



**Banco
Interamericano de
Desarrollo**

Sector de Integración
y Comercio

NOTA TÉCNICA
IDB-TN-464

Comercio y Género

**Avances en el proceso de
incorporación del enfoque de
género en operaciones de
comercio**

Alejandra Eguíluz Zamora
María Inés Vásquez
Alma Espino

Septiembre 2012

Comercio y Género

**Avances en el proceso de incorporación del
enfoque de género en operaciones de comercio**

Alejandra Eguíluz Zamora
María Inés Vásquez
Alma Espino



Banco Interamericano de Desarrollo

2012

Catalogación en la fuente proporcionada por la
Biblioteca Felipe Herrera del
Banco Interamericano de Desarrollo

Eguíluz Zamora, Alejandra.

Comercio y género / Alejandra Eguíluz Zamora, María Inés Vásquez, Alma Espino.

p. cm. — (IDB Technical Note ; 464)

Incluye referencias bibliográficas.

1. Commerce. 2. Women in development. I. Vásquez, María Inés. II. Espino, Alma. III. Inter-American Development Bank. Integration and Trade Sector. IV. Title. V. Series.

IDB-TN-464

JEL classifications:: F19

Keywords: América Latina, Equidad de género, Comercio, Empresas de mujeres, Promoción de exportaciones, Empoderamiento femenino, Acuerdos comerciales, Indicadores de género, Programas de apoyo al comercio exterior, Fondo de Ayuda al Comercio

<http://www.iadb.org>

Las opiniones expresadas en esta publicación son exclusivamente de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del Banco Interamericano de Desarrollo, de su Directorio Ejecutivo ni de los países que representa.

Se prohíbe el uso comercial no autorizado de los documentos del Banco, y tal podría castigarse de conformidad con las políticas del Banco y/o las legislaciones aplicables.

Copyright © 2012 Banco Interamericano de Desarrollo. Todos los derechos reservados; este documento puede reproducirse libremente para fines no comerciales.

Tabla de contenido

I.	INTRODUCCIÓN.....	3
II.	COMERCIO Y GÉNERO: EXPERIENCIAS EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE....	5
2.1.	Reseña bibliográfica de las investigaciones sobre el impacto en las mujeres de las políticas, acuerdos comerciales y expansión del comercio	7
2.2.	Mapeo ilustrativo de proyectos de fomento de negocios y de acceso al mercado centrados en mujeres.....	12
III.	INCORPORACIÓN DEL ENFOQUE DE GÉNERO EN OPERACIONES DE COMERCIO.....	21
3.1.	Préstamos de apoyo al comercio e integración con garantía soberana	22
3.2.	Proyectos de apoyo a la internacionalización de negocios	27
3.3.	Estrategias nacionales de la Iniciativa de Ayuda para el Comercio	32
IV.	PRODUCTOS DE CONOCIMIENTO DESARROLLADOS A PARTIR DE LA INCORPORACIÓN DEL ENFOQUE DE GÉNERO A LAS OPERACIONES DE COMERCIO.....	34
4.1.	Manual para incorporar el enfoque de género en intervenciones de comercio	34
4.2.	Incorporación del enfoque de género en la preparación, negociación y ejecución de acuerdos comerciales.....	35
4.3.	Reseña y análisis de acuerdos comerciales específicos y propuesta de incorporación del enfoque de género	36
4.4.	Comunidad de Práctica en Comercio y Género.....	38
V.	CONCLUSIONES SOBRE EL PROCESO DE INCORPORACIÓN DEL ENFOQUE DE GÉNERO EN OPERACIONES DE COMERCIO.....	39
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	42
	ANEXO I: LISTADO DE INICIATIVAS E INVESTIGACIONES ANALIZADAS SOBRE COMERCIO Y GÉNERO EN LA REGIÓN	45
	ANEXO II: ACTIVIDADES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO PARA LOS PROYECTOS DE APOYO AL COMERCIO Y LA INTEGRACIÓN	48
	ANEXO III: CUADRO DE ACTIVIDADES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO PARA PROYECTOS DE FOMENTO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS NEGOCIOS .	56
	ANEXO IV: PUNTOS DE ENTRADA DE LAS CONSIDERACIONES DE GÉNERO EN LA ESTRATEGIA DE AYUDA PARA EL COMERCIO DE BELICE.....	58

ANEXO V: EJEMPLOS DE INTERROGANTES E INDICADORES QUE GUÍAN LA INCORPORACIÓN DEL ENFOQUE DE GÉNERO EN LAS EVALUACIONES DE UN ACUERDO COMERCIAL	60
ANEXO VI: EJEMPLOS DE INTERROGANTES E INDICADORES QUE GUÍAN LA INCORPORACIÓN DEL ENFOQUE DE GÉNERO EN PROCESOS DE NEGOCIACIÓN Y CONSULTA DE ACUERDOS COMERCIALES	62
ANEXO VII: ESTADÍSTICAS SOBRE LA COMUNIDAD DE PRÁCTICA EN COMERCIO Y GÉNERO	63

I. Introducción

El objetivo de esta nota técnica es presentar el trabajo realizado por el Sector de Integración y Comercio del Banco Interamericano de Desarrollo en el marco de su Iniciativa de Comercio y Género. En esta nota técnica se hace énfasis en el proceso de incorporación del enfoque de género en las operaciones de comercio realizadas por el Banco, así como en la generación de conocimiento en el área de comercio y género.

El INT (Sector de Integración y Comercio del BID) comenzó a impulsar una línea de trabajo en comercio y género a mediados de 2010, motivado fundamentalmente por dos factores: primero por la importancia que ha cobrado el tema en las agendas de desarrollo internacional, lo cual se refleja además en la propia demanda de los países de la región,¹ y segundo en razón de la aprobación de la [Política Operativa sobre la Igualdad de Género en el Desarrollo](#)² del Banco, liderada por la División de Género y Diversidad, en la que se establecen nuevos compromisos operativos y de los sectores con dicha política y se refuerzan las actividades de seguimiento a estos compromisos. Adicionalmente, varios donantes del Banco han realizado sus aportes de recursos con condiciones más exigentes en lo que se refiere a la incorporación del enfoque de género en las operaciones. Por ejemplo, uno de los donantes del Fondo de Ayuda para el Comercio, administrado desde INT --cuyo objetivo es fortalecer el comercio como herramienta de fomento del desarrollo-- exige la incorporación de la perspectiva de género en por lo menos un 25% de las actividades financiadas por dicho fondo.

A continuación se enumeran las líneas de acción surgidas del trabajo de INT en el área de comercio y género, las cuales se han derivado en parte de un trabajo inicial de investigación sobre las experiencias sobre género y comercio en la región que se exponen en esta nota:

- el desarrollo de conocimiento sobre comercio y género a partir de la configuración de alianzas y colaboraciones con los especialistas del tema en la región y con el apoyo de la Comunidad de Práctica de Comercio y Género, una herramienta de comunicación y difusión de conocimiento en línea;

¹ El término “región” hace referencia a América Latina y el Caribe.

² Véase la [Política Operativa sobre la Igualdad de Género en el Desarrollo](#), Documento del Banco Interamericano de Desarrollo, noviembre 2010. La política mencionada tiene por objeto consolidar los compromisos de la institución con los países de la región en la promoción de la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer. Para ello, dicha política incorpora una perspectiva de género a través de la cual se busca que mujeres y hombres tengan las mismas condiciones y oportunidades para alcanzar su potencial en términos sociales, económicos, políticos y culturales.

- el diseño de herramientas metodológicas que ayuden a los actores del comercio a familiarizarse con el enfoque de género y a introducirlo de manera práctica en las operaciones de comercio; y
- la incorporación del enfoque de género en varias iniciativas operativas de INT, promoviendo para ello un proceso de sensibilización interna de los especialistas del sector.

Estas líneas de trabajo ya están produciendo resultados concretos:

- la elaboración de la presente nota técnica sectorial;
- la producción de un manual dirigido a especialistas del Banco y de la región para que puedan incorporar el enfoque de género en operaciones específicas de comercio;
- la creación y administración de la Comunidad de Práctica en Comercio y Género para que se produzca una comunicación fluida entre diversos expertos en género y comercio;
- la introducción del enfoque de género en la estrategia del Fondo de Ayuda para el Comercio y en varias operaciones que actualmente se encuentran en diseño y en ejecución en INT;
- la identificación y diseño de proyectos específicos de comercio y género para las cooperaciones técnicas que están siendo consideradas en el Banco para 2011 y 2012;
- actividades de sensibilización con funcionarios del sector; y
- la incorporación de criterios de género en la convocatoria del Programa de Bienes Públicos Regionales.

La presente nota técnica consta de tres partes. En la primera de ellas se compilan y presentan las conclusiones de la reseña bibliográfica realizada sobre iniciativas representativas del área de género y comercio que se han llevado a cabo en la región; esta sirve de base y guía para el proceso de incorporación del enfoque de género en las operaciones de INT,³ y permite identificar oportunidades de intervención futura para el Banco. En la segunda parte se introduce el proceso de incorporación del enfoque de género en tres tipos de intervenciones en comercio en INT. Finalmente, en la tercera y última parte se describen brevemente los productos de conocimiento y diseminación --adicionales a la presente nota técnica-- desarrollados para complemen-

³ Véanse El Proyecto de Apoyo al Comercio Exterior y a la Integración de Guatemala (GU-L103), en fase de implementación, y en el Programa de Apoyo al Sector Comercio de Bahamas (BH-L1016), en fase de diseño.

tar las necesidades de conocimiento y metodológicas identificadas, a saber: un manual para la incorporación del enfoque de género en intervenciones de comercio; un documento de trabajo sobre la incorporación de enfoque del enfoque de género en los procesos de preparación, negociación e implementación de los acuerdos comerciales; un análisis de acuerdos comerciales específicos y una propuesta para incorporar el enfoque de género en dichos instrumentos comerciales, y la Comunidad de Práctica en Comercio y Género.

II. Comercio y género: experiencias en América Latina y el Caribe

En las últimas dos décadas, la apertura comercial en la región ha tenido por lo general consecuencias positivas para el crecimiento, la productividad y el empleo en los países. En muchos de ellos, el incremento de la actividad exportadora ha sido determinante en la creación de nuevas oportunidades de negocios y nuevos puestos de trabajo, lo que a su vez ha reportado mayores ingresos para el Estado, las empresas, los trabajadores y sus familias. No obstante los beneficios evidentes que surgen de la apertura comercial, estos no se concretan proporcionalmente en todos los sectores y poblaciones. Por el contrario, pueden traer consecuencias desfavorables para determinados grupos poblacionales y actividades económicas.

La expansión del comercio tiene impactos diferenciados en hombres y mujeres debido a distintos factores que mediatizan su efecto, como por ejemplo la disponibilidad de recursos, la existencia de una cierta normatividad o instituciones laborales, los sistemas de derechos de propiedad, el acceso a los mercados y otras condiciones sociales y económicas (Fontana, Joeques y Masika 1998, Fontana 2009). Las mujeres aún constituyen el grupo poblacional más pobre y marginado en muchos países (Gibb 2012), siendo este un obstáculo sustancial para que estas alcancen los beneficios derivados del comercio. La expansión comercial puede tener un impacto directo en las mujeres en aspectos como el acceso al empleo, la disminución de la discriminación salarial, el acceso a mejores posiciones laborales, y el aumento o reducción de las barreras de acceso a recursos (financieros, tecnológicos) y/o servicios (capacitación, promoción de exportaciones). A su vez, los acuerdos comerciales pueden ser instrumentos que fomenten u obstaculicen la adopción de medidas para promover la equidad de género por parte de los gobiernos (UNCTAD 2004).

El reconocimiento de este impacto diferenciado del comercio en las mujeres ha abierto un espacio para producir conocimiento sobre la relación que existe entre comercio y género, así

como en la ejecución de iniciativas destinadas a promover el acceso de las mujeres a oportunidades que generan apertura comercial y expansión del comercio en la región. Las distintas organizaciones internacionales de desarrollo que operan en América Latina y el Caribe a través de los gobiernos, las organizaciones sociales, las organizaciones no gubernamentales y las universidades vienen desarrollando esfuerzos para posicionar el tema en la agenda política y para formular e implementar políticas públicas y programas concretos en esta área.

Como se mencionó en la introducción, para incorporar el enfoque de género en INT se comenzó por realizar una reseña bibliográfica y mapeo de las iniciativas sobre género y comercio existentes en la región. Si bien la tarea no fue exhaustiva, por su número y diversidad temática y regional la muestra de iniciativas reseñadas es lo suficientemente representativa como para poder extraer conclusiones sobre el alcance de la incorporación del enfoque de género en las iniciativas de comercio en la región, y sobre la posible acción futura del Banco a este respecto.⁴ En términos metodológicos, esta actividad implicó la búsqueda y reseña de investigaciones académicas, estudios de caso y documentos de proyectos; páginas de internet de las agencias de desarrollo de gobiernos y organismos multilaterales; contactos con institutos de investigación, entidades académicas, organizaciones no gubernamentales y varios gobiernos. Asimismo se contactó y dialogó con consultores expertos, profesionales del desarrollo, investigadores y funcionarios de instituciones públicas vinculadas al comercio de los países de la región, y con especialistas de organizaciones internacionales vinculados al tema de género y comercio.

Los ejemplos identificados y reseñados en la región se pueden agrupar en dos tipos: (i) investigaciones de carácter académico que abordan el impacto del comercio en las mujeres, y (ii) descripciones de proyectos que fomentan las empresas y el acceso a los mercados en sectores productivos en los que las mujeres son las principales beneficiarias.

⁴ La muestra comprende 11 países y 45 investigaciones o proyectos e incluye temas como el impacto de los acuerdos comerciales en los mercados laborales; la economía del cuidado (servicios, actividades, relaciones y valores relativos a las necesidades más básicas y relevantes para la existencia y reproducción de las personas); el desarrollo de herramientas metodológicas de género en su relación con el comercio; los proyectos con mujeres empresarias y con grupos productivos artesanales y agrícolas; los proyectos de fomento de buenas prácticas empresariales y las institucionales con enfoque de género. En el anexo I se describen las investigaciones y casos reseñados.

2.1. Reseña bibliográfica de las investigaciones sobre el impacto en las mujeres de las políticas, acuerdos comerciales y expansión del comercio

En las investigaciones reseñadas se analiza y evalúa el impacto que tiene la expansión comercial originada en tratados y políticas comerciales en la vida cotidiana, actividades económicas y desarrollo de las mujeres. Allí se destaca cómo la liberalización comercial y el crecimiento del comercio afectan de manera diferenciada a la población femenina; asimismo se busca extraer conclusiones sobre los beneficios o daños que esto les representa en términos de oportunidades de trabajo, salarios o condiciones laborales, situación familiar o personal, y sobre las limitaciones tanto formales como informales que existen para obtener los beneficios derivados del comercio.

Los estudios reseñados sobresalen por ser análisis recientes sobre el impacto de acuerdos comerciales específicos; tratan sobre países y/o regiones que se encuentran en procesos sólidos de integración comercial; y abordan el tema de género y comercio desde una perspectiva metodológica aportando propuestas sobre cómo introducir el enfoque de género en los análisis de políticas y acuerdos comerciales. Esto último resulta muy útil para las líneas de trabajo de la Iniciativa de Género y Comercio que se desarrolla en INT.⁵

El Capítulo Latinoamericano de la Red Internacional de Género y Comercio⁶ realiza un esfuerzo permanente por elaborar y difundir análisis sobre la relación entre el comercio y género. Entre estos esfuerzos figura de manera prominente el proyecto de investigación “Comercio, género y equidad: generando conocimiento para la acción política”, el cual involucró a Argentina, Brasil, Colombia, Chile, México y Uruguay, y cuyo objetivo fue mejorar la “comprensión de cuáles son los canales por los que el comercio internacional impacta en las relaciones de género” (Azar, Espino y Salvador 2007, 2). Para ello, en el estudio se estimó el contenido del empleo de las exportaciones e importaciones de los países mencionados desagregándolo por sexo y nivel educativo, y se incorporó la economía del cuidado⁷ como un elemento a considerar para el análisis del acceso a oportunidades económicas para la población femenina. En las conclusiones se señala que la expansión de las actividades vinculadas al comercio internacional no han incorpo-

⁵En 2011 Women Watch (United Nations Inter-Agency Network on Women and Gender Equality) hizo una recopilación de los temas, preocupaciones principales y recomendaciones de política sobre la relación entre la igualdad de género y las políticas comerciales.

⁶Red de organizaciones de mujeres cuyo objetivo es promover alternativas justas y equitativas de integración económica.

⁷Ver la nota 4.

rado de manera significativa el empleo femenino,⁸ ni tampoco han contribuido a romper la segregación y/o a aprovechar las condiciones de calificación de la oferta de trabajo femenina. Asimismo, las medidas adoptadas para atender la demanda de servicios de cuidado no han sido suficientes, y por lo tanto las mujeres asumen cargas de trabajo diario cada vez mayores.

El impacto potencial del Acuerdo de Asociación Económica (Economic Partnership Agreement, o EPA)⁹ suscrito entre la Unión Europea y Jamaica fue analizado desde una perspectiva de género por Marzia Fontana (2009a).¹⁰ Allí la autora concluye que la probabilidad de que la mayoría de mujeres vulnerables aprovechen las oportunidades económicas derivadas del acuerdo es baja, debido a que aquellas enfrentan problemas como restricciones de acceso al crédito y a la tierra, discriminación laboral, control limitado sobre los recursos y escasa infraestructura. Por otra parte, en su papel de consumidoras, las mujeres tampoco se beneficiarían dado que los bienes importados a bajo precio en el marco del acuerdo --como por ejemplo máquinas de lavar y cocinas a gas-- solo podrían ser adquiridas por familias con fácil acceso a energía y de ingresos medios y altos. En el ámbito metodológico, Fontana indica que se le presentaron muchas dificultades en el desarrollo del estudio pues no existen suficientes cifras desagregadas por sexo;¹¹ asimismo recalca la necesidad de analizar en profundidad aquellos sectores económicos y grupos de población potencialmente más vulnerables a estos acuerdos.¹²

Sobre el impacto de la expansión comercial en el empleo femenino se puede destacar el estudio realizado por Deschamps y Hernández (2007) sobre los tratados de libre comercio suscritos por México con Norteamérica y con la Unión Europea.¹³ Allí se realiza un análisis pormenorizado de la composición del empleo femenino vinculado a las actividades de exportación e importación en las zonas de libre comercio; esto tomando en cuenta tanto los sectores productivos en los que participan las mujeres como el nivel de instrucción de las trabajadoras y compa-

⁸ Con la salvedad de Colombia y México por efecto de la importancia de los sectores de confecciones y maquila.

⁹ El estudio trata sobre los Acuerdos de Asociación Económica suscritos entre la Unión Europea y el grupo de países de África, el Caribe y el Pacífico, específicamente para los casos de Jamaica, Mozambique y Tanzania.

¹⁰ Para este estudio Fontana (2009a) reseñó la lista de bienes a ser liberalizados y la de exenciones, y examinó las características de género de la producción y consumo de los bienes seleccionados en dichas listas. El impacto de los EPA se midió en cuatro ámbitos: (i) efectos en la producción y el empleo; (ii) efectos en el consumo; (iii) restricciones de género para responder al impacto; y (iv) pérdida de recaudación.

¹¹ Pese a que en Jamaica el EPA incorporó también la liberalización de servicios y que estos contribuyen con alrededor del 66% del PIB y emplean a más del 85% de la fuerza laboral femenina, el estudio no contó con información suficiente que permitiera realizar una evaluación con el enfoque de género apropiado sobre el impacto de la liberalización de los servicios en ese país.

¹² Un análisis que complementa la investigación de Fontana (2009a) es el de UNCTAD (2009).

¹³ Zona de Libre Comercio México-Unión Europea.

rando el efecto de ambas zonas comerciales. La conclusión de los autores es que ambos tratados generaron un mayor número de puestos de trabajo adicionales para mujeres que para hombres.¹⁴ Sin embargo, en el estudio se recalca que “la información por nivel educativo muestra la pérdida neta de 52 mil empleos para mujeres con instrucción superior, la contratación de 604 mil nuevas trabajadoras con estudios intermedios y de 245 mil con capacitación básica, a fin de realizar labores de 770 mil hombres con instrucción básica cuyos empleos fueron cancelados y de 448 mil hombres contratados para ocupar mandos medios y altos”. Es decir, se pone en evidencia la falta de reconocimiento del nivel educativo alcanzado por las trabajadoras para el ascenso en la jerarquía laboral, en las remuneraciones y, en consecuencia, en la calidad de vida tanto personal como familiar.¹⁵

El estudio de Bussolo, de Hoyos y Nuñez (2009) sobre el auge de la industria de la maquila en Honduras incorpora la variable de género a la relación entre la expansión comercial y la reducción de la pobreza. En ese país, entre 1990 y 2006 se redujo significativamente la pobreza a partir de una importante expansión del sector de la maquila, cuya fuerza laboral estaba compuesta mayoritariamente por mujeres. De acuerdo con los resultados del estudio, tal disminución se originó en la existencia de mejores oportunidades para la mujer en dicho sector, donde la discriminación salarial en las empresas parecía ser menor.

Otro grupo de trabajos versa sobre el desarrollo de marcos metodológicos y conceptuales de género apropiados para el análisis de políticas y acuerdos comerciales, y sobre la identificación de indicadores que permitan medir con mayor precisión el impacto de dichos instrumentos en la población femenina. En su trabajo, Rebeca Salazar (2005) desarrolla una matriz de análisis desde una perspectiva de género para estudiar los tratados de libre comercio,¹⁶ concentrándose especialmente en el de la Unión Europea-México “para resaltar las consecuencias diferenciadas para mujeres y hombres de las medidas adoptadas por los países al amparo de las políticas de liberalización comercial, revelar los aportes de las mujeres a la

¹⁴ En el estudio se determina que las políticas de integración comercial de México en la ZLCAN y la ZLCUEM crearon 797 mil empleos (cifra neta), tres veces por más que el número de plazas creadas para hombres.

¹⁵ Para una descripción sobre el empleo femenino en el sector agroexportador en el Perú, véase León (2009a).

¹⁶ En esta matriz se propone la inclusión de un marco conceptual de género, una reseña de los estudios sobre los tratados desde una perspectiva de género, un análisis de los cambios económicos a partir del acuerdo comercial, y la identificación de los sectores involucrados y de los indicadores.

economía y evaluar las oportunidades y riesgos que el funcionamiento de dichos acuerdos representa para las mujeres” (Salazar 2005, 1).¹⁷

Respecto a la construcción de indicadores¹⁸, Irene van Staveren (2007) desarrolla un conjunto de once para medir la relación entre comercio y género en áreas como el empleo, los ingresos, el salario y el trabajo doméstico, y los aplica al acuerdo bilateral entre la Unión Europea y el MERCOSUR (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay). A partir de allí, la autora concluye que el patrón tradicional de intercambio comercial entre MERCOSUR y la UE puede verse reforzado por las inequidades de género del mercado laboral de los países sudamericanos. Las mujeres cuentan con niveles educativos más altos pero tienen salarios menores a los de los hombres y se encuentran empleadas en sectores más vulnerables a las exportaciones europeas que se desarrollan en el marco del acuerdo comercial. Asimismo, van Staveren (2007) hace énfasis en la necesidad de contar con información desagregada por sexo referida a empleo y salarios, así como al trabajo no remunerado. Finalmente, la autora concluye que estos indicadores son solo una de las herramientas destinadas a comprender la relación entre género y comercio, por lo que propone entonces: (i) realizar análisis detallados sobre el impacto de este último en ámbitos regionales, nacionales y sectoriales de modo que sirvan para informar las negociaciones y evaluaciones de los tratados comerciales, y (ii) llevar a cabo debates con la sociedad civil acerca de las expectativas que existen respecto de la relación entre comercio y desarrollo.¹⁹

Por su parte, la UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo) aboga por la elaboración de diagnósticos ex-ante o paralelamente a los procesos de negociación comercial o de adopción de políticas comerciales que aborden los posibles impactos en áreas como el empleo, la pequeña empresa, los precios y la productividad en la agricultura, la agricultura de subsistencia y la migración. En una nota sobre la incorporación del enfoque de género en las políticas y tratados comerciales --aunque no específicamente referida a América Latina y El Caribe--, la UNCTAD (2009b) destaca la importancia y la necesidad de incluir

¹⁷ En otro estudio, Salazar (2007) identificó los avances y limitaciones en la incorporación del enfoque de género en los estudios de impacto de los tratados de libre comercio tomando como ámbito el sector agrario mexicano. En esta investigación, Salazar sistematizó dichos estudios para formular una propuesta de articulación con aquellos que abordan las relaciones de género.

¹⁸ En materia de indicadores para el análisis del vínculo entre comercio y equidad de género, Alma (2010) ha identificado tres tipos: (i) indicadores de situación, (ii) indicadores de voluntad política y (iii) indicadores de impacto.

¹⁹ Van Staveren (2005) también hace sugerencias metodológicas sobre cómo analizar el tema de género y liberalización comercial y financiera en América Latina.

consideraciones de género –formación de capacidades, mercados laborales no discriminatorios, acceso igualitario a recursos, incluyendo la propiedad-- en los acuerdos comerciales como un modo de asegurar que estos beneficien a las mujeres (UNCTAD 2009b).²⁰

Las investigaciones reseñadas son una fuente fundamental de conocimiento sobre los temas claves que vinculan al comercio con el género. En ellas se muestra, por ejemplo, cómo la adopción de un acuerdo comercial y la expansión de las actividades derivadas de este pueden mejorar o empeorar las condiciones de trabajo y de vida de las mujeres. Entre los efectos positivos, en los estudios se destaca el incremento de los salarios, la reducción de la brecha salarial y el incremento del empleo femenino, mientras que entre los negativos figuran la reducción de los mercados para las pequeñas empresas lideradas por mujeres y la disminución de su tiempo libre debido a la suma de las responsabilidades del trabajo y del hogar. Asimismo, en estas investigaciones se muestran las limitaciones que las mujeres confrontan a la hora de aprovechar las oportunidades ofrecidas por el comercio en sus países, y que se originan en factores como la falta de preparación técnica para asumir mejores puestos de trabajo, la falta de servicios públicos para aliviar las responsabilidades del hogar y el acceso restringido a recursos e información, entre otros. Finalmente, los estudios identificados son también una muestra del esfuerzo que se está realizando por incorporar el tema de la equidad de género en el debate sobre el comercio, y por instrumentalizar el enfoque de género en el análisis de los temas de comercio en la región.

Ahora bien, los efectos positivos del comercio en la población, particularmente en las mujeres, dependen a su vez de la puesta en marcha o fortalecimiento de una serie de políticas públicas de los Estados que permitan aprovechar dichos efectos positivos en áreas como el empleo o los emprendimientos empresariales. En la literatura sobre género y comercio hacen falta más estudios de caso en que se aborden de una manera práctica los temas claves y las estrategias para abordarlos (Carr y Williams 2010, 4). En esta compilación no se han encontrado estudios de caso en los cuales se aborden las políticas públicas implementadas para abordar determinados efectos del comercio en las mujeres o para aprovechar sus oportunidades. Además,

²⁰ Woman's Edge Coalition desarrolló la herramienta denominada TIR (estudio del impacto del comercio por sus siglas en inglés) para evaluar los efectos económicos directos e indirectos que pueden generar los cambios en la política comercial, de inversiones, regulatoria o los cambios de tipo jurídico. Este marco de evaluación, a diferencia de otros, incorpora tanto el análisis económico como el jurídico y regulatorio. Una aplicación de este marco de análisis puede observarse en el trabajo realizado por Marceline White (2004), quien evaluó la manera en que el Tratado de Libre Comercio de Norteamérica afectó positiva o negativamente a mujeres pobres en México.

la difusión de herramientas metodológicas que orienten la incorporación de la perspectiva de género en estudios y proyectos de comercio en América Latina y el Caribe es aún débil.

La falta de información desagregada por sexo es una limitante mencionada por los investigadores de manera recurrente. Las instituciones públicas, y en particular aquellas vinculadas a la gestión del comercio, no recolectan información desagregándola por sexo. Ello dificulta enormemente la tarea de identificar la magnitud de la participación femenina en las actividades económicas, o medir el impacto diferenciado de determinadas políticas o acuerdos comerciales en la población femenina, o evaluar los cambios que se pueden producir en una actividad económica particular a partir de una determinada política comercial. En algunos países, la falta de información es un problema grave que trasciende la desagregación por sexo. Esto por cuanto muchos países no tienen ni siquiera las herramientas tecnológicas o metodológicas necesarias para recopilar información de calidad sobre las actividades económicas o comerciales, o sobre el impacto que estas generan en la población en general, y menos aún en la población femenina.

Finalmente, pese a los esfuerzos por llevar a cabo estudios que incorporen una perspectiva de género en el área del comercio en la región, no existe evidencia --al menos no sistematizada-- de que los resultados o recomendaciones establecidas en aquellos se hayan plasmado en decisiones de política comercial o políticas públicas complementarias a los acuerdos comerciales. Ello abre un espacio para la discusión y análisis de la capacidad de incidencia de los actores vinculados al tema de género en el área de comercio, así como sobre el grado de apertura hacia los temas de género por parte de las instituciones públicas encargadas del sector comercio en los países de la región.

2.2. Mapeo ilustrativo de proyectos de fomento de negocios y de acceso al mercado centrados en mujeres

En la región existen numerosos proyectos de fomento de negocios patrocinadas ya sea por los gobiernos o por organizaciones no gubernamentales apoyadas por entidades de cooperación nacional o multilateral y/o por el sector privado, cuyo público destinatario es la población femenina. En el mapeo que se ha hecho de los mismos se han identificado iniciativas de comercio vinculadas al apoyo técnico y la capacitación de empresarias y grupos productivos, la promoción de la comercialización y de la exportación, y el fomento de redes de pequeñas y

medianas empresas. Los casos analizados se han clasificado en dos grupos principales, definidos en función de si el apoyo es de carácter individual --a una empresa seleccionada y tratada de manera independiente-, o si se trata de proyectos grupales donde la unidad empresarial está formada por varias mujeres que hacen parte de un grupo productivo, cooperativa o asociación.

a. *Proyectos de apoyo individualizado a mujeres empresarias para incrementar el acceso a los mercados*

El ITC (Centro Internacional del Comercio por sus siglas en inglés)²¹ lleva a cabo desde 2009 dos programas de fortalecimiento de capacidades empresariales y fomento de acceso a mercados de mujeres empresarias en México y Perú. En México, el ITC se concentró en el sector de joyería donde, con la colaboración de instituciones del gobierno mexicano, presta apoyo a mujeres empresarias de distintas regiones para acceder al mercado de Estados Unidos.²² Entre los resultados obtenidos hasta el 2011, el ITC reportó la capacitación impartida a 40 empresas lideradas por mujeres a través del FONAES (Fondo Nacional de Apoyos a Empresas en Solidaridad). En Perú, específicamente en el departamento de Arequipa, el trabajo del ITC se orientó a fortalecer la capacidad de empresas de mujeres vinculadas al sector textil en el desarrollo de planes de negocio y mercadeo, desarrollo de productos y diseño de estrategias para acceder a los mercados internacionales. En 2011, el ITC reportó que 15 mujeres empresarias arequipeñas contaban ya con planes y estrategias de negocios.²³

²¹ Además de los programas mencionados en el texto, en septiembre de 2010, el Programa de Mujeres y Comercio del ITC lanzó la Plataforma para la Acción de Mujeres Proveedoras, la cual reúne a instituciones de facilitación del comercio y a empresas multinacionales con la finalidad de apoyar, iniciar o mejorar esfuerzos dirigidos a integrar a las mujeres proveedoras en cadenas de valor; crear valor compartido a través de la subcontratación de mujeres proveedoras que ofrecen productos y servicios competitivos; promover los beneficios de la contratación de las mujeres proveedoras educando para ello a las corporaciones multinacionales; y compartir conocimientos sobre las políticas y prácticas a través de las cuales se busca incrementar la contratación de proveedoras. La plataforma fue el resultado de la Primera Mesa Redonda de Ejecutivos Senior sobre Abastecimiento de Mujeres Proveedoras realizada en Chongqing, China, en septiembre de 2010. Esta plataforma incorpora compradores con un presupuesto anual de adquisiciones que supera los US\$700 mil millones y a una red de proveedoras que consta de 50.000 empresarias y profesionales. En la primera edición del Fórum y Exhibición de Mujeres Proveedoras organizado por la Plataforma, la cual tuvo lugar en Chongqing, China, las mujeres empresarias participantes firmaron contratos por un monto de US\$14,8 millones para el suministro de bienes y servicios. Aunque esta iniciativa no está exclusivamente dirigida a países de la región, es importante mencionarla porque el ITC ha previsto la incorporación de un mayor número de empresas de América Latina y el Caribe en próximas ediciones del fórum.

²² El proyecto tiene una duración de un año y medio y se espera que concluya el 31 de diciembre de 2012. El presupuesto asignado es de US\$300.000.

²³ Actualmente el ITC ejecuta en Perú la segunda fase del proyecto con un presupuesto de US\$400.000. En ella se ha incluido un componente de apoyo a la agencia de promoción de exportaciones, PROMPERU, con la finalidad de asegurar la sostenibilidad de la intervención.

Por su parte, WEConnect International --una organización que fomenta la participación de empresas de mujeres en cadenas globales de valor en la región—inició en marzo de 2011 la implementación del proyecto Pathways Access Initiative de USAID (Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional por sus siglas en inglés) en Perú. El proyecto tiene por objeto identificar, capacitar y certificar negocios cuyas propietarias sean mujeres para fomentar su acceso a mercados locales e internacionales nuevos y más amplios.²⁴

b. Proyectos con grupos productivos de mujeres, de fomento de negocios y acceso a mercados

Una de las primeras constataciones de los casos reseñados es que este tipo de proyectos se concentra fundamentalmente en dos sectores de la economía: el sector artesanal y el sector agrícola. El primero de ellos es uno de los sectores económicos en donde la mujer tiene una participación más notable, aunque ello no necesariamente se traduzca en mejores ingresos o posibilidades de desarrollo familiar y comunitario. En la región existen esfuerzos importantes dirigidos a apoyar las artesanías y a convertirlas en una actividad exportadora que permita la obtención de ingresos sostenibles y oportunidades de desarrollo para las comunidades y sus familias.

El Programa de Promoción de la Competitividad de Asociaciones de Artesanos del Cuzco en Perú²⁵, financiado por el Banco, involucró en su fase inicial la participación de 425 beneficiarios, de los cuales más del 90% eran mujeres. Este programa tuvo por objeto desarrollar las habilidades técnicas y empresariales de los artesanos textiles y articularlos con operadores comerciales en el mercado nacional e internacional, pero no incluyó objetivos específicos de empoderamiento femenino o de equidad de género. Los resultados obtenidos hasta el momento se concentran en la creación de una marca comercial (KAMAQ) que identifica a los productos, y también en la elaboración de nuevos diseños más acordes con las tendencias del mercado. En la primera fase del proyecto, sin embargo, no se logró exportar los productos de manera sostenida²⁶. Los resultados positivos obtenidos han originado la aprobación de una segunda fase

²⁴ El plazo del proyecto es de 15 meses. Los primeros resultados (a octubre de 2011) incluyen la sensibilización de 125 negocios de propiedad de mujeres, la inclusión de 40 de estos negocios en la base de datos de WEConnect Internacional y la presentación de empresarias peruanas a directivos de Walmart.com.

²⁵ Ejecutado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo con un presupuesto de US\$165.680 y una duración de 18 meses, desde junio de 2009 hasta diciembre de 2010.

²⁶ Véase León (2009b) para un estudio de caso sobre el tema de la participación de la mujer en el sector artesanal en Perú.

del programa cuyo objeto es consolidar las capacidades de las asociaciones y fortalecer su potencial exportador.

En Ecuador, también en el sector artesanal, el Programa de Exportación de Sombreros de Paja Toquilla en Azuay y Cañar²⁷ se dedicó a mejorar la totalidad de la cadena de valor de los sombreros a través del establecimiento de estándares de calidad para el producto, capacitación a las tejedoras, y fomento de la asociatividad para alcanzar un nivel de calidad de exportación y mejores sistemas de acopio y distribución. A raíz de esta intervención, la calidad de los sombreros mejoró significativamente lo que permitió un incremento en su precio y, en consecuencia, el incremento en los ingresos de las artesanas. Asimismo, las beneficiarias incorporaron y capacitaron a otras tejedoras de zonas aledañas (USAID-Ecuador y Red productiva 2009).²⁸

El caso de la Casa de la Mujer Artesana en Puno --una región localizada en el sur del Perú-- plantea un vínculo de largo plazo entre seis asociaciones de mujeres artesanas y el MMR (Movimiento Manuela Ramos).²⁹ En este caso, a través de diferentes proyectos financiados por la cooperación internacional y el gobierno de Perú a lo largo de casi 20 años, el MMR ha logrado establecer una cadena de producción, comercialización y exportación de las artesanías elaboradas por mujeres, quienes han recibido capacitación técnica y talleres de desarrollo y cuidado personal y familiar, y han participado en ferias nacionales e internacionales en el marco de los proyectos mencionados.³⁰ Esta iniciativa constituye un modelo de continuidad en cuanto a la capacidad de la institución de canalizar recursos de la cooperación y del gobierno de una manera permanente hacia las actividades de apoyo a las artesanas en Puno y a la expansión de la comercialización de sus productos a través de la Casa de la Mujer Artesana. A diferencia de los ejemplos anteriores, este caso ha tenido un proceso prolongado de implementación y evidencia el hecho de que para alcanzar un nivel de calidad y producción suficiente que permita exportar productos de manera sostenible, el trabajo en el sector artesanías requiere apoyo de largo plazo (Arnillas 2012).

²⁷ El programa forma parte del Proyecto REDPRODUCTIVA: Innovación en el Desarrollo, implementado por USAID. El plazo de implementación del proyecto es de tres años (octubre de 2010-agosto 2013).

²⁸ Como resultado del proyecto se produjo un incremento de los ingresos por sombrero en aproximadamente 120% para las tejedoras.

²⁹ Organización feminista peruana sin fines de lucro que en 1987 inició actividades orientadas a mejorar la situación y posición de las mujeres en la sociedad y economía peruanas.

³⁰ Algunos de los proyectos más recientes son: Merco Mujer (2001), Posicionamiento en el Mercado Local e Internacional de Artesanía Procedente de Mujeres Rurales en Puno (2004 – 2006) y el Proyecto Ampliando Oportunidades para la Participación Económica Sostenible de las Mujeres en Puno (2008-2011). Los últimos dos han sido financiados por el Fondo Nacional de Capacitación Laboral y Promoción del Empleo.

En el sector de la agricultura, Walmart apoya programas en varios países de la región para promover la mejora de la productividad de grupos de pequeños productores, muchos de ellos o bien totalmente integrados por mujeres o con una alta participación y liderazgo femeninos. A través de estos programas se busca garantizar el cumplimiento de estándares agrícolas nacionales e internacionales, mejorar las capacidades empresariales y escalar las actividades productivas para colocar la producción en las tiendas Walmart y en otros comercializadores en mercados locales e internacionales, para así mejorar la calidad de vida de los agricultores.³¹ En el cuadro 1 se detallan algunas de las intervenciones de Walmart en la región.

Cuadro 1. Intervenciones seleccionadas de Walmart en proyectos centrados en mujeres productoras en la región

País/socio/presupuesto	Características del proyecto	Mujeres beneficiadas
Colombia Aid to Artisans US\$487.405	Capacitación a mujeres artesanas en el desarrollo del negocio, mejoramiento de productos, innovación de diseños y establecimiento de redes comerciales.	825 mujeres en 16 comunidades wayuu (incremento en US\$500 en sus ingresos)
El Salvador – Save de Children US\$407,845	Mejoramiento de cadenas de valor a través de la capacitación en el desarrollo del negocio y en la elaboración de planes de comercialización; apoyo para el registro de cooperativas, eliminación de barreras de acceso a mercados y mejoramiento de capacidades de negociación.	3.000 mujeres beneficiarias
Nicaragua – TechnoServe US\$488.000	Capacitación en desarrollo de negocios, comercialización y acceso a mercados; apoyo individualizado para acceso a crédito.	750 mujeres beneficiarias asociadas en grupos de negocios.

La valoración positiva del trabajo femenino por parte de los mercados tiene un ejemplo concreto en caso del Sello Café de Mujer, una certificación desarrollada en Guatemala por la ACODIHUE (Asociación de Cooperación al Desarrollo Integral de Huehuetenango)³² y apoyada

³¹ Walmart apoya programas en Guatemala, El Salvador, Brasil, Nicaragua Colombia, entre otros países, a través de contrapartes como CARE, Voces Vitales, Mercy Corps y USAID. Véanse <http://walmartstores.com/Sustainability/9173.aspx> y <http://walmartstores.com/sites/ResponsibilityReport/2011/WalmartGRR.pdf>

³² Esta asociación está formada por pequeñas productoras de café de Huehuetenango. En la mayoría de casos, las mujeres se encuentran al frente de la administración y manejo de las unidades productivas de café y otros cultivos.

por AGEXPORT (Asociación Guatemalteca de Exportadores).³³ La asistencia de AGEXPORT se concreta a través del Programa de Encadenamientos Empresariales y consiste en el fortalecimiento de la gestión empresarial y administrativa, la implementación del sistema de trazabilidad y certificación de la planta, el diseño e imagen empresarial, la participación en ferias comerciales internacionales para posicionar la marca, y la búsqueda de nichos de mercados especiales. Es importante mencionar que dada la importante participación de la mujer en la economía rural en Guatemala, AGEXPORT ha iniciado la incorporación del enfoque de género en los proyectos que forman parte del mencionado programa. Para ello ha establecido un convenio con Voces Vitales, organización esta que apoyará técnicamente el proceso a través de actividades de capacitación empresarial, fortalecimiento personal y visitas para conocer experiencias similares de encadenamientos.

En el sector cafetero,³⁴ es importante mencionar también el trabajo que realiza la IWACA (International Women Coffee Alliance) para posicionar a la mujer y mejorar sus posibilidades de participación y creación de empresas sostenibles y rentables. La IWCA trabaja con seis seccionales en la región (Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Nicaragua, y la República Dominicana) en esfuerzos encaminados a reducir las barreras que confrontan las mujeres en este sector, crear una red de apoyo para mujeres vinculadas al negocio cafetero, y proporcionar recursos de capacitación técnica y empresarial.³⁵

El Proyecto de Desarrollo Empresarial de la Federación de Cooperativas en Guatemala,³⁶ conducido por la ACDI (Agencia Canadiense para el Desarrollo Internacional), ha sido identificado como ejemplo de incorporación de la dimensión de género por la OMC (Organización Mundial de Comercio) en el ámbito de la Ayuda para el Comercio. El objetivo de este proyecto

³³ AGEXPORT desarrolla el Programa de Encadenamientos Empresariales a través del cual promueve el incremento de la oferta productiva exportable de las PyMES con el objeto de generar empleo e ingresos, así como para apoyar la reducción de pobreza y la sostenibilidad ambiental.

Véase <http://www.encadenamientoempresariales.com/Portal/Home.aspx?secid=1639>

³⁴ Para un caso sobre las limitaciones que enfrentan en el acceso a mercados las mujeres productoras de café, véase Rowen-Campbell (2010).

³⁵ Según portal institucional del capítulo de Costa Rica en la red, la Alianza de Mujeres en Café en dicho país lleva a cabo actividades de capacitación en gestión de empresas, administración de fincas de café, financiamiento de negocios, técnicas de producción, conocimiento sobre el café, y “autoestima”. La seccional de Guatemala realiza actividades similares orientadas a fortalecer las capacidades técnicas y empresariales de las mujeres y de asociaciones de mujeres dedicadas a la producción y comercialización de café (Véase el Reporte de Labores 2010 en:

http://www.mujerescafe Guatemala.org/images/memorias_de_labores/memoria_de_labores_%202010.pdf)

³⁶ El presupuesto de este proyecto fue de US\$7 millones y fue ejecutado entre los años 2002 y 2011. Cabe señalar que este proyecto no tuvo como beneficiarios a grupos productivos de mujeres exclusivamente.

fue el de garantizar la sostenibilidad de la producción agrícola de la Federación de Cooperativas de Verapaces, mejorar la productividad y competitividad de los pequeños productores, y asegurar el consumo de alimentos para hombres y mujeres de la zona.

Los resultados del proyecto fueron muy significativos para la federación si se considera que se pasó de no tener actividad exportadora alguna a exportar a 20 países, generando un incremento de entre 27% y 34% en los ingresos de las familias productoras. En términos de género, esta perspectiva no fue incluida desde el diseño del proyecto sino luego de una evaluación externa realizada en 2003. Con todo, fue posible incluir a las mujeres en actividades claves de esta iniciativa a partir de 2005, y se ha logrado incorporarlas en posiciones de responsabilidad en la toma de decisiones en las cooperativas³⁷. Además, a través del trabajo de un especialista de género permanente en el proyecto, se incorporaron indicadores de género en el marco lógico y en los planes de trabajo para actividades y servicios específicos, con el fin de asegurar la obtención de beneficios para mujeres y hombres.³⁸

En términos generales, los proyectos reseñados han tenido por objeto mejorar los productos desarrollados por grupos de mujeres para introducirlos en mercados locales e internacionales y así lograr resultados positivos en materia de incremento de ingresos. Para ello, en dichos proyectos se llevaron a cabo actividades de formación dirigidas a incrementar la capacidad técnica, mejorar la productividad y dotar de herramientas a las mujeres para efectuar actividades de mercadeo y llevar a cabo el control de la calidad de los productos. Esto con el fin de convertir una actividad tradicionalmente de subsistencia o de bajos ingresos, y productos de baja calidad, en un emprendimiento comercial que genera recursos para las beneficiarias, sus familias y sus comunidades.

Aun cuando las iniciativas reseñadas han sido protagonizadas por mujeres y sus beneficios se han traducido en la mejora de sus condiciones económicas y las de sus empresas, no resulta evidente que en todos los casos se hayan contemplado en su diseño y/o implementación objetivos de género de manera metodológica y específica, más allá de aquellos

³⁷ En dos de las cooperativas los cargos más altos de la organización son ocupados por mujeres.

³⁸ Entre los aspectos incorporados se encuentran los servicios de guardería, adecuación del lenguaje y horarios de trabajo apropiados. Aun así, se reconoce la necesidad de incorporar la dimensión de género desde el inicio del proyecto (fase de diseño), dado que por lo general este asunto está ausente en los proyectos de fortalecimiento del comercio agrícola. Para más detalles, véase <http://www.oecd.org/dataoecd/9/55/47713645.pdf>.

vinculados al éxito del negocio, cuya pertinencia y necesidad son innegables.³⁹ La definición de objetivos e indicadores de género (incluyendo una línea de referencia con enfoque de género) debe tomar en consideración factores como la autonomía en el uso de los ingresos generados por el negocio y el papel de la mujer en la toma de decisiones del mismo. Una intervención más profunda podría llegar a identificar el impacto en sus funciones de participación social y comunitaria, su situación de poder en el núcleo familiar, la autoestima o la distribución de las tareas en el hogar. La ausencia de objetivos de género que aborden estos temas impide que este tipo de proyectos y programas se conviertan también en herramientas de promoción de la equidad de género y el empoderamiento. A su vez, la inclusión de indicadores de género permitiría medir con mayor precisión los avances en términos de empoderamiento femenino a través de este tipo de iniciativas.

Los ejemplos compilados son sobre todo de esfuerzos dirigidos a implementar programas o proyectos con mujeres (artesanas, agricultoras, microempresarias), pero no hay evidencia de que se haya desplegado un esfuerzo analítico⁴⁰ expresamente dirigido a profundizar el impacto que dichas iniciativas pueden tener en el grupo de beneficiarias en términos de equidad de género y empoderamiento.⁴¹ Así, es posible que se presupongan resultados y efectos en las beneficiarias relacionados con los temas mencionados --como el incremento de capacidades empresariales o técnicas, el desempeño de funciones de mayor responsabilidad en la organización o comunidad y una mayor autoestima--, sin que necesariamente se haga una evaluación específica dirigida a identificar en qué medida se han producido tales efectos.⁴² En particular, en lo que se refiere a las nuevas capacidades en las que estos proyectos suelen

³⁹ Como ejemplo puede consultarse Pastor (2010), donde se exponen los objetivos del programa. Asimismo, en el documento de sistematización de uno de los proyectos con mujeres artesanas del Movimiento Manuela Ramos en Puno (Perú) – vinculado a la Casa de la Mujer Artesana (Arnillas 2012) se expone claramente que las cuatro áreas de intervención se enfocan en la mejora de las capacidades productivas, empresariales y comerciales tanto de las artesanas como de las asociaciones a las que pertenecen.

⁴⁰ Debe señalarse que en el caso del Proyecto Ampliando Oportunidades para la Participación Económica Sostenible de las Mujeres en Puno se incluyó un grupo de actividades orientadas al fortalecimiento de la autoestima y al reconocimiento de derechos. Sin embargo, no se muestran indicadores que permitan medir el avance en estos temas. El documento de sistematización del proyecto sí incluye declaraciones de las participantes que reflejan cambios en el proceso de toma de decisiones respecto a sus ingresos, y también en lo que se refiere al reconocimiento social a las asociaciones de artesanas.

⁴¹ De hecho, en el caso del programa de la ACDI con la Federación de Cooperativas de Verapaces se reconoce la falta de análisis e inclusión de la dimensión de género en el diseño de la intervención, además de que los resultados de género solo se incorporaron a partir de la mitad del proyecto. En una de las recomendaciones formuladas en el estudio de caso elaborado para Aid for Trade se señala que la incorporación del enfoque de género debe realizarse desde el inicio del proyecto. Véase <http://www.oecd.org/dataoecd/9/55/47713645.pdf>.

⁴² Por ejemplo, el Reporte de Labores 2010 de la organización Mujeres en Café de Guatemala solo muestra actividades vinculadas a la capacitación en temas productivos y de gestión de negocios.

centrarse --diseño de productos, procesos productivos de calidad, estrategias de mercadeo o esquemas organizacionales--, es relativamente común comprobar que dichas competencias son asimiladas solo parcialmente y que son pocos los casos en que constituyen una herramienta para lograr que las beneficiarias asuman mayores responsabilidades en el negocio o se apropien de nuevas funciones en vez de quedarse en los puestos más bajos en el proceso productivo. Así, sería posible aprovechar mejor la oportunidad que estos proyectos brindan para lograr un impacto más significativo en términos de empoderamiento o equidad de género.⁴³

De las iniciativas reseñadas tampoco es posible inferir la relación que existe entre las mejoras introducidas en los negocios o actividades productivas y comerciales de las beneficiarias, y su ascenso en sus familias y comunidades. En suma, no se puede saber todavía de qué manera el aumento de ingresos ha tenido como resultado el empoderamiento económico y social de las beneficiarias, entendido este como el logro de una autonomía en el manejo de sus recursos, de su espacio y de su vida. Ello se puede deber, como se señaló anteriormente, a la carencia de objetivos específicos de género en la fase de diseño de las iniciativas reseñadas, a la inexistencia de actividades en el plan de implementación, y a la ausencia de indicadores adecuados que midan el avance de las actividades y el logro de dichos objetivos. Es necesario promover entonces la idea del potencial que tienen los programas de fomento a la internacionalización del negocio como herramienta para promover la equidad de género y el empoderamiento femenino.

Las conclusiones de esta sección marcan el punto de partida del INT para definir el plan de actividades de la Iniciativa de Comercio y Género en los años venideros; esto en la medida en que permiten identificar las áreas de intervención prioritarias para la región que a su vez apuntan a una posible intervención del Banco en varios ámbitos: (i) el desarrollo metodológico de la incorporación del enfoque de género en las operaciones de INT, comenzando por realizar el ejercicio práctico en algunas operaciones seleccionadas durante 2011 y 2012, y (ii) el desarrollo de herramientas prácticas que, con base en el aprendizaje que surja del ejercicio anterior, sirvan de guía a los funcionarios de comercio en el proceso de incorporación de enfoque de género en operaciones del ramo.

⁴³ A partir de los casos reseñados del sector artesanías, por ejemplo, no se puede afirmar que efectivamente las mujeres beneficiarias hayan asumido nuevos roles en el negocio con base en los conocimientos adquiridos, o que hayan emprendido nuevas actividades en la comunidad. Véase el documento del Proyecto REDPRODUCTIVA: Innovación en el Desarrollo y el caso de la Federación de Cooperativas de Verapaces en <http://www.oecd.org/dataoecd/9/55/47713645.pdf>.

En la siguiente sección se muestra cómo se puede incorporar el enfoque de género en las operaciones de comercio conducidas por INT a partir de los resultados obtenidos en los ejercicios realizados en el marco de la Iniciativa de Comercio y Género sobre proyectos concretos. Estos últimos, a su vez, dieron lugar al desarrollo de varios productos de conocimiento cuyos contenidos se desarrollarán y describirán en la cuarta sección de esta nota técnica.

III. Incorporación del enfoque de género en operaciones de comercio

A la luz de los compromisos adquiridos por INT en el Plan de Acción de la nueva Política Operativa sobre Igualdad de Género en el Desarrollo del Banco, durante el año 2011 se inició la tarea de incorporar el enfoque de género en distintas áreas de trabajo del sector, con el apoyo financiero y técnico de la División de Género y Diversidad. Para realizar este ejercicio práctico y novedoso se seleccionaron tres áreas de trabajo teniendo en cuenta varios factores. La primera área es la de los préstamos de apoyo al comercio e integración con garantía soberana, los cuales involucran a los gobiernos de la región. Se trata de operaciones fundamentales y muy comunes para el sector de INT que merecen ser priorizadas. La segunda es la de las cooperaciones técnicas con grupos de productoras, cuyo objetivo es promover la exportación y el acceso a los mercados. Aquí se trata de responder a la necesidad de sentar lineamientos metodológicos rigurosos para la introducción de un enfoque de género, de manera que dichas operaciones se conviertan en herramientas sólidas de empoderamiento de la mujer. Por último está el área de apoyo técnico a las estrategias nacionales de Ayuda para el Comercio que, junto con la anterior, se encuentra vinculada al compromiso que tiene el Banco con los donantes del Fondo de Ayuda para el Comercio (en concreto con la ACIDI) de enfocar parte de la cartera de nuevas cooperaciones técnicas en temas de comercio y género.⁴⁴ Esta selección también ha sido guiada por la información obtenida a partir de la reseña bibliográfica y mapeo mostrados en la primera sección de esta nota, lo cual ofrece luces sobre los vacíos metodológicos y operativos existentes

⁴⁴ En su caso específico, la ACIDI exigió al Banco que como mínimo un 25% de las operaciones financiadas con cargo al fondo fueran específicamente de género y comercio.

en las intervenciones de comercio y género en la región.⁴⁵ El ejercicio se hizo sobre aquellas operaciones específicas de INT que pertenecían a las áreas de trabajo seleccionadas, ofrecían espacios para la incorporación del enfoque de género en los objetivos o actividades, y eran lideradas por equipos abiertos a incorporar este nuevo enfoque.

Por incorporación del enfoque de género se entiende la aplicación de una nueva óptica a los objetivos y actividades de los proyectos desde la cual los actores involucrados se plantean, a partir del diseño mismo de las operaciones, las siguientes preguntas: ¿Afectan los temas de forma diferente a los beneficiarios del proyecto según el sexo (asunto a evaluar durante la elaboración del diagnóstico de la necesidad)? Si así fuera, ¿de qué manera? Una vez absuelta esa cuestión, ¿qué medidas concretas se pueden contemplar en el diseño e implementación de la intervención para evitar inequidades eventuales o para fomentar positivamente la equidad de género y el empoderamiento de la mujer?

En esta sección se describen los procesos de incorporación del enfoque de género en los tres ámbitos operativos descritos arriba. Se presenta para cada caso una propuesta con la que se busca introducir el enfoque de género en los objetivos, actividades e indicadores tradicionales de las operaciones, en lugar de incorporar un componente o actividades exclusivas de género; esto con la finalidad de lograr resultados que incidan en las relaciones de género mediante el logro mismo de los objetivos del proyecto. Para las dos primeras operaciones, la exposición de dicho proceso sigue la estructura del marco lógico, identificando las distintas fases por las que el actor de comercio pasa en el diseño de su intervención. Las propuestas de objetivos, actividades e indicadores pretenden ofrecer una selección amplia que permita elegir aquellos que más se ajusten a un proyecto en particular. Se pretende mostrar ejemplos prácticos que en el futuro se pueden reproducir en otras categorías de operaciones.

3.1. Préstamos de apoyo al comercio e integración con garantía soberana

En términos generales, este tipo de operación tiene por norma contribuir a aprovechar las oportunidades comerciales del país a través del fortalecimiento de la capacidad de gestión del

⁴⁵ De la reseña bibliográfica se desprende que el análisis del impacto de los acuerdos comerciales en la población femenina en la región tiene una relevancia particular. Para mostrar las posibilidades de introducir el enfoque de género en esta área se elaboró un documento de trabajo que expone la manera de analizar y evaluar un acuerdo comercial desde dicho enfoque en tres etapas: la del desarrollo de la propuesta a negociar, la de negociación y consulta de los contenidos del acuerdo, y la de implementación del mismo. Este documento se describirá en la sección 4 de la presente nota técnica.

comercio exterior, la promoción de exportaciones y la atracción de inversiones, y el fomento empresarial. Aunque esta definición es amplia y puede abarcar diversos contenidos, para este ejercicio se han tomado como referencia un tipo de instrumento del área operativa de INT en el que resulta más factible la inclusión del enfoque de género, y que en líneas generales contempla las siguientes áreas de contenidos:

- fortalecimiento de la capacidad de gestión para la administración de acuerdos y negociaciones comerciales;
- fortalecimiento de la capacidad técnica para la promoción de exportaciones y la atracción de inversiones;
- apoyo a los procesos de internacionalización de PyMES (pequeñas y medianas empresas);
- modernización tecnológica y de procesos de las instituciones vinculadas a la gestión del comercio (aduanas); y
- fortalecimiento de procesos de normalización, metrología, equipamiento de laboratorios y MSF (medidas sanitarias y fitosanitarias).

Los beneficiarios directos de este tipo de proyectos son los Ministerios de Comercio, las agencias de promoción de exportaciones y atracción de inversiones, y las aduanas y demás organismos vinculados a la gestión del comercio. A través de las actividades implementadas con estos actores institucionales se busca también beneficiar a actores privados como empresarios, gremios de comercio, organizaciones productivas y asociaciones representativas de los intereses de las mujeres, entre otras.

En este ejercicio se estudiaron de manera pormenorizada los componentes, productos y actividades de este tipo de operaciones utilizando los siguientes proyectos como muestra: Proyecto de Apoyo al Comercio Exterior y a la Integración en Guatemala (GU-L1037); Programa de Apoyo a la Gestión del Comercio Exterior de Uruguay (UR-L1015); Programa de Competitividad y Apertura Comercial de Panamá (PN-L1014); Programa para Apoyar las Exportaciones Paraguayas (PR-L1018); Fortalecimiento del Sector de Comercio Exterior de Panamá (PN-1001); Programa de Apoyo al Desarrollo Productivo para la Inserción Internacional de El Salvador (ES-L1057); Programa de Apoyo al Comercio Exterior de Nicaragua (NI-L1016);

Programa de Apoyo al Sector Comercio de Bahamas (BH-L1016); y Proyecto de Modernización de la Aduana de Puerto Cortés de Honduras (HO-L1055).⁴⁶

Paso I: Identificar la necesidad que justifique la intervención y establecer los objetivos generales

Identificar la necesidad de intervención supone el análisis de las condiciones comerciales del país al cual va dirigido el proyecto. Para ello se recopilará y analizará información sobre sectores, actividades e instituciones vinculados a los objetivos de la iniciativa: sector exportador, negociaciones comerciales, marco institucional de la gestión comercial y promoción de inversiones, gestión aduanera y sector privado empresarial, incluyendo MIPyMES (micro, pequeñas y medianas empresas) entre otros. La incorporación del enfoque de género en esta etapa se puede concretar a través del uso de información desagregada por sexo en sectores concretos de la economía nacional impactados por el comercio, sobre participación femenina en el sector exportador, sobre la participación de la mujer en las instituciones de gestión del comercio y sobre las características de los negocios y empresas lideradas por mujeres, entre otros aspectos. Independientemente de las limitaciones que existan para encontrar información desagregada por sexo, esta última es esencial para tomar en cuenta las particularidades y necesidades de la población femenina vinculada al sector comercio, así como para fijar objetivos que tengan un impacto positivo en dicha población.

El objetivo general de este tipo de proyectos suele ser el fortalecimiento y la mejora de la gestión del comercio en su conjunto para que el país pueda incrementar su actividad exportadora y promover más efectivamente las inversiones, aprovechando así las oportunidades que el comercio ofrece en materia de crecimiento y desarrollo. En el cuadro 2 se muestra cómo se puede establecer el objetivo general de este tipo de proyectos con enfoque de género.

⁴⁶ Se analizaron los documentos de detalle de estos proyectos (planes de ejecución del proyecto, planes de operaciones, informes de seguimiento de progreso, manual de operaciones, entre otros). Los préstamos se encontraban en distintas fases de desarrollo. El trabajo concreto sobre operaciones en esta área del trabajo de INT se realizó en el Proyecto de Apoyo al Comercio Exterior y a la Integración de Guatemala (GU-L103), que se encontraba en ejecución, y en el Programa de Apoyo al Sector Comercio de Bahamas (BH-L1016), en fase de diseño. Ambos proyectos recibieron el apoyo técnico *in situ* de una especialista de género y comercio, quien mantuvo reuniones con el equipo de cada proyecto y con la contraparte sobre cada actividad, además de hacer propuestas de indicadores y crear consensos con los implementadores.

Cuadro 2. Objetivo general del proyecto con y sin enfoque de género

OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO	
SIN ENFOQUE DE GÉNERO	CON ENFOQUE DE GÉNERO
Contribuir al aprovechamiento de oportunidades comerciales a través del fortalecimiento de la capacidad de gestión del comercio exterior de las instituciones públicas nacionales	Contribuir al aprovechamiento de oportunidades comerciales a través del fortalecimiento de la capacidad de gestión del comercio exterior de las instituciones públicas nacionales, <i>impulsando una asignación equitativa entre hombres y mujeres de las responsabilidades y beneficios generados por el proyecto</i>

A partir del objetivo general se establecen los objetivos específicos, cuyo contenido variará según las particularidades de cada país. En general, los objetivos específicos apuntan al incremento de las exportaciones; fortalecimiento de los servicios gubernamentales de apoyo a las empresas --particularmente a las PyMES--; mejoramiento de tecnologías, infraestructura y servicios aduaneros; formulación de planes nacionales y sectoriales comerciales, y administración de acuerdos comerciales, entre otros. En aras de incorporar el enfoque de género en los objetivos específicos será necesario establecer cuáles de estos objetivos pueden tener un impacto particular en la población femenina y lograrse a partir de actividades que involucren a dicha población. A manera de ejemplo se utilizan algunos objetivos tipo en el cuadro 3:

Cuadro 3. Objetivos específicos del proyecto con y sin enfoque de género

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
SIN ENFOQUE DE GÉNERO	CON ENFOQUE DE GÉNERO
Desarrollar programas para promover la capacidad de exportación, particularmente de las PyMES	Desarrollar programas para promover la capacidad de promoción de exportaciones, particularmente de las PyMES, <i>considerando de manera específica las particularidades y necesidades de las PyMES lideradas por mujeres y fomentando programas dirigidos a mujeres empresarias</i>
Mejorar la administración e implementación de los acuerdos comerciales	Mejorar la administración e implementación de los acuerdos comerciales tomando <i>en consideración el impacto en aquellos sectores con significativa participación de la población femenina</i>
Modernizar y fortalecer las capacidades las instituciones públicas responsables de la gestión del comercio	Modernizar y fortalecer las capacidades de las instituciones públicas responsables de la gestión del comercio, <i>promoviendo la participación de la mujer y fomentando prácticas que promuevan la igualdad de oportunidades en las instituciones.</i>

Paso 2: Definición de indicadores de impacto

El siguiente paso consiste en estudiar los indicadores de impacto y evaluar en qué medida puede incorporarse un enfoque de género en los mismos. En el cuadro 4 se muestra un ejemplo de indicadores de impacto con enfoque de género para este tipo de proyectos.

Cuadro 4. Indicadores de impacto con enfoque de género

¿DE QUÉ SITUACIÓN SE PARTE? (T=0)	UNIDAD DE MEDIDA	¿A QUÉ SITUACIÓN SE QUIERE LLEGAR?	INDICADORES DE IMPACTO CON ENFOQUE DE GÉNERO
Exportaciones de bienes y servicios	US\$	X valor de exportaciones generadas gracias al proyecto	Y% del valor total fue generado por mujeres propietarias de empresas exportadoras
Inversiones	US\$	X valor de inversiones generadas por el proyecto	Y% del valor total generado por mujeres propietarias de empresas inversoras o receptoras de la inversión

Los valores X y Y vendrán definidos en cada caso según el diseño de proyecto. En este ejemplo se puede definir la participación de mujeres propietarias de empresa como beneficiarias del proyecto en cuestión como un impacto deseable y medible dentro del mismo. Cuando los proyectos tienen como objetivo principal la mejora de la gestión del comercio en las instituciones públicas promoviendo la equidad de género, se pueden emplear otros indicadores de impacto como el número de mujeres profesionales que forman parte de la institución, y/o que han sido capacitadas para lograr la mejora que se propone y/o que han asumido puestos de mayor responsabilidad en la institución al final del proyecto

Paso 3: Definición de actividades e indicadores de seguimiento

En este paso corresponde analizar los espacios que el proyecto ofrece para la inclusión de actividades con enfoque de género que conduzcan a alcanzar los objetivos establecidos, así como los respectivos indicadores que permitan medir el avance y cumplimiento de las mismas. Los indicadores de género propuestos en el anexo II de la presente nota técnica constituyen una lista amplia de ejemplos, de donde se puedan seleccionar aquellos que más se ajusten a cada proyecto en particular. En un comienzo, esta propuesta se elabora a partir del análisis de algunos grupos de actividades temáticas, las cuales se desglosan según sus productos para determinar si tiene sentido contemplar un enfoque de género en cada uno de ellos. Como se indicó anteriormente, una buena continuación del ejercicio deberá incluir, entre otras, las actividades en materia

aduanera, MSF, normalización, off-shoring y ayuda presupuestaria al comercio a través de préstamos basados en políticas que el sector comienza a realizar. La definición de las metas de género,⁴⁷ al igual que con todas las demás metas, deberá realizarse conjuntamente con los beneficiarios, reflejando el compromiso de los participantes de alcanzar los objetivos de género planteados.

Un ejemplo interesante en este tipo de proyectos con enfoque de género, tanto a nivel de objetivos como de actividades, es la creación de servicios de apoyo al sector privado en el área de las exportaciones con énfasis en la participación de empresas lideradas por mujeres. En el Proyecto de Apoyo al Comercio Exterior y a la Integración en Guatemala (GU-L1037), una de las actividades consiste ofrecer cofinanciamiento a las empresas para que elaboren proyectos de innovación, ampliación de mercados y desarrollo de productos, entre otros. Para decidir la asignación de las donaciones se lleva a cabo una evaluación del proyecto presentado por la empresa, y se le otorga un puntaje de acuerdo con el cumplimiento de los criterios establecidos. En este caso se ha determinado que si la empresa postulante está liderada por una mujer se le asigna un puntaje adicional. De esta manera se fomenta eficazmente el acceso de mujeres empresarias a los recursos del proyecto.

3.2. Proyectos de apoyo a la internacionalización de negocios

El ejercicio para este tipo de operación se realizó sobre la base de diversas experiencias de trabajo previas con proyectos en los que los productores son mujeres. El caso práctico en el que se materializó la incorporación del enfoque de género fue el diseño de la segunda fase del Programa Desarrollo Exportador de la Región Cusco-KAMAQ.⁴⁸

⁴⁷ Las metas deberán ser cifras numéricas y específicas, y podrán ser revisadas y ajustadas durante la implementación del proyecto según su evolución.

⁴⁸ Como se indicó en la primera parte de esta nota técnica, la primera fase de este programa se inició en 2009 con el propósito de promover la articulación y desarrollo comercial de cinco comunidades de artesanos de la región de Cusco. El grupo de beneficiarios del programa está compuesto en más de un 90% por mujeres artesanas, quienes llevan a cabo principalmente las labores de confección de los productos. El programa incluyó actividades de capacitación en temas de gestión empresarial, gestión de calidad y diseño, y actividades de promoción de los productos; asimismo dio comienzo al establecimiento de una asociación empresarial entre las cinco comunidades participantes con el objeto de comercializar y exportar los productos de una manera sostenible.

Con este tipo de proyectos se procura transformar una actividad productiva de subsistencia en una empresa rentable, sostenible⁴⁹ y orientada a la exportación. La contraparte que implementa este tipo de proyectos puede ser una institución de gobierno (Ministerios de Comercio, agencias de promoción de exportaciones, instancias de gobiernos subnacionales) o instituciones privadas o mixtas. A diferencia de la categoría anterior, de carácter más integral y con alcance nacional, este tipo de iniciativa es de carácter micro y se centra en un determinado grupo de beneficiarios, generalmente circunscrito a un área geográfica y a un sector específico de actividad productiva.

En el siguiente análisis se busca mostrar la manera en que se puede incorporar el enfoque de género para potenciar el empoderamiento y la equidad de género en los grupos de beneficiarios definidos en la etapa de diagnóstico (identificación de la necesidad), la cual a su vez se realiza para dimensionar la intervención en materia de objetivos, actividades e indicadores.

Paso 1: Identificar la necesidad y establecer los objetivos generales del proyecto

La identificación de la necesidad en proyectos de este tipo supone el análisis de los siguientes aspectos: condiciones económicas y comerciales de la zona de intervención; estructura empresarial existente; potencial de la actividad económica emprendida por los beneficiarios (agricultura, artesanías, servicios); prácticas culturales vinculadas a la actividad económica y comercial; posible vinculación a cadenas de valor, y características de los beneficiarios participantes, entre otros aspectos.

Al igual que en el caso del proyecto anterior, la incorporación del enfoque de género en este paso se verifica a través del uso de información desagregada por sexo referida a los siguientes aspectos: actividad productiva objeto del proyecto; tipo de participación femenina en la actividad, es decir, si se trata de una participación principalmente concentrada en la producción, o también en posiciones de gestión o liderazgo; participación de la mujer en las instituciones representativas de la zona de intervención (por ejemplo en organizaciones comunitarias); características de las MIPyMES lideradas por mujeres de la zona de intervención,

⁴⁹ Una empresa será sostenible si está en capacidad de generar recursos para cubrir sus costos de operación y producir beneficios económicos sin depender de recursos externos (públicos o de la cooperación internacional) para operar.

entre otros. Respecto a la definición de los objetivos generales para este tipo de proyectos, en el cuadro 5 se muestra un ejemplo de cómo introducir allí el enfoque de género.

Cuadro 5. Objetivo general del proyecto antes y después de la incorporación del enfoque de género

OBJETIVO GENERAL	
SIN ENFOQUE DE GÉNERO	CON ENFOQUE DE GÉNERO
➤ Transformar la actividad productiva en un negocio sostenible a través de la expansión a mercados regionales e internacionales.	➤ Transformar la actividad productiva en un negocio sostenible a través de la expansión a mercados regionales o internacionales, <i>logrando mejoras en los niveles de empoderamiento de los y las beneficiarias (pequeños productores, micro y pequeños empresarios, asociaciones productivas o empresariales)</i>

En esta etapa es necesario definir el concepto de empoderamiento específicamente para cada proyecto. Ello debe realizarse con la participación activa de los beneficiarios y así poder determinar las actividades a implementar para lograr los objetivos. En esta tarea también es importante contemplar la disposición de la agencia ejecutora y del resto de actores involucrados para incorporar enfoque de género.

Para concretar qué se quiere conseguir en términos de empoderamiento en el marco del proyecto, será necesario priorizar y elegir algunos de los objetivos al respecto en los distintos ámbitos: personal (mayor autoestima); familiar (mayor autonomía en las decisiones sobre el uso de los recursos, menor carga en el trabajo doméstico a través de una reorganización del mismo con otros miembros de la familia, mejor distribución de tareas relativas al cuidado de los niños o de las personas mayores); laboral (incremento en ingresos, mejora de capacidades, ascenso a puestos de gestión) y social (adopción de nuevas funciones y ejercicio de liderazgo en su comunidad). El equipo de diseño del proyecto deberá lograr un equilibrio entre la concreción de estos contenidos y las expectativas realistas de lo que el proyecto podrá alcanzar (según su duración, recursos, capacidades y sensibilización de los actores involucrados, etc.).

Una forma de identificar las necesidades del grupo de beneficiarios y el tipo o tipos de empoderamiento que se persiguen para dicho grupo es a través de entrevistas --u otras formas de recolección de información cualitativa-- con los beneficiarios. En el caso del Programa Desarrollo Exportador de la Región Cusco-KAMAQ, este ejercicio se realizó con algunas

beneficiarias para el diseño de la segunda fase.⁵⁰ Por este medio se obtuvo información valiosa sobre la situación de las mujeres, sus expectativas frente al proyecto y sus ideas sobre los conceptos de empoderamiento y equidad de género. Esta información básica previa es fundamental para definir los objetivos de género respetando siempre las limitaciones del marco de acción del proyecto, así como para profundizar el impacto de este tipo de iniciativas desde el punto de vista de la equidad de género más allá de los resultados que arroje la actividad productiva misma.

Paso 2: Definición de indicadores de resultado del proyecto

Una vez definidos los objetivos del proyecto, corresponde establecer indicadores que den cuenta de sus resultados. La incorporación del enfoque de género en este paso implica analizar las funciones y la participación de los beneficiarios en el negocio, la rentabilidad que les reporta y la relación entre el negocio y las relaciones y obligaciones familiares y en el hogar. La construcción de la línea de referencias requiere recolectar información desagregada por sexo (nivel de ingresos, grado de organización del grupo asociativo o productivo, capacidad productiva, nivel de capacidades de gestión de los miembros del grupo). Asimismo requiere que se defina la medición a través de indicadores diferenciados por sexo siempre que sea posible, de manera que se puedan cuantificar los resultados que se espera produzca el proyecto. Por su parte, las metas deberán establecerse junto con los beneficiarios y deberán expresarse en cifras numéricas y específicas.

En el cuadro 6, en la primera fila se presentan los indicadores tradicionales para el tipo de proyecto bajo análisis. En la segunda fila se muestra cómo se pueden incluir aquellos indicadores adicionales que confieran un nuevo nivel de profundidad y reflejen el enfoque de género.

⁵⁰ Las entrevistas fueron realizadas a través del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, agencia ejecutora del proyecto en Perú.

Cuadro 6. Indicadores de medición de resultados con y sin enfoque de género⁵¹

	Ingresos que obtiene la actividad o la empresa	Acceso a mercados locales o internacionales	Producción de la actividad o la empresa	Organización (formalización, cohesión) del grupo productivo/asociativo	Capacidades en gestión administrativa productiva y comercial	Indicadores adicionales de empoderamiento ⁵²
SIN ENFOQUE DE GÉNERO	Ingresos mensuales del negocio	Grado de internacionalización (% de la producción que se exporta)	Número de beneficiarios participantes en la actividad o empresa	Instrumentos de gestión aprobados/en uso (estatutos, manual de operaciones)	Puestos de responsabilidad en gestión administrativa, productiva o comercial ocupados por los propios beneficiarios	En los proyectos que no incorporan el enfoque de género no se suele utilizar este tipo de indicador
			Nuevos diseños de productos	Sesiones de directorio y asambleas con asistencia de más del 50% de miembros		
CON ENFOQUE DE GÉNERO	Ingreso mensual que la mujer percibe	Porcentaje de mujeres beneficiarias con funciones de comercialización	Porcentaje de mujeres beneficiarias participantes en la actividad o empresa	Porcentaje de mujeres en el directorio del grupo productivo/asociativo	Porcentaje de mujeres con puestos de responsabilidad en la gestión administrativa, comercial o de producción	➤ Horas que la mujer dedica a las tareas del hogar ➤ Porcentaje de mujeres que toman decisiones en el hogar referidas, por ejemplo, a ahorro, compra de muebles, actividades familiares de recreo ➤ Porcentaje de mujeres con posiciones de liderazgo⁵³ en la comunidad
	% del ingreso mensual recibido en la unidad domestica del que la mujer dispone de manera autónoma		Porcentaje de mujeres beneficiarias en tareas de diseño de productos	Porcentaje de mujeres asistentes a las sesiones del comité directivo o asambleas		

⁵¹ Las metas referidas al fortalecimiento de capacidades deberán ser definidas tomando en cuenta las competencias requeridas para asumir los distintos tipos de funciones en el negocio.

⁵² Para medir este tipo de indicadores se requerirá de herramientas cualitativas (entrevistas a profundidad, grupos seleccionados o focales, estudios de caso) cuya elaboración e implementación suele ser más compleja, además de que requiere más tiempo y recursos.

⁵³ Para definir el concepto “posiciones de liderazgo” debe considerarse el contexto social de cada intervención. Adicionalmente de debe evitar considerara posiciones en organizaciones típicamente asumidas por mujeres. Por ejemplo, aun cuando los líderes de organizaciones de asistencia alimentaria (comedores cocinas populares) son tradicionalmente mujeres.

Paso 3: Definir actividades e indicadores de seguimiento

La incorporación del enfoque de género en esta etapa consiste en determinar qué actividades conducen al cumplimiento de los objetivos planteados y en establecer los indicadores que puedan medir la ejecución de las actividades y de sus productos. Las actividades elegidas se alinearán también con el contenido de los objetivos de género que los beneficiarios privilegien (personal, familiar, social o laboral). Las actividades e indicadores propuestos (anexo III) no pretenden ser exhaustivos y su selección dependerá no solo de los objetivos de cada proyecto, sino además del alcance, recursos y duración del mismo. Aunque algunos de estos indicadores coinciden con los registrados en el cuadro 6 para medición de resultados, aquí los están midiendo en un nivel aún más desagregado.

La identificación de indicadores y metas de género facilita que en los procesos de monitoreo y evaluación se midan estos aspectos ya no como añadidos a las responsabilidades del evaluador, sino como parte integral de la propia medición de resultados del proyecto que se evalúa.

3.3. Estrategias nacionales de la Iniciativa de Ayuda para el Comercio

La AfT (Iniciativa Ayuda para el Comercio por sus siglas en inglés) tiene como objetivo principal fortalecer las capacidades productivas y de infraestructura de los gobiernos y del sector privado necesarias para aprovechar la liberalización comercial y mejorar su participación en los mercados internacionales. El Banco respalda activamente la iniciativa AfT y, a través de INT, lidera el apoyo a su implementación en la región. En este marco, las estrategias de la AfT están diseñadas para apoyar a los gobiernos en la identificación de prioridades para la formación de capacidades comerciales a través del mejoramiento de la coordinación entre los ministerios, la creación y ejecución de una cartera de proyectos, el diseño de mecanismos de seguimiento y evaluación, y el inicio de un diálogo con donantes e inversionistas nacionales o extranjeros.

Para incorporar el enfoque de género en este tipo de operaciones se utilizó como ejemplo el Proyecto “Bridging the Gap in Development Assistance: Belize’s Aid for Trade Strategy”. En este caso, entre las prioridades identificadas en la estrategia AfT --cuya elaboración fue apoyada técnicamente por el Banco-- figuran infraestructura y facilitación del comercio, integración regional e implementación de acuerdos comerciales, medidas y normas sanitarias y fitosanitarias y reglamentos técnicos, y competitividad del sector privado. Tras el análisis desde una perspectiva

de género de la estrategia preparada por el gobierno nacional de Belice, para este ejercicio se propusieron las siguientes ideas concretas orientadas a incorporar el enfoque de género a las recomendaciones y pilares de la estrategia:⁵⁴

- recolección y utilización de información desagregada por sexo en las actividades y estudios a realizar;
- inclusión en el proceso de implementación de la estrategia de instituciones del gobierno, organizaciones sociales y empresariales vinculadas a la protección y promoción de los derechos de la mujer, y a su representación;
- desarrollo de una infraestructura para las instituciones vinculadas a la gestión del comercio en que se consideren las diferencias de género de su personal y usuarios;
- desarrollo de evaluaciones del impacto del comercio, haciendo énfasis en la incidencia en la población femenina;
- inclusión de mujeres empresarias como beneficiarias de las actividades a desarrollar en el marco de la estrategia e
- incorporación de criterios de equidad de género en los procesos de selección de nuevo personal de las instituciones públicas vinculadas a la estrategia.

Con respecto a los indicadores de género sugeridos, estos fueron elaborados a partir de los propios indicadores establecidos para el monitoreo de la estrategia Aft con el propósito de apoyar el seguimiento de la evolución de los resultados de género. Se trata entonces de:

- incluir específicamente el seguimiento a las actividades y resultados que involucren a la población femenina;
- especificar el número de proyectos de comercio que se dirijan a la población femenina;
- identificar aquellos sistemas, procesos y actividades de capacitación que incorporen el enfoque de género para efectuar el seguimiento de la participación de las mujeres;
- elaborar materiales teniendo en cuenta a la población femenina usuaria;

⁵⁴ En el anexo IV se registran los pormenores de las sugerencias realizadas con respecto a las matrices de la estrategia nacional de Apoyo al Comercio y de actividades e indicadores de monitoreo.

- recolectar y usar información desagregada por sexo, y
- contabilizar el número de pequeñas y microempresas lideradas por mujeres incluidas en las cadenas de valor identificadas.

El ejercicio de incorporación del enfoque de género realizado para los tres tipos de operaciones de comercio descritos en esta sección ha dado lugar a una serie de hallazgos y enseñanzas que han sido plasmados en varios productos de conocimiento. Estos se describen en la siguiente sección.

IV. Productos de conocimiento desarrollados a partir de la incorporación del enfoque de género a las operaciones de comercio

4.1. Manual para incorporar el enfoque de género en intervenciones de comercio

El manual sobre cómo incorporar el enfoque de género en las intervenciones de promoción del comercio pretende ser una herramienta de uso práctico para cualquier actor en esta área --en el Banco o en la región, de instituciones públicas o privadas--⁵⁵ que participe en el diseño o implementación de intervenciones de comercio y se enfrente al desafío de incorporar en ellas un enfoque de género.

Los tipos de intervención de comercio en las cuales se centra este manual son los siguientes: (i) proyectos de apoyo al comercio e integración con gobiernos nacionales; (ii) proyectos de fomento de la internacionalización de las empresas, y (iii) procesos de negociación de acuerdos comerciales. Los contenidos del manual coinciden con los contenidos expuestos en la tercera sección de esta nota técnica. Se trata, sin embargo, de un producto diferente pues es una herramienta metodológica de uso práctico que se espera sirva de guía para la incorporación de objetivos, actividades e indicadores de género en el diseño o implementación de proyectos en las áreas de trabajo mencionadas. La estructura del documento (en forma de manual), el formato del producto (folleto atractivo de consulta y sencillo) y su uso hacen de este un producto diferenciado.

⁵⁵ En el momento de preparar esta nota (agosto 2012), el manual estaba siendo sometido a un proceso de revisión y edición.

Los procesos de incorporación del enfoque género que se presentan en el manual para cada categoría de intervención se han desarrollado a partir de casos prácticos reales y de los estudios disponibles. Las propuestas de objetivos, actividades e indicadores ofrecen una selección amplia para que los lectores escojan y apliquen aquellos que más se adecuen a su proyecto particular. La exposición de dicho proceso sigue la estructura del marco lógico, identificando las distintas fases por las que el actor de comercio pasa en el diseño de su intervención y planteando cómo introducir el enfoque de género en cada paso.

4.2. Incorporación del enfoque de género en la preparación, negociación y ejecución de acuerdos comerciales

La recopilación de intervenciones en materia de comercio y género expuesta en la primera sección de esta nota técnica motivó al equipo de Comercio y Género de INT a profundizar el análisis sobre el impacto diferenciado de los acuerdos comerciales en el bienestar de hombres y mujeres. Esto con el fin de continuar una línea de trabajo iniciada en la región sobre el impacto de los acuerdos comerciales en las desigualdades de género. Si bien en esta línea de trabajo se han desarrollado numerosos estudios, su difusión y uso han sido limitados entre los actores relevantes de comercio, específicamente entre funcionarios de los Ministerios de Comercio y otras entidades de la administración pública nacional involucrados en la negociación de acuerdos comerciales. Fue así como surgió la idea de investigar de qué manera se puede incluir el enfoque de género en el proceso de preparación, negociación y ejecución de estos últimos.

Para ello se contó con la colaboración de Alma Espino, experta en género y comercio, quien elaboró un documento de trabajo en el que se identifican, en primer lugar, los momentos del proceso de un acuerdo comercial en que los funcionarios negociadores y otros actores involucrados tienen el espacio para plantearse la incidencia positiva del enfoque de género, para luego determinar los contenidos concretos del análisis requerido y los indicadores sugeridos para que dicho enfoque quede inserto en el proceso.⁵⁶

La propuesta de Espino incorpora el enfoque de género en tres momentos: durante la etapa de desarrollo de la propuesta a negociar; durante la negociación y consulta de los contenidos del acuerdo; y durante la implementación del mismo. El ejercicio se condujo a través del plan-

⁵⁶ Este documento de trabajo es un insumo para incorporar en el manual aludido el enfoque de género en intervenciones de comercio.

teamiento de interrogantes que perfilan el análisis del acuerdo comercial y de la construcción de indicadores que contribuyan a medir sus impactos potenciales y reales en la población femenina y en las brechas identificadas entre hombres y mujeres.

Pese a las limitaciones que se evidencian en materia de disponibilidad y uso de información desagregada por sexo, de metodologías de evaluación que incorporen el enfoque de género y de la preparación de los actores de comercio en los temas de género mencionadas por Espino,⁵⁷ el planteamiento de este tipo de interrogantes constituye un avance en sí mismo que contribuye a relacionar los objetivos de política macroeconómica con los de equidad social y género.

Las sugerencias y recomendaciones del trabajo de Espino se concretan en los cuadros de los anexos V y VI. Allí se encuentran los interrogantes que deben plantearse como paso inicial para incorporar el enfoque de género tanto en las evaluaciones preliminares de impacto del posible acuerdo comercial (*ex-ante*), como en las evaluaciones del impacto real del mismo durante su implementación (*ex-post*) y en los procesos de consulta y negociación. Estos interrogantes están acompañados de indicadores que permitan medir el impacto del acuerdo en la población femenina, y también la posible incidencia de las organizaciones que representan los derechos de las mujeres en el acuerdo comercial.

No obstante las limitaciones mencionadas en la introducción de la tercera sección --y que hacen que este ejercicio no sea siempre fácil de plantear por parte de los equipos negociadores--, este conjunto de cuestiones e indicadores sugeridos supone una primera aproximación a la manera en que el enfoque de género se puede introducir sistemáticamente en tres fases del acuerdo comercial.

4.3. Reseña y análisis de acuerdos comerciales específicos y propuesta de incorporación del enfoque de género

Durante el desarrollo de los productos de conocimiento hasta ahora mencionados se identificó la necesidad de ampliar el trabajo sobre los acuerdos comerciales. Específicamente se consideró pertinente realizar una investigación para reseñarlos y analizarlos con el fin de identificar espacios propicios en dichos instrumentos para incorporar el enfoque de género y ofrecer a los nego-

⁵⁷ Las limitaciones planteadas por Espino coinciden con las limitaciones inidentificadas en la segunda sección de la presente nota técnica.

ciadores de la región ejemplos de áreas concretas en las que es posible cumplir este objetivo. A partir de allí se realizaron sugerencias sobre cómo profundizar la inclusión del enfoque de género en el texto de las cláusulas tipo, o sobre la inclusión de cláusulas nuevas que incorporen los temas y el enfoque de género en futuros procesos de negociación en la región.

Las conclusiones extraídas de la elaboración de este producto permiten esbozar propuestas para que los negociadores comerciales faciliten y propicien la incorporación de cláusulas de género en los acuerdos comerciales según las posibilidades y características de su contexto político, institucional y comercial. A continuación se resumen algunas de las conclusiones del trabajo:

- Propuesta de texto a incorporar el preámbulo de un acuerdo comercial: *“Promover un desarrollo económico integral con el objeto de reducir la pobreza y contribuir a la creación de nuevas oportunidades de empleo y de condiciones de trabajo que garanticen la equidad de género, así como mejorar las condiciones de vida en los respectivos países a través de la liberalización y la expansión del comercio y la inversión, herramientas claves para alcanzar el desarrollo en sus territorios”*.
- La incorporación del tema de género en la agenda de los comités de seguimiento del acuerdo comercial⁵⁸ podría fomentar la discusión sobre temas como las implicaciones del tratado en la población femenina; la promoción de oportunidades para las mujeres a través del comercio; y el diseño de políticas públicas orientadas a compensar los efectos negativos que el acuerdo pudiera causar. En determinados contextos se podría justificar la creación de un subcomité para este tema específico.
- Promover la inclusión del enfoque de equidad de género como tema transversal en las estrategias y actividades derivadas del acuerdo. Para ello se requiere fomentar la generación y diseminación de información sobre tópicos como la situación salarial y de empleo de las mujeres; el desarrollo de recursos humanos y las diferencias de género; la generación de ingresos y la participación en sectores económicos desagregada por sexo, entre otros.
- Procurar que las evaluaciones que se realicen sobre el impacto del acuerdo previstas en el mismo incorporen una dimensión de género (a través de los indicadores del caso)

⁵⁸ Un acuerdo comercial exige la creación de un marco institucional que apoye y facilite la implementación y seguimiento a las medidas acordadas entre los países socios.

ayudaría a identificar sus efectos, tanto positivos como negativos, en la población femenina. A partir de allí se podría promover el diseño de políticas públicas destinadas a mejorar o consolidar el aprovechamiento de las oportunidades comerciales por parte de esta población.

- Promover en las actividades o comités derivados del acuerdo comercial la inclusión de organizaciones e instituciones públicas y privadas que representen los intereses de las mujeres, de manera que se tomen en cuenta sus planteamientos. Se hace referencia, por ejemplo, a ministerios o institutos de la mujer, gremios empresariales de mujeres, organizaciones de defensa de derechos de las mujeres, etc.
- Asegurar, en tanto sea posible, la equidad de género en las actividades de capacitación a personal de los sectores público y privado previstas en el acuerdo comercial o derivadas de su implementación.
- En algunos países, las compras públicas se utilizan parcialmente como mecanismo de promoción de determinados sectores de la economía, como por ejemplo el de la micro y pequeña empresa. Algunos acuerdos contemplan actividades de cooperación en el tema de contratación pública que involucren fortalecimiento y capacitación de estas dos últimas. En esta línea, sería deseable que como parte de estas acciones de cooperación se involucre a sectores con una sólida presencia de la mujer, se promueva la participación de proveedoras (servicios) o de empresas lideradas por mujeres, y se identifiquen y contemplen las particularidades que estas confrontan en el mercado, para así facilitar su acceso a las oportunidades de negocios derivadas de los procesos de contratación pública.

4.4. Comunidad de Práctica en Comercio y Género

Esta comunidad se inició en diciembre de 2010 como herramienta de soporte para la creación y disseminación del conocimiento en el área de comercio y género. Se diseñó con la finalidad de: (i) sensibilizar a los especialistas del Banco sobre la importancia de incorporar criterios de género en las operaciones; (ii) promover un enfoque de género coordinado en las actividades relacionadas con comercio, competitividad y desarrollo empresarial del Banco; (iii) identificar a los principales actores e instituciones que trabajan en el ámbito del comercio y de género en la región a fin de crear alianzas y redes de trabajo; y (iv) fomentar el debate entre expertos y profesionales sobre enfoques, mejores prácticas e iniciativas. Hasta la fecha, la comunidad

cuenta con un grupo representativo de miembros con distintos perfiles (académicos, profesionales del desarrollo y especialistas) y es uno de los principales medios de producción y difusión de conocimiento en esta área para el equipo de Comercio y Género, además de ser el lugar de encuentro que facilita que se forjen alianzas y redes entre expertos en el tema.⁵⁹

V. Conclusiones sobre el proceso de incorporación del enfoque de género en operaciones de comercio

El diagnóstico presentado en la segunda sección del presente documento muestra que los proyectos e intervenciones en comercio pueden ser herramientas para promover el empoderamiento de la mujer y la equidad de género. En esta línea, la presente nota técnica centra las prioridades del trabajo de la Iniciativa de Comercio y Género de INT en las siguientes áreas: (i) formulación de una metodología de incorporación de objetivos, actividades e indicadores de género en las operaciones de comercio del sector; y (ii) elaboración de productos de conocimiento que sensibilicen a los actores de comercio del Banco y de la región en el tema..

La principal conclusión extraída del proceso de incorporación del enfoque de género descrito en esta nota técnica ha sido la constatación de que se requiere de un esfuerzo específicamente dirigido a lograr que las operaciones de comercio tengan un impacto en la equidad de género. Es decir, no basta con que, por ejemplo, los beneficiarios de un proyecto determinado sean en su mayoría mujeres para suponer que éste produce un impacto inmediato en términos de género. Esta intención debe verse reflejada concretamente en los objetivos del proyecto, y debe traducirse en actividades e indicadores con metas predefinidas que muestren qué es lo que se persigue en términos de empoderamiento o equidad de género.

El esfuerzo dirigido a incorporar un enfoque de género dependerá de la fase de la operación en la que nos encontremos. Es decir, el esfuerzo será distinto si nos encontramos en la fase de diseño, implementación o evaluación de la operación. Si el enfoque de género se introduce desde el diseño, éste será un aspecto integral y transversal del proyecto y formará parte tanto del objetivo general como de los objetivos específicos, y se podrá concretar en las actividades, indicadores y metas del mismo con un mayor detalle. En el caso de encontrarnos en la fase de implementación, la introducción del enfoque de género se realiza por medio del

⁵⁹ En el anexo VII se consignan algunas de las estadísticas de la Comunidad de Práctica en Comercio y Género.

análisis de las actividades e identificando en qué medida estas y el proyecto en general son susceptibles de tener impacto en la equidad de género. En este caso ya no cabe el modificar los objetivos generales y/o específicos del proyecto, así que se introducirán pequeños cambios, principalmente en actividades e indicadores de seguimiento sobre la base de los consensos que se adopten con la contraparte y los beneficiarios. Los objetivos de género son paralelos a los objetivos más tradicionales de un proyecto en el sector comercio, pero también están circunscrito a ellos. En ese sentido, al incorporar el enfoque de género en un proyecto de comercio se le está pidiendo más al proyecto --un esfuerzo adicional en la implementación y un mayor nivel de profundidad en los resultados--, pero sin desviarse de los objetivos establecidos para lograr los impactos positivos esperados.

Para concretar la incorporación del enfoque de género se requiere partir de la construcción de la línea de base del proyecto introduciendo en este instrumento la perspectiva de género. Ello implica contar con personal especializado que brinde apoyo técnico en esta tarea. Asimismo, la línea de base es fundamental para conseguir información sobre las características de los beneficiarios lo que permitirá definir el alcance del concepto de empoderamiento o de equidad de género que se utilizará en el proyecto con la comunidad beneficiaria. De esta manera, estos conceptos podrán traducirse en indicadores que midan el impacto del proyecto en la población beneficiaria en dichos términos.

La labor de seguimiento es fundamental y exige contar con un conjunto de indicadores que proporcionen diferentes opciones para introducir el enfoque de género. Tales opciones serán más o menos adecuadas según vaya evolucionando el proyecto y según se muestre en qué medida los impactos de género siguen siendo posibles dentro de los límites en que se enmarca el proyecto. Los indicadores sugeridos en la tercera sección de la presente nota técnica son dinámicos y son una muestra de que cada ámbito operativo del comercio genera espacios diferentes para la incorporación de un enfoque de género. En consecuencia, a medida que se continúe explorando la forma de introducir esta perspectiva particular en nuevas áreas a través de experiencias adicionales, podremos construir indicadores adecuados para cada área de intervención.

Hasta aquí hemos expuesto los comienzos del proceso de incorporación del enfoque de género en algunas áreas operativas de INT. Estas primeras experiencias nos han dado pistas sobre lo que se puede hacer, cómo hacerlo y qué funciona mejor. Corresponde continuar

haciendo este ejercicio en cada área operativa del sector. Es importante señalar que una vez que se analizan los temas de comercio en profundidad y se desglosan las actividades concretas de los proyectos, son pocas las áreas en las que no es susceptible de incorporar un enfoque de género. Lo que en un principio parecía un desafío por la propia temática, en la investigación más analítica sorprende revelando muchos espacios y distintas formas de introducir esta perspectiva.

Asimismo, debemos consolidar una metodología de trabajo, generar indicadores estándar para cada tipo de proyecto, explorar nuevas áreas operativas y, sobre todo, insistir en el seguimiento a la implementación y en la evaluación de impacto para comprobar en qué medida lo estimado a nivel de diseño se traduce en impactos concretos en la realidad, pasado el plazo de ejecución de los proyectos. El éxito en incorporar el enfoque de género no dependerá exclusivamente de que se logre un buen diseño; será necesario involucrar a los actores en la implementación y contar con buenos mecanismos de seguimiento y evaluación, para lo cual sea indispensable prever una dotación de recursos adicional en el proyecto.

La aplicación de un enfoque de género tendrá más éxito cuantos más aliados genere. Es importante realizar actividades de sensibilización para que los funcionarios y profesionales de las áreas de comercio abran los espacios necesarios para este nuevo enfoque en el diseño y gestión de proyectos. Las actuales barreras que enfrenta la introducción del enfoque de género son más reservas frente a un tema desconocido que reales dificultades que esta tarea conlleva una vez se tienen las herramientas adecuadas para hacerlo.

Referencias bibliográficas

- Agencia Canadiense para el Desarrollo Internacional (ACDI). 2012. Gender Equality and Aid for Trade: A Primer and Guide for Practitioners
<http://www.acdi-cida.gc.ca/acdi-cida/ACDI-CIDA.nsf/eng/NAT-92774815-FUR>
- AGEXPORT-Guatemala. S.f. Programa de Encadenamientos Empresariales
<http://www.encadenamientosempresariales.com/Portal/Home.aspx?secid=1639>
- Arnillas, Gina. 2012. Sistematización de Proyecto “Ampliando oportunidades para la participación económica sostenible de las mujeres en Puno”. Documento de Trabajo, Movimiento Manuela Ramos.
- Azar, Paola, Alma Espino y Soledad Salvador. 2007. *Los vínculos entre comercio, género y equidad. Un análisis para seis países de América Latina*. Montevideo: Capítulo Latinoamericano de la Red Internacional de Género y Comercio.
- BID (Banco Interamericano de Desarrollo). 2010. Política Operativa sobre Igualdad de Género en el Desarrollo. Noviembre.
<http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=35428399>.
- Carr, Marilyn y Mariama Williams. 2010. *Trading Stories. Experiences with Gender and Trade*. Londres: The Commonwealth Secretariat.
- De Hoyos, Rafael E., Maurizio Bussolo y Oscar Nuñez. 2009. Can Maquila Boom Reduce Poverty? Evidence from Honduras. En Rafael E. de Hoyos y Maurizio Bussolo. *Gender Aspects of the Trade and Poverty Nexus. A Macro-Micro Approach*, pp. 247-270. Washington D.C.: Palgrave MacMillan y Banco Mundial.
- Deschamps, Jorge, y Ricardo Hernández. 2007. *México: el contenido de trabajo de las importaciones y exportaciones. El caso de las zonas de libre comercio con América del Norte y la Unión Europea*. México, DF: Capítulo Latinoamericano de la Red Internacional de Género y Comercio.
<http://www.generoycomercio.org/areas/investigacion/mexico/Mex-trabajo.pdf>
- Espino, Alma. 2010. Cómo incorporar indicadores de género en políticas y acuerdos comerciales. Presentación realizada en el Seminario Regional sobre Comercio y Desarrollo, y Ayuda para el Comercio. Quito, 1 de diciembre.
- Fontana, Marzia. 2009a. The Gender Effects of Trade Liberalization in Developing Countries: a Review of Literature. En Rafael E. de Hoyos y Maurizio Bussolo. *Gender Aspects of the Trade and Poverty Nexus. A Macro-Micro Approach*, pp. 25-50. Washington DC: Palgrave MacMillan y Banco Mundial.

- , 2009b. *Gender Justice in Trade Policy - The Gender effects of Economic Partnership Agreements*. Londres: One World Action y The Commonwealth Secretariat.
- Fontana, Marzia, Susan Joeques y Rachel Masika. 1998. *Global Trade Expansion and Liberalisation: Gender Issues and Impact*. Brighton: Institute for Development Studies.
- León, Janina. 2009a. *Agroexportación, empleo y género en el Perú*. Lima: Consorcio de Investigación Económica y Social.
- , 2009b. *Handicraft Trade and Women Entrepreneurs: A Case Study in Lima, Perú*. North-South Institute.
- Mujeres en Café – Guatemala. S.f. Reporte de Labores 2010, <http://www.mujerescafeguatemala.org/>
- Lessard, Danielle. 2010. *Entrepreneurial Development of Cooperative Federations in Guatemala: Case Story on Gender Dimension of Aid for Trade*. Geneva: OECD, World Trade Organization and International Trade Center
- Pastor Carvajal, Giannina. 2010. Evaluación ex post del Programa de Competitividad para el Desarrollo de Asociaciones de Exportación de Artesanos Textiles de Cusco. MINCETUR, Lima.
- Rowen-Campbell, Dorianne. 2010. Cultivating Organic Coffee: Challenges for Small Farmers in Jamaica. En Marilyn Carr y Mariama Williams. *Trading Stories. Experiences with Gender and Trade*, pp. 165-172. Londres: The Commonwealth Secretariat.
- Salazar, Rebeca. 2005. *Las relaciones de género en el marco del TLCUEM: hacia la construcción de una propuesta metodológica para un análisis de caso*. México D.F.: Fundación Henrich Böll.
- , 2007. *Las relaciones de género en el sector agropecuario y alimentario mexicano en los análisis sobre las políticas comerciales y tratados de libre comercio*. México DF: Capítulo Latinoamericano de la Red Internacional de Género.
- UNCTAD. 2004. Trade and Gender: Opportunities, Challenges and Policy Dimension TD/392. Ginebra, Suiza.
- , 2009a. Mainstreaming Gender in Trade Policy: Case Studies. Nota. Ginebra, Suiza.
- , 2009b. UNCTAD. Mainstreaming Gender in Trade Policy. Nota, Ginebra.

- USAID-Ecuador y Red Productiva. 2009. Innovación productiva en el Ecuador: 10 experiencias exitosas de fomento bajo el enfoque de empresa ancla. Quito, Ecuador.
- Van Staveren, Irene. 2005. Methodological Approaches to Gender and Trade & Financial Liberalisation» Documento para la Reunión de Planeamiento Estratégico de la Red de Género y Comercio, Capítulo Latinoamericano. Montevideo, 10-11 de marzo.
- , 2007. Gender Indicators for Monitoring Trade Agreements. En Irene van Staveren, Diane Elson, Caren Grown y Nilufer Cagatay. *The Feminist Economics of Trade*. Londres: Routledge.
- Walmart. S.f. <http://walmartstores.com/Sustainability/9173.aspx>
- WeConnect International. S.f. <http://www.weconnectinternational.org/>
- White, Marceline. 2004. Look FIRST from a gender perspective: NAFTA and the FTAA. En Maree Keating. *Gender, Development and Trade*, pp. 44-52. Oxford: Oxfam.
- WOMEN WATCH. 2011. Gender Equality & Trade Policy. Documento de recursos.

Anexo I: Listado de iniciativas e investigaciones analizadas sobre comercio y género en la región

No.	Programa/proyecto/iniciativa	País	Instituciones involucradas
1	Plataforma para la Acción por Mujeres Proveedoras	Global	International Trade Center
2	Pathways Access Initiative	Perú	WeConnect/USAID
3	Female Entrepreneurs: Strengthening Export Competitiveness	Perú	International Trade Center
4	Empowering Mexican Women Business Enterprises in the Silver Jewellery and Beads Industry	México	International Trade Center
5	Iniciativa de promover el posicionamiento de la mujer en el mercado cafetero	Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Nicaragua y la República Dominicana	International Women Coffee Alliance
6	Results-Based Initiative: Training and Technical Assistance Program to Women Entrepreneurs in Peru	Perú	ONUMJER, Banco Mundial e International Center for Research on Women-ICRW
7	Chile Emprendedoras	Chile	Cámara de Comercio de Santiago, BID
8	Red Latinoamericana de Empresarias	Regional	Voces Vitales, USAID
9	Programa de promoción de la competitividad de asociaciones de artesanos del Cuzco en Perú	Perú	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, BID
10	Red de mujeres empresarias	Regional	Departamento de Estado de EEUU
11	Proyecto-empresa Casa de la Mujer Artesana	Perú	Movimiento Manuela Ramos
12	Programa de exportación de sombreros de paja toquilla en Azuay y Cañar	Ecuador	Proyecto Red Productiva, USAID, Empresas Exportadoras
13	Programa microempresa rural de artesanías tradicionales regionales de mujeres tarahumaras	México	FIDA
14	Sello de género en América Latina y El Caribe – GEM	México, Argentina, Chile, República Dominicana	Banco Mundial e institutos de la mujer locales
15	Programas de apoyo a organizaciones productivas locales	Guatemala, El Salvador, Brasil, Perú, México	Walmart, CARE, Mercy Corps, USAID
16	Sello Café de Mujer	Guatemala	AGEXPORT
17	Innovative Strategies for Peruvian Women's Participation in Digital Economy: A Pilot Program for Women Entrepreneurs	Perú	BID
18	Enhancing Rural Women Economy in Puno, San Martin and Ucayali.	Perú	Movimiento Manuela Ramos, CAF
19	Verapaz Community Empowerment Program (VCEP) Improving the Value of Agricultural Production – Strengthening Access to Markets – Building Greater Local Leadership Capacity	Guatemala	Global Fairness Initiative
20	Desarrollo de indicadores de género: capacidades de las instituciones de estadísticas y de las oficinas de la mujer	Regional	CEPAL

21	Strengthening National Mechanisms for Gender Equality and the Empowerment of Women	Regional	CEPAL
22	Entrepreneurial Development of Cooperative Federations	Guatemala	ACDI

No.	Estudio/investigación	País	Institución/autor
1	Diagnóstico sobre la situación de las mujeres empresarias (2008)	México	Instituto de las Mujeres
2	Análisis del sistema de producción, transformación y comercialización de café Caso: Asociación de Mujeres en Desarrollo de Nueva Segovia, Ocotal, (AMDES)	Nicaragua	Asociación para la investigación del desarrollo sostenible de Las Segovias
3	La cadena del valor agregado de alcachofas en el Perú: un análisis a favor de los pobres (2007)	Perú	Centro Peruano de Estudios Sociales (CEPES) Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID)
4	Evaluación del proyecto CrediMujer 2001-2011 (2011)	Perú	Movimiento Manuela Ramos Patricia Balbuena (PUCP)
5	Profits Fly the Coop: Gender Impacts of Trade Liberalization on the Jamaican Poultry Industry (2010)	Jamaica	The Commonwealth Secretariat, Carole Narcisse
6	Slipping on a Peel: The Effects of Changing Trade Regimes on the St. Lucia Banana Industry (2010)	Saint Lucia	The Commonwealth Secretariat, Carole Narcisse
7	Los vínculos entre comercio, género y equidad. Un análisis para seis países de América Latina (2007)	Argentina, Brasil, Colombia, México y Uruguay	Capítulo Latinoamericano de la Red de Género y Comercio IGTN, Paola Azar, Alma Espino y Soledad Salvador
8	México: el contenido de trabajo de las importaciones y exportaciones (2007)	México	Capítulo Latinoamericano de la Red Internacional de Género y Comercio, IGTN
9	Gender Justice in Trade Policy - The Gender Effects of Economic Partnership Agreements (2009)	Jamaica	One World Action y The Commonwealth Secretariat
10	Agroexportación, empleo y género en el Perú (2009)	Perú	Consorcio de Investigación Económica y Social-CIES
11	Handicraft Trade and Women Entrepreneurs: A Case Study in Lima (2009)	Perú	North-South Institute
12	Gender, Time Use, and Change: Impacts of Agricultural Export Employment in Ecuador (2001)	Ecuador	Banco Mundial, Constance Newman
13	Cultivating Organic Coffee: Challenges for Small Farmers in Jamaica (2010)	Jamaica	The Commonwealth Secretariat, Dorianne Rowen-Campbell,
14	Las relaciones de género en el marco del TLCUEM: hacia la construcción de una propuesta metodológica para un análisis de caso (2005)	México	Fundación Henrich Böll, Rebeca Salazar

15	Las relaciones de género en el sector agropecuario y alimentario mexicano en los análisis sobre las políticas comerciales y tratados de libre comercio (2007)	México	Capítulo Latinoamericano de la Red Internacional de Género y Comercio
16	Look FIRST from a Gender Perspective: NAFTA and the FTAA (2004)	México	Oxfam, Gender, Marceline White
17	Gender Equality & Trade Policy (2011)	Global	WomenWatch
18	Gender Indicators for Monitoring Trade Agreements (2007)	Regional	Irene van Staveren, Diane Elson, Caren Grown y Nilufer Cagatay
19	Methodological Approaches to Gender and Trade & Financial Liberalization (2005)	Regional	Capítulo Latinoamericano de la Red de Género y Comercio IGTN, Irene van Staveren
20	Maquila Boom Reduce Poverty? Evidence from Honduras (2009)	Honduras	Rafael E. de Hoyos, Maurizio Bussolo, y Oscar Nuñez
21	Mainstreaming Gender in Trade Policy (2009)	Global	UNCTAD
22	Mainstreaming Gender in Trade policy: Case Studies (2009)	Global	UNCTAD
23	Trade and Gender: Opportunities, Challenges and Policy Dimension TD/392 (2004)	Global	UNCTAD

Anexo II: Actividades e indicadores de seguimiento para los proyectos de apoyo al comercio y la integración

RESULTADOS	ACTIVIDADES	PRODUCTOS TERMINADOS	INDICADORES		METAS (Solo se incluyen las metas para indicadores de género)
			INDICADORES TRADICIONALES	SUGERENCIA DE INDICADORES ALTERNATIVOS ADICIONALES DE GÉNERO	
1. Gestión en administración de acuerdos y negocios comerciales fortalecida	Creación y/o reorganización de la entidad a cargo ⁶⁰	Entidad creada o reorganizada	➤ Nueva estructura organizativa adoptada ➤ Número de nuevas contrataciones de personal	➤ Porcentaje de mujeres con las competencias requeridas que asumen funciones de dirección en la entidad ➤ Porcentaje de mujeres con las competencias requeridas contratadas	➤ Procedimientos de selección y contratación de personal aseguran el respeto a la equidad de género. ➤ Política institucional orientada a conciliar trabajo y familia ➤ Política salarial basada en criterios objetivos (responsabilidad y carga de trabajo, experiencia, calificaciones) sin tomar en consideración el sexo del trabajador.
	Reingeniería de procesos del órgano encargado de la gestión del comercio	Procesos mejorados	➤ Número de procesos internos de funcionamiento mejorados	➤ Número de procesos mejorados que producen y utilizan información desagregada por sexo	➤ Se establece un número de procesos determinado (X) que deberán incorporar los indicadores de género sugeridos

⁶⁰ En algunos casos el proyecto conlleva la creación de una entidad con funciones vinculadas a la gestión del comercio, entre ellas la administración de acuerdos comerciales, registro y protección de la propiedad intelectual, gestión aduanera, promoción de exportaciones y promoción de la micro y pequeña empresa, entre otras.

	Capacitación de los funcionarios en negociaciones comerciales	Equipo de negociaciones comerciales capacitado	➤ Número de funcionarios responsables de negociaciones comerciales capacitados	➤ Número de mujeres funcionarias responsables de las negociaciones comerciales capacitadas	➤ X% de funcionarios capacitados son mujeres
	Desarrollo y aplicación sistemática de metodologías para evaluar el impacto económico, social y/o legal de los acuerdos comerciales ⁶¹	Metodologías de evaluación elaboradas y en uso	➤ Número de aplicaciones realizadas de las metodologías (en sectores concretos de la economía)	➤ Número de evaluaciones de impacto (económico, social y/o legal) de acuerdos económicos que incorporan énfasis especial en la población femenina	➤ X evaluaciones realizadas analizan las consecuencias del acuerdo comercial en la población femenina ⁶²
	Diseño e implementación de un modelo eficiente de administración de acuerdos comerciales	➤ Modelo de administración de acuerdos comerciales implementado ➤ Plan de implementación de acuerdos comerciales diseñado y puesto en marcha	➤ Número de iniciativas (programas o proyectos) contenidas en el plan de implementación que se dirigen a potenciar el aprovechamiento de los acuerdos comerciales ➤ Número de reformas normativas propuestas para eliminar restricciones para acceso a	➤ Número de iniciativas (programas o proyectos) contenidas en el plan de implementación que se dirigen a potenciar el aprovechamiento de los acuerdos comerciales por parte de la población femenina ➤ Número de reformas normativas propuestas para eliminar las restricciones que enfrentan las mujeres empresarias en el acceso a mercados. ⁶³ ➤ Número de iniciativas dirigidas a mitigar el impacto negativo del acuerdo comercial en	➤ X sistemas de recolección de datos que obtienen información desagregada por sexo ➤ X iniciativas dirigidas a potenciar el aprovechamiento de los acuerdos comerciales por parte de la población femenina ➤ X reformas normativas propuestas para eliminar las restricciones que enfrentan las mujeres empresarias en el acceso a mercados

⁶¹ Las evaluaciones de impacto pueden realizarse de manera previa a la negociación y suscripción de un acuerdo comercial, o posteriormente durante la implementación del acuerdo.

⁶² Las evaluaciones puede enfocarse a trabajadoras o empresarias, o en aquellos sectores económicos concretos donde las mujeres constituyen la mayoría de la fuerza laboral o donde las consecuencias del acuerdo afectan de manera especial y diferente a las mujeres).

⁶³ De ser el caso que existan dichas restricciones.

			mercados	poblaciones femeninas específicas (si lo hubiere)	➤ X iniciativas dirigidas a mitigar el impacto negativo del acuerdo comercial en poblaciones femeninas específicas (si lo hubiere)
	Capacitación de funcionarios de las instituciones públicas, empresarios y asociaciones representativas del sector privado sobre el contenido de los acuerdos comerciales suscritos y sobre las oportunidades derivadas de estos ⁶⁴	Funcionarios y sector privado capacitados en áreas comerciales y de administración del comercio	➤ Los mecanismos de salvaguardias y de defensa funcionan a nivel nacional ➤ % de cumplimiento de las obligaciones asumidas en los acuerdo comerciales		
			➤ Funcionarios capacitados ➤ Líderes de las empresas participantes en las capacitaciones ➤ Organizaciones empresariales participantes	➤ Número de funcionarias capacitadas ➤ Número de mujeres líderes de empresas capacitadas ➤ Número de organizaciones (empresariales, sociales) de mujeres participantes en las capacitaciones	➤ X% mujeres funcionarias capacitadas sobre el total de funcionarios capacitados ➤ X% de líderes de empresas capacitados son mujeres líderes⁶⁵ ➤ X% de organizaciones empresariales que participan en las capacitaciones son organizaciones de mujeres empresarias o que representan intereses de las mujeres
2. Incremento de las exportaciones	Desarrollo e implementación	➤ Plan de fortalecimiento de	➤ Plan de	➤ Número de actividades contempladas en el plan	➤ X número de actividades incluidas en

⁶⁴ Este tipo de indicadores sugeridos para temas de capacitación pueden usarse para cualquier tópico o campo. Cada vez que la capacitación haga parte del diseño de un proyecto se pueden sugerir los mismos indicadores de género. Cuanto más activa sea la política de género, más se concretarán las metas con valores altos del indicador (última columna), comprometiendo a la institución a lograr dichas metas numéricas. El porcentaje que se establezca como meta a priori deberá coincidir con el porcentaje global de representatividad de las mujeres respecto a la de los hombres en la institución, a menos que en el tema específico en que se ofrezca la capacitación la proporción entre sexos varíe respecto de la proporción entre sexos en toda la institución a nivel global.

⁶⁵ Se entiende por líder de una empresa aquella persona que tiene el control accionario de la misma o ejerce propiedad sobre ella y controla su gestión.

	de un plan para fortalecer competitividad del sector exportador	la competitividad del sector exportador diseñado e implementado ➤ Grupos productivos exportadores, asociaciones de exportadores y empresas exportadoras fortalecidas	fortalecimiento de la competitividad del sector exportador ➤ Incremento en número de grupos productivos y empresas que exportan ➤ Incremento en el número de mercados a los que se exporta	fortalecimiento de la competitividad del sector exportador cuyo público objetivo es grupos productivos y empresas lideradas por mujeres ➤ Número de organizaciones productivas femeninas y de empresas lideradas por mujeres que exportan	el plan tienen como público objetivo a mujeres empresarias ➤ Plan de fortalecimiento de sector exportador utiliza información desagregada por sexo (por ejemplo, empresas de propiedad de mujeres; empresas donde predomina la fuerza laboral femenina, sectores con alta participación laboral o empresarial femenina) ➤ %X porcentaje de empresas u organizaciones productivas que exportan son empresas lideradas por mujeres o grupos productivos de mujeres
	Apoyo a la realización de ferias comerciales especializadas y misiones inversas	➤ Ferias comerciales especializadas y misiones inversas organizadas ➤ Apoyo (mediante cofinanciamiento) a las empresas para su participación en ferias y misiones inversas otorgado	➤ Número de ferias y misiones organizadas ➤ Número de empresas participantes ➤ Número de empresas participantes que reciben financiamiento del programa	➤ Número de empresas participantes en ferias y misiones son lideradas por mujeres ➤ Número de empresas financiadas por el programa para participantes en ferias y misiones que son de propiedad de mujeres	➤ %X de las empresas participantes en ferias y misiones son lideradas por mujeres ➤ %X de las empresas financiadas por el programa para participar en ferias y misiones son de propiedad de mujeres
	Desarrollo sistemas de	Sistemas de información y	➤ Número de sistemas de	➤ Número de sistemas de información /monitoreo que	➤ X sistemas de información producen y

	información y monitoreo	monitoreo	información en uso	utilizan y producen información desagregada por sexo	utilizan información desagregada por sexo
	Diseño e implementación del plan estratégico de promoción de exportaciones	Plan de acción para promoción de sectores estratégicos diseñado e implementado	➤ Número de sistemas de monitoreo ➤ Número de programas de apoyo a empresas exportadoras ➤ Número de empresas que acceden a programas de apoyo a empresas exportadoras ➤ Porcentaje de avance en la implementación del plan ➤ Número de empleos nuevos generado por el incremento en las exportaciones	➤ Número de programas específicos de apoyo a mujeres empresarias con potencial exportador ➤ Número de empresas lideradas por mujeres que acceden a los programas de apoyo a empresas exportadoras ➤ Número de actividades de apoyo específico a sectores exportadores donde fuerza laboral es mayoritaria femenina o donde las mujeres participan en el sector a través de micro y pequeñas empresas) ➤ Porcentaje de incremento en el empleo femenino producto del aumento de exportaciones	➤ X programas específicos de apoyo a empresas exportadoras son dirigidos a empresas lideradas por mujeres ➤ X% de empresas que participan de programas de apoyo para la exportación son empresas lideradas por mujeres ➤ X% de incremento en el empleo femenino sobre el total del empleo creado por el incremento de exportaciones
3. Incremento de las inversiones	Diseño e implementación de plan para atraer inversiones	➤ Plan de atracción de inversiones diseñado ➤ Actividades contempladas en el plan de atracción de inversiones implementadas	➤ Número de sectores estratégicos seleccionados ➤ Número de proyectos de inversión adoptados	➤ Selección de sectores estratégicos de inversión se apoya en información desagregada por sexo. ➤ Número de sectores estratégicos seleccionados que tienen una significativa participación de la mujer como empresaria o trabajadora ➤ Número de los proyectos de inversión adoptados que	➤ X sectores estratégicos se han seleccionado con información desagregada por sexo ➤ X sectores se han seleccionado priorizando el factor de vulnerabilidad de la población femenina (muy representada en el sector en cuestión)

				apoyan a la población femenina.	
	Desarrollo e implementación de un plan estratégico para el fortalecimiento y funcionamiento de una agencia de promoción de inversión	Agencia creada/fortalecida y en operación	➤ Número de nuevas contrataciones de personal	➤ Número de mujeres con competencias requeridas en las funciones de la agencia contratadas mediante el proceso formal	➤ X% de las nuevas contrataciones son mujeres ➤ X% de quejas justificadas y bien argumentadas planteadas por empleados fueron identificadas como de discriminación de género
4. Internacionalización de MIPyMEs	Elaboración de diagnósticos de MIPyMEs con potencial exportador y de sectores con potencial exportador para MIPyMEs	➤ Diagnósticos de MIPyMEs ➤ Diagnósticos de sectores	➤ Número de diagnósticos de MIPyMEs con potencial exportador ➤ Número de diagnósticos de sectores que ofrecen espacios para MIPyMEs con potencial exportador	➤ Número de diagnósticos de MIPyMEs lideradas o de propiedad de mujeres con potencial exportador ➤ Número de diagnósticos sobre sectores con potencial exportador para MIPyMEs que utilizan información desagregada por sexo (sobre propiedad, empleados y roles de liderazgo en la empresa)	➤ X% de todos los diagnósticos realizados han desagregado información por sexo ➤ X% de todos los diagnósticos realizados a MIPYMEs son de empresas lideradas o de propiedad de mujeres

	Implementación de servicios de donaciones de contrapartida para fomentar áreas de la empresa ligadas a la exportación: calidad, productividad, medio ambiente, asociatividad empresarial, tecnología e innovación, desarrollo de mercados	Servicios de donaciones de contrapartida diseñados e implementados	➤ Número de empresas que acceden a los servicios de programa ➤ Número de programas ofrecidos que cubren de manera complementaria las distintas necesidades de la empresa	➤ Número de empresas de propiedad o lideradas por mujeres que acceden a los servicios del programa sobre el total de empresas que acceden al programa ➤ Número de servicios que contienen un incentivo adicional dirigido a beneficiar a la mujer empresaria	➤ X% de empresas participantes cuya propiedad o liderazgo corresponde a una mujer (respecto del total de empresas) ➤ X% del aumento de las exportaciones generado por el programa corresponde a empresas lideradas por mujeres
	Evaluación de impacto del servicio de donaciones de contrapartida	Sistema de monitoreo y evaluación diseñado e implementado	➤ % de incremento de las exportaciones de las empresas beneficiarias (desagregada por sexo según liderazgo y propiedad de empresa)	➤ % de incremento de las exportaciones de empresas de propiedad o lideradas por mujeres. ➤ Número de hogares en los que ha habido una redistribución del tiempo dedicado a las tareas del hogar ➤ Estimación del incremento en la autoestima de las mujeres empresarias	➤ X% del aumento de exportaciones que ha generado el programa corresponde a empresas lideradas por mujeres
5. Sistemas de información y herramientas tecnológicas modernizados	Modernización de los sistemas de información en apoyo a los servicios gubernamentales de comercio exterior	Portal institucional construido	➤ Portal institucional	➤ Número de herramientas que facilitan el acceso a información sobre servicios dirigidos a mujeres empresarias	➤ X% de aumento en el número de mujeres empresarias que acceden a la información disponible ➤ X% de aumento de programas específicos para cubrir necesidades de grupos de mujeres empresarias (gracias a

					que se cuenta con nueva información desagregada)
		➤ Sistemas de información internos de la institución modernizados ➤ Procesos de gestión operativa optimizados	➤ Sistema de información para la gestión del comercio ➤ Reducción del tiempo de gestión operativa ➤ Mayor grado de satisfacción del cliente	➤ Desagregación por sexo de información vinculada a la gestión del comercio	

Anexo III: Cuadro de actividades e indicadores de seguimiento para proyectos de fomento de internacionalización de los negocios

RESULTADOS	ACTIVIDADES	PRODUCTOS	INDICADORES
1. Se constituyen y/o fortalecen el modelo asociativo y la organización productiva	Identificación de modelo de negocio apropiado	Modelo de gestión acordado y adoptado	El modelo adoptado incorpora mecanismos que: - fomentan la asignación equitativa⁶⁶ de roles en la gestión del negocio - evitan la discriminación por sexo en los salarios - promueven el equilibrio entre el trabajo en el negocio y el trabajo en el hogar.
	Formalización de la organización	Estatutos de la organización adoptados	Número de mujeres con las competencias requeridas miembros del comité directivo de la organización
		Inscripción de la organización en registros correspondientes	Registro de inscripción obtenido
	Definición de funciones y estructura de la organización	Instrumento de gestión con estructura organizativa	Estructura organizativa aprobada e implementada incluye asignación de roles de la entidad de manera equitativa según los recursos humanos disponibles
		Asamblea de socios/miembros conformada	Número miembros asistentes a las asambleas
	Capacitación y acompañamiento de los beneficiarios en sus nuevos roles (incluyendo talleres de autoestima, liderazgo y de sensibilización sobre derechos de las mujeres)	Capacidades creadas para gestionar el modelo organizativo y productivo	Porcentaje de mujeres participantes en las asambleas
			Porcentaje de mujeres capacitadas

⁶⁶ Por asignación equitativa de roles se entiende cuando las metas reflejan de manera representativa la distribución de género en el grupo de beneficiarios, tomando en consideración las competencias de los miembros del grupo productivo, sus características y las de su negocio.

2. Administración del negocio mejorada	Capacitación y transferencia de conocimientos a los beneficiarios en áreas como contabilidad, finanzas, recursos humanos, gestión, etc.	Capacidades creadas de gestión administrativa y financiera	Porcentaje de mujeres capacitadas
		Asunción de nuevas funciones por parte de los beneficiarios	Número de materiales de capacitación que incorporan enfoque de género
			Porcentaje de mujeres con competencias requeridas que asumen las nuevas funciones administrativas y financieras sobre el total de beneficiarios que asumen nuevas funciones
3. Procesos productivos mejorados y ampliados	Capacitación en diseño de nuevos productos	Capacidad de realizar nuevos diseños transferida	➤ Porcentaje de mujeres capacitadas ➤ Nuevos productos ➤ Porcentaje de mujeres con competencias requeridas que asumen funciones productivas
	Acompañamiento en la elaboración de nuevos productos		
	Implementación de sistema de calidad y capacitación	Capacidades creadas de control de calidad	Número de materiales de capacitación que incorporan enfoque de género
	Acompañamiento a los procesos de certificación de calidad de los productos	Productos con certificación de calidad	Número de productos con certificación de calidad
	Implementación de sistema de calidad y capacitación	Capacidades de control de calidad creadas	Porcentaje de mujeres con competencias requeridas que asumen las funciones en la gestión de calidad sobre el total de beneficiarios que asumen nuevas funciones
4. Se mejoran los procesos de gestión comercial	Acompañamiento en el diseño e implementación de un plan comercial	Plan comercial diseñado e implementado	➤ Plan comercial diseñado ➤ Porcentaje de mujeres que participan en la aprobación del plan comercial
	Capacitación y transferencia de conocimientos de mercadeo	Capacidades de mercadeo creadas	Porcentaje de mujeres con competencias requeridas que asumen funciones de mercadeo

Anexo IV: Puntos de entrada de las consideraciones de género en la Estrategia de Ayuda para el Comercio de Belice

Resultados	Indicadores	Puntos de entrada	Fuentes de información
Mayor incorporación transversal de objetivos y actividades de comercio en las estrategias nacionales de desarrollo	Número de objetivos/programas relacionados con el comercio en las estrategias nacionales de desarrollo	Número de objetivos/programas relacionados con el comercio en estrategias de desarrollo que se enfocan en las mujeres	Estrategias nacionales/regionales de desarrollo, estrategias y planes de acción de aliados en el desarrollo
Mejor aplicación de Ayuda para el Comercio	Número de nuevos proyectos iniciados relacionados con el comercio	Número de nuevos proyectos iniciados relacionados con el comercio que involucran o se enfocan en las mujeres	Matriz de Acción de la Estrategia de Ayuda para el Comercio Proyectos sometidos a consideración de los donantes y otros aliados en el desarrollo
Recursos de Ayuda para el Comercio más predecibles	Número de nuevos proyectos iniciados relacionados con el comercio	Número de nuevos proyectos iniciados relacionados con el comercio que involucran o se enfocan en las mujeres	Matriz de Acción de la Estrategia de Ayuda para el Comercio Proyectos sometidos a consideración de los donantes y otros aliados en el desarrollo
	Número de programas de donantes relacionados con el comercio	Número de programas de donantes que involucran o se enfocan en las mujeres	
Apoyo a la participación activa de Belice en el sistema internacional de comercio y para que utilice el comercio como un instrumento de crecimiento y alivio de la pobreza reduciendo de manera significativa los problemas que surgen del lado de la oferta	Número de sistemas/enfoques/actividades de capacitación implementados --nuevos o mejorados-- que puedan generar crecimiento y aliviar la pobreza	Número de sistemas/enfoques/actividades de capacitación nuevos o mejorados implementados con perspectiva de género	Comité de Supervisión de Ayuda para el Comercio
		Número de sistemas/procesos/capacitaciones nuevos en los que se desagrega la información por sexo cuando es posible y pertinente	
Mayores flujos regionales e internacionales de comercio	• Volumen de importaciones • Volumen de exportaciones • Número de productos exportados/importados		Aduanas, oficinas nacionales de estadísticas
Mayor competitividad y un mejor clima de negocios	• Puesto en el ranking Doing Business • Puesto en el ranking del Foro Económico Mundial		Banco Mundial, CFI, Foro Económico Mundial, BID, indicadores mundiales de comercio,

	Nivel de IED (inversión extranjera directa)		oficinas nacionales de estadísticas
Mayor cooperación interinstitucional en torno al comercio	Número de programas/iniciativas en colaboración institucional	Número de iniciativas/programas conjuntos en que participen mujeres/ incorporen perspectivas de género/se dirijan a las mujeres/involucren al Departamento de la Mujer del Ministerio de Desarrollo Humano y Transformación Social	Anuncios públicos
Mayor conocimiento en el sector privado acerca de la existencia de oportunidades de acceso al mercado	Número de nuevos negocios en mercados existentes	Número de nuevos negocios liderados por mujeres en mercados existentes	Redes de comunicación, herramientas y recursos de información, informes de Beltraide
	Número de negocios que se integran a nuevos mercados	Número de negocios dirigidos por mujeres que se integran a nuevos mercados	
	Número de PyMES que se integran al comercio	Número de nuevas PyMES lideradas por mujeres que participan en el comercio internacional	

Anexo V: Ejemplos de interrogantes e indicadores que guían la incorporación del enfoque de género en las evaluaciones de un acuerdo comercial⁶⁷

EVALUACIONES PRELIMINARES (ex ante)		EVALUACIONES DURANTE IMPLEMENTACIÓN (ex post)	
Interrogantes	Indicadores	Interrogantes	Indicadores
Acceso y condiciones de empleo			
➤ ¿Aumentan o disminuyen las oportunidades de empleo para las mujeres? ➤ ¿Cambian las brechas de las tasas de desempleo femenino y masculino? ➤ ¿Existen iniciativas de políticas tendientes a mejorar las posibilidades de conciliar las responsabilidades de familia y el trabajo remunerado?	➤ Tasa de empleo desagregada por sexo ➤ Proporción de mujeres empleadas sobre el total del empleo ➤ Proporción de mujeres desempleadas sobre el total de los desempleados	➤ ¿Los nuevos puestos de trabajo revelan mayor grado de segregación, el mismo o menor? ➤ ¿Cómo evoluciona la precariedad del empleo en relación con la cobertura de la seguridad social y la estabilidad en el empleo? ➤ ¿Disminuye o aumenta la brecha de ingresos entre hombres y mujeres?	➤ Proporción de mujeres ocupadas en ramas y sectores de actividad orientadas a la exportación sobre el total de ocupados ➤ Proporción de mujeres con cobertura de seguridad social en actividades orientadas a la exportación sobre el total de ocupados ➤ Proporción del salario femenino respecto al masculino en ramas y sectores de actividad orientados a la exportación
Acceso a recursos económicos y generación de ingresos			
➤ ¿En qué segmento productivo (tamaño de empresas) se concentran las mujeres? ➤ ¿Cuál es la situación de la población masculina y femenina en relación con el control de los recursos productivos (capital, tecnología y propiedad)? ➤ ¿Cómo se ven afectadas las mujeres en su papel de consumidoras de productos sensibles al género (p. ej. determinados productos agrícolas)?	➤ Proporción de mujeres sobre el total de micro y pequeños empresarios ➤ Proporción de mujeres que reciben crédito para la producción sobre el total de personas que reciben crédito/proporción del crédito para la producción asignado a mujeres sobre el total del crédito otorgado ➤ Número de estrategias o políticas dirigidas al fomento de la comercialización e innovación de las empresas de propiedad femenina sobre el total de estrategias o políticas dirigidas al fomento de la empresa	➤ ¿Se ha modificado el grado de concentración de mujeres en los segmentos productivos en los que participan (tamaño de empresas)? ➤ ¿Se implementaron medidas para mejorar las estrategias de comercialización e innovación en las empresas y, en particular, de las empresas de propiedad femenina? ➤ ¿Se implementaron acciones afirmativas para las micro y pequeñas empresas y, en particular, para aquellas de propiedad femenina?	➤ Número de estrategias o políticas dirigidas al fomento de la comercialización e innovación de las empresas de propiedad femenina sobre el total de estrategias o políticas dirigidas al fomento de la empresa ➤ Proporción de mujeres respecto a los hombres que acceden a asesoramiento y capacitación tecnológica en actividades orientadas a la exportación ➤ Proporción de mujeres que reciben crédito para la producción orientada a la exportación sobre el total

⁶⁷ Los interrogantes e indicadores que aquí se incluyen representan algunos ejemplos. El total de los interrogantes e indicadores planteados se encuentra en el documento de trabajo.

	➤ Proporción de mujeres que acceden a asesoramiento y capacitación tecnológica en actividades orientadas a la exportación sobre el total de personas que acceden a dicho asesoramiento y capacitación ➤ Poder de compra de productos sensibles al género según los ingresos de las mujeres (p. ej. alimentos básicos, productos agrícolas)	➤ ¿Cómo evoluciona el acceso al crédito de producción de las mujeres para la producción? ➤ ¿Se afecta a las mujeres en su rol de consumidoras de productos sensibles al género (p. ej. alimentos básicos, productos agrícolas)?	➤ Proporción del crédito recibido por mujeres para la producción orientada a la exportación sobre el total ➤ Proporción de mujeres sobre el total de micro y pequeños empresarios por segmento productivo ➤ Poder de compra de productos sensibles al género de los ingresos de las mujeres (p. ej. alimentos básicos)
Comercio de servicios			
➤ ¿Qué representación tienen las mujeres como trabajadoras en las áreas de servicios impactadas por el acuerdo? ➤ ¿Cuál es la brecha salarial por sexo y la segregación ocupacional por categoría de ocupación y por sector de actividad?	➤ Proporción de mujeres ocupadas en las actividades de servicios impactadas por el acuerdo comercial sobre el total de ocupados ➤ Proporción de mujeres con contrato de trabajo a término/ cobertura de la seguridad social sobre el total de los ocupados en los servicios impactados por el acuerdo ➤ Proporción del salario femenino respecto al masculino en los servicios impactados por el acuerdo	➤ ¿Qué representación tienen las mujeres como trabajadoras en las áreas de servicios impactadas por el acuerdo? ➤ ¿Cómo evolucionó la calidad de los empleos femeninos y masculinos y el trabajo remunerado en esas actividades? ➤ ¿Cómo evolucionó la brecha salarial por sexo y la segregación ocupacional por categoría de ocupación y por sector de actividad?	➤ Proporción de mujeres ocupadas en las actividades de servicios impactadas por el acuerdo comercial ➤ Proporción de mujeres con contrato de trabajo a término/cobertura de la seguridad social sobre el total de ocupados en los servicios impactados por el acuerdo ➤ Proporción del salario femenino respecto al masculino en los servicios impactados por el acuerdo comercial

Anexo VI: Ejemplos de interrogantes e indicadores que guían la incorporación del enfoque de género en procesos de negociación y consulta de acuerdos comerciales

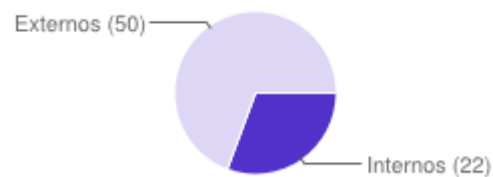
INTERROGANTES	INDICADORES DE GÉNERO
➤ ¿Están contempladas las demandas de las mujeres en el proceso de negociaciones?	➤ Existencia de instancias de participación en las negociaciones para los mecanismos oficiales a cargo del avance la mujer (ministerios, institutos u oficinas encargadas de temas vinculados a las mujeres) ➤ Propuestas planteadas por tales mecanismos incorporadas en el acuerdo comercial
➤ ¿Existen instancias de participación de organizaciones de la sociedad civil, incluidas las de mujeres, en las negociaciones?	➤ Cantidad de organizaciones de mujeres que participan en la negociación ➤ Cantidad de organizaciones de mujeres que participan en las consultas
➤ ¿La propuesta de contenidos del acuerdo comercial respeta los contenidos de tratados y convenios internacionales firmados por los gobiernos con respecto a la igualdad de género y a la no discriminación?	➤ Existencia de cláusulas que garantizan el respeto de tratados y convenios internacionales firmados por los gobiernos con respecto a la igualdad de género y a la no discriminación en el acuerdo comercial

Anexo VII: Estadísticas sobre la Comunidad de Práctica en Comercio y Género⁶⁸

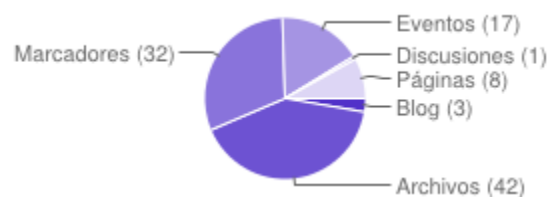
Número total de miembros: 72

Total de visitas de miembros del grupo: 680

Miembros:



Recursos utilizados/vistos:



⁶⁸ Estadísticas a septiembre de 2012.