

9 de noviembre de 2021

(21-8502)

Página: 1/17

**Grupo de Trabajo Informal sobre Comercio y
Cuestiones de Género**

Original: inglés

INFORME DE SITUACIÓN SOBRE LA LABOR TÉCNICA DE LOS MIEMBROS Y OBSERVADORES DE LA OMC SOBRE EL EMPODERAMIENTO ECONÓMICO DE LAS MUJERES

La siguiente comunicación, de fecha 5 de noviembre de 2021, se distribuye a petición de las delegaciones de Botswana, El Salvador e Islandia.

1 INTRODUCCIÓN

1.1. Los Miembros recuerdan que la labor de la OMC sobre el comercio y las mujeres se basa en la Declaración de Buenos Aires sobre el Comercio y el Empoderamiento Económico de las Mujeres, de 2017, y en el informe provisional por el que se establece, el 23 de septiembre de 2020, el Grupo de Trabajo Informal sobre Comercio y Cuestiones de Género en la OMC (WT/L/1095/Rev.1).

1.2. Los Miembros reiteran los objetivos del Grupo de Trabajo Informal sobre Comercio y Cuestiones de Género y recuerdan que su labor se basa en cuatro pilares: i) examen de la labor analítica realizada; ii) intercambio de experiencias; iii) consideración del concepto de "perspectiva de género" y su alcance; y iv) contribución al Programa de Trabajo sobre la Ayuda para el Comercio.

1.3. Sobre la base de estos pilares, los Miembros han avanzado en su labor técnica destinada a adquirir una mejor comprensión de la relación entre el comercio y el empoderamiento económico de las mujeres y de cómo se integra esta cuestión en el comercio y las políticas comerciales de los Miembros. En este documento se ponen de relieve las principales cuestiones que se han planteado en el marco de cada pilar, agrupadas por categoría de intervenciones de política.

2 EXPORTACIONES COMERCIALES EN LA ECONOMÍA CIRCULAR EN APOYO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA Y LOS MEDIOS DE SUBSISTENCIA DE LAS MUJERES

2.1. A través de una combinación de programas de creación de capacidad, donaciones, promoción de proyectos productivos y apoyo económico y financiero, técnico e institucional de organizaciones internacionales y nacionales, el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (que facilita las exportaciones) y el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información han elaborado una Estrategia Nacional de Comercio Electrónico en beneficio de las mujeres, que presta asistencia para crear un sitio web a fin de vender productos a nivel internacional. Todos los ingresos revierten en las comunidades (Ecuador, Asociación de Mujeres Waorani: empoderamiento económico de las mujeres en la región de la Amazonía ecuatoriana, preservando al mismo tiempo el ecosistema y la cultura indígena).

3 LA RECOPIACIÓN DE DATOS SE TRADUCE EN POLÍTICAS FUNDAMENTADAS

3.1. Sobre la base de los resultados de las encuestas realizadas en línea para evaluar las necesidades de las mujeres con potencial exportador, se crearon el Programa de Redes de Mujeres Empresarias y la Academia de Exportación para Pequeñas Empresas Propiedad de Mujeres a fin de proporcionar asistencia técnica e información sobre cómo exportar y sobre el comercio electrónico (utilización de plataformas en línea, procedimientos de devolución, embalaje y normas de calidad), así como de apoyar las actividades de creación de redes. Como resultado, el 44% de las participantes

aumentó sus exportaciones, el 18% comenzó a exportar y el 92% incluyó actividades de exportación entre sus planes futuros (Turquía).

3.2. Importancia de los datos y del análisis de género: i) mujeres comerciantes y productoras de la región del Pacífico identificaron la necesidad de aumentar la capacidad nacional mediante la mejora de la coordinación de políticas, el transporte y la infraestructura comercial; ii) abordar obstáculos como el acceso a la formación, el desarrollo de competencias y la financiación; y iii) simplificar los procedimientos de formalización del comercio y las empresas. De ahí la importancia de examinar las necesidades específicas de las mujeres y de adoptar políticas basadas en las necesidades identificadas (Nueva Zelanda).

3.3. Metodología de recopilación de datos sobre las empresas propiedad de mujeres para identificar las características comerciales de esas empresas y de las empresas propiedad de hombres, así como los obstáculos al comercio, utilizando dos tipos de conjuntos de datos para analizar la brecha de género en emprendimiento: datos administrativos (por ejemplo, censo, declaraciones de impuestos y registro de las exportaciones) y encuestas. La metodología incluye un análisis cualitativo y cuantitativo a fin de identificar las características de las empresas propiedad de mujeres y de las empresas propiedad de hombres, así como la manera en que estas empresas se ven afectadas por el comercio y las políticas comerciales. Las encuestas también permitieron identificar los obstáculos al comercio a los que se enfrentan las mujeres, por ejemplo obstáculos logísticos y administración fronteriza extranjera. Otros métodos utilizados implican la realización de investigaciones para estudiar la probabilidad de que se produzca un aumento acusado de las exportaciones (por ejemplo, comercio digital e innovación), pero también para comprender por qué las mujeres exportan menos en términos de valor (redes, obstáculos al comercio y otros motivos) (Canadá).

3.4. Examen de los datos relativos al régimen de propiedad de las empresas de mujeres: i) utilizando datos basados en fuentes administrativas, por ejemplo sobre la propietaria de la empresa y los expedientes fiscales administrativos que permiten establecer una correspondencia entre empleadas y empleadoras en la economía; y ii) utilizando datos basados en encuestas que proporcionan información sobre las características del régimen de propiedad, los obstáculos al crecimiento, la colaboración empresarial y la evolución del uso del comercio electrónico e Internet, entre otras cosas (Canadá).

3.5. Establecimiento de una estructura para asegurar la cooperación entre la Oficina de Estadística y los encargados de la adopción de decisiones a fin de comprender mejor qué datos se necesitan y reforzar la adopción de decisiones fundamentadas (Canadá).

3.6. Adopción de normas nacionales de estadística con el fin, entre otros, de asegurar la calidad de la información estadística, mejorar la transparencia y crear un retrato estadístico significativo de la población, la sociedad, la economía y el medio ambiente (Canadá).

3.7. Mejora de la recopilación de datos desglosados por género para comprender mejor esta vinculación entre el género y el comercio mediante la inclusión de estadísticas relacionadas con el número de empresas, los destinos y volúmenes del comercio, y los resultados en materia de empleo (Corea).

3.8. Recopilación de datos para comprender mejor la distribución de las empresas comerciales que fomentan la participación de las mujeres en el comercio como empleadoras y empleadas, utilizando dos bases de datos. Una de ellas proporciona información sobre las características de las empresas (por ejemplo, tamaño, sector, productividad, y valor de exportación por productos y destinos) a partir de cinco fuentes: i) datos aduaneros sobre el comercio; ii) registro de empresas; iii) datos relativos al impuesto sobre las sociedades; iv) datos de encuestas de empresas; y v) datos mensuales sobre las nóminas. La otra proporciona información sobre las características de los empleados (por ejemplo, género, etnia, región y ubicación, y salario) a partir de cuatro fuentes: i) datos fiscales individuales; ii) datos del censo; iii) otros datos administrativos; y iv) datos mensuales sobre las nóminas. Los resultados de esta metodología corroboran la insuficiente representación de las mujeres empleadas en empresas exportadoras de mercancías. Hay en estas empresas una proporción mucho mayor de empleados (41,7% mujeres y 58,2% hombres). Los salarios son más elevados en las empresas exportadoras que en las no exportadoras. Sin embargo, la brecha salarial de género es mayor en las empresas exportadoras directas e indirectas que en las empresas no exportadoras. Según los sectores, esa brecha oscila entre el 11% y el 43%. Estas

constataciones ponen de relieve la necesidad de promover la participación de las mujeres en los empleos altamente calificados y en los puestos de dirección de las empresas comerciales. Además, las mujeres empleadas tienen más probabilidades que los hombres de trabajar para empresas exportadoras de mercancías más grandes, pero las empresas exportadoras propiedad de mujeres funcionan con cifras similares a las de las empresas propiedad de hombres. La recopilación de datos se hará extensiva al sector de los servicios y contribuirá a definir los conceptos de propiedad y dirección en la esfera empresarial, abarcando al mismo tiempo las poblaciones indígenas (Nueva Zelanda).

3.9. La alta calidad de la recopilación y el análisis de datos es fundamental para hacer un seguimiento de los progresos realizados en relación con los resultados de las iniciativas nacionales e internacionales sobre comercio y género. A este respecto, la Oficina de Estadística elabora anualmente indicadores de género desglosados por sexo en los ámbitos de la seguridad económica, la educación, la conciliación de la vida laboral y familiar, la seguridad y la justicia, la democracia, la gobernanza y la ciudadanía. En cada publicación se hace un seguimiento de los progresos realizados en el aumento de la igualdad (Australia).

3.10. Quedan por abordar importantes dificultades relacionadas con la elaboración de estadísticas nacionales. Por ejemplo, en el análisis estadístico del comercio como rama de actividad económica que se realiza en los estudios nacionales no se suele distinguir claramente entre el comercio exterior y el comercio interior (Perú).

3.11. Se va a elaborar una herramienta de análisis de género en línea, adaptado específicamente a la estructura del Foro de Cooperación Económica de Asia y el Pacífico (APEC), a fin de ayudar a las economías del APEC a utilizar mejor los datos para formular políticas que respondan a las cuestiones de género y fundamentarlas. Esta labor se encuentra actualmente en sus primeras etapas (Nueva Zelanda).

4 EVALUACIÓN DE LA REPERCUSIÓN DEL COMERCIO, LAS POLÍTICAS COMERCIALES Y LOS ACUERDOS COMERCIALES EN LAS MUJERES

4.1. Análisis Comparativo entre los Géneros Plus (GBA+): metodología para evaluar la repercusión de las políticas y los acuerdos comerciales en diversos grupos de hombres y mujeres. El análisis va más allá de las cuestiones de género o sexo. El GBA+ asegura la incorporación de una perspectiva de género en todas las políticas. También ayuda a identificar las políticas nacionales que es preciso elaborar, modificar o eliminar, y los datos que faltan. El GBA+ requiere datos desglosados por género a partir de una serie de variables económicas y comerciales, y la capacidad de interpretar datos en un contexto de política comercial y de desarrollar y aplicar modelos económicos. Este método combina un análisis cuantitativo y cualitativo, y podría servir de inspiración para desarrollar una perspectiva de género en la labor de la OMC (Canadá).

4.2. Investigación realizada para evaluar los efectos sostenibles e inclusivos del comercio. Esta investigación incluye el examen de las características distributivas de las mujeres en el comercio utilizando bases de datos comerciales para analizar las experiencias de las mujeres como propietarias de empresas y como empleadas en el sector comerciable (Nueva Zelanda).

4.3. Marco de análisis para ayudar a los Gobiernos a elaborar políticas comerciales que respondan a las cuestiones de género mediante la evaluación de la repercusión de sus políticas comerciales en las mujeres. Este marco también ayuda a diseñar políticas y programas nacionales complementarios destinados a mitigar los efectos negativos no previstos. El marco de análisis comprende un componente cuantitativo y otro cualitativo. El análisis cuantitativo engloba cuatro aspectos: i) medir las repercusiones del comercio y las políticas comerciales en el empleo, los salarios y otras características del trabajo de las mujeres; ii) medir los efectos del comercio en los precios para los consumidores, especialmente los más vulnerables; iii) determinar indicadores de facilitación del comercio y de transparencia reglamentaria; y iv) evaluar los obstáculos a la participación de las mujeres en el comercio (acceso al crédito y a los recursos; redes; falta de tiempo). El análisis cualitativo tiene por objeto encuestar a mujeres a fin de identificar los obstáculos al comercio. Ello entraña mantener un diálogo activo con las partes interesadas en el que se integren perspectivas de género, se identifiquen vías prometedoras para lograr resultados que respondan a las cuestiones de género, y se pongan de relieve los posibles efectos desfavorables. Recomendación: las mujeres deberían participar en la elaboración de las políticas comerciales (OCDE).

4.4. La investigación contextualizada en el marco de las realidades particulares de un país es imprescindible para que se puedan abordar las cuestiones de igualdad de género en la esfera del comercio. Ejemplo de investigación llevada a cabo por la UNCTAD en la región del Pacífico sobre las mujeres de Kiribati y su participación en el comercio intrainsular e internacional: hay varios factores que complican la recopilación de datos en la región del Pacífico, entre ellos su singular geografía, la existencia de comunidades dispersas y remotas y el pequeño tamaño de algunas poblaciones. Una de las dificultades que se destacan en el informe de la UNCTAD es la recopilación de datos sobre las funciones comerciales de las mujeres en el sector informal. Para reflejar esto en la investigación hacen falta metodologías únicas y un ajuste meditado a los contextos de los países (Nueva Zelandia y UNCTAD).

4.5. Investigaciones realizadas por organizaciones internacionales sobre la repercusión del comercio en las mujeres:

- a. Las mujeres y los hombres trabajan en diferentes sectores, y las políticas y los acuerdos comerciales los afectan de distinta manera. La liberalización del comercio reduce los precios de las mercancías y aumenta el poder adquisitivo de los grupos vulnerables en los que las mujeres están sobrerrepresentadas de manera desproporcionada. Las empresas propiedad de mujeres son más pequeñas y más jóvenes, y cuentan con menos financiación que las empresas propiedad de hombres (OCDE).
- b. Las empresas que comercian emplean a más mujeres: las mujeres constituyen el 33% del personal de las empresas exportadoras, y solo el 24% del personal de las que no exportan y el 28% del personal de las que no importan. Las mujeres representan el 36% de la fuerza laboral de las empresas que participan en las cadenas de valor mundiales y el 38% de la de las empresas de propiedad extranjera. Esas cifras son superiores en un 11% y un 12% a las correspondientes a las empresas que no participan en las cadenas de valor mundiales y las empresas de propiedad nacional (respectivamente). En algunos países, el número de mujeres que trabajan en empresas exportadoras es más elevado. En Marruecos, Rumania y Viet Nam, las mujeres representan el 50% o más de la fuerza laboral de las empresas exportadoras, que han creado empleo para más de 5 millones de mujeres, aproximadamente el 15% de la población femenina que trabaja en esos países (OMC y Banco Mundial).
- c. Las empresas que comercian pagan más a las mujeres: las mujeres que trabajan en empresas dedicadas al comercio tienen más probabilidades de obtener empleos formales, lo que repercute en su nivel de ingresos (fuente de ingresos más estable). Para las mujeres, la probabilidad de tener un empleo informal va del 20% en sectores con niveles bajos de exportación al 13% en sectores con niveles elevados. Las cifras son similares cuando se examina el nivel de participación de las empresas en las cadenas de valor mundiales. El comercio aumenta los salarios de las mujeres y contribuye a eliminar la brecha salarial. Si los países en desarrollo duplicaran sus exportaciones de mercancías, la proporción que corresponde a las mujeres en los salarios totales del sector manufacturero aumentaría del 24% al 30%, al combinarse un incremento del empleo y de los salarios (OMC y Banco Mundial).
- d. Repercusiones de la integración regional en el género - Los ejemplos de la CAO y el MERCOSUR: una microsimulación realizada con el fin de evaluar los efectos de la integración comercial en el empleo de género en el sector manufacturero con respecto a los aranceles de exportación y de importación reveló que, en ambas regiones, la reducción de los aranceles en los mercados de exportación contribuía a la feminización de la mano de obra en dicho sector, principalmente en el caso de la mano de obra productiva, sin variaciones significativas en el de la no productiva. En cambio, la competencia de las importaciones no tenía ninguna repercusión importante en el empleo femenino en la CAO, mientras que en el caso del MERCOSUR tenía algunos efectos negativos en ese empleo. No obstante, las nuevas oportunidades que se presentan a las mujeres son en su mayor parte de bajo nivel de calificación. Por lo tanto, deben establecerse medidas para fomentar el acceso de las mujeres al empleo en sectores comercializables y muy especializados que las empoderen. También podrían utilizarse fondos regionales para proporcionar servicios de cuidado infantil y de otro tipo que permitan a las mujeres trabajar fuera de sus hogares y aumentar sus competencias. Debe intensificarse la recopilación de datos para evaluar las necesidades de las mujeres

y los compromisos de los Gobiernos. Debe fortalecerse la cooperación para fomentar el intercambio de experiencias entre los Miembros de la OMC. La rendición de cuentas también es fundamental para asegurar la aplicación de los compromisos en materia de género (UNCTAD).

4.6. Investigaciones realizadas por Miembros de la OMC:

- a. Nueva Zelanda: el Ministerio de Asuntos Exteriores y Comercio está realizando investigaciones para evaluar los efectos sostenibles e inclusivos del comercio, en particular en el género en el marco del proceso del "Comercio para Todos" (véase también *infra* la sección relativa al intercambio de experiencias). A mediados de 2020 se publicaron en un documento de trabajo algunas conclusiones iniciales de alto nivel en el sentido de que las mujeres empleadoras y empleadas estaban insuficientemente representadas en el comercio. Se está trabajando en la cuestión de la participación de las mujeres en el comercio.
- b. Reino Unido: investigación sobre la repercusión de las importaciones/exportaciones en el mercado laboral del Reino Unido por sectores, regiones y características personales, incluido el género. El Reino Unido financia la Dirección de Ciencia, Tecnología e Innovación de la OCDE para desarrollar su base de datos sobre comercio y empleo, con el fin de incorporar indicadores adicionales, en particular de género.
- c. Unión Europea: evaluación de los obstáculos a los que se enfrentan las mujeres empresarias de la Unión Europea cuando realizan actividades comerciales, que mostró que esas mujeres tropiezan con varios obstáculos, como el acceso a las redes de financiación y los trámites burocráticos relacionados con las obligaciones aduaneras (con el ITC); y elaboración de mejores indicadores para lograr una política comercial que responda en mayor medida a las cuestiones de género (con la UNCTAD). El análisis realizado por el Economista Jefe de la Unión Europea mostró que en 2017 había más de 13 millones de trabajadoras en empleos ligados a las exportaciones de bienes y servicios al resto del mundo. Sin embargo, existe una brecha de género en cuanto a las perspectivas de empleo que ofrecen las exportaciones de la Unión Europea. Solamente el 38% de esos puestos de trabajo que dependen de las exportaciones al mundo están ocupados por mujeres en la Unión Europea. Esa brecha se debe en gran medida a la concentración del empleo femenino en el sector menos orientado a la exportación, especialmente en el sector de los servicios. Asimismo, en el período abarcado por el estudio la remuneración de la mano de obra en el caso de las trabajadoras en empleos ligados a la exportación se estancó en comparación con el empleo total. Si bien todos los empleos ligados a la exportación ofrecen el beneficio de una prima salarial, hay una brecha de género del 4%.

5 PROMOCIÓN DEL ESPÍRITU EMPRESARIAL DE LAS MUJERES

5.1. El Programa de Emprendimiento para Mujeres apoya a las mujeres en todas las etapas de las actividades empresariales, a través de cursos informativos y profesionales, para mejorar sus conocimientos y competencias empresariales. Los cursos de comercialización digital (en colaboración con Facebook y Google) y la prestación de asesoramiento a las empresarias son elementos del Programa, que también se centra en proporcionar a las nuevas empresas dirigidas por mujeres un mayor acceso al capital, oportunidades de establecer vínculos empresariales, y enlaces con recursos del sector (Acelerador del Emprendimiento de las Mujeres), y ofrece premios para promover modelos de conducta entre las empresarias (Premio al Emprendimiento Femenino) (Taipei Chino).

5.2. Conjunto de estrategias para las mujeres en el ámbito de las mipymes: conjunto de estrategias en línea destinado a apoyar a las mipymes dirigidas por mujeres y a aumentar sus exportaciones. Incluye la prestación de asistencia en materia presupuestaria, la organización de reuniones virtuales con compradores extranjeros y la impartición de formación sobre temas como el comercio electrónico, la utilización de fuentes de abastecimiento de productos y el análisis de mercados, y la expedición móvil (Corea).

5.3. Promoción del espíritu empresarial de las mujeres mediante la prestación de orientación y asesoramiento de carácter técnico a las empresarias existentes o potenciales y la organización de

ferias para empresarias con diversas partes interesadas (por ejemplo, autoridades locales y supermercados); programas de creación de capacidad en materia de TIC dirigidos a las empresarias y concesión de premios a la innovación para alentarlas a que utilicen formas innovadoras de comercializar sus productos (Mauricio: Consejo Nacional de Empresarias, Junta Nacional de Informática y Premio a la Innovación de Mujeres Empresarias).

5.4. Leyes nacionales destinadas a apoyar a las mipymes propiedad de mujeres y a la Asociación de Empresarias (Viet Nam).

5.5. Estrategia de Exportación para el empoderamiento económico de las mujeres y la mejora de la competitividad de las mipymes dirigidas por mujeres; la plataforma SheExports aumenta la participación de las mujeres en las empresas y en el proceso de exportación, cuenta con un programa específico para promover la creación de una red regional de empresarias y presta servicios de consultoría sobre nuevas empresas (Ucrania).

5.6. Actividades regionales destinadas a promover el espíritu empresarial de las mujeres, aumentar la inclusión financiera de las empresarias a través de una plataforma para la creación de redes multinacionales en línea, proporcionar acceso a diferentes servicios financieros y no financieros, reforzar su capacidad de exportación e integrarlas en actividades regionales de comercio y desarrollo (proyecto "50 Millones de Mujeres Africanas Hablan" - COMESA y Federación de Asociaciones Nacionales de Mujeres Empresarias del COMESA).

5.7. Cuatro tipos de políticas comerciales para apoyar a las empresas propiedad de mujeres: i) reformas de facilitación del comercio que reducen los costos del comercio y simplifican y automatizan los procedimientos en frontera; ii) transparencia de la reglamentación; iii) reducción de los obstáculos al comercio, especialmente en los sectores de servicios en los que lleva a cabo sus actividades empresariales la mayoría de las mujeres (esto puede también aumentar la participación de las mujeres trabajadoras en las empresas comerciales e incrementar los salarios, lo que puede contribuir a mitigar las desigualdades de género existentes); y iv) marcos reglamentarios que contribuyen a que los costos de acceso a Internet sean bajos. La brecha de género en la digitalización sigue siendo importante en todo el mundo y los países no pertenecientes a la OCDE tienen una mayor proporción de mujeres que estudian tecnología de la información y las comunicaciones (OCDE).

5.8. Programas de promoción del acceso a la financiación y de las mipymes destinados a apoyar el acceso de las mujeres a la financiación y a ayudar a las mujeres en el ámbito de las mipymes (Australia):

- a. Apoyo al Programa "Banca Mundial de la Mujer" para poner a disposición de las mujeres pobres productos y servicios financieros innovadores. Por ejemplo, las mujeres indonesias reciben apoyo para acceder a los pagos oficiales de protección social en el contexto de la COVID-19 y utilizarlos para mejorar su capacidad y su resiliencia financieras.
- b. El "Fondo de Inversiones de Impacto en Mercados Emergentes" invierte en las pymes y las empresas de mujeres que suministran productos o servicios en beneficio de las mujeres, adoptan prácticas de igualdad de género en el lugar de trabajo, o promueven la igualdad de género a través de sus cadenas de suministro.
- c. Apoyo a la primera serie de bonos del mundo con perspectiva de género cotizados en bolsa: el "IIX Bono de Subsistencia para las Mujeres". Estos bonos apoyan, desde 2017, los medios de subsistencia de casi 500.000 mujeres desatendidas y de sus comunidades en Asia Sudoriental y generan el triple en valor social por cada dólar invertido por los titulares de bonos.
- d. Apoyo financiero al programa piloto "PacificRise", que ofrece un ejemplo concreto de dónde la utilización de una perspectiva de género para adoptar modelos tradicionales de financiación amplió las oportunidades de inversión con una repercusión positiva en las mujeres y las niñas. Este programa ha finalizado y no continuará.

- e. Apoyo al "Mecanismo de Financiación del Comercio para la Salud Menstrual" puesto en marcha en 2020 con objeto de reunir múltiples empresas de productos para la salud menstrual de la región del Pacífico a fin de ayudar a resolver los problemas de financiación y de la cadena de suministro en un sector con actores del mercado de menor tamaño e informales. En el marco de esta iniciativa se ha prestado asistencia a una empresa social dirigida por mujeres en las Islas Salomón (Kaleko Steifree). Esta empresa produce compresas sanitarias reutilizables para mujeres y niñas y hace frente a las limitaciones de producción mediante la compra de materias primas en grandes cantidades y la concertación de contratos adaptados para mejorar la distribución de las compresas entre las pequeñas empresas de la región del Pacífico. Además de crear empleo para las mujeres, reduce el absentismo escolar de las niñas y aumenta la sostenibilidad ambiental.

5.9. Programas SheTrades

- a. SheTrades Global: evento empresarial mundial que conecta a empresarias con compradores, inversores y socios. Se realizan varias mesas redondas y seminarios y cursos en línea con objeto de ayudar a las empresarias a hacer negocios, a inspirarse y a forjar asociaciones empresariales. Durante el evento, las empresarias tienen la oportunidad de mostrar sus productos en la exposición Global SheTrades (ITC).
- b. SheTrades West Africa: mejora de los medios de subsistencia de las mujeres a través de cadenas de valor inclusivas. El objetivo es mejorar los medios de subsistencia de las mujeres que trabajan en las cadenas de valor de los anacardos, el karité y la yuca en Côte d'Ivoire, Guinea, Liberia y Sierra Leona. El resultado previsto de este proyecto para 2019-2023 es la creación de capacidad en favor de las agricultoras en materia de producción y gestión empresarial. Ello incluye el suministro de herramientas de formación y equipo básico para que las agricultoras con recursos limitados de África Occidental trabajen en la diversificación de productos (Corea e ITC).
- c. SheTrades Morocco: el objetivo general es aumentar la participación de 25 pymes propiedad de mujeres en las cadenas de valor orientadas a la exportación del sector de los alimentos elaborados mediante la mejora de su competitividad y de su capacidad para acceder a los mercados locales, regionales e internacionales. Se espera que, gracias a esta iniciativa, 25 pymes propiedad de mujeres del sector de los alimentos elaborados puedan incrementar sus ingresos para fortalecer y hacer crecer sus empresas, y mejorar los medios de subsistencia de la comunidad en general (ITC, BIsD, ITFC y Oficina de Facilitación del Comercio del Canadá).
- d. SheTrades Egypt: el objetivo general es incorporar el género y empoderar económicamente a las mujeres en Egipto, en consonancia con la nueva Constitución del país. Se seleccionaron 50 empresarias del sector de la artesanía para ayudarlas a mantener y aumentar su actividad empresarial y a participar activamente en el desarrollo y el bienestar de sus familias. Se espera que esta iniciativa permita a 50 empresarias del sector artesanal incrementar sus ingresos para fortalecer y hacer crecer sus empresas (ITC, BIsD e ITFC).
- e. SheTrades Uruguay: en su marco se imparte formación y se conecta a empresas dirigidas por mujeres en su camino hacia la internacionalización mediante el suministro de información (ITC, Uruguay y Unión de Exportadores, institución privada uruguaya).
- f. SheTrades Outlook: consiste en un marco analítico con 83 indicadores en seis esferas de política. Estos indicadores hacen un seguimiento de las políticas que afectan a la participación de las mujeres en la actividad empresarial y el comercio. El objetivo general es ayudar a desbloquear los mercados para las mujeres mediante la identificación y eliminación de obstáculos en el ecosistema de políticas. Sobre la base de estos datos, el ITC ha elaborado tres guías para ayudar a los países a elaborar políticas comerciales que respondan a las cuestiones de género centradas en la incorporación del género en los acuerdos de libre comercio, haciendo que la contratación pública funcione en beneficio de las mujeres y la política comercial (ITC).

5.10. En el marco de "la Iniciativa Sembrando" se presta asistencia a las mujeres empresarias y se mejora su capacidad de exportación o su desarrollo en el mercado local. Se han beneficiado de la ayuda 2.400 empresarias. Esta iniciativa se financia con donaciones del sector privado y de los países donantes (Uruguay - Iniciativa dirigida por la Primera Dama del Uruguay).

5.11. Actividades de sensibilización para promover la igualdad de oportunidades y el espíritu empresarial de las mujeres en la Unión del Magreb Árabe (UMA) con el objetivo de reforzar las competencias y capacidades de los principales asociados nacionales para incorporar las prioridades de igualdad de género en las políticas de comercio transfronterizo de las regiones árabes. La repercusión prevista de este proyecto es el aumento de la sensibilización acerca del emprendimiento femenino y la participación de las mujeres en el proceso de formulación de políticas para la integración económica árabe (ITFC, PNUD y UMA).

5.12. Comercio electrónico en apoyo de las mujeres empresarias:

- a. Promoción de las exportaciones de las mujeres en la región de Centroamérica y del acceso al mercado de la Unión Europea a través del comercio electrónico impartiendo formación a nivel institucional para reforzar la capacidad de los expertos locales en dirección y administración de empresas y comercio electrónico, a fin de que puedan compartir conocimientos y asesorar a las empresarias. En 2019, este programa ofreció 50 horas de formación especializada individual para cada empresa participante. Gracias al programa, las empresarias obtuvieron un diagnóstico de la situación digital para colocar sus productos en una plataforma de mercado del comercio electrónico o en su sitio web. Estas mujeres pudieron desarrollar aptitudes para gestionar sus sitios web y redes sociales, y recibir formación sobre la toma de fotografías de calidad para las ventas en línea (El Salvador, PROESA e ITC).
- b. Programa en tres etapas para hacer que el comercio electrónico beneficie a las mujeres: i) labor analítica para identificar las dificultades, las oportunidades y el grado de preparación para el comercio electrónico e incorporar una dimensión de género en las estrategias de los Gobiernos; ii) formulación de políticas y estrategias de comercio electrónico e incorporación del género en ellas, y utilización de directrices sobre la incorporación de las cuestiones de género en las estrategias comerciales y sectoriales; y iii) creación de capacidad en las instituciones y las empresas (MIM, ITC y UNCTAD).
- c. Creación de capacidad sobre comercio electrónico en favor de las empresarias de mipymes de Asia Meridional con objeto de mejorar los conocimientos y la capacidad de las empresarias para utilizar plataformas de comercio electrónico a fin de aumentar las exportaciones de sus empresas y participar en las cadenas de suministro locales, regionales y mundiales. Se organizaron primero programas nacionales de formación con el Gobierno, los encargados de la formulación de políticas, la sociedad civil y las empresarias para identificar las competencias específicas y la experiencia necesarias y orientar el proceso de adquisición de conocimientos básicos en materia de tecnología de la información. En una segunda etapa, se realizó un curso de aprendizaje en línea sobre el comercio electrónico y la comercialización digital dirigido a mujeres empresarias (MIM y CESPAP).
- d. "SheTrades Connect" ofrece formación técnica sobre competencias y redes digitales a mujeres empresarias de África (Japón e ITC).
- e. Programa de creación de capacidad en materia de comercio electrónico y comercio digital: el "Fondo de Ayuda para el Comercio Electrónico" (USD 5,5 millones) refuerza las capacidades de comercio electrónico de los países en desarrollo de Asia Sudoriental y el Pacífico. A través de este Fondo se abordan el déficit de acceso a las TIC y a la financiación, los marcos normativos y reglamentarios, las competencias, la seguridad y fiabilidad de las plataformas de pago electrónico, y la facilitación del comercio y la logística. Se trata de un programa de colaboración que incluye a los Gobiernos asociados, el sector privado y otros asociados para el desarrollo en una serie de actividades (Australia).

6 FOMENTO DE LA PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES EN LA ECONOMÍA

6.1. Mediante directrices de política de igualdad de género, leyes de igualdad de género, estrategias nacionales de derechos humanos, leyes en materia de igualdad salarial y planes de acción destinados a asegurar la igualdad de derechos y oportunidades para las mujeres y los hombres en todas las esferas de la sociedad y a apoyar la incorporación de una perspectiva de género en todas las leyes y políticas (Taipei Chino, Viet Nam y Ucrania).

6.2. Combinación de diversas políticas y leyes destinadas a promover el empleo femenino y el empoderamiento económico de las mujeres:

- a. Mediante la prohibición del acoso sexual (especialmente en el lugar de trabajo), la discriminación por razón de género en el acceso a los servicios financieros y en el empleo y la remuneración; la eliminación de las restricciones al empleo femenino en los trabajos industriales (como la minería, la construcción y la actividad manufacturera); la imposición de cuotas a los propietarios de fábricas para que contraten un porcentaje mínimo de trabajadoras y empleadas (al menos una tercera parte del total de empleados en el proceso de producción); la concesión de incentivos financieros al sector privado para la contratación de mujeres; la imposición de la obligación de establecer instalaciones para el cuidado infantil y guarderías en las empresas que contraten a más de 50 mujeres (y con 10 niños o más); la formación de mujeres en nuevas tecnologías (gestión de sistemas de red, la Internet de las cosas, ciudades inteligentes, tecnología robótica e inteligencia artificial); el apoyo a la movilidad de las mujeres y el aumento de la edad de jubilación; y la reforma de la vida social y política en favor de los derechos de las mujeres (Arabia Saudita).
- b. Mediante la concesión de licencias parentales pagadas prolongadas y la asignación a los padres de una licencia parental no transferible de cinco meses a fin de fomentar las carreras de las mujeres y contribuir a una mejor distribución de las tareas domésticas y de cuidado de los hijos que afectan tanto a las horas de trabajo de los hombres como a las de las mujeres; la inclusión de cuotas de mujeres en los consejos de administración de todas las empresas de propiedad estatal y empresas privadas con más de 50 empleados (al menos un 40% de mujeres); la adopción y la imposición de la obligatoriedad de la "certificación de la igualdad de remuneración" en el caso de las empresas con más de 25 empleados, y la aplicación de esa política mediante una norma de gestión de la igualdad salarial para evaluar la brecha salarial de género entre los empleados (Islandia).

6.3. Política nacional de seguridad económica de las mujeres: mediante la reparación y reconstrucción de la participación de las mujeres en la fuerza de trabajo y la eliminación de la brecha salarial de género, proporcionando opciones y flexibilidad a las familias para conciliar el trabajo y el cuidado de las personas y apoyando a las mujeres como líderes y modelos positivos; y la satisfacción de las diversas necesidades de las mujeres y el apoyo a estas para que gocen de seguridad en el trabajo y en el hogar. Todos estos factores desempeñan una función decisiva para posibilitar que las mujeres logren seguridad económica, resiliencia y empoderamiento, y también que participen en el comercio internacional. Para aplicar esta política se está realizando una inversión de más de AUD 240 millones de 2020 a 2025 con objeto de generar empleo, apoyar la participación en la fuerza de trabajo, ampliar las oportunidades para las empresas y crear las competencias necesarias (Australia).

7 LUCHA CONTRA LAS REPERCUSIONES DE LA COVID-19 EN LAS MUJERES

7.1. Apoyo financiero a la atención a la familia (Corea); cursos de comercio electrónico y medios de comunicación social con objeto de fortalecer las estrategias de comercialización de las mujeres empresarias para utilizar plataformas en línea (Mauricio); proyectos y fondos para apoyar a las pymes propiedad de mujeres afectadas por la COVID-19 y reestructuración de los préstamos de los bancos nacionales para las pymes propiedad de mujeres (Viet Nam coopera con el Banco Asiático de Desarrollo).

7.2. Ayuda a la recuperación tras la COVID-19 en la región del Índico y el Pacífico: la respuesta de la comunidad internacional del desarrollo frente a la COVID-19 identificó la igualdad de género como

objetivo transversal y trata de ajustarse mejor a las necesidades de las mujeres y niñas en la región. Además, se están elaborando diversos programas para apoyar el empoderamiento económico de las mujeres, el liderazgo y la eliminación de la violencia contra las mujeres y niñas, así como el acceso a la salud y los derechos sexuales y reproductivos: i) el Programa "Invertir en las Mujeres" (AUD 102 millones, 2016-2023) apoya a las pymes propiedad de mujeres de Asia Sudoriental para que adapten sus empresas, sigan funcionando y contribuyan a la resiliencia económica local al tiempo que hacen frente a los efectos de la COVID-19. Este Programa ha movilizado un capital privado adicional que casi quintuplica su dotación para apoyar a 41 pymes propiedad de mujeres en Asia Sudoriental, y ha hecho posible que 40 de esas pymes sobrevivan a la crisis de la COVID-19; ii) el Programa "Liderazgo de las Mujeres del Pacífico" (AUD 170 millones); y iii) la Estrategia "Asociaciones para la Recuperación" para hacer frente a los desafíos de la COVID-19 en la región del Índico y el Pacífico (Australia).

7.3. Recomendaciones sobre el modo de mitigar la repercusión de la COVID-19 en las mujeres en América Latina: el comercio internacional debe orientarse hacia una recuperación económica social transformativa que favorezca la igualdad de género. A corto plazo, deben adoptarse medidas para asegurar el acceso de las mujeres a los mecanismos de apoyo al empleo y la financiación con miras a la recuperación económica. A largo plazo, debe incluirse una perspectiva de género en los instrumentos de política comercial para que hombres y mujeres tengan igual acceso a las oportunidades comerciales. Además, las políticas deben incluir la igualdad de género entre sus objetivos de sostenibilidad (CEPAL).

7.4. Actividades regionales de socorro frente a la COVID-19 - el ejemplo de la Alianza del Pacífico: se celebró un seminario en línea titulado "Empoderamiento Económico de las Mujeres en la Alianza del Pacífico" para describir los desafíos que plantea la pandemia de COVID-19 en lo que respecta a una recuperación inclusiva e impulsar el diálogo entre mujeres empresarias y representantes de la Alianza del Pacífico, así como para analizar las principales dificultades identificadas por las mujeres empresarias en el contexto de la pandemia de COVID-19 (Perú).

8 LIDERAZGO DE LAS MUJERES

8.1. Se ha observado que la falta de liderazgo de las mujeres en muchas esferas de la vida económica y política contribuye a las desigualdades de género (Nigeria).

8.2. El Gobierno del Japón acogió la Asamblea Mundial de la Mujer (WAW!) e invitó a mujeres líderes de todo el mundo a examinar los problemas y oportunidades que plantea la consecución de la igualdad de género y la promoción del empoderamiento de las mujeres (Japón).

9 CAPÍTULO Y DISPOSICIONES DE GÉNERO EN LOS ACUERDOS DE LIBRE COMERCIO Y LOS ACUERDOS COMERCIALES REGIONALES

9.1. Los acuerdos comerciales que incluyen disposiciones de género reconocen la importancia de mejorar las oportunidades para que las mujeres participen en la economía nacional y mundial; prevén actividades de cooperación encaminadas a mejorar la capacidad de las mujeres de beneficiarse de las oportunidades generadas por el acuerdo, tales como el asesoramiento y la capacitación, el intercambio de información y experiencias sobre programas destinados a mejorar el acceso de las mujeres a la tecnología y la financiación del mercado, o el desarrollo del liderazgo de las mujeres y las redes de mujeres (Japón, Reino Unido: Acuerdo de Asociación Económica Amplia; Corea, Unión Europea: ALC; CPTPP).

9.2. En diciembre de 2018 entró en vigor el Acuerdo de Complementación Económica N° 73 entre el Uruguay y Chile como parte de la Asociación Latinoamericana de Integración. Dicho Acuerdo prevé la creación de un comité de género encargado de reunir a las autoridades competentes en materia de género con miras a la aplicación conjunta de políticas comunes, en particular para llevar a cabo actuaciones que permitan al sector privado beneficiarse de las cláusulas del Acuerdo. El comité se reúne una vez al año y responde y rinde informe ante la Comisión que administra el Acuerdo (Uruguay y Chile).

9.3. Integración de las cuestiones de género en el Acuerdo del Pacífico sobre Estrechamiento de Relaciones Económicas Plus (PACER Plus): se realizó un análisis para comprender el vínculo entre la igualdad de género, el empoderamiento económico de las mujeres y la transparencia de las leyes,

políticas y prácticas comerciales en el contexto del PACER Plus. Los resultados ponen de relieve determinados obstáculos a la información comercial a los que se enfrentan las mujeres comerciantes, e identifican la forma en que podrían beneficiarse de la aplicación de los compromisos en materia de transparencia del PACER Plus. Estas conclusiones han permitido que el PACER Plus ponga en práctica medidas de formación y apoyo técnico, como la creación de portales comerciales que integran los aspectos de género en el acceso a la información y el tipo de información facilitada, así como cursos de formación de género en los puntos de contacto para el comercio. Esta labor llevó también al primer manual de exportación para las mujeres comerciantes de la región del Pacífico, a fin de ayudarlas a comprender las medidas no arancelarias aplicadas en los mercados de Australia y Nueva Zelanda a sus productos, sentando así las bases para la incorporación de las cuestiones de género en la aplicación del proyecto PACER Plus (puesto en marcha por Australia y dirigido por la UNCTAD).

9.4. Cooperación para el desarrollo destinada a ayudar a los nueve países insulares del Pacífico signatarios a ajustarse al PACER Plus y aprovechar sus oportunidades (Nueva Zelanda y Australia - dentro del Acuerdo PACER Plus).

9.5. Objetivos de los capítulos relativos al comercio y el género y esferas de cooperación: i) promover y facilitar el intercambio de experiencias y buenas prácticas entre las partes a fin de mejorar la capacidad y las condiciones de las mujeres empresarias, y fomentar su mayor participación en el comercio internacional; ii) contribuir al cumplimiento de los compromisos internacionales suscritos por las partes en materia de igualdad de género, como la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW); iii) actividades de cooperación, prestando especial atención a las diferentes necesidades a las que se enfrentan las mujeres a lo largo de todo su proceso de exportación. Las esferas de cooperación son las siguientes: i) elaborar programas para promover la participación plena de las mujeres; ii) promover la inclusión financiera y la educación, promover el espíritu empresarial de las mujeres; iii) llevar a cabo un análisis basado en el género, promover la igualdad de género en las empresas e impulsar las políticas y programas de cuidados; y iv) desarrollar redes de mujeres, recopilar datos desglosados por sexo y mejorar el acceso de las mujeres a las disciplinas de ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas, entre otras (Chile).

9.6. Integración de capítulos de género en todos los ALC, una estrategia habitual con los interlocutores comerciales: integración de capítulos de género en las negociaciones en curso y futuras. En los acuerdos que carecen de capítulos de género, las consideraciones de género se incluirán en la labor de los comités correspondientes a otros capítulos (Canadá).

9.7. El Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) exige que todos los países respeten los principios de la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW), y los beneficiarios del SGP deben firmar un compromiso vinculante de ratificar y aplicar efectivamente la Convención (régimen SGP+ de la Unión Europea).

9.8. La igualdad de género está integrada en los acuerdos comerciales mediante disposiciones de no discriminación en el empleo y por medio de los Convenios 100 y 111 de la OIT (Unión Europea).

9.9. Continuación de la política de inclusión de disposiciones específicas sobre comercio y género, un compromiso asumido en la nueva estrategia de igualdad de género, así como en el nuevo plan de acción de género para la acción exterior (Unión Europea).

9.10. Un nuevo tipo de acuerdo: el Acuerdo Global sobre Comercio y Género aborda algunas de las dificultades a las que se enfrentan las empresas propiedad de mujeres por medio de diversas disposiciones, como la no discriminación basada en el género para la concesión de licencias y la certificación en el sector de los servicios, así como mediante el desarrollo de actividades de cooperación destinadas a compartir conocimientos y mejores prácticas en distintos temas, como la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación. El Acuerdo no está vinculado a un acuerdo comercial específico, por lo que pueden adherirse a él las economías interesadas (Canadá, Chile y Nueva Zelanda en 2020).

9.11. La Hoja de Ruta de La Serena para la Mujer y el Crecimiento Inclusivo sitúa a las mujeres y las niñas en el centro de las iniciativas de recuperación económica: incluye medidas y objetivos

concretos para promover el empoderamiento económico de las mujeres en la región de Asia y el Pacífico para 2030 (APEC).

9.12. La Hoja de Ruta de 2020 para la autonomía y el empoderamiento económico de las mujeres en la Alianza del Pacífico, en la que se identifican las esferas de actuación en lo que se refiere al empoderamiento económico y se dan orientaciones para la labor de la Alianza del Pacífico en el diseño, la aplicación y la evaluación de las políticas e iniciativas públicas destinadas a promover el desarrollo económico y social de las mujeres de la región. Esta labor reviste especial importancia en el contexto de la COVID-19. Por ejemplo, en Nueva Zelanda, el 63% de las personas que perdieron sus puestos de trabajo en el segundo trimestre de 2020 fueron mujeres, y esta tendencia se ha repetido en toda la región (Alianza del Pacífico).

10 APLICACIÓN DE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO AL COMERCIO Y LA OMC

10.1. Un enfoque inclusivo de la política comercial y los ALC y los programas y servicios de exportación: el objetivo es hacer que las ventajas y oportunidades que se derivan del comercio beneficien a un colectivo más amplio, que incluya a grupos infrarrepresentados, como las mujeres, las pymes y los jóvenes. Esto implica cuatro vectores de actuación: i) y ii) realizar una evaluación previa y posterior para examinar las repercusiones en el desempleo por género antes y después de la aplicación de nuevos acuerdos comerciales; iii) examinar la forma en que las mujeres, en su condición de empresarias y exportadoras, ven que les afectan las nuevas políticas; y iv) examinar los efectos de las políticas y programas en las mujeres y en diversos grupos a través de su experiencia con esas políticas y programas (Canadá).

10.2. Aplicar un enfoque de género a todos los programas de financiación (Ministerio de Relaciones Exteriores y Comercio de Australia).

10.3. El "Compromiso de Santiago de Chile" busca aplicar una perspectiva de género a la implementación de políticas que tengan por objeto incrementar la producción y el comercio internacional (Perú, Estados de América Latina y el Caribe).

10.4. Aplicación de una perspectiva de género a las políticas comerciales:

- a. Empleando técnicas que hagan que las inversiones sean compatibles con la igualdad de género, tratando de medir la sensibilidad de los inversores de capital riesgo en lo que respecta a las cuestiones de género e intentando excluir el sesgo de género en los procesos de selección para proteger a las mujeres empresarias (Corea).
- b. Adoptando una reglamentación que integre el análisis de las cuestiones de género en el proceso de formulación de políticas públicas, en consonancia con la estrategia encaminada a lograr la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres y fomentar el desarrollo económico sostenible. La puesta en marcha de un proceso de auditoría de género con el apoyo de la OIT y de ONU-Mujeres sirvió de apoyo a este enfoque. Su objetivo es evaluar la igualdad de derechos y oportunidades para hombres y mujeres en el mercado de trabajo, así como concienciar sobre la igualdad de condiciones de trabajo entre los empleados (Ucrania).
- c. Adoptando un marco que demuestre el nivel de compromiso de los Gobiernos con la promoción de la igualdad de género mediante inversiones significativas en programas, políticas e iniciativas clave. En ese marco, un Gobierno ha identificado seis esferas clave en las que se requieren cambios para promover la igualdad de género: 1) la enseñanza y el perfeccionamiento de aptitudes; 2) la participación en la economía y la prosperidad; 3) el liderazgo y la participación democrática; 4) la violencia de género y el acceso a la justicia; 5) la reducción de la pobreza, la salud y el bienestar; y 6) la igualdad de género en todo el mundo. Se han elaborado indicadores relativos a las diversas esferas. Por ejemplo, en lo que respecta a la participación y la prosperidad económica de las mujeres, uno de los objetivos del Gobierno es aumentar las oportunidades de las mujeres en el mercado de trabajo, especialmente para las que forman parte de grupos infrarrepresentados. Además, el Gobierno está analizando la brecha salarial, la situación del empleo, el papel en la crianza y la responsabilidad en el seno de la familia, así como la calidad de los puestos de trabajo que ocupan las mujeres. En lo que respecta al

liderazgo de las mujeres, los indicadores se refieren a la proporción de miembros de juntas directivas que son mujeres en función del tipo de junta (sector de actividad y carácter público o privado de la empresa en cuestión) y la proporción de mujeres dedicadas a la política (Canadá).

10.5. Un proyecto nuevo 2021-2022: el marco analítico de la perspectiva de género para la labor de la OMC. Tiene por objeto desarrollar un marco de perspectiva de género para la labor de la OMC y aprovechar al máximo las posibilidades que ofrecen los acuerdos comerciales para promover el empoderamiento económico de las mujeres y su participación en las actividades relacionadas con el comercio, y velar por que los acuerdos comerciales no socaven involuntariamente los compromisos nacionales de igualdad de género. Dicho marco abarcaría el proceso de negociación; los acuerdos y las iniciativas de declaración conjunta de la OMC; la aplicación, la observancia y el mecanismo de examen; y las leyes, políticas y programas a nivel nacional y regional. La metodología incluirá análisis textuales y exámenes documentales de expertos comerciales, así como consultas con los delegados y expertos. Se espera que en primavera de 2022 se disponga de un informe resumido con las principales conclusiones y recomendaciones (Unión Europea e ITC).

10.6. Como miembro del Mercado Común del Sur, el Uruguay sigue abogando por la inclusión del programa de género en todos los debates (Uruguay).

10.7. La experiencia de perspectiva de género de la Alianza del Pacífico: en el marco de la Alianza del Pacífico, se está aplicando el enfoque de género en todos los grupos de trabajo del mecanismo de integración. Estos grupos abordan diversos temas, como la agenda digital, la contratación pública, la enseñanza, las cadenas de valor mundiales, las pymes y el turismo. Parte de la labor encaminada a incluir la perspectiva de género en la Alianza del Pacífico consiste en aprender cómo elaborar proyectos especialmente dirigidos a las mujeres y cómo recoger datos desglosados por sexo (Perú).

10.8. Aplicación de la perspectiva de género a la facilitación del comercio: el "Programa de Facilitación del Comercio de la Región de Asia Meridional" (SARTFP) trata de integrar el empoderamiento económico de las mujeres y los resultados comerciales inclusivos en la política y las medidas de facilitación del comercio y la conectividad del transporte en Bhután, Bangladesh, la India y Nepal (Australia y el Banco Mundial).

10.9. Aplicación de la perspectiva de género a las condiciones de trabajo de las mujeres en el sector exportador: el "Programa Better Work" tiene por objeto mejorar las condiciones de trabajo de las mujeres empleadas en la rama de producción de prendas de vestir en Bangladesh, Indonesia y Viet Nam. Se ocupa de los salarios, las horas de trabajo, las vacaciones y la seguridad, así como del acoso sexual (Australia y la OIT).

10.10. Todas las evaluaciones de política relacionadas con el comercio incluyen análisis específicos de género, es decir, evaluaciones *ex ante* y *ex post* (Unión Europea).

11 AYUDA PARA EL DESARROLLO Y AYUDA PARA EL COMERCIO DIRIGIDA A LAS MUJERES

11.1. Una evaluación de la forma en que se ha integrado el género en la Ayuda para el Comercio: el género ha formado parte de la iniciativa de Ayuda para el Comercio desde su creación. Los donantes y los países asociados han ido integrando de manera progresiva e ininterrumpida el género en sus objetivos de Ayuda para el Comercio. Para 2019, alrededor del 84% de la estrategia de Ayuda para el Comercio de los donantes y el 85% de la estrategia nacional o regional de desarrollo de los países asociados tenía por objeto promover el empoderamiento económico de las mujeres. Sin embargo, los objetivos, las prioridades y la programación de la Ayuda para el Comercio están desconectados del género. Entre 2006 y 2017, solo se desembolsaron USD 3.400 millones para programas/proyectos dedicados específicamente a cuestiones de género (alrededor del 1% de los desembolsos totales) y se gastaron USD 45.000 millones en programas/proyectos en los que el género es uno de los objetivos (el 12% de los desembolsos totales). La Ayuda para el Comercio puede contribuir al empoderamiento económico de las mujeres si el género es el objetivo principal y la prioridad de los proyectos. Sin embargo, es necesario adoptar un enfoque más sistémico al evaluar las repercusiones de la Ayuda para el Comercio en el empoderamiento económico de las mujeres. Se están elaborando herramientas e indicadores para evaluar la repercusión diferencial de la Ayuda para el Comercio en los hombres y las mujeres, tanto cuantitativa como cualitativamente (OMC).

11.2. Apoyo para mejorar la inclusión financiera mediante la promoción de los servicios financieros digitales dirigidos a mujeres de bajos ingresos en Viet Nam (Japón).

11.3. Una asignación del 20% de la asistencia oficial para el desarrollo destinada a las actividades de Ayuda para el Comercio, con el fin de mejorar las oportunidades de generación de ingresos de las empresas propiedad de mujeres y las trabajadoras o fortalecer la dimensión de género de la política pública (Nueva Zelanda en la región del Pacífico, Declaración sobre la Igualdad de Género de los dirigentes de la región del Pacífico, 2012).

11.4. Incremento del presupuesto total dedicado a los proyectos de género del 10% al 22,5% entre 2007 y 2019. En los últimos 30 años ha avanzado el alcance de los proyectos en materia de género. En el decenio de 1990, los proyectos se centraban en la formación sanitaria materno-infantil. En el decenio de 2010, los proyectos se fueron centrando en el marco institucional y la creación de capacidad. Desde 2018, los proyectos se centran en una estrategia sectorial basada en un enfoque transformativo que permita a las mujeres convertirse en "agentes de cambio" (Corea).

11.5. Actividades regionales específicas centradas en el empoderamiento social y económico de las mujeres, con inclusión de la mejora de la productividad agrícola, las cadenas de valor agrícolas, el perfeccionamiento de los recursos humanos y la formación profesional en África. Las actividades incluyen asimismo estudios sobre la Ayuda para el Comercio en África, en los que se pone de relieve la necesidad de que haya proyectos de Ayuda para el Comercio a medio y largo plazo con una duración mínima de tres años. Estos proyectos deben integrar además cuestiones transversales y estar en consonancia con los objetivos de política nacional de los países (Corea).

11.6. Proyecto en curso de desarrollo de indicadores sobre proyectos comerciales relacionados con el género a fin de que los donantes puedan evaluar los progresos realizados y los beneficios para las mujeres. Por ejemplo, en el caso del proyecto SheTrades West Africa, los indicadores deberían incluir el número de responsables de la formulación de políticas y de instituciones que recibieron formación y el número de mujeres agricultoras que se beneficiaron de la formación (Corea).

11.7. Vigilancia y evaluación de los programas de Ayuda para el Comercio utilizando un marco de vigilancia de los resultados de los programas de ayuda para evaluar si las cuestiones de género se han integrado de manera efectiva. Por ejemplo, Australia ha establecido un marco de vigilancia y evaluación en proyectos con asociados de la región del Índico y el Pacífico. Además, cada uno de sus proyectos del "Fondo de Ayuda para el Comercio Electrónico" se basa en un marco de vigilancia y evaluación que incluye indicadores de igualdad de género e inclusión. El 78% de las inversiones de Australia en el ámbito de la Ayuda para el Comercio en 2019-2020 tienen en cuenta el género de manera efectiva (Australia).

11.8. Integración de las cuestiones de género en los programas de asistencia y cooperación para el desarrollo, principalmente a través del fondo para la igualdad de género, que entraña la colaboración con otras organizaciones para proporcionar asistencia para el desarrollo específica y que tenga en cuenta las cuestiones de género (Australia).

11.9. Integración del género en la Ayuda para el Comercio: el empoderamiento de las mujeres debe ser una prioridad transversal en todos los programas de desarrollo. Las cuestiones de género deben integrarse en las consultas con los países asociados desde el comienzo mismo del diseño del programa. Deben establecerse instrumentos y directrices de carácter práctico para promover el empoderamiento económico de las mujeres e impulsar la igualdad entre los géneros, con una vigilancia y una evaluación sólidas que permitan medir los resultados y generar una base empírica. Hay que tratar de aumentar los datos desglosados por sexo y por género, a fin de crear una referencia y proporcionar indicadores para vigilar los progresos, adaptar las intervenciones y evaluar los resultados. Se debe promover la inversión en conocimientos sobre las cuestiones de género y el comercio para facilitar el análisis en profundidad de las limitaciones, las oportunidades y los riesgos y fortalecer las capacidades de los asociados para llevar a cabo ese análisis (Australia).

11.10. Iniciativa de Ayuda para el Comercio de los Estados Árabes (AFTIAS): la segunda fase, la AFTIAS 2.0 (USD 40 millones) se puso en marcha en 2019 con el objetivo general de crear un entorno para el comercio internacional en la región árabe que sea más eficiente e inclusivo, que ofrezca oportunidades de empleo y contribuya al desarrollo sostenible. Veintidós países árabes se benefician de este programa, entre ellos seis PMA. El programa tiene por objeto específicamente

aumentar el nivel del comercio intrarregional, aumentar la integración de los países árabes en la cadena de valor mundial y hacer que el comercio internacional sea inclusivo para las mujeres, los jóvenes y las personas pobres. Por lo tanto, para alcanzar estos objetivos, la AFTIAS 2.0 se basa en tres pilares: i) mejorar el acceso a los mercados; ii) eliminar las limitaciones del lado de la oferta; y iii) aumentar la inclusividad del comercio para los grupos desfavorecidos. La AFTIAS actúa a través de cinco mecanismos de financiación centrados, entre otras cuestiones, en la eliminación de los obstáculos no arancelarios, la innovación empresarial, la capacidad tecnológica de las empresas, el acceso a la financiación del comercio o el apoyo a las mujeres para que aumenten su participación en las cadenas de valor y el comercio internacional. La AFTIAS 2.0 abarcará una amplia gama de diferentes tipos de intervenciones innovadoras que fomentarán una mayor inclusividad del comercio (por ejemplo, el apoyo a los sectores exportadores y las cadenas de valor que favorecen el aumento del empleo femenino); o el desarrollo de las aptitudes de las mujeres para darles más flexibilidad y poder para negociar los salarios y mejorar las condiciones de trabajo). Las actuaciones de la AFTIAS en respuesta a la COVID-19 también se centran en las mujeres. Por ejemplo, hay actuaciones que consisten en identificar y apoyar la eliminación de los obstáculos jurídicos, reglamentarios, financieros, institucionales y de otro tipo a la participación de las mujeres en importantes cadenas de valor intrarregionales especialmente afectadas por la pandemia. Las intervenciones en el marco de la AFTIAS 2.0 darán prioridad a las medidas de apoyo a las mujeres. Por ejemplo, en los criterios de selección de los proyectos, se presta especial atención a la ayuda de las mujeres, con una ponderación del 30% del total (BISD e ITFC).

11.11. La igualdad de género se ha integrado en toda la Ayuda para el Comercio (Unión Europea).

12 NORMAS Y GÉNERO

12.1. Taller internacional de la ISO para la elaboración de la norma 34: nuevas definiciones normalizadas de las expresiones "empresa propiedad de mujeres" y "empresa dirigida por mujeres". Estas definiciones forman parte del resultado del taller internacional de la ISO para la elaboración de la norma 34 (IWA 34) celebrado en 2021. El acuerdo alcanzado permite a Gobiernos, organizaciones y empresas apoyar mejor los esfuerzos por generar datos coherentes y compatibles a nivel internacional en lo que respecta al espíritu de empresa de las mujeres e identificar las carencias a las que se enfrentan las mujeres en esa esfera, así como facilitar el intercambio de conocimientos. Se presta asistencia técnica a las partes interesadas para ayudar a aplicar el acuerdo alcanzado en el taller (ISO, Instituto Sueco de Normalización e ITC).

12.2. Plan de acción para el intercambio de información, la colaboración y la facilitación de la cooperación mundial en cuestiones de género y normas. Se está estableciendo un Grupo Informal de Coordinación de Cuestiones de Género dentro del órgano de elaboración de normas con el fin de aumentar la sensibilización; y se está pasando revista a las medidas en materia de género y debatiendo la cuestión (UE-CEN-CENELEC).

12.3. Inclusión de las cuestiones de género en la elaboración de normas: es necesario un mínimo del 30% de participación de mujeres para evitar la marginación y mejorar los resultados de la elaboración de normas (Canadá).

12.4. Tres esferas fundamentales de trabajo en materia de género y normas: i) representación por géneros; ii) sensibilidad en cuestiones de género y divulgación; y iii) promoción. Un ejemplo de normas que tienen en cuenta la perspectiva de género son las que regulan la ropa de trabajo de las mujeres para tomar en consideración las dimensiones específicas de las mujeres (Sudáfrica).

12.5. SheTrades, normas y género: apoyar a las empresas de propiedad de mujeres a cumplir las normas, respaldar la participación de las mujeres en la formulación y la aplicación de las políticas comerciales. Entre las dificultades a las que se enfrentan las mujeres para cumplir las normas figuran las relativas a la poca conciencia o la escasez de conocimientos para seleccionar normas adecuadas, la falta de financiación, la capacidad técnica, el idioma y los recursos humanos, así como la falta de una definición universalmente aceptada de los conceptos de "empresas propiedad de mujeres" o "empresas dirigidas por mujeres" (ITC).

12.6. La Iniciativa de Normas Técnicas con Perspectiva de Género tiene por objeto reforzar el uso de las normas y los reglamentos técnicos como poderosas herramientas para la consecución del ODS 5, integrar una perspectiva de género en la elaboración de las normas y los reglamentos

técnicos y crear indicadores y criterios de género útiles en la elaboración de normas. A estos efectos, en el marco de la Iniciativa, se formuló la Declaración sobre la Integración de Perspectiva de Género en las Normas Técnicas y Estándares en virtud de la cual los signatarios (que son principalmente organismos de normalización) se comprometen a crear y aplicar planes de acción de género para apoyar procesos de elaboración de normas más equilibrados e inclusivos en lo que respecta al género, y a fomentar la integración de una perspectiva de género en las propias normas. Con miras al futuro, la Iniciativa está preparando algunos proyectos, entre ellos, los relativos a la puesta en marcha de una plataforma de formación en línea, la creación de un inventario de normas que propician la consecución del ODS 5, el establecimiento de centros de coordinación para las cuestiones de género en los organismos de normalización y la realización de formaciones sobre incorporación de una perspectiva de género (CEPE).

13 CREACIÓN DE CAPACIDAD

13.1. Un programa de creación de capacidad en Europa Oriental, América Latina, Asia Central, Asia Sudoriental, África y Oriente Medio para mejorar el entorno jurídico de las empresas en todo el mundo. El programa ayuda a los Gobiernos a elaborar y aplicar reformas jurídicas en la esfera del comercio que favorezcan su desarrollo económico y eliminen los obstáculos al comercio y la inversión. Asimismo, se apoya el empoderamiento económico de las mujeres a través del comercio digital, la observancia de los contratos, la contratación pública y el comercio y la tecnología. El programa también se centra en la gestión empresarial para aumentar la transparencia de los estatutos, la representación de las mujeres en los consejos, el fortalecimiento de los derechos de propiedad intelectual y la formación de mujeres para registrar marcas de fábrica o de comercio, derechos de autor y patentes. Se promueve la observancia de los contratos desarrollando la capacidad de las mujeres para negociar contratos, comprender los contratos comerciales y utilizar el sistema judicial para hacer cumplir los contratos. Las mujeres también reciben formación para negociar contratos de licencia. Por ejemplo, este programa se puso en práctica en Túnez para mejorar específicamente el acceso de las mujeres a los mercados de artesanía y ayudar a mejorar las plataformas en línea. También se puso en marcha el grupo de mujeres del Asia Central, que sirve de plataforma para la creación de redes de empresarias y mujeres líderes empresariales de la región de Asia Central. Esta plataforma fomenta el intercambio de experiencias relacionadas con el comercio entre empresarias (Estados Unidos - Programa de Desarrollo del Derecho Mercantil).

13.2. Apoyo técnico específico a Bangladesh, Ghana, Kenya, Lesotho, Mauricio, Nigeria, Sierra Leona, Gambia, Uganda y Zambia para integrar el género en sus estrategias nacionales de aplicación de la Zona de Libre Comercio Continental Africana (AfCFTA), las leyes, políticas y reglamentos de contratación pública, las estrategias nacionales de exportación, las políticas dirigidas a las mipymes y los paquetes de estímulo frente a la COVID-19 (ITC).

13.3. Cursos sobre comercio y género organizados por organizaciones internacionales:

- a. Tres tipos de cursos en línea desarrollados por la UNCTAD: el curso normal de tres módulos; el curso por zonas geográficas, con un módulo adicional sobre cuestiones de comercio y género en una región y un grupo de países específicos (por ejemplo, el COMESA, el MERCOSUR o los PMA); y el curso temático sobre las repercusiones en el género de la mejora de la tecnología en la agricultura. Asistieron a los cursos alrededor de 1.500 participantes (40% hombres, 60% mujeres) de 154 países. Los participantes evaluaron los cursos positivamente, y declararon que utilizan en su trabajo los conocimientos adquiridos para incluir una perspectiva de género. La UNCTAD también desarrolló un programa de creación de capacidad destinado a impulsar la capacidad empresarial de las mujeres.
- b. Asistencia técnica de la OMC sobre comercio y género: en marzo de 2019 se puso en marcha el módulo de formación de la OMC sobre comercio y género. Entre 2019 y 2020, se impartieron 13 cursos, así como charlas y seminarios en línea. La Secretaría de la OMC ha elaborado la nueva estrategia de formación para 2021-2026 a fin de ayudar a los funcionarios de los Gobiernos de la OMC en su labor en la esfera del comercio y el género. La formación seguirá sensibilizando acerca de los vínculos entre el comercio y el género y dará una nueva perspectiva sobre la forma en que el comercio puede repercutir en el empoderamiento económico de las mujeres. Ayudará a los funcionarios a comprender por qué las normas comerciales no son neutras en lo que respecta al género y qué hace que no lo sean, y cómo pueden aplicarse los acuerdos comerciales

de la OMC con una perspectiva de género que tenga efectos positivos en las mujeres. Los ayudará a integrar el género en sus políticas comerciales mediante un conjunto de siete instrumentos concretos de política comercial y de género. El nuevo programa de formación se impartirá en cuatro unidades: 1) el curso sobre comercio y género de la OMC que se imparte periódicamente; 2) cursos destinados a los delegados en Ginebra; 3) cursos electrónicos sobre cuestiones específicas; y 4) actividades nacionales. Además, se creará una red de pasantes para fomentar el intercambio de información y experiencias sobre la integración del género en las políticas comerciales.

13.4. Creación de capacidad para empresarias por empresarias - Centro Internacional de Comercio y Tecnología de Mujeres Empresarias (WE ITTC): WE ITTC es la primera iniciativa de este tipo, y combina muchos servicios relacionados con el comercio para mujeres empresarias. El proyecto creará un centro de exposiciones y comercialización para ayudarlas a comerciar; les ofrecerá la posibilidad de mostrar y vender sus productos, así como diversos servicios, como instalaciones de pruebas para ver si se cumplen las normas y los requisitos de certificación, un centro de envasado y etiquetado, y proveedores de servicios de seguros y despacho de aduana. Esos servicios se delegarán en organismos especializados de apoyo. Además, el centro proporcionará a las empresarias formación sobre los procedimientos de importación/exportación. El centro estará abierto únicamente a las empresarias de las regiones de Asia Meridional y de Asia Sudoriental. Se establecerán intercambios entre países y regiones con centros similares. WE ITTC proporcionará un sistema de apoyo a las empresarias para que desarrollen productos innovadores que puedan llegar a los mercados regional e internacional, a menudo sobre la base de los conocimientos tradicionales de las mujeres acerca de las plantas y medicamentos (como el yacón en Bhután, el lapsi en Nepal o las algas comestibles en Maldivas). WE ITTC establecerá además una plataforma regional de comercio electrónico que abarcará Asia Meridional y Asia Sudoriental. En el último año, debido a la pandemia de COVID-19, en la India y en la región se han desarrollado muchas empresas de logística y sistemas de pago en línea. La plataforma se basará en esta nueva tendencia para atraer a los asociados a trabajar con mujeres empresarias. Además, se integrará en la plataforma un sistema de entrega de última milla, en el que los clientes podrán indicar sus evaluaciones, a fin de ofrecer los mejores socios posibles a las empresarias. Por último, el proyecto incluirá un programa de formación de dos años para jóvenes graduadas en comercio internacional o en economía para que se conviertan en consultoras comerciales profesionales y trabajen con otras empresarias (Asociación de Mujeres Empresarias de la India (ALEAP) y Foro de Asia Meridional para el Desarrollo de las Mujeres (SAWDF)).
