


Productores de maíz,
Mawathawewa (Sri Lanka).

A woman in a colorful patterned headscarf and a pink cap is smiling broadly while carrying a large, full sack of corn on her shoulder. She is standing in a field of harvested corn stalks under a cloudy sky. The image is partially overlaid with a large white geometric shape on the left side.

**Igualdad
de género,
empoderamiento
económico de
las mujeres
y comercio
sostenible**



136

Integración de las políticas de género en las estrategias de desarrollo y en los instrumentos jurídicos

143

Empoderamiento económico de las mujeres en la Ayuda para el Comercio

148

Categorías de los programas de Ayuda para el Comercio relacionadas con el género

157

Limitaciones de la Ayuda para el Comercio y alineación de donantes y asociados

160

Dificultades para incorporar la dimensión de género en la Ayuda para el Comercio



La Ayuda para el Comercio contribuye al empoderamiento económico de las mujeres

96%

de los países en desarrollo reconocen la importancia que ello puede tener para abordar las limitaciones comerciales a que se enfrentan las mujeres

El empoderamiento económico de las mujeres se está integrando en las estrategias de Ayuda para el Comercio...

92%

de los países en desarrollo incluyen el empoderamiento económico de las mujeres en las estrategias de desarrollo

...y en las estrategias de desarrollo del comercio

42%

de los países en desarrollo incluyen consideraciones relativas al empoderamiento económico de las mujeres en las estrategias de desarrollo del comercio y de exportación



83%

de los donantes financiaron proyectos de empoderamiento económico de las mujeres **centrados en impulsar la capacidad de las mujeres para participar en el comercio**



92%

de los países en desarrollo identifican los servicios y la agricultura como los sectores en que se necesitará apoyo para lograr el empoderamiento económico de las mujeres,



75%

de los donantes financiaron programas de formación y de apoyo a las mujeres empresarias



83%

mencionan la industria

La recopilación de datos sigue siendo una dificultad...



62%

de los países en desarrollo recopilan datos desglosados por género sobre el comercio, pero no de forma sistemática

Solo



50%

de los encuestados disponen de un marco para vigilar y evaluar los resultados de los programas de Ayuda para el Comercio que apoyan a las mujeres

Principales limitaciones a las que se hacen frente las mujeres en los países en desarrollo:

- dificultades de acceso a los servicios financieros **87%**
- empleo informal **75%**
- falta de acceso a servicios digitales **49%**

La igualdad de género es parte integrante de la Iniciativa de Ayuda para el Comercio desde su creación. En el informe final¹ del Equipo de Trabajo sobre la Ayuda para el Comercio de la OMC, publicado en 2006, se recomendó que “[l]a ayuda para el comercio deberá prestarse de manera coherente, teniendo plenamente en cuenta, entre otras cosas, la perspectiva de género y el objetivo general del desarrollo sostenible”.

La Secretaría de la OMC, encargada de llevar a cabo el ejercicio conjunto de vigilancia y evaluación de la Ayuda para el Comercio de la OCDE y la OMC de 2022, ha reformado por primera vez el cuestionario de la encuesta de recogida de datos para captar mejor los efectos que la Ayuda para el Comercio ha tenido sobre la igualdad de género y el empoderamiento económico de las mujeres, así como para recabar nuevos datos que no figuraban en anteriores ejercicios de vigilancia y evaluación de la Ayuda para el Comercio.

En general, los datos recopilados demuestran cómo la Ayuda para el Comercio promueve el empoderamiento económico de las mujeres, cómo los donantes y los países asociados están alineados en sus objetivos y prioridades de Ayuda para el Comercio respecto de las cuestiones de género (lo que no ocurría anteriormente) y cómo la incorporación de la dimensión de género sigue planteando dificultades, especialmente porque los Gobiernos carecen de datos comerciales desglosados por sexo y de capacidad para recopilarlos y porque, en su mayoría, no evalúan los efectos de sus programas de Ayuda para el Comercio.

A partir de las respuestas al cuestionario, en el presente capítulo se analizan los nuevos datos e información recopilados mediante el ejercicio de vigilancia y evaluación, se examina cómo se ha incluido el género en los programas de Ayuda para el Comercio y se destacan las tendencias generales de los resultados y ejemplos basados en información adicional.

Los resultados del ejercicio de vigilancia y evaluación se han dividido en las siguientes secciones:

- integración de las políticas de género en las estrategias de desarrollo y en los instrumentos jurídicos;
- empoderamiento económico de las mujeres en la Ayuda para el Comercio;
- categorías de los programas de Ayuda para el Comercio relacionadas con el género;
- limitaciones de la Ayuda para el Comercio y alineación de donantes y asociados;
- dificultades para incorporar la dimensión de género en la Ayuda para el Comercio.

En este capítulo también se incluyen los siguientes estudios de casos prácticos:

- Benin: métodos de evaluación de género en los programas de Ayuda para el Comercio;
- Colombia: integración de las cuestiones de género en los instrumentos de política;
- Unión Europea: evaluación del impacto de género de la UE: lo que se mide se gestiona;
- El Perú: integración de las cuestiones de género en las políticas comerciales y relacionadas con el comercio.

Cosecha de arroz en Ngazi (República Democrática del Congo).



Integración de las políticas de género en las estrategias de desarrollo y en los instrumentos jurídicos

Tanto los donantes como los países asociados elaboran programas específicos de Ayuda para el Comercio centrados en cuestiones de género. Alrededor del 92% de los 53 países en desarrollo participantes consideran prioritario el empoderamiento económico en sus planes y objetivos de desarrollo. En el caso de África y Asia y el Pacífico, la respuesta fue del 100%.

Del mismo modo, el 90% de los donantes han integrado las cuestiones de género en su ayuda al desarrollo relacionada con el comercio. Así se reflejó en las respuestas de los encuestados regionales y de los asociados Sur-Sur.

Esa tendencia positiva se mantiene desde el ejercicio de vigilancia y evaluación de 2019, en el que se observó que el empoderamiento económico de las mujeres también ocupaba un lugar destacado en los programas tanto de los donantes (el 84%) como de los países participantes (el 85%). Efectivamente, las investigaciones de la OMC confirman que el interés por abordar el empoderamiento económico de las mujeres a través de la Ayuda para el Comercio no ha dejado de crecer desde 2007 (der Boghossian, 2019).

En un estudio del Banco Mundial de 2011 también se demostró que las intervenciones de la Ayuda para el Comercio podrían contribuir a apoyar a las mujeres comerciantes y empresarias. Se identificaron los principales obstáculos comerciales a los que hacían frente las mujeres para aumentar su acceso a los mercados y, por ende, a los ingresos (Gamberoni y Guilherme, 2011).

En particular, la Ayuda para el Comercio que apoya la facilitación del comercio podría ayudar a las empresarias a aumentar su participación en el comercio mundial. El estudio del Banco

Mundial se publicó en un momento en que los países empezaban a integrar más las cuestiones de género en los objetivos de la Ayuda para el Comercio y a reorientar los programas hacia la igualdad de género (der Boghossian, 2019).

Los países integran las cuestiones de género en una amplia gama de instrumentos y políticas, empezando por sus estrategias generales de desarrollo. Elaboran instrumentos dedicados específicamente a la igualdad de género, en los que se abordan esas cuestiones dentro de un ámbito de políticas determinado, centrado en aspectos como los siguientes (véanse más detalles en el cuadro 1):

- apoyo a la recuperación de la COVID-19;
- cuestiones de género relacionadas con el cambio climático, el medio ambiente y los recursos naturales;
- promoción del comercio electrónico y de la digitalización;
- integración de las cuestiones de género en el desarrollo del sector de servicios;
- fomento de las finanzas inclusivas y de la microfinanciación para mujeres de base;
- apoyo a las comerciantes transfronterizas informales;
- fomento del desarrollo industrial y de la iniciativa empresarial femenina.

Países como Guinea-Bissau y Zambia incluyen las cuestiones de género en estrategias que surten efecto a escala local. De hecho, muchos países combinan las estrategias de desarrollo con una política de igualdad de género, lo que refuerza ambos instrumentos. Por ejemplo, Colombia combina dos o tres tipos de instrumentos para integrar la dimensión de género en las estrategias y programas de Ayuda para el Comercio (véase el estudio de caso práctico).

Cuadro 1: Integración de las políticas de género en las estrategias de desarrollo

Regiones	Respuestas al cuestionario
África	
Guinea-Bissau	Se integran datos desglosados por sexo en la estrategia de desarrollo comercial
República Democrática del Congo	La igualdad de género está incluida en la constitución
Zambia	Las cuestiones de género se integran en estrategias y políticas que surten efecto a escala local
Asia y el Pacífico	
Pakistán	<p>La Ayuda para el Comercio se considera una variable de enorme importancia para la integración de las mujeres en la estructura actual del mercado, y:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ puede abrir a las mujeres jóvenes en particular nuevos segmentos de la economía (por ejemplo, el comercio electrónico), donde las ganancias pueden ser más significativas y redundar en una mejor movilidad social ▪ puede suplir las carencias técnicas o de conocimientos que tenga un país en desarrollo para aprovechar el verdadero potencial económico de las mujeres
América Latina y el Caribe	
Santa Lucía	<p>La estrategia de inclusión de género ha de apoyar las perspectivas de género en la elaboración de políticas</p> <p>Los ministerios y departamentos han de orientarse hacia una cultura transparente y basada en datos que utilice el análisis de género en la planificación</p> <p>El desarrollo de la capacidad debe ser un medio para alcanzar un fin, de manera que las oportunidades prácticas de comercio se incorporen a la ayuda para aumentar la sostenibilidad de la formación</p>

Mauricio, el Pakistán y Vanuatu son de los pocos países que integran directamente las cuestiones de género en las políticas comerciales y en las estrategias de exportación. Sin embargo, la integración de las cuestiones de género en la política comercial sigue siendo una asignatura pendiente para la mayoría de los países. Cuando se supera este escollo, los países integran sobre todo las cuestiones de comercio y de género en las estrategias de iniciativa empresarial y en el apoyo a las mujeres exportadoras (Guatemala, Paraguay, Uganda).

Los pequeños agricultores generan más ingresos gracias al aumento de los productos agropecuarios, Thbong Khmum (Camboya).



Estudio de caso práctico

Colombia: integración de las cuestiones de género en los instrumentos de política

Plan Nacional de Desarrollo

Colombia integra las cuestiones de género en varios instrumentos de política. El Plan Nacional de Desarrollo para 2018-2022 incluye un capítulo dedicado al empoderamiento económico de las mujeres*, en virtud del cual se garantiza la igualdad de género y la no discriminación mediante estrategias específicas y en diversos ámbitos temáticos (por ejemplo, educación, empleo).

Colombia también reconoce a las mujeres de las zonas rurales como agentes de transformación estructural y apoya el desarrollo rural equitativo, facilitando la generación de ingresos y un mayor acceso a la financiación y mejorando las condiciones de empleabilidad e iniciativa empresarial.

Programa Equipares

Colombia, junto con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), ha elaborado el programa Equipares con los siguientes objetivos:

- eliminar la discriminación de género en el empleo y en los salarios;
- promover condiciones de igualdad de género;
- prevenir, erradicar y sancionar toda forma de violencia contra las mujeres en las microempresas y pequeñas y medianas empresas (mipymes).

El programa Equipares también promueve la flexibilización de las condiciones laborales de las mujeres (por ejemplo, mediante la reducción de las horas de trabajo, la ampliación voluntaria de la licencia por maternidad o paternidad y el teletrabajo).



Una agricultora cría aves de corral en el marco de una alianza de productores de La Eugenia (Colombia).

Política Pública Nacional de Equidad de Género

En 2012 Colombia adoptó su Política Pública Nacional de Equidad de Género, de 10 años de duración, destinada a orientar las medidas relativas a la protección de los derechos de las mujeres en el país, incluido el empoderamiento económico.** Colombia trabaja actualmente en una nueva política nacional que se centrará en cuestiones de desarrollo social y productivo relacionadas con el género, entre ellas las siguientes:

- erradicación de las prácticas discriminatorias contra las mujeres en el mercado de trabajo;
- estímulo del desarrollo empresarial y del comercio exterior;
- promoción de la iniciativa empresarial de las mujeres;
- mejora del acceso de las mujeres a la financiación;
- eliminación de la brecha digital.

Cuestiones de género incorporadas en otras políticas públicas

Las cuestiones de género, en particular con respecto al empoderamiento económico de las mujeres, se incorporan en otras políticas públicas como las siguientes:

- la Política Nacional de Emprendimiento***, que propone una estrategia integral de asistencia técnica dedicada a apoyar el fortalecimiento empresarial de las mujeres;
- el Fondo Mujer Emprende*, cuyo objetivo es financiar y reforzar las capacidades de las mujeres con iniciativa empresarial;
- la Política para la Reactivación, la Repotenciación y el Crecimiento Sostenible e Incluyente**, que tiene por objeto la generación de ingresos para las mujeres rurales, con especial atención a la sostenibilidad de las empresas rurales y al desarrollo de programas de formación.

La igualdad de género es también un objetivo central incorporado de manera transversal en otras políticas sectoriales, como los programas que llevan a cabo la Vicepresidencia y la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer en los siguientes ámbitos:

- las condiciones de trabajo decente para las mujeres empleadas;
- la promoción de la creación de capacidad para las mujeres con iniciativa empresarial y la participación de las mujeres en sectores no tradicionales como el transporte y la infraestructura, las minas y la energía, y la economía verde.

Colombia también ha establecido la equidad de género como una aspiración central en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, definiendo indicadores y metas específicos relacionados con la empleabilidad de las mujeres, la disparidad de ingresos y el acceso a la tecnología.

* Véase <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/BasesPND2018-2022n.pdf>.

** Véase <https://colaboracion.dnp.gov.co/cdt/conpes/social/161.pdf>.

*** Véase <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/4011.pdf>.

+ Véase <https://www.apccolombia.gov.co/proyectos/fondo-mujer-emprende>.

** Véase <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/4023.pdf>.

Estudio de caso práctico

El Perú: integración de las cuestiones de género en las políticas comerciales y relacionadas con el comercio

Política Nacional de Igualdad de Género

El Perú ha adoptado un conjunto de instrumentos destinados a corregir las desigualdades de género y a apoyar el empoderamiento económico de las mujeres a través del comercio. Por ejemplo, en la Política Nacional de Igualdad de Género, de 2019*, se aborda la discriminación estructural contra las mujeres. Uno de los objetivos prioritarios es garantizar el ejercicio de los derechos económicos y sociales de las mujeres, en particular mediante:

- la implantación del Sistema Nacional de Cuidado con perspectiva de género;
- la mejora del acceso de las mujeres a los recursos naturales y productivos y de su control sobre ellos;
- el aumento de la participación formal de las mujeres en el mercado de trabajo;
- medidas para garantizar los derechos sociales de las mujeres.

Lineamientos técnicos para promover la autonomía económica de las mujeres

En 2021 el Perú elaboró un conjunto de lineamientos técnicos para promover la autonomía económica de las mujeres en su diversidad**, con el objetivo principal de establecer disposiciones que orienten a las instituciones públicas y privadas en la implementación de estrategias que promuevan el empoderamiento económico de las mujeres y la igualdad de derechos y oportunidades laborales y sociales en aspectos como los siguientes:

- la generación de información sobre el empoderamiento económico de las mujeres;
- el fomento de programas de formación laboral de las mujeres;
- la eliminación de la discriminación por razón de género en el empleo;
- la conciliación de las responsabilidades familiares y la promoción profesional de las mujeres;
- la promoción de la iniciativa empresarial de las mujeres;
- el fomento de la igualdad de acceso de las mujeres a la propiedad de la tierra y a los recursos;
- la mejora del acceso de las mujeres a la financiación.

PROMPERÚ

En consonancia con los instrumentos anteriores, la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ)*** viene impulsando el programa Ella Exporta, dedicado a capacitar a las mujeres empresarias en la gestión empresarial y de exportación. Desde el 2017, más de 100 mujeres empresarias han participado en capacitaciones sobre reglamentación, procedimientos y costos de exportación, acceso a financiación, responsabilidad social de las empresas, seguridad en el lugar de trabajo, marketing digital y negociaciones. El Perú también ha hecho un seguimiento de la integración de las participantes en el comercio para evaluar la eficacia del programa, que ha mostrado resultados positivos.

Ayuda para el Comercio

El Perú ha solicitado asistencia en el marco de la Ayuda para el Comercio con el objetivo de mejorar la participación de las mujeres en el comercio. Por ejemplo, el Perú está aplicando un programa financiado por el Programa de Ayuda Directa de Australia para desarrollar capacidades

de diseño de moda en el conglomerado textil y de confecciones de Gamarra y reforzar la capacidad de las empresas dirigidas por mujeres en este sector. En el marco del programa, las empresarias reciben formación en técnicas de diseño y gestión para mejorar su competitividad en los mercados internacionales.

El proyecto Mujeres en el Comercio para un Crecimiento Inclusivo y Sostenible, financiado por la Oficina de Facilitación del Comercio del Canadá y la Alianza Mundial para la Facilitación del Comercio, tiene como objetivo aumentar la participación de las mujeres en el comercio a través de tres líneas de actuación:

- el fortalecimiento de las capacidades de PROMPERÚ en materia de igualdad de género e inclusión social;
- el fortalecimiento de las capacidades de 113 empresas del sector agropecuario, de las cuales 86 están dirigidas por mujeres;
- la participación de 40 de esas empresas en ferias internacionales o misiones comerciales en el Canadá.

A fin de integrar el género en todas las políticas y programas del Perú, el Gobierno, con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), estudia actualmente cómo aplicar la perspectiva de género a su plan nacional de exportación para fomentar el acceso de las mujeres a las oportunidades comerciales.

* Véase https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/305292/ds_008_2019_mimp.pdf.

** Véase https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2035718/rm_196_2021_mimp.pdf.

*** Véase <https://institucional.promperu.gob.pe>.



Una agricultora andina comparte sus conocimientos sobre los cultivos indígenas de tubérculos en el Perú.

En primer plano: labor actual de los Miembros de la OMC sobre la Ayuda para el Comercio y el género

Durante los últimos cinco años, como parte de su labor en el marco de la OMC, los Miembros han examinado las cuestiones de género en los programas de Ayuda para el Comercio dentro del Grupo de Trabajo Informal sobre Comercio y Cuestiones de Género de la OMC, constituido el 23 de septiembre de 2020, que reúne a Miembros y observadores de la OMC con el objetivo de intensificar los esfuerzos para aumentar la participación de las mujeres en el comercio mundial.

El Grupo de Trabajo Informal reconoce el papel esencial de la Ayuda para el Comercio en el empoderamiento económico de las mujeres y lo ha establecido como uno de sus cuatro pilares de trabajo:

- compartir las mejores prácticas de eliminación de obstáculos a la participación de las mujeres en el comercio;
- intercambiar opiniones sobre la forma de aplicar una “perspectiva de género” a la labor de la OMC;
- examinar informes relativos a cuestiones de género elaborados por la Secretaría de la OMC;
- abordar la manera en que las mujeres podrían beneficiarse de la iniciativa de Ayuda para el Comercio.

La participación en el Grupo de Trabajo Informal va más allá de la recopilación de las mejores prácticas y del intercambio de experiencias. La finalidad de la labor conjunta de los Miembros y observadores de la OMC es integrar las cuestiones relacionadas con el género en la iniciativa de Ayuda para el Comercio para fomentar la igualdad de género y el empoderamiento económico de las mujeres.

Durante los debates específicos celebrados en 2021, los Miembros de la OMC examinaron los siguientes aspectos:

- el actual aumento de los donantes de asistencia para el desarrollo centrada en el comercio;
- los ámbitos de interés de la Ayuda para el Comercio relacionados con el género (por ejemplo, los programas centrados en la agricultura);
- los grupos destinatarios prioritarios de los programas de Ayuda para el Comercio (por ejemplo, las mujeres empresarias);
- los procesos de vigilancia y evaluación de los programas de Ayuda para el Comercio relacionados con el género;
- las prácticas de integración de la perspectiva de género en los programas de Ayuda para el Comercio.

Actualmente, el Grupo de Trabajo Informal consta de 125 Miembros de la OMC y de 7 Gobiernos observadores.



Empresa de construcción inmobiliaria, Addis Abeba (Etiopía).

* Véase más información en https://www.wto.org/spanish/tratop_s/womenandtrade_s/iwg_trade_gender_s.htm.

Empoderamiento económico de las mujeres en la Ayuda para el Comercio

Los países reconocen ampliamente que la Ayuda para el Comercio puede apoyar y reforzar la independencia económica y financiera de las mujeres, lo que a su vez contribuye al crecimiento económico mediante la creación de empleo, el aumento de los ingresos, la iniciativa empresarial y la diversificación económica. Las investigaciones del Banco Mundial y la OMC también demuestran ese vínculo y establecen que las empresas que comercian a nivel mundial o que participan en las cadenas de valor mundiales emplean a más mujeres y les ofrecen una mejor remuneración que las empresas circunscritas a los mercados nacionales (Banco Mundial/OMC, 2020). A este respecto, la Ayuda para el Comercio está llamada a desempeñar un importante cometido.

“La Ayuda para el Comercio puede apoyar y reforzar la independencia económica y financiera de las mujeres, lo que a su vez contribuye al crecimiento económico”.

Muchos programas de Ayuda para el Comercio se centran en los siguientes ámbitos (véanse más detalles en el cuadro 2):

- ámbitos específicos (por ejemplo, el desarrollo de infraestructuras, la facilitación del comercio, la preparación de las empresas para la exportación, el acceso a la financiación del comercio, la eliminación de la violencia contra las mujeres, la adaptación al cambio climático, el suministro de plataformas digitales);

- sectores económicos con una elevada proporción de mujeres trabajadoras (por ejemplo, vestido y textiles, turismo, agricultura);
- grupos específicos de mujeres (por ejemplo, mujeres empresarias, mujeres agricultoras).

La gran mayoría de los programas de Ayuda para el Comercio con un componente de género se dirigen a las mujeres empresarias y agricultoras, prestando apoyo en particular a las propietarias y administradoras de mipymes (der Boghossian, 2019).

Entre los beneficiarios objetivo en que se centró el ejercicio de vigilancia y evaluación se encontraban mujeres empresarias, pequeñas agricultoras y productoras de alimentos elaborados, así como comerciantes transfronterizas informales. Por ejemplo, Alemania apoya programas que promueven innovaciones sostenibles con perspectiva de género en el sector agroalimentario, lo que ayuda a las agricultoras a aumentar su escalabilidad y fomenta su capacidad comercial.

No es de extrañar que se preste especial atención a las pequeñas empresas y al sector agropecuario. Los datos de las encuestas regionales de la OMC realizadas a 800 mujeres empresarias en África Oriental, Asia Meridional y América Latina en 2019 y 2020 indican que el 46% de las empresas propiedad de mujeres suelen ser microempresas con menos de 10 empleados y que el 47% de las empresarias trabajan en la agricultura.²

Las mujeres desempeñan una función primordial en la agricultura: en África el 53% de las mujeres están empleadas en la agricultura; y en el sur de Asia la proporción es del 57%.³ Cerca de 58 millones de mujeres en las zonas rurales de América Latina y el Caribe se ocupan de la seguridad alimentaria y de la conservación de la biodiversidad.⁴

Además, respecto del apoyo futuro, algunos países en desarrollo adoptan un enfoque más innovador que involucra a las pequeñas empresarias. En el sector pesquero, por ejemplo, Madagascar concede prioridad a la transformación artesanal de los productos de la pesca; en el sector minero, el apoyo a las actividades extractivas se dirigirá preferentemente a las minas pequeñas y artesanales y se promoverá a las microempresas gestionadas por mujeres.

La escalabilidad de las actividades de las mujeres es también un futuro objetivo en el que se centrarán los países asociados. Por ejemplo, Lesotho dijo que la Ayuda para el Comercio debería centrarse más en apoyar a las mujeres en la transición de la agricultura de subsistencia a la agricultura comercial y en empoderarlas para que participen en las cadenas de suministro.

Creación de capacidad

Además de beneficiar a las mujeres empresarias y a las agricultoras, los programas de Ayuda para el Comercio se centran en la creación de capacidad en función de las necesidades de desarrollo de competencias de las mujeres (véase el recuadro 1).

Con el objetivo de potenciar la productividad, los programas inciden principalmente en los siguientes aspectos:

- cumplimiento de las normas de productos;
- mejora de la calidad de los productos;
- ampliación de los conocimientos financieros y digitales;
- aprendizaje de técnicas de gestión empresarial y acceso a la información sobre los procedimientos de despacho en frontera y las prescripciones en materia de licencias.

Recuadro 1

TradeMark East Africa

TradeMark East Africa, una organización de Ayuda para el Comercio sin ánimo de lucro constituida en 2010, ha elaborado programas para promover el empoderamiento económico de las mujeres en África Oriental mediante el aumento de los intercambios comerciales.

De su financiación total de 80 millones de dólares EE.UU., la organización ha dedicado alrededor de 15 millones de dólares EE.UU. a las mujeres empresarias, centrándose principalmente en las actividades de asistencia técnica y creación de capacidad. Sus proyectos tienen, entre otros, los siguientes objetivos:

- mejorar las competencias digitales y la gestión empresarial;
- proporcionar a las mujeres empresarias un mayor acceso a los mercados;
- facilitar información sobre prescripciones y procedimientos comerciales;
- ayudar a las mujeres comerciantes a obtener certificaciones de normas;
- promover medidas de facilitación del comercio.



Comerciante de productos frescos en Arusha (Tanzania).

La incorporación de la perspectiva de género en las estrategias de desarrollo es un proceso continuo, lo que obliga a actualizar con frecuencia las políticas. Algunas de las estrategias o planes de género citados por los encuestados han expirado recientemente o están a punto de finalizar. Por lo tanto, persiste la cuestión de cómo evaluar los efectos de esas medidas y de cómo integrar las lecciones de esa experiencia en futuros planes y estrategias (se examina en la última sección).

Sectores específicos

Muchos programas de Ayuda para el Comercio se dirigen a sectores específicos en los que se concentra la mano de obra femenina, como el vestido y los textiles en el Perú, las nueces de karité y la mantequilla de karité en Malí, la miel en Zambia y los anacardos en Burkina Faso.

Curiosamente, los programas se centran menos en el sector de servicios, en el que trabajan la mayoría de las mujeres⁵, aunque algunos países africanos aspiran a aumentar la participación de las mujeres en los servicios mediante la Ayuda para el Comercio.

El turismo es la excepción y constituye uno de los objetivos de los programas de Ayuda para el Comercio relacionados con el género. Tanto los países asociados como los donantes lo consideran un sector clave en el que la Ayuda para el Comercio puede prestar asistencia a las mujeres.

Según la Organización Mundial del Turismo, el 54% de las personas empleadas en el turismo son mujeres, y en algunos sectores las mujeres representan una proporción significativamente mayor (por ejemplo, en los hoteles y restaurantes; OMT, 2019). En un estudio del Banco Mundial (2017) se concluye lo siguiente:

“Más de la mitad de las empresas turísticas de Indonesia, Malasia, Filipinas y Tailandia están dirigidas por mujeres. En América Latina el 51% de las empresas turísticas están dirigidas por mujeres, más del doble de la proporción registrada en otros sectores. En Nicaragua y Panamá, más del

70% de los propietarios de empresas [en el sector del turismo] son mujeres, frente a poco más del 20% en otros sectores”.

La pandemia de COVID-19 ha devastado la industria turística. De hecho, los sectores en los que más empresas cerraron a nivel mundial como consecuencia de la pandemia de COVID-19 fueron los servicios de turismo y viajes (el 54%) y la hostelería y los servicios de eventos (el 47%), que suelen estar asociados al turismo (Facebook, 2021).

Las mujeres se han visto afectadas de forma desproporcionada por la pandemia de COVID-19, ya que poseen negocios o trabajan en sectores que requieren interacciones cara a cara y en sectores que sufrieron una brusca caída de la demanda, como el turismo, los textiles y el trabajo doméstico. También es más probable que las mujeres trabajen en empleos informales, peor remunerados, a los que difícilmente llegó la asistencia durante la pandemia. La Ayuda para el Comercio puede ser una poderosa herramienta para promover el empoderamiento económico de las mujeres y, por lo tanto, para acelerar la recuperación tras la COVID.

En este contexto, algunos países promueven proyectos turísticos innovadores con visión de futuro. Por ejemplo, un proyecto de turismo rural en Santa Lucía trata de diversificar el turismo hacia las comunidades rurales, poniendo en valor y mejorando los ecosistemas naturales existentes. El objetivo del proyecto es proporcionar medios de vida a las mujeres y a los jóvenes, potenciando al mismo tiempo sus capacidades y competencias profesionales en el sector de servicios.

Liderazgo de las mujeres en el diseño de programas de Ayuda para el Comercio

No basta con elaborar programas con una dimensión de género. A fin de maximizar las iniciativas de Ayuda para el Comercio relacionadas con el género, las mujeres deben formar parte del proceso de adopción

de decisiones en el diseño, la ejecución, la vigilancia y evaluación y el balance de los resultados de los programas.

Este punto se pone de relieve por primera vez en el ejercicio de vigilancia y evaluación de 2022. La promoción de las mujeres a puestos de liderazgo en los ámbitos público y privado es esencial para que la igualdad de género se integre de manera significativa en la formulación de políticas y en la adopción de decisiones. La diversidad de género en los órganos decisorios promueve los intereses de las mujeres y los niños y genera mayor confianza pública (OCDE/CAWTAR, 2014). La igualdad y la diversidad de género también pueden reportar beneficios adicionales a las organizaciones, ayudándolas a mejorar el rendimiento y la productividad.

“A fin de maximizar las iniciativas de Ayuda para el Comercio relacionadas con el género, las mujeres deben formar parte del proceso de adopción de decisiones”.

Una empresaria de Comoras dirige una destilería de ilang-ilang con productos ecológicos como aceites esenciales, lociones y tónicos.



Cuadro 2: Empoderamiento económico de las mujeres en la Ayuda para el Comercio

Regiones y donantes	Respuestas al cuestionario
África	
Benin	<p>La Ayuda para el Comercio puede promover el empoderamiento económico de las mujeres mediante un comercio inclusivo en aras de un desarrollo sostenible y:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ el desarrollo de una infraestructura y logística adecuadas ▪ la creación de capacidad de producción y comercio ▪ la facilitación del comercio y la inversión
Lesotho	La Ayuda para el Comercio debería centrarse más en apoyar a las mujeres en la transición de la agricultura de subsistencia a la agricultura comercial y en empoderarlas para que participen en las cadenas de suministro
Madagascar	El apoyo debería dar prioridad a la elaboración artesanal de productos pesqueros y mineros y promover las mipymes gestionadas por mujeres
Togo	<p>Muchos programas (por ejemplo, el Fondo Nacional de Financiación Inclusiva) incluyen componentes de empoderamiento económico de las mujeres</p> <p>Las iniciativas están destinadas a reforzar el diálogo entre los sectores público y privado para apoyar las iniciativas con perspectiva de género, que incluyen un mecanismo de vigilancia y evaluación con indicadores específicos</p>
Asia y el Pacífico	
Fiji	La Ayuda para el Comercio puede apoyar el empoderamiento económico creando un entorno propicio para que las mujeres participen en la economía
Indonesia	<p>Las cuestiones relativas a la igualdad de género y el empoderamiento económico de las mujeres se incluyen en la estrategia de desarrollo</p> <p>La Instrucción Presidencial N° 9/2000 sobre la Incorporación de la Perspectiva de Género obliga a los ministerios y a las administraciones locales a aplicar la incorporación de la perspectiva de género en las estrategias de desarrollo</p> <p>Se está elaborando una estrategia nacional de incorporación de la perspectiva de género, que incluirá una planificación y una previsión presupuestaria sensibles a las cuestiones de género</p>
Pakistán	La Ayuda para el Comercio puede suplir las carencias técnicas o de conocimientos que tenga un país en desarrollo para aprovechar el verdadero potencial económico de las mujeres
América Latina y el Caribe	
Santa Lucía	El desarrollo de la capacidad debe ser un medio para alcanzar un fin, de manera que las oportunidades prácticas de comercio se incorporen a la ayuda para aumentar la sostenibilidad de la formación
Donantes	
Alemania	<p>Alemania apoya programas que promueven innovaciones sostenibles con perspectiva de género en el sector agroalimentario</p> <p>Ayuda a las agricultoras a aumentar su escalabilidad mediante la innovación y fomenta su capacidad comercial</p>
República de Corea	<p>El empoderamiento económico de las mujeres es uno de los programas más importantes y prioritarios para lograr la igualdad de género</p> <p>El comercio es uno de los medios más importantes y prioritarios para lograr el empoderamiento económico de las mujeres</p>

Categorías de los programas de Ayuda para el Comercio relacionadas con el género

En el ejercicio de vigilancia y evaluación de 2022, los programas de Ayuda para el Comercio se dividen actualmente en dos categorías de proyectos: los que incluyen una perspectiva de género entre otros objetivos y los que se centran principalmente en el empoderamiento de las mujeres. La gran mayoría de los proyectos pertenecen a la primera categoría.

En la respuesta del Reino Unido al ejercicio de vigilancia y evaluación se resume la forma en que los países en desarrollo y los donantes integran el género en su programa. El Reino Unido pone de relieve que la Ayuda para el Comercio, sin lugar a duda, contribuye a movilizar fondos para el empoderamiento económico de las mujeres y señala que todos los fondos de Ayuda para el Comercio deben tener al menos una consideración de género. Eso significa que deben al menos complementar las actividades de empoderamiento económico de las mujeres, aunque no se centren por completo en ese aspecto (como es el caso de algunos).

Sin embargo, la Ayuda para el Comercio abarca una amplia gama de programas. Algunos se ejecutan en colaboración con los Gobiernos, como ocurre con muchos proyectos de infraestructuras relacionadas con el comercio; otros se dirigen a determinados grupos de mujeres, a menudo empresarias, como los programas de apoyo a empresas dirigidas por mujeres en la preparación de productos para la exportación. Otros programas se asocian con empresas del sector privado en los países donantes para ejecutar proyectos.

Una comprensión y categorización más precisas de los tipos de programas de Ayuda para el Comercio que se centran en las mujeres ayudaría a los países a orientar mejor sus programas. A continuación, se enumeran algunas categorías comunes de programas:

- desarrollo de infraestructuras;
- facilitación del comercio;
- preparación de las empresas para la exportación;
- acceso a la financiación del comercio;
- eliminación de la violencia contra las mujeres;
- adaptación al cambio climático;
- disponibilidad de plataformas digitales.

Además de esas categorías, en el cuadro 3 se recogen los elementos que definen los programas de Ayuda para el Comercio.

Desarrollo de infraestructuras

Algunos países asociados vinculan la Ayuda para el Comercio con el desarrollo de infraestructuras, ya que este puede tener un importante impacto indirecto en el desarrollo económico de las mujeres (véase el recuadro 2). En las respuestas al cuestionario se mencionan algunas iniciativas en ese sentido (véanse más detalles en el cuadro 4):

- mejora del empoderamiento económico de las mujeres mediante un acceso constante a los servicios básicos, como el agua, la electricidad y el saneamiento en el lugar de trabajo (Mali);
- aumento de la participación de las mujeres en los servicios digitales prestados a empresas mediante la creación de una infraestructura digital adecuada (Lesotho);
- fomento del comercio inclusivo mediante el desarrollo de infraestructuras a través de la Ayuda para el Comercio (México).

Facilitación del comercio

La facilitación del comercio mediante procedimientos simplificados puede ayudar a las mujeres empresarias. Si los procedimientos en frontera son claros y predecibles, los funcionarios que intervienen disponen de un menor margen de discrecionalidad.

Los procedimientos en frontera onerosos y poco transparentes afectan más a las pequeñas empresas que a las grandes cuando se exige el manejo de reglamentos difíciles y opacos. Dado que las mipymes tienden a ser propiedad de mujeres y a estar gestionadas por mujeres, estas suelen encontrarse en desventaja a la hora de hacer frente a los elevados costos de tiempo y dinero derivados de las complejas

prescripciones en materia de comercio (Korinek *et al.*, 2021).

Muchos donantes dedican sus programas de Ayuda para el Comercio a la facilitación del comercio. Por ejemplo, Alemania apoya la facilitación del comercio en la frontera de Mwami-Mchinji entre Malawi y Zambia con un proyecto que promueve la sensibilización de los agentes de frontera en cuestiones de género. Algunos países asociados, como la República Democrática del Congo, también tienen la intención de aplicar una perspectiva de género, destinando el futuro apoyo al empoderamiento económico de las mujeres a la creación de capacidad en el ámbito de la facilitación del comercio.

Cuadro 3: Categorización de los programas de Ayuda para el Comercio

Categoría	Ejemplos de programas de Ayuda para el Comercio existentes
Sector de actividad	Agricultura Vestido y textiles Turismo Multisectorial
Ámbito de intervención	Infraestructura comercial y económica Facilitación del comercio Preparación de las empresas para la exportación Acceso a la financiación Plataformas de redes digitales Violencia contra las mujeres Mujeres en puestos directivos
Grupos objetivo	Mujeres empresarias Mujeres agricultoras Mujeres y niñas
Calendario	Periodo de la actividad de Ayuda para el Comercio
Donante	País Organización internacional Organismo
Asociado	País Grupo de países Entidad subnacional
Método de desembolso de ayuda	Donación Préstamo Asistencia técnica

Recuadro 2

Proyecto “Mercados para el Cambio” (M4C)

M4C es un proyecto de ONU Mujeres en colaboración con el PNUD. Está financiado principalmente por Australia y se amplió para incluir el apoyo del Canadá.

El objetivo de la iniciativa, de seis años de duración (2014-2020), era velar por que los mercados de las zonas rurales y urbanas de Fiji, las Islas Salomón y Vanuatu fueran entornos seguros, inclusivos y no discriminatorios, que promovieran la igualdad de género y el empoderamiento económico de las mujeres.

Esos mercados, en los que predominan las vendedoras, ofrecen importantes oportunidades de trabajo productivo y sostenible para las mujeres.

Fuente : Texto adaptado de <https://www.undp.org/pacific/projects/markets-change-project>.

Preparación de las empresas para la exportación

Algunos programas subsanan la falta de conocimientos de las mujeres empresarias facilitándoles el acceso a la información sobre los procedimientos de despacho en frontera, las prescripciones en materia de licencias y la forma de beneficiarse del acceso a los mercados en virtud de los acuerdos comerciales. En algunos casos, eso se traduce en la armonización de los productos locales con las normas internacionales y en la ayuda a las empresas a obtener certificaciones (véase el recuadro 3).

Otros programas prestan servicios de promoción de las exportaciones de mujeres comerciantes en el extranjero mediante la participación en las cadenas de suministro y en los canales de distribución. Por ejemplo, el Foro de Cooperación Económica de Asia y el Pacífico ha diseñado un conjunto de herramientas para que los organismos de fomento de las exportaciones aumenten su sensibilidad ante las cuestiones de género.

Acceso a la financiación del comercio

El acceso a la financiación del comercio, como las garantías y las cartas de crédito, es un obstáculo al que se enfrentan las mujeres empresarias. La financiación del comercio subsana el déficit financiero entre el momento de la contratación de bienes o servicios y el momento del pago posterior a la entrega.⁶

Aunque el 100% de las empresas dirigidas por mujeres que solicitan financiación del comercio tienen acceso a instituciones financieras formales (por ejemplo, una cuenta bancaria), solo el 18% de ellas reciben suficiente financiación del comercio (BAsD, 2016b). La Corporación Financiera Internacional (CFI), que forma parte del Grupo Banco Mundial, estima que la diferencia entre el crédito solicitado por las mipymes propiedad de mujeres y la financiación recibida es de alrededor de 1,7 billones de dólares EE.UU.⁷

De hecho, Kim *et al.* (2019) constatan que:

“Las empresas propiedad de mujeres tienen aún más dificultades para acceder a la financiación. Entre las empresas propiedad de mujeres encuestadas, la tasa media de denegación de sus propuestas de financiación era del 44%, en comparación con el 38% de las empresas de propiedad masculina. Tras la denegación, las empresas propiedad de mujeres eran menos propensas a buscar otras fuentes de financiación, ya fueran formales o informales”.

La Ayuda para el Comercio puede ser un instrumento importante para movilizar fondos en apoyo del empoderamiento económico de las mujeres, al poner en contacto a las empresarias con los financieros (véase el recuadro 4).

Eliminación de la violencia contra las mujeres

Uno de los principales objetivos de desarrollo para muchos países es la eliminación de la

violencia de género. La violencia contra las mujeres en general, incluido el matrimonio infantil y otras prácticas nocivas, y en particular durante la actividad comercial (por ejemplo, en frontera) se está integrando como una cuestión clave en las estrategias de los países.

Un claro objetivo de desarrollo para la República Democrática del Congo es la eliminación de la violencia y los abusos sexuales que sufren las mujeres, especialmente en las fronteras. Madagascar, en el marco de su estrategia de género, se propone reforzar el empoderamiento de las mujeres y mejorar su protección contra la violencia de género. En el Pakistán se están adoptando medidas jurídicas de lucha contra la discriminación en el lugar de trabajo, entre ellas la figura del Defensor de la Mujer, la Ley de Acoso en el Lugar de Trabajo y la Ley de Protección de las Mujeres contra la Violencia. Tanzania cuenta con un servicio de mensajería de texto para que las comerciantes puedan denunciar el acoso por razón de género (se recogen otros ejemplos en los estudios de casos de Colombia y el Perú).

Recuadro 3

Programa de Mejora del Acceso a los Mercados (MARKUP)

MARKUP es una iniciativa de desarrollo regional establecida y financiada por la Unión Europea en el marco de la Ayuda para el Comercio. Presta apoyo a las pymes de la Comunidad de África Oriental (CAO) con la finalidad de respaldar el aumento de las exportaciones de las agroindustrias y los productos hortícolas y de promover la integración regional y el acceso a los mercados europeos.

El programa apoya a las pymes para que mejoren la calidad de sus productos, adaptándolos a las normas internacionales y a las medidas sanitarias y fitosanitarias. De ese modo, las agroindustrias de la CAO se benefician de mayores oportunidades de negocio tanto en los mercados de África Oriental como en los europeos. La inclusión de las mujeres y los jóvenes en el comercio es un factor crucial para el éxito de MARKUP.

Fuente : Texto adaptado de <https://www.eacmarkup.org>.

Varios donantes incorporan también esta cuestión en sus programas y proyectos relacionados con el comercio. Los Países Bajos han elaborado en Sudán del Sur un programa que incluye actividades de creación de capacidad para aumentar los ingresos comerciales de las mujeres y ampliar su capacidad de participación en el comercio, promoviendo al mismo tiempo sus derechos y reduciendo su vulnerabilidad a la violencia y la explotación.

El Servicio Australiano de Financiación de Infraestructura para el Pacífico vincula el desarrollo de infraestructuras con el empoderamiento económico de las mujeres y exige que, en el marco de los proyectos, se adopten medidas para identificar y subsanar las limitaciones a que se enfrentan las mujeres, tratando de poner fin a toda forma de violencia contra las mujeres y las niñas, especialmente a través de empleos y servicios libres de acoso sexual, entre otros objetivos.

Este planteamiento, del que se ha informado recientemente en el marco del ejercicio de vigilancia y evaluación, puede ser una respuesta al aumento de la violencia contra las mujeres en los dos últimos años, durante la pandemia de COVID-19, y su colosal costo económico.

Según la herramienta COVID-19 Global Gender Response Tracker del PNUD, el 17% de todas las medidas de alivio adoptadas por los Gobiernos para mitigar el impacto de la COVID-19 en las mujeres se dirigen específicamente a combatir la violencia contra ellas.⁸ Según ONU Mujeres, el costo de esa violencia a nivel mundial ascendió a 1,5 billones de dólares EE.UU., lo que representaba aproximadamente el 2% del PIB mundial.⁹ En un estudio publicado por el Fondo Monetario Internacional sobre la situación en África Subsahariana, Ouedraogo y Stenzel (2021) observan que “un aumento de la proporción de mujeres sujetas a la violencia en un punto

Recuadro 4

Iniciativa “Banking on Women” - Programa Mundial de Financiación del Comercio

Con el fin de aumentar la financiación del comercio para las empresas propiedad de mujeres y dirigidas por mujeres en los países en desarrollo, el programa “Banking on Women” de la CFI se asoció con Goldman Sachs para crear la iniciativa “Banking on Women” - Programa Mundial de Financiación del Comercio.

Se trata de un programa destinado a reducir las diferencias de género en la financiación del comercio con medidas como las siguientes:

- creación de incentivos para que más de 240 bancos asociados en más de 80 mercados emergentes aumenten la financiación a las mujeres empresarias exportadoras e importadoras;
- estímulos para que los bancos asociados comprendan y atiendan mejor a las pymes propiedad de mujeres*, lo que reporta beneficios comerciales a las instituciones financieras.

Se han emitido 120 millones de dólares EE.UU. en préstamos y garantías de préstamos en el marco de la iniciativa desde su creación en 2019. Los bancos de los mercados emergentes que conceden préstamos a pymes propiedad de mujeres o dirigidas por mujeres** se benefician de

una rebaja de 20 puntos básicos en los fondos que perciben de la CFI para esos préstamos (si se trata de préstamos financiados por encima de los 100 puntos básicos anuales).

La iniciativa ha puesto de manifiesto una serie de dificultades para proporcionar financiación comercial a las pymes propiedad de mujeres, a saber:

- Los bancos no necesariamente están especializados en la financiación del comercio y no siempre atienden esos préstamos a corto plazo. Los bancos tienden a ceñirse a un conjunto tradicional de requisitos de garantía que podrían ser más apropiados para los préstamos a largo plazo. Las mujeres a menudo no pueden presentar las garantías necesarias para esos préstamos, en algunos países debido a obstáculos jurídicos o reglamentarios, como los títulos de propiedad o de otro tipo que no reflejan su propiedad.
- Se han documentado muchos casos de prejuicios contra las mujeres en algunos empleados bancarios, especialmente cuando la iniciativa empresarial de las mujeres pone en cuestión las normas sociales tradicionales.
- Las empresas propiedad de mujeres y dirigidas por mujeres tienden a ser más pequeñas, y los bancos no siempre están en condiciones de proporcionar los préstamos de financiación del comercio de pequeña cuantía que ellas solicitan.

Además, desde el inicio de la pandemia de COVID-19, las instituciones financieras se muestran más reacias al riesgo. La iniciativa “Banking on Women” - Programa Mundial de Financiación del Comercio también ha contribuido a la investigación sobre la magnitud de las diferencias de género en la financiación, y sobre los obstáculos a que se enfrentan las mujeres para acceder a la financiación del comercio.***

* Se aplican los siguientes criterios: que el importe de la garantía de la CFI sea de hasta 2 millones de dólares EE.UU.; o bien, cuando la garantía de la CFI sea superior a 2 millones de dólares EE.UU., que la pequeña y mediana empresa beneficiaria/solicitante dirigida por mujeres cumpla dos de tres criterios (menos de 300 empleados; patrimonio neto inferior a 15 millones de dólares EE.UU.; facturación anual inferior a 15 millones de dólares EE.UU.).

** Se definen como empresas en que una o varias mujeres poseen el 51% de las participaciones, o en que una o varias mujeres poseen el 20% de las participaciones si al menos una mujer es directora ejecutiva o directora de operaciones (presidenta/vicepresidenta), y al menos el 30% del consejo de administración, si este existe, está compuesto por mujeres.

*** Véase https://www.wto.org/spanish/tratop_s/womenandtrade_s/think_up_1_s.htm.

porcentual puede reducir las actividades económicas [...] hasta en un 8%”.

Con el fin de hacer frente a la violencia contra las mujeres que participan en actividades comerciales y en las fronteras, la Organización Mundial de Aduanas ha elaborado un conjunto de actividades de formación que incluye un módulo de aprendizaje en línea dirigido a los funcionarios de aduanas y que se centra en la sensibilización general sobre la igualdad de género y en cómo integrar la perspectiva de género en las prácticas cotidianas.¹⁰

Adaptación al cambio climático

Muchos donantes integran las cuestiones de género en los programas relacionados con las energías renovables y el cambio climático. En el caso de algunos países asociados muy afectados por las perturbaciones ambientales, como Samoa, la Ayuda para el Comercio puede contribuir a la adaptación al cambio climático mediante el apoyo a las mujeres empresarias y a las pequeñas agricultoras.

Disponibilidad de plataformas digitales

La pandemia de COVID-19 ha puesto de relieve la importancia de las plataformas digitales y el comercio electrónico. Durante la pandemia, las pymes “que registraron una mayor proporción de ventas digitales también tenían más probabilidades de haber registrado un sólido volumen de negocio” (Facebook, 2021).

Tanto las redes formales como las informales pueden proporcionar información valiosa y la posibilidad de conocer a clientes y proveedores. Ese conocimiento resulta especialmente útil cuando se realizan actividades comerciales en un entorno extranjero sujeto a condiciones reglamentarias diferentes. Sin embargo, las mujeres empresarias suelen tener menos redes comerciales y de carácter más superficial. Algunas de esas deficiencias pueden subsanarse si se habilita una plataforma para que las empresarias se relacionen con clientes y proveedores de bienes y servicios.

Algunos programas de Ayuda para el Comercio proporcionan redes y plataformas digitales en las que se ofrecen diversos servicios, además de poner en contacto a compradores y proveedores. También se imparten cursos de alfabetización digital, un ámbito en el que persisten las diferencias de género, especialmente en los mercados en desarrollo y emergentes.

De hecho, una plataforma digital de creación de redes puede servir como herramienta e integrarse en los programas de Ayuda al Comercio, o puede ser un proyecto de Ayuda para el Comercio en sí misma. Dado que la creación de redes de cooperación representa un problema para muchas empresarias, proporcionar esas redes digitales subsana una dificultad de exportación (véase el recuadro 5).

Debate sobre las perspectivas de género en un programa de desarrollo comunitario dirigido a agricultores en Indonesia.



Cuadro 4: Categorías de los programas de Ayuda para el Comercio relacionadas con el género

Regiones y donantes	Respuestas al cuestionario
África	
Lesotho	Utilización de la infraestructura digital como medio para mejorar el empoderamiento económico de las mujeres, especialmente aumentando su participación en los servicios digitales prestados a empresas
Madagascar	Estrategia de género y de desarrollo para reforzar el empoderamiento económico de las mujeres y mejorar su protección contra la violencia de género
Mali	La Ayuda para el Comercio puede promover el empoderamiento económico de las mujeres facilitando un acceso constante a los servicios básicos en el lugar de trabajo (es decir, agua, electricidad, saneamiento), lo que puede mejorar la producción y la productividad de las mujeres
República Democrática del Congo	Objetivo de eliminar la violencia y los abusos sexuales que sufren las mujeres, especialmente en las fronteras
Asia y el Pacífico	
Pakistán	Adopción de medidas jurídicas para asegurar la no discriminación con respecto a las condiciones de empleo o la ocupación
Donantes	
Banco Interamericano de Desarrollo	La plataforma Mujeres ConnectAmericas permite a las mujeres empresarias conectarse y explorar oportunidades de negocio e intercambiar información pertinente
Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico	Diseñó un conjunto de herramientas para que los organismos de fomento de las exportaciones aumenten su sensibilidad ante las cuestiones de género
Países Bajos	Elaboró un programa en Sudán del Sur que incluye actividades de creación de capacidad para aumentar los ingresos comerciales de las mujeres y su capacidad de participación en el comercio, y promover sus derechos, reduciendo al mismo tiempo su vulnerabilidad a la violencia y la explotación.
TradeMark East Africa	Estableció un servicio de mensajería de texto para que las comerciantes de Tanzania puedan denunciar el acoso por razón de género

Recuadro 5

Plataforma Mujeres ConnectAmericas

En 2014 el BID creó la plataforma empresarial en línea ConnectAmericas para facilitar el acceso de las mipymes a los mercados internacionales y a nuevas oportunidades de negocio.* Empresas de todo el mundo pueden adherirse a ConnectAmericas. Sin embargo, la plataforma se concibió para favorecer la internacionalización de las empresas con sede en América Latina y el Caribe.

Las empresas con sede en la Argentina, el Brasil, Colombia, México y el Perú representan la mayoría de los participantes. Los servicios, los alimentos y las bebidas, y los textiles, la joyería y los accesorios son los sectores en los que operan la mayoría de las empresas de ConnectAmericas.

En el marco de este programa general, el BID ha desarrollado la plataforma Mujeres ConnectAmericas, centrada específicamente en las mujeres propietarias y directivas de empresas y en la eliminación de las diferencias de género en el acceso a los mercados internacionales. Dentro de la plataforma, algunos círculos económicos se dirigen específicamente a subgrupos de mujeres empresarias, como la Comunidad de Mujeres Empresarias de la Alianza del Pacífico, con más de 1.200 participantes, y Women in Business, con más de 650 participantes.

La proporción de empresas propiedad de mujeres que participan en la plataforma aumentó del 30% en 2014 a casi el 45% en 2021, con 10 millones de usuarias únicas en más de 200 países. El objetivo de la plataforma abarca los siguientes aspectos:

- creación de capacidad y mejoras de la producción para facilitar el acceso de las mujeres empresarias al comercio exterior y a las cadenas de valor;
- uso y adopción de tecnologías de la información y la comunicación para propiciar la transformación y optimización de los procesos empresariales;
- mejora de la gestión financiera para facilitar el acceso de las empresas a la financiación.

Las empresas propiedad de mujeres son más frecuentes en línea en ConnectAmericas que en otras plataformas comparables pertinentes fuera de línea. Este dato concuerda con resultados similares de investigaciones realizadas en países de la OCDE sobre empresas dirigidas por mujeres que utilizan las páginas de negocios de Facebook/Meta al menos tanto como los hombres (Korinek *et al.*, 2021).

Además de proporcionar una plataforma de creación de redes de cooperación que conecta a las empresas con posibles clientes y proveedores, Mujeres ConnectAmericas ofrece formación y recursos empresariales en línea. Más de 100.000 mujeres han recibido formación a través de los recursos en línea; el 49% de los participantes en los 12 eventos de búsqueda de contactos empresariales organizados en 2021 eran mujeres.

En el marco de la plataforma Mujeres ConnectAmericas, el BID también ha puesto en marcha el programa Creciendo Juntas en las Américas, que ofrece recursos de formación y desarrollo empresarial en línea, así como tutoría a cargo de asociados del sector privado y especialistas del sector. En este programa también se presentan historias y casos de éxito de mujeres empresarias. La iniciativa se desarrolló durante la pandemia de COVID-19 con los siguientes objetivos:

- facilitar el comercio y la participación en las cadenas de valor mundiales;
- favorecer el uso y la adopción de tecnologías digitales para optimizar los procesos empresariales, mejorar la gestión financiera y facilitar el acceso a la financiación.

La plataforma Mujeres ConnectAmericas es también una fuente de información sobre las mujeres empresarias y las dificultades a que se enfrentan. Los Gobiernos podrían utilizar esos valiosos datos para diseñar y aplicar políticas comerciales y de género más eficaces.

* See <https://blogs.iadb.org/integration-trade/en/can-online-platforms-encourage-women-owned-firms-in-international-trade-in-the-case-of-connectamericas-yes/>.

Limitaciones de la Ayuda para el Comercio y alineación de donantes y asociados

La financiación de la Ayuda para el Comercio está en consonancia con las prioridades y los objetivos de los países en desarrollo en materia de empoderamiento económico de las mujeres, tal como se definen en sus estrategias de desarrollo e instrumentos de política (véanse más detalles en el cuadro 5).

“Los desembolsos en el marco de la Ayuda para el Comercio que incluyen el género como objetivo aumentaron de 4.000 millones de dólares EE.UU. a 18.000 millones de dólares EE.UU. entre 2011 y 2020”.

En la investigación para la publicación conjunta de la OCDE y la OMC “La Ayuda para el Comercio en síntesis 2022”, en preparación, se constata que los desembolsos en el marco de la Ayuda para el Comercio de los donantes bilaterales que incluyen el género como un objetivo significativo aumentaron de 4.000 millones de dólares EE.UU. a 18.000 millones de dólares EE.UU. entre 2011 y 2020.

A tenor de las respuestas al cuestionario, las cuatro limitaciones más comúnmente reconocidas a las que se enfrentan las mujeres y que se abordan en los programas son las siguientes:

- el acceso a la financiación;
- el empleo informal;
- el acceso a los servicios digitales;
- acceso a la información.

Además, los donantes consideran que el trabajo de cuidados no remunerado y el empleo no remunerado representan obstáculos para las mujeres. Sin embargo, los países asociados no sitúan esta cuestión en un lugar destacado de su lista de obstáculos. Del mismo modo, el 70% de los donantes, pero solo el 30% de los asociados, consideran que la brecha salarial entre hombres y mujeres es un obstáculo.

Las disparidades en la intervención de política y en la programación de la Ayuda para el Comercio podrían debilitar la eficacia de alguna iniciativa, dado que los programas están impulsados por la demanda. Benin pone de relieve que la Ayuda para el Comercio se deriva de los principios contenidos en la Declaración de París sobre la Eficacia de la Ayuda¹¹ y de las prioridades del país en su estrategia de desarrollo. Si no se abordan adecuadamente las disparidades, los países asociados podrían buscar en otra parte la solución a algunas de las cuestiones que consideran más importantes, y los donantes seguirían una orientación diferente.

Cuadro 5: Limitaciones de la Ayuda para el Comercio y alineación de donantes y asociados

Regiones y donantes	Respuestas al cuestionario
África	
Mali	<p>La lucha contra la pobreza femenina, la cooperación comercial internacional, la promoción del liderazgo femenino y la asociación público-privada son las principales razones para movilizar fondos destinados al empoderamiento económico de las mujeres</p> <p>El apoyo prestado corresponde efectivamente a los objetivos y prioridades comerciales de las mujeres</p>
Donantes	
Unión Europea	Las prioridades solo pueden identificarse tras un análisis contextual exhaustivo y las intervenciones se rigen por los principios de eficacia del desarrollo, como la adaptación a las prioridades nacionales y la coordinación de los donantes
Eslovenia	En consonancia con los principios de eficacia de la cooperación para el desarrollo, las ayudas a los proyectos surgen de las necesidades de los asociados y se ejecutan en estrecha colaboración con los asociados locales, lo que favorece la adhesión

No obstante, en este capítulo se pone de manifiesto que las cuestiones de género están ampliamente incluidas en las estrategias de Ayuda para el Comercio, y que el vínculo entre la Ayuda para el Comercio y el género es muy sólido tanto para los donantes como para los asociados. La mayoría de los países en desarrollo están de acuerdo en que la Ayuda para el Comercio puede contribuir a eliminar los obstáculos que detectan. Tanto los donantes como los asociados consideran que la Ayuda para el Comercio puede facilitar el acceso de las mujeres a la financiación y al crédito, fomentar la iniciativa empresarial femenina y el desarrollo de las empresas a través de los vínculos con el mercado, y apoyar el acceso de las mujeres al desarrollo de competencias y a la creación de capacidad en materia de comercio.

Sin embargo, las perspectivas de algunos donantes divergen de esa línea. Austria, por ejemplo, explica que la Ayuda para el Comercio

tiene una utilidad muy limitada con respecto al empoderamiento económico de las mujeres, si bien podría promover un mejor acceso al capital.

Se observa asimismo coincidencia entre los países asociados y los donantes en cuanto a las perspectivas futuras sobre la Ayuda al Comercio y el género. Por lo que se refiere al apoyo sectorial, la mayoría de los países han establecido que la Ayuda para el Comercio debe centrarse en la agricultura, la pesca, la moda artesanal y el vestido, así como en el comercio electrónico y los servicios digitales. Algunos señalan el también turismo. Muchos de estos sectores presentan altos niveles de empleo femenino.

En cambio, los países asociados mencionan también como futuras prioridades el suministro de energía, la infraestructura de comunicación y la educación y formación comercial, que no figuran en la lista de los donantes.



OPINIÓN EXPERTA

La importancia de la recopilación de datos para las políticas comerciales con perspectiva de género

Por Annette Ssemuwemba, Directora Ejecutiva Adjunta de la Secretaría Ejecutiva del Marco Integrado mejorado (MIM)

La programación inclusiva ha sido fundamental en las intervenciones de Ayuda para el Comercio del MIM en los países menos adelantados (PMA). Esta tendencia surge del reconocimiento de que los beneficios del comercio se amplifican cuando generan oportunidades para las mujeres y los jóvenes y permiten la integración de las microempresas y pequeñas y medianas empresas (mipymes) en el comercio mundial.

La iniciativa “Empoderar a las mujeres, potenciar el comercio” del MIM, emprendida en 2019, demuestra nuestro compromiso con el empoderamiento económico de las mujeres a través de un conjunto de resultados definidos sobre políticas y capacidad productiva. Uno de los pilares de la iniciativa es la creación de una base de datos empíricos para apoyar las políticas con perspectiva de género.

En el marco del ejercicio conjunto de vigilancia y evaluación de la OCDE y la OMC, se ha observado que la integración de la perspectiva de género en las estrategias nacionales es un proceso continuo. Eso es un reflejo de nuestra labor en curso, que consiste en asociarnos con los Gobiernos de los PMA para formular y aplicar políticas y reglamentos comerciales que tengan en cuenta las cuestiones de género, así como en mejorar la recopilación de datos comerciales desglosados por género.

Las mejores políticas se basan en análisis empíricos, pero puede resultar complicado formularlas en contextos donde no se dispone de datos. Desde 2019, el análisis de género se integra en los trabajos analíticos emblemáticos del MIM, sus estudios de diagnóstico sobre la integración comercial (EDIC), a partir de los cuales se construye una base de datos comerciales desglosados por género que puede fundamentar los procesos de formulación de políticas en los propios países.

La recopilación de datos surge no solo de la investigación y el análisis, sino también del intercambio de experiencias. Por ejemplo, el apoyo del MIM se ha dirigido a sectores en los que predominan las mujeres, para que las empresas de propiedad femenina puedan expandirse y acceder a nuevos mercados regionales y mundiales. A tenor de las respuestas al ejercicio de vigilancia y

evaluación, generalmente se reconoce que esos esfuerzos se traducen en el fortalecimiento de la independencia económica y financiera de las mujeres.

Los datos obtenidos resultan útiles cuando los Gobiernos de los PMA tienen que formular políticas y marcos reglamentarios relacionados con el comercio. No obstante, como se subraya en el ejercicio, se trata de un proceso continuo.

El comercio electrónico, que surgió como un terreno particularmente fértil para profundizar en la inclusión del comercio, ha prosperado sobre todo en los últimos dos años gracias a la COVID-19. La transformación digital tiene la capacidad de ocasionar un efecto asimismo transformador en las mujeres empresarias. Los datos ya indican los impresionantes avances logrados por las mujeres y los jóvenes en el frente del comercio electrónico durante los últimos años. Un ejemplo de ello es la formación impartida por el FEI y la Comisión Económica y Social para Asia y el Pacífico a las empresarias del sudeste asiático en materia de comercio electrónico. Así pues, los responsables de la formulación de políticas deben prestar atención a esos resultados, pero a tal efecto los investigadores y los asociados para el desarrollo también han de compartir sus datos y conocimientos adquiridos.

El ejercicio de vigilancia y evaluación encabezado por la OMC y la OCDE es un excelente ejemplo de creación de conjuntos de datos que contribuyen a impulsar las políticas de Ayuda para el Comercio, pero también informa a los países menos adelantados y a los desarrollados sobre las actuaciones que han funcionado, y las que no, en otros países y contextos.

De cara al futuro, seguir recabando datos que ayuden a incorporar la perspectiva de género en la política comercial y en los marcos reglamentarios debería seguir siendo una prioridad para todos. Por nuestra parte, el MIM seguirá compartiendo los resultados y frutos de la experiencia, procurará que la recopilación de datos desglosados por género sirva de base para el aprendizaje, y reforzará las asociaciones que promueven la actividad comercial de las mujeres.

Dificultades para integrar el género en la Ayuda para el Comercio

Escasez de datos comerciales desglosados por sexo

Algunos donantes y países asociados han indicado que la falta de datos comerciales desglosados por sexo es una dificultad fundamental para diseñar los proyectos de Ayuda para el Comercio centrados en las mujeres. Muchos países todavía no han recopilado esos datos, aunque la cuestión está empezando a cobrar impulso. Las respuestas al cuestionario indican que en general los Gobiernos recopilan efectivamente datos desglosados por sexo en diversas esferas de las intervenciones de política, entre otras, de las siguientes fuentes (véase más información en el cuadro 6).

- informes periódicos de los ministerios encargados de las cuestiones relativas a la mujer;
- registros de las actividades de creación de capacidad;
- encuestas nacionales sobre la productividad y la competitividad de las mipymes;
- registros sobre la situación de las empresas en materia de financiación, microfinanciación, empleo e ingresos; registros fiscales;
- registros de las empresas del sector formal.

Con frecuencia los datos recabados se centran en las mujeres empresarias y no en las mujeres trabajadoras, y en ocasiones las encuestas se centran en cuestiones muy localizadas y específicas, como los ingresos de las mujeres con dificultades económicas a nivel local.

A menudo la forma y la frecuencia con que se recaban los datos no son sistemáticas. Muchos países recaban datos de forma puntual, cuando surge la necesidad (por ejemplo, en talleres de formación), o se basan en organizaciones internacionales como la OCDE o el Banco Mundial.

Incluso cuando los Gobiernos recopilan datos desglosados por sexo, rara vez se centran en el comercio. Sin embargo, entre las excepciones más destacables cabe citar a Guinea-Bissau, que integra datos desglosados por sexo en su estrategia de fomento de las exportaciones, y a México, cuya oficina de estadística lleva a cabo estudios específicos sobre la mujer en el comercio. Para subsanar las lagunas de información, el BID recopila y analiza datos desglosados por sexo en la comunidad empresarial y perfiles comerciales de empresas dirigidas por mujeres como parte de su Marco Sectorial de Integración y Comercio.

Las iniciativas de Ayuda para el Comercio pueden servir como instrumento para recabar datos sobre la participación de las mujeres en el comercio. TradeMark East Africa utiliza evaluaciones de las necesidades basadas en datos para elaborar programas nacionales y regionales en colaboración con los donantes y los Gobiernos.

Como parte de esta labor, se ha establecido un sistema de vigilancia conjuntamente con los asociados para informar periódicamente sobre los avances y los efectos de sus programas. Sin embargo, es difícil agregar información tomada de distintos países y contextos, y recopilar datos de grandes sectores informales, en los que las mujeres operan a menudo.

Los sistemas de recopilación de datos de algunos donantes suelen reunir información no solo a efectos de vigilancia y evaluación, sino también para seleccionar proyectos que se beneficien de la Ayuda para el Comercio. La CFI y el BID han hecho del apoyo a la formulación de políticas un objetivo claro de la recopilación de datos.



Fábrica de textiles
y prendas de vestir
en Lesotho.

Efecto de la escasez de datos en la formulación de políticas

La falta de una recopilación periódica de datos sobre las mujeres en el comercio ha dado lugar a lagunas estadísticas que repercuten en la eficacia de las políticas comerciales y las estrategias de desarrollo. Las lagunas en los datos impiden la investigación y por lo tanto la formulación de políticas, ya que las conclusiones de las investigaciones pueden utilizarse para fundamentar las políticas comerciales sensibles a las cuestiones de género y para promover la participación de las mujeres en el comercio.

Los Miembros de la OMC han examinado esta cuestión en el Grupo de Trabajo Informal sobre Comercio y Cuestiones de Género, donde han intercambiado métodos de recopilación de datos en el marco de su labor técnica sobre comercio

y cuestiones de género.¹² Los Miembros de la OMC también han dado prioridad al desarrollo y la mejora de la recopilación de datos desglosados por sexo, y han señalado que esta esfera de intervención política es fundamental para promover la igualdad de género en el comercio.

Esta es una de las razones por las que la OMC estableció el Centro de Investigación sobre Cuestiones de Género¹³ en mayo de 2021 con el fin de fomentar nuevas iniciativas de investigación y recopilación de datos a través de una plataforma de intercambio de información y conocimientos, en la que se pueden compartir y difundir a nivel mundial las últimas conclusiones de los investigadores y expertos.

Las investigaciones realizadas por el Centro de Investigación sobre Cuestiones de Género de la OMC confirman la falta de datos sobre

las mujeres en el comercio. Para abordar esta cuestión, la OMC ha elaborado un cuestionario para la recopilación de datos, que los Miembros pueden utilizar como guía. Este cuestionario es uno de los instrumentos de política con perspectiva de género elaborados por la OMC para que los responsables de la formulación de políticas integran las cuestiones de género en la política comercial y que se han incorporado al Curso de Formación de la OMC sobre Comercio y Cuestiones de Género.¹⁴

La falta de datos también obstaculiza la investigación y, a su vez, la formulación de políticas, ya que las conclusiones de las investigaciones pueden utilizarse para fundamentar las políticas comerciales sensibles a las cuestiones de género y para promover la participación de las mujeres en el comercio.

Necesidad de evaluar el impacto

El ejercicio de vigilancia y evaluación muestra que no se evalúa sistemáticamente el efecto de los programas de Ayuda para el Comercio en las cuestiones de género y que pocos países incorporan mecanismos de evaluación del impacto. No obstante, algunos donantes hacen obligatorios esos mecanismos.

La inclusión de las cuestiones de género en las estrategias nacionales es un proceso continuo. Los marcos de política se actualizan con frecuencia. Algunas de las estrategias o planes de género mencionados por los encuestados han expirado recientemente o están a punto de finalizar. A este respecto, la cuestión sigue siendo cómo se evalúan los efectos de esas medidas y se integran las enseñanzas extraídas en las futuras estrategias.

La evaluación de los programas de Ayuda para el Comercio es una cuestión fundamental. Entender por qué algunos programas son más eficaces que otros ayuda a los países a diseñar políticas e iniciativas fundamentadas para apoyar a las mujeres.

Las respuestas al cuestionario indican que solo un tercio de los países en desarrollo asociados evalúan sus programas de Ayuda para el Comercio; sin embargo, los PMA son más proclives a utilizar procesos de evaluación porque han adoptado el mecanismo de vigilancia y evaluación del MIM. En cambio, más de dos tercios de los donantes cuentan con procesos de vigilancia, y las evaluaciones del impacto son obligatorias en algunos casos.

Al evaluar sus programas, la mayoría de los países incluyen indicadores y objetivos específicos relacionados con el género que evalúan frente a los objetivos de los programas, para examinar los progresos en la aplicación, y después incluyen esos indicadores como parte integrante de los mecanismos de vigilancia y evaluación. Algunos países aplican el Examen Nacional Voluntario de los ODS para evaluar sus programas de Ayuda para el Comercio.¹⁵

Los procesos de evaluación deben combinarse con mecanismos de recopilación de datos desglosados por sexo. Los datos recogidos en los mecanismos de vigilancia y evaluación de los programas de Ayuda para el Comercio centrados en cuestiones de género y las enseñanzas extraídas de ellos deben ser compartidos y examinados, posiblemente en foros como el Grupo de Trabajo Informal sobre Comercio y Cuestiones de Género de la OMC.

En el Grupo de Trabajo Informal, los Miembros de la OMC han intercambiado información técnica sobre la igualdad de género en el comercio. Australia y el Reino Unido destacaron que la labor del Grupo es un catalizador para integrar las cuestiones de género en la Ayuda para el Comercio y en la OMC en términos más generales.

Cuadro 6: Dificultades para integrar el género en la Ayuda para el Comercio

Región	Respuestas al cuestionario
África	
Togo	El Fondo Nacional de Financiación Inclusiva (FNFI) tiene por objeto fortalecer el diálogo público-privado con el fin de movilizar más recursos para vigilar y evaluar indicadores específicos para las iniciativas centradas en cuestiones de género
Asia y el Pacífico	
Sri Lanka	Se llevan a cabo actividades de vigilancia sobre el terreno a través de los funcionarios de distrito y de división adscritos al Ministerio de la Mujer y la Infancia y actividades de vigilancia y evaluación mediante un sistema de vigilancia, evaluación, rendición de cuentas y aprendizaje introducido por el Ministerio
Vanuatu	La recopilación de datos sigue siendo un problema debido a las limitaciones de capacidad y a las cuestiones relacionadas con la financiación
América Latina y el Caribe	
México	El Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) realiza estudios desglosados por género que proporcionan indicadores sobre género, comercio y desarrollo
Perú	El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) publica informes anuales sobre la brecha de género
Santa Lucía	Actualmente, hay dificultades para recopilar datos desglosados por género y datos sobre el comercio debido al gran tamaño del sector informal y el elevado porcentaje de mipymes Todos los proyectos gubernamentales incorporan componentes de vigilancia y evaluación en consonancia con las necesidades de los donantes

Cosecha en un arrozal de Camboya.



Estudio de caso práctico

Benin: Métodos de evaluación de las cuestiones de género en los programas de Ayuda para el Comercio

Las cuestiones de género se integran en todas las etapas de los programas de Ayuda para el Comercio, desde la formulación hasta la vigilancia y la evaluación, comenzando por el nombramiento de coordinadores de género en los ministerios, la sociedad civil y el sector privado. El Gobierno ha adoptado una guía metodológica* que exige lo siguiente:

- integración sistemática de las cuestiones de género al nivel de diagnóstico de cada programa;
- evaluación de las brechas de género y las necesidades de las mujeres sobre la base de datos del Instituto Nacional de Estadística y Análisis Económico;
- complementación de los datos con encuestas y entrevistas sobre cuestiones específicas realizadas por el Ministerio de Comercio;
- integración obligatoria de las cuestiones de género en los objetivos;
- inclusión en los planes de acción, también obligatoria, de medidas específicas para reducir la desigualdad de género y establecer un marco de vigilancia y evaluación que comprenda indicadores de la igualdad de género;
- consulta con los coordinadores de género de cada ministerio competente para asegurar de que los programas responden a las necesidades de las mujeres y se ajustan plenamente a la política nacional de promoción de la igualdad de género.

El Gobierno también aplica una guía metodológica** para la evaluación de las cuestiones de género que ofrece un marco global para evaluar los efectos de los programas y las políticas sobre empoderamiento económico de las mujeres e igualdad de género. Esta guía incluye un conjunto de indicadores para llevar a cabo una evaluación previa y posterior del impacto en las cuestiones de género.

También se lleva a cabo una evaluación del impacto a mitad de período que permite revisar los programas si no se cumplen los objetivos, sobre todo en materia de igualdad de género. Por ejemplo, la evaluación del impacto examina la proporción de los recursos del programa asignados para atender las necesidades de las mujeres y el efecto de las desigualdades



sociales desglosado por sexo, y compara las desigualdades de género en sectores específicos antes y después del programa.

* Véase <https://justice.gouv.bj/documents/politiques-strategies>.

** Véase https://evaluation.gouv.bj/uploads/Guidemetodologiquedevaluation_sensibleaugenreVFOctobre2020.pdf.

El grupo de 40 mujeres de Ankouamon (Benin) produce cinco toneladas de manteca de karité al mes.

Estudio de caso práctico

Unión Europea: Evaluación del impacto de género de la UE: lo que se mide se gestiona

Una parte esencial de la labor de la Unión Europea en la promoción de la igualdad de género y el empoderamiento económico de las mujeres es el seguimiento de sus intervenciones exteriores en materia de igualdad de género, incluido el gasto. Según un informe sobre el Plan de Acción en materia de Género de la Unión Europea (GAP) II (Comisión Europea, 2020a),

“Se estima que en 2019 se destinó financiación para el desarrollo por un valor de EUR 8.700 millones a apoyar la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres (o el 56,95% de la financiación total). La financiación destinada específicamente a la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres ... ascendió a EUR 643 millones (el 4,21% del total)”.

En cuanto a las acciones más directamente destinadas al empoderamiento económico de las mujeres, se comunicaron 1.853 acciones centradas en el empoderamiento económico y social, lo que contribuyó a promover varios ODS.

Sobre la base de la Estrategia para la Igualdad de Género 2020-2025 de la UE, la Unión Europea ha puesto en marcha su Plan de Acción en materia de Género para 2021-2025 (GAP) III, cuyo objetivo es promover la igualdad de género en todo el mundo y asegurar que el 85% de las nuevas acciones exteriores respondan a la perspectiva de género para 2025 (Comisión Europea, 2020b). Este objetivo se incluye en el Instrumento de Vecindad, Cooperación al Desarrollo y Cooperación Internacional (IVDC) - Europa Global para 2021-2027, cuyo valor supera los EUR 78.000 millones, que también especifica que “al menos el 5% de las acciones [con perspectiva de género] deben tener como objetivo principal la igualdad de género y los derechos y el empoderamiento de las mujeres y las niñas”.*

El GAP III introduce normas estrictas para aplicar y vigilar la incorporación de las cuestiones de género a todos los sectores y es vinculante para todas acciones exteriores de la UE, incluidos los programas de Ayuda para el Comercio. El empoderamiento económico de la mujer es una de las principales esferas temáticas prioritarias.

En consonancia con la estrategia de Ayuda para el Comercio de la UE**, el GAP III exige análisis de género sistemáticos, datos desglosados por sexo e indicadores del impacto de género. La unidad operativa de cada programa se encarga de vigilar y evaluar periódicamente la intervención. Para ello hay que evaluar cómo se aplica el programa, identificando posibles problemas y medidas correctivas en caso necesario para optimizar los efectos positivos en la igualdad de género y el empoderamiento económico de las mujeres. A este respecto, las unidades operativas tienen que recopilar, analizar y utilizar sistemáticamente información sobre la gestión para propiciar la eficacia en la adopción de decisiones.

Además de apoyar los programas de vigilancia de los asociados, la UE ha desarrollado un marco para vigilar los resultados del GAP III a través de los objetivos e indicadores para enmarcar la aplicación del Plan de Acción en materia de Género III (2021-2025) (Comisión Europea, 2020c). El informe anual sobre la aplicación de los instrumentos

de la UE para financiar las acciones exteriores ofrece información exhaustiva acerca de las acciones y los resultados en materia de igualdad de género.**

* Véase https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/about_the_european_commission/eu_budget/programme_and_performance_-_ndici.pdf.

** Véase https://ec.europa.eu/international-partnerships/topics/trade_en.

*** Véase la versión más reciente en https://knowledge4policy.ec.europa.eu/publication/2021-annual-report-implementation-european-unions-external-action-instruments-2020_en.

Notas finales

1. Véase *Recomendaciones del Equipo de Trabajo sobre la Ayuda para el Comercio*, documento WT/AFT/1 de la OMC, 27 de julio de 2006.
2. Entre 2019 y 2020 se encuestó a unas 800 mujeres empresarias de América Latina, Asia Meridional y África Oriental.
3. Véase <https://datos.bancomundial.org/indicador/SL.AGR.EMPL.FE.ZS>.
4. "Agricultoras de América Latina y el Caribe contaron sus historias de esfuerzo y lucha contra la desigualdad de derechos en el Día Internacional de las Mujeres Rurales", seminario en línea organizado por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) el 18 de octubre de 2021.
5. Los datos de las encuestas regionales de la OMC en África Oriental, Asia Meridional y América Latina en 2019 y 2020 indican que el 58% de las mujeres empresarias trabajan en el sector de los servicios.
6. Por lo tanto, la mayoría de los préstamos para la financiación del comercio son a corto plazo (menos de 180 días). Sin embargo, dado que la percepción del riesgo es mayor en el comercio internacional que en las ventas a clientes nacionales, los requisitos que aplican las instituciones financieras a los clientes en términos de solvencia, información sobre la debida diligencia, garantías y estados financieros son normalmente más estrictos que en el caso del acceso a los servicios de crédito interno (Banco Mundial/OMC, 2020).
7. Véase https://www.smefinanceforum.org/sites/default/files/IFC_MSME_Factsheets_Global_2019.pdf.
8. Véase <https://data.undp.org/gendertracker>.
9. Véase <https://www.unwomen.org/es/digital-library/publications/2020/06/policy-brief-covid-19-and-violence-against-women-and-girls-addressing-the-shadow-pandemic>.
10. Véase <http://www.wcoomd.org/en/topics/capacity-building/activities-and-programmes/gender-equality.aspx>.
11. Véase el anexo 1 de *Recomendaciones del Equipo de Trabajo sobre la Ayuda para el Comercio*, documento WT/AFT/1 de la OMC, 27 de julio de 2006.
12. Véase *Informe de situación sobre la labor técnica de los Miembros y observadores de la OMC sobre el empoderamiento económico de las mujeres*, documento INF/TGE/R/1 de la OMC, 9 de noviembre de 2021.
13. Véase https://www.wto.org/spanish/tratop_s/womenandtrade_s/gender_research_hub_s.htm.
14. Véase información sobre la labor de la Secretaría de la OMC relativa a las mujeres y el comercio en https://www.wto.org/spanish/tratop_s/womenandtrade_s/womenandtrade_s.htm.
15. Véase <https://sustainabledevelopment.un.org/vnrs>.