles son tus Redes Profesionales de Apoyo?

*una o más opciones de forma simultánea

52%

EXPERTOS/AS

Especialistas, asesores, colaboradores, técnicos, profesores, mentores

AGRUPACIONES

Asociaciones, comunidades

36%

28%

ENTORNO LABORAL

Colegas, empresas, jefaturas

ORGANIZACIONES

Organismos públicos, instituciones, universidades

24%

14%

ENTORNO INDIVIDUAL

Amistades, familia, contactos personales, terapeutas

Aunque más de un 65% de las encuestadas declara, contar con algún tipo de red de apoyo, muchas de estas conexiones siguen siendo ocasionales o centradas en entornos inmediatos como el espacio laboral.

Si bien colegas y jefaturas aparecen como soporte frecuente, estas redes tienden a ser menos estratégicas o sostenidas en el tiempo, pudiendo limitar el acceso a nuevas oportunidades. También destacan agrupaciones y asociaciones, con un 36% refiriéndose a espacios formales, donde MUV Chile fue mencionada en primer lugar en ese subconjunto, junto a otras entidades como la Asociación Nacional de Ingenieros Agrónomos Enólogos de Chile ANIAE y la Asociación de Sommeliers de Chile ASCL, reflejando que la nuestra es un espacio reconocido con gran potencial para ampliarse.

Por otro lado, un 14% identificó en su entorno personal -familia, amistades o profesionales del bienestar- un sostén fundamental para su desarrollo. Este hallazgo refuerza la idea de que la trayectoria profesional no solo depende de redes institucionales, sino también de apoyos emocionales y afectivos.



Las cifras evidencian que la asociatividad es percibida como una herramienta clave para el desarrollo profesional y personal de las mujeres del vino, con un 74% que la considera totalmente necesaria. Sin embargo, el hecho de que sólo el 43% cuente hoy con una red de apoyo profesional en forma permanente, muestra la existencia de una brecha relevante.

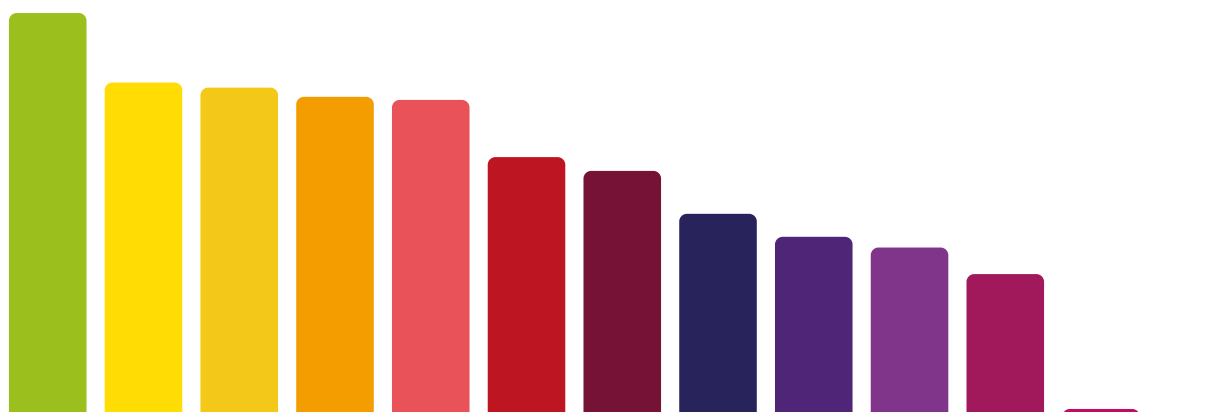
Esto último subraya la urgencia de crear más espacios colaborativos, fortalecer vínculos y promover redes que ayuden a impulsar la equidad en el sector vitivinícola.



Como Mujer, ¿qué buscas conseguir mediante la Asociatividad?*

*una o más opciones de forma simultánea

■	79%	Acceder a redes de contacto
■	66%	Fortalecernos entre todas
■	65%	Oportunidades laborales y de desarrollo
■	63%	Visibilizarnos y ponernos en valor
■	62%	Potenciar los emprendimientos
■	51%	Constituir una comunidad
■	48%	Ampliar la visión sobre el mundo
■	40%	Amistades y nuevas relaciones
■	35%	Empoderamiento
■	33%	Sentido de pertenencia
■	29%	Apoyo y contención
■	2%	Nada. No me interesa la asociatividad
■	1%	Otro

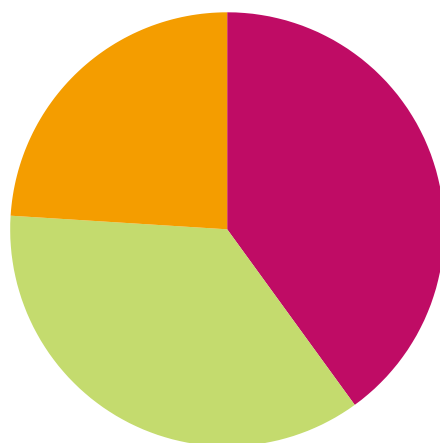


¿Te has sentido Desplazada, Discriminada y/o Minimizada en tu lugar de trabajo?

■ Sí: 49%
■ No: 32%
■ Tal vez: 19%



¿Identificas una Diferencia Salarial en tus ingresos por la misma labor y cargo en relación al género masculino?



■ Sí: 40%
■ No: 36%
■ No lo sé: 24%

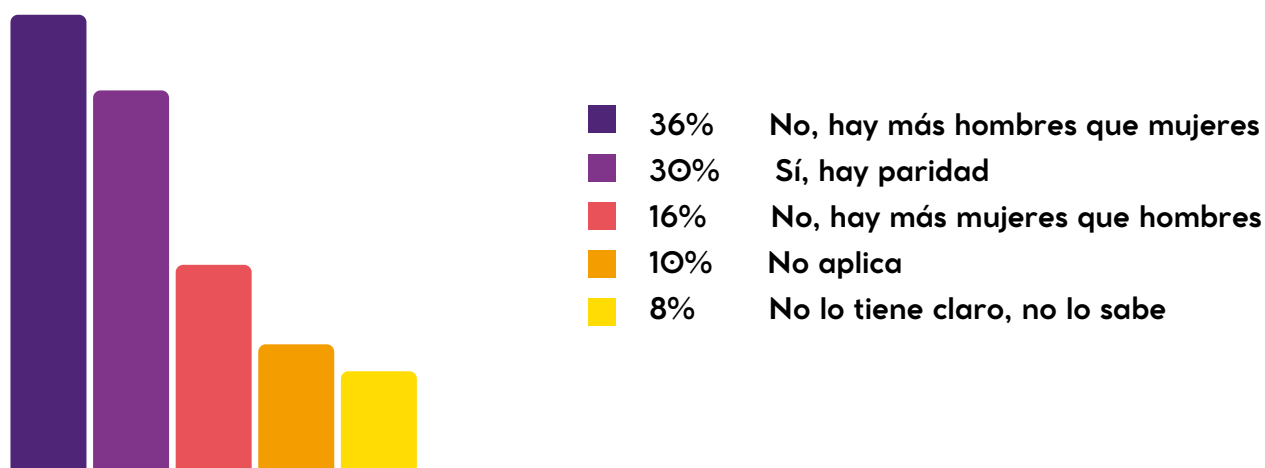
La asociatividad es vista como una poderosa herramienta de fortalecimiento colectivo y profesional. Destacan motivaciones como el acceso a redes, la visibilización y el desarrollo laboral. No obstante, casi la mitad de las mujeres declara haber vivido experiencias de discriminación o minimización, lo que refuerza la urgencia de estos espacios colaborativos con perspectiva de género.

Aún cuando se ven avances, persisten desafíos importantes como que el 36% reconoce falta de paridad de género y un 40% identifica diferencias salariales por el mismo cargo. No obstante, más de la mitad cree tener oportunidades sin distinción de género, el 20% siente que sus posibilidades se ven reducidas por ser mujer.

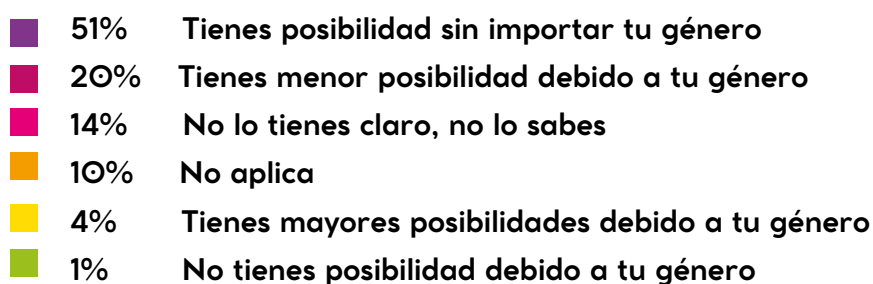
Estos datos evidencian la necesidad de instancias activas por la equidad y la promoción del liderazgo femenino en el sector.



¿Sabes si hay paridad o representatividad semejante en números, entre hombres y mujeres, en tu lugar de trabajo?



En relación a tu género, y ante una nueva oportunidad de cambio o promoción en tu trabajo, que pueda surgir en tu área de expertise, consideras que:



Mirada hacia el Futuro

“El análisis sugiere que el nuevo modo de producción de vino en Chile puede ser imaginado (ya sea) como una modernización en que las mujeres son entendidas como agentes fundamentales, o solo como una reorganización de los mismos modelos tradicionales que hacen del mundo del vino un plano esencialmente masculino, en el que las mujeres son bienvenidas”.

Olga Barbosa, Andrés Haye, Karina Godoy y Ma. Jesús Ibáñez.
**La norma de género a través del discurso del vino en Chile: Docu-
series en 2017 - 2018 (2023)**

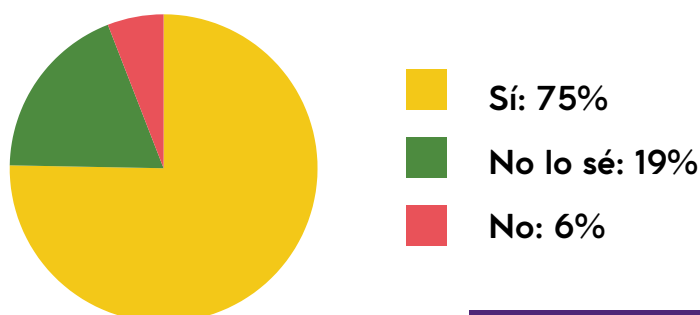
Mirada hacia el Futuro

Uno de los puntos de gran interés era tener una visión sobre la percepción que poseen las mujeres del sector, en relación a su futuro laboral y profesional.

Entre los resultados obtenidos, tanto la formación como la búsqueda de apoyo mediante mentorías/tutorías son consideradas como alternativas válidas para incrementar sus posibilidades de mejora futura (75%).

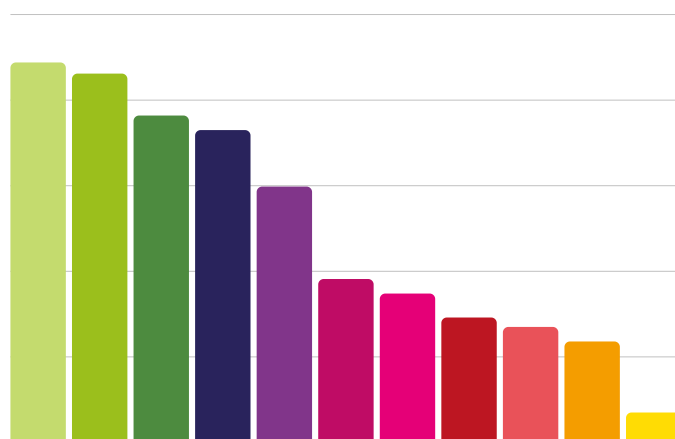
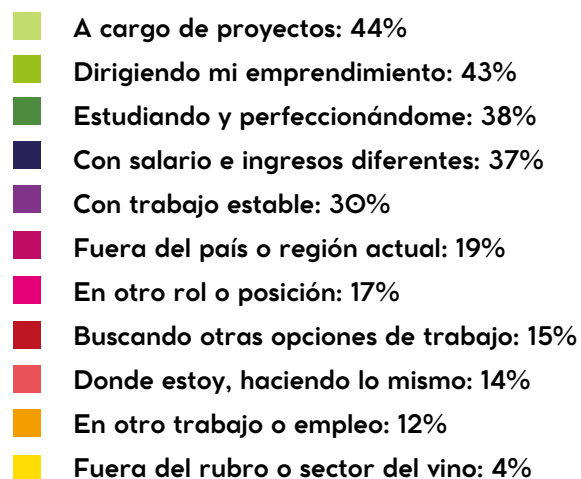
Con respecto a las visiones que las mismas poseen son de la más diversa naturaleza y dejan en evidencia que se trata de profesionales inquietas, en busca de oportunidades y horizontes, que aspiran a asumir posiciones de responsabilidad y que están dispuestas a enfrentar riesgos, en pos de lograr estabilidad y mayor proyección.

¿Mejoraría tu Situación Laboral con capacitación y/o coaching?

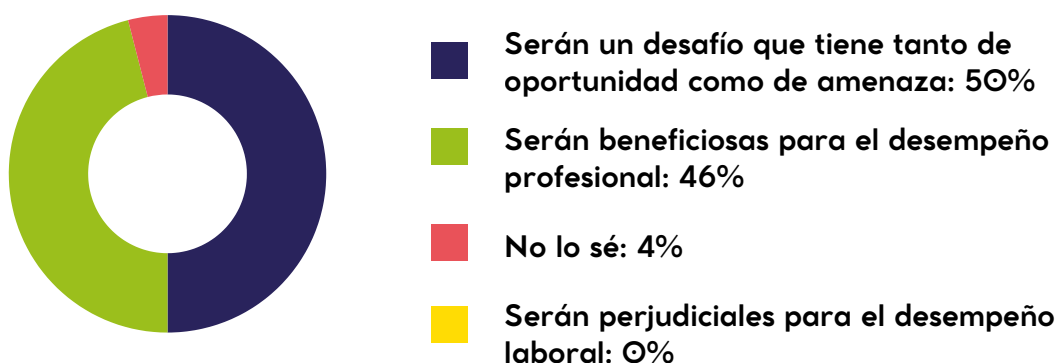


¿Dónde te visualizas en los próximos dos años?*

*una o más opciones de forma simultánea

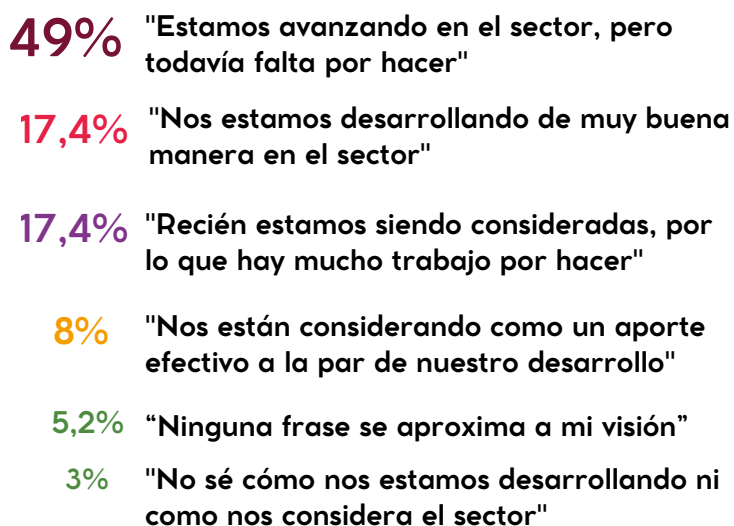


¿Cómo visualizas la incorporación de las Nuevas Tecnologías en el mundo laboral?



Independiente del tipo de ambiente laboral en que se desempeñan, las mujeres del vino han experimentado de primera mano la incorporación acelerada de las nuevas tecnologías. Aún así, una amplia mayoría de ellas las aprecia en su potencial, considerándolas positivas, pero sin duda desafiantes (96%).

Respecto de la Participación Femenina, ¿qué frase se aproxima más a tu visión?



En cuanto a la participación femenina en el sector, la sensación que se detecta es que un importante número se ve avanzando en forma positiva, no sin dificultades ni tareas pendientes por realizar. Están conscientes que aún habiéndose dado los primeros pasos, falta para que sean consideradas profesionales a la par.

Ante la posibilidad de tomar el futuro en sus manos y plantearse el cómo podrían ampliar el impacto y alcance de su accionar, la consulta reveló que un número significativo ve esperanza en el contar con una mayor representatividad femenina en posiciones de liderazgo y poder (55%), así como en el potenciar la voz de agrupaciones y colectivos, cuya experiencia esté ampliamente validada (21%).

Muy por el contrario, las encuestadas ven menor incidencia decisiva en aquellas acciones de resultados menos inmediatos, como los son la realización de investigaciones y/o estudios (9%) o en aquellas percibidas como más lejanas, que es el caso de que más congéneres ejerzan roles de alta dirección en estados y gobiernos (6%).

¿Qué acción sería la MÁS decisiva para que las mujeres logren un Mayor Impacto en el sector?



Contar con más roles de liderazgo femenino en organizaciones locales e internacionales

55%

Poner en valor a redes femeninas calificadas en temas y problemáticas locales y/o globales

21%

Recoger las opiniones y aspiraciones femeninas mediante consultas e investigaciones

9%

Ninguna de las acciones mencionadas sería decisiva

9%

Tener más mujeres como representantes en altos cargos de gobiernos y estados

6%

Conclusiones

Conclusiones

¿Cómo estamos las mujeres del vino en Chile?

Los resultados de la cuarta edición de la Encuesta MUV Chile, nos permiten delinear una mirada actualizada, diversa y reveladora sobre la realidad de las mujeres que forman parte del mundo del vino en Chile en sus diversas áreas de acción.

A partir de la voz de 302 mujeres de distintas edades, regiones y trayectorias profesionales, se identifican avances significativos en materia de participación laboral, profesionalización y emprendimiento, así como también un continuo desafío vinculado a la desigualdad, brechas de género y subrepresentación en espacios de liderazgo.

En un contexto que las propias encuestadas definen como desafiante, se reafirma la necesidad de impulsar la asociatividad, la formación continua y una mayor visibilidad del trabajo femenino para emprender un camino hacia una industria más equitativa que contemple las necesidades de las mujeres.

Esta encuesta se constituye como una radiografía que no solo evidencia el presente de las mujeres que se desenvuelven en el mundo del vino, sino que nos compromete a seguir trabajando con el compromiso de proyectar un futuro donde su aporte sea valorado y reconocido.



Conclusiones

Aquello que nos deja el estudio

- 1.- Se identificó que la mayoría de las 302 encuestadas son chilenas (92%), de la región metropolitana (50%), se encuentran entre los 30 y 50 años de edad (90%) y juegan un papel gravitante en el aporte de los ingresos familiares, participando en su totalidad (28%) o en la mitad (27%) de estos.
- 2.- Se mantiene la tendencia que en las mujeres del vino existe una diversidad de profesionales, las cuales en su mayoría cuentan con estudios universitarios (56%) o certificaciones en el área (45%).
- 3.- Los ámbitos de acción de las mujeres encuestadas se encuentran en su mayoría en el área comercial y ventas (38%), producción vitivinícola (31%), comunicación relacionada al vino (26%) y turismo y viajes (26%).
- 4.- Debemos destacar la baja participación de las mujeres en áreas de Innovación y Desarrollo (5,9%) y en Direcciones Ejecutivas o Presidencias (3,1%).
- 5.- De las mujeres encuestadas 75% se encuentra trabajando regularmente y existe un 35% con empresa propia.
- 6.- Existe la percepción que las mujeres encuestadas han mejorado su situación laboral los últimos 12 meses (43%).
- 7.- Existe la percepción que las mujeres en la sociedad están viviendo tiempos de cambio y adaptación tanto a nivel nacional como internacional, lo cual nos ha traído nuevos desafíos. Entre estos 49% de las mujeres declara un aumento de su carga laboral, sin embargo, solo el 24% declara haber tenido un aumento de ingresos.



Conclusiones

Aquello que nos deja el estudio

8.- Se reconoce que las mujeres nos hemos visto exigidas en las diversas áreas de nuestro actuar, en un ambiente cambiante y adverso, poniendo a prueba nuestra resiliencia. La mayoría de las mujeres percibe el momento actual como un DESAFÍO.

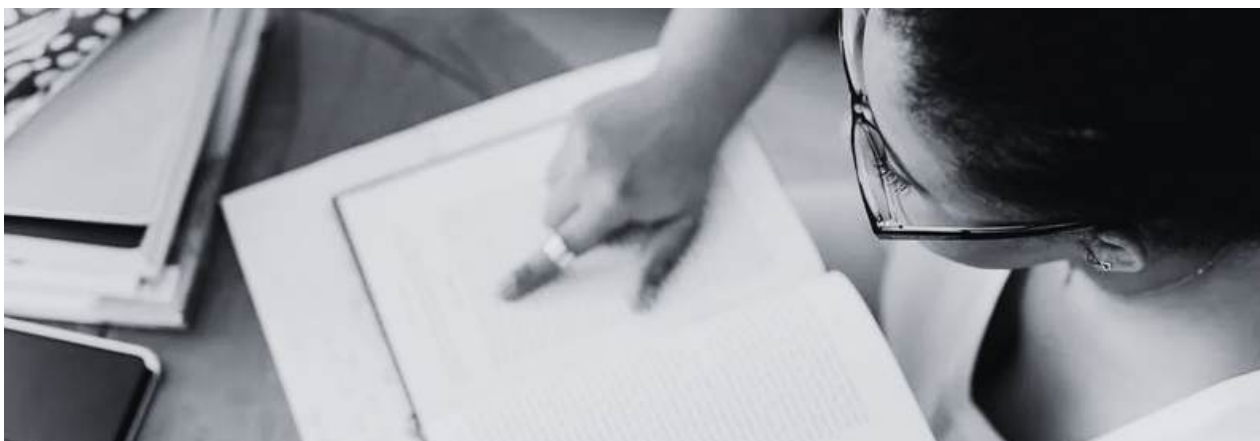
9.- Se mantiene la existencia de problemáticas vinculadas a la desigualdad y desequilibrios de poder tanto en lo laboral como personal. Todavía 32% de las encuestadas se han sentido desplazadas discriminadas o minimizadas en sus lugares de trabajo, sumado a que 39,9% declara una diferencia salarial en sus ingresos por ser mujer.

10.- Hay un declarado interés (75%) por seguir profesionalizándose y capacitándose para acceder a mayores oportunidades y una mejor situación laboral.

11.- Se enfatiza la importancia de la asociatividad así como la necesidad evidente de apoyo y perfeccionamiento en su desarrollo laboral, 87% considera necesaria la asociatividad entre mujeres con la finalidad de generar una red de apoyo tanto en el ámbito laboral y humano.

12.- A pesar de la reciente valoración del aporte femenino en el sector vitivinícola, se percibe que aún falta trabajo por hacer. Y se menciona la necesidad de contar con más roles de liderazgo femenino en las organizaciones locales e internacionales.





Referencias

Asociación de Mujeres del Vino de Chile - MUV Chile (2021-2023). Encuesta: ¿Cómo están las mujeres del vino en Chile. Reporte de edición propia.

Asociación Nacional de Ingenieros Agrónomos Enólogos Chile - ANIAE (2025). <https://www.enologo.cl>

Barbosa, O., Haye, A., Godoy, K. e Ibáñez, M.J. (2023). La norma de género a través del discurso del vino en Chile: Docu-series en 2017 - 2018. Comunicación y medios, 32(48), 96-107. <https://dx.doi.org/10.5354/O719-1529.2023.70263>

Buk (2025). Radiografía: Mujeres en el trabajo 2025. Buk - Plataforma integral para la gestión de personas. <https://info.buk.cl/estudio-radiografia-mujeres-2025>

INE (2022a). Infografía de género y mercado laboral. Encuesta Nacional de Empleo, octubre-diciembre. Atlas de Género. Instituto Nacional de Estadísticas, Chile. https://www.ine.gob.cl/docs/default-source/genero/infografias/autonomia-economica/inf-ond22-empleo-sexo.pdf?sfvrsn=aa849346_3

INE (2022b). Infografía de género y microemprendimiento. VII Encuesta de Microemprendimiento. Atlas de Género. Instituto Nacional de Estadísticas, Chile. https://www.ine.gob.cl/docs/default-source/genero/infografias/autonomia-economica/vf-infografia-genero-microemprendimiento-2023.pdf?sfvrsn=e7144849_7

INE (2022c). Infografía de personas por tramo etario y mercado laboral. Encuesta Nacional de Empleo, octubre-diciembre. Atlas de Género. Instituto Nacional de Estadísticas, Chile. https://www.ine.gob.cl/docs/default-source/genero/infografias/autonomia-economica/inf-ond22-empleo-sexo-tramo-etario.pdf?sfvrsn=3703651c_3

INE (2022d). Infografía género e ingresos.(ESI). Atlas de Género. Instituto Nacional de Estadísticas, Chile. [https://www.ine.gob.cl/docs/default-source/genero/infografias/autonomia-economica/infografia-genero-e-ingresos-\(esi\)-2022.pdf?sfvrsn=124d7c81_4](https://www.ine.gob.cl/docs/default-source/genero/infografias/autonomia-economica/infografia-genero-e-ingresos-(esi)-2022.pdf?sfvrsn=124d7c81_4)

INE (2023). Informe principales resultados: II Encuesta nacional sobre el uso del tiempo - II ENUT. Instituto Nacional de Estadísticas, Chile. <https://www.ine.gob.cl/enut>

INE (2024). Resultados Nacionales Censo 2024. Instituto Nacional de Estadísticas, Chile. https://www.ine.gob.cl/docs/default-source/prensa-y-comunicacion/presentaci%C3%B3n-nacional-cpv2024.pdf?sfvrsn=4b75dd98_2

PwC (2025). Women in Work 2025. Productividad y género: La clave para resolver el enigma del crecimiento. Estudio PwC. Chile. <https://www.pwc.com/cl/es/Publicaciones/women-in-work-2025.html>

Subsecretaría del Trabajo y Universidad de Tarapacá (2025). Boletín 8M Día Internacional de la Mujer. Observatorio Laboral. Ministerio del Trabajo y Previsión Social, Chile. https://www.subtrab.gob.cl/wp-content/uploads/2025/03/Boletin-8M-2025_Final_Region-XV.pdf



Derechos de Autor y Uso

© 2025

Asociación de Mujeres del Vino de Chile - MUV Chile

Todos los derechos reservados.



El presente documento es de elaboración propia y no está permitido copiar, reproducir, publicar, transmitir o en cualquier modo explotar total o parcialmente el mismo, sin la autorización previa por escrito de la Asociación de Mujeres del Vino de Chile - MUV Chile o de sus titulares correspondientes.

Este material está disponible para su descarga y uso de forma exclusivamente personal, informativa o educacional, no comercial. No se podrán remover o alterar de la copia ninguna leyenda que manifieste la autoría del material tales como textos, logotipos, contenido e imágenes.



www.mujeresdelvinochile.cl