

CARTILLA PARA LA INCLUSIÓN DEL ENFOQUE
DE GÉNERO PARA LAS MUJERES EN EL CICLO
DE PLANEACIÓN Y PRESUPUESTACIÓN

Sector Comercio, Industria y Turismo



TRAZADOR PRESUPUESTAL PARA LA EQUIDAD DE LA MUJER



El futuro
es de todos

DNP
Departamento
Nacional de Planeación



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

BOGOTÁ D.C 2020

Dirección de Desarrollo Social
Subdirección de Género

**Cartilla para la inclusión del enfoque
de género para las mujeres en el ciclo
de planeación y presupuestación**

Sector Comercio, Industria y Turismo

Trazador presupuestal para la equidad de la mujer

Elaboró:

Juanita Bernal López
Patricia Osorio Borrero

Revisó:

Rocío M. Ocampo Lillo



La diagramación de este documento es posible gracias al generoso apoyo del pueblo de los Estados Unidos a través de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). Los contenidos son responsabilidad de la Subdirección de Género del Departamento Nacional de Planeación y no reflejan necesariamente las opiniones de USAID o del Gobierno de los Estados Unidos.

Contenido

| | |
|---|----|
| Introducción | 6 |
| 1 Antecedentes | 8 |
| 2 Conceptos clave y marco conceptual de enfoque de género y de planeación y presupuestación con enfoque de género | 11 |
| 3 Contextualización del sector de Comercio, Industria y Turismo frente a la equidad de género | 15 |
| 4 Aterrizaje de la guía de incorporación del enfoque de género en el ciclo de planeación al sector de Comercio, Industria y Turismo | 21 |
| 4.1 Emprendimiento | 25 |
| 4.2 Formalización y productividad | 30 |
| 4.3 Financiamiento | 37 |
| 4.4 Acceso a mercados | 40 |
| 4.5 Turismo | 43 |
| Recomendaciones institucionales | 49 |
| Referencias | 52 |
| Anexos | 54 |

Introducción

Aunque el país ha avanzado en reducir las brechas entre hombres y mujeres todavía persisten en Colombia desigualdades y distintas formas de discriminación contra las mujeres. Para lograr el cierre efectivo de estas brechas y garantizar los derechos de las mujeres es necesario abordar de manera integral y desde todo el accionar del Estado, las problemáticas que profundizan o mantienen la desigualdad y que impiden el desarrollo no solo de las mujeres sino de toda la sociedad en su conjunto. Ello implica incorporar las necesidades diferenciales de hombres y mujeres y sus problemáticas específicas en todo el ciclo de la política pública, reconociendo que las políticas y proyectos adelantados por el Estado no son neutrales al género.

En el marco del avance hacia este objetivo, el Departamento Nacional de Planeación ha adelantado diferentes estrategias enfocadas en fortalecer las competencias de los actores institucionales en torno a la planeación y presupuestación con enfoque de género. Como parte de este trabajo se definió la ***Guía para la inclusión del enfoque de género para las mujeres en el ciclo de planeación de las políticas públicas y uso del trazador presupuestal para la equidad de la mujer*** que presenta elementos generales para la incorporación del enfoque de género a lo largo del ciclo de las políticas públicas y la utilización del Trazador Presupuestal para la Equidad de la Mujer como herramienta para la identificación de los recursos de inversión y funcionamiento dirigidos precisamente al cierre de brechas de género y la garantía de los derechos de todas las mujeres.

Con el fin de profundizar en la incorporación de la perspectiva de género en los procesos de planeación y presupuestación del sector de Comercio, Industria y Turismo, de manera mucho más específica se presenta la siguiente ***Cartilla Sectorial de Planeación y Presupuestación con Enfoque de Género***, como complemento a la Guía ya construida. Este documento presenta en su primera parte los antecedentes políticos y normativos del nivel nacional e internacional relacionados con el tema. En segundo lugar, se resumen algunos conceptos clave para el abordaje del enfoque de género, con ejemplos concretos del sector.

El tercer apartado hace una contextualización del sector con la identificación de sus principales líneas misionales y estratégicas, así como los lineamientos internacionales en torno al comercio, la industria, el turismo y los temas de género.

El cuarto capítulo desarrolla los lineamientos de la Guía general desde el contexto específico del sector, planteando para cada línea estratégica: i.) los principales indicadores y preguntas a tener en cuenta en el diagnóstico para identificar brechas y problemáticas de género relacionadas con el comercio, la industria y el turismo ii.) las brechas generales de género, alternativas de solución y posibles objetivos a definir que estén orientados al logro de la equidad de género iii.) posibles actividades asociadas a productos e indicadores de la MGA que pueden incluirse en la formulación o ajuste de proyectos e iniciativas públicas para que incorporen la perspectiva de género. Por último, en el capítulo quinto se presentan las recomendaciones relacionadas con arreglos institucionales para adelantar procesos de planeación y presupuestación con enfoque de género.

1

Antecedentes

A nivel internacional existe un amplio marco normativo que resalta la importancia de contar con procesos de planeación y construcción de presupuestos que incorporen la perspectiva de género, es decir, que consideren las necesidades e impactos diferenciales que tienen las políticas, programas y proyectos en mujeres y hombres. En primer lugar, está la Plataforma de Acción de Beijing que propone incluir en las decisiones presupuestarias sobre políticas y programas el enfoque de género, así como tomar medidas pertinentes para revisar sistemáticamente la manera en que las mujeres se benefician de los gastos del sector público. La Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer – CEDAW (2013) recomienda a Colombia mejorar los niveles de coordinación y de rendición de cuentas. Así mismo, en el Consenso de Santo Domingo 2013 se acordó adoptar presupuestos con enfoque de género como eje transversal para la asignación de fondos públicos, y garantizar que sean suficientes, estén protegidos y cubran todos los ámbitos de la política pública, con el fin de alcanzar las metas de igualdad y justicia social y económica para las mujeres.

Por otro lado, la Agenda 2030, en el ODS 5, define como indicador que los países cuenten con sistemas para realizar seguimiento a las acciones para la igualdad de género y que destinen recursos públicos para este mismo fin. Por su parte, la Estrategia de Montevideo para la implementación de la Agenda Regional de Género en el marco del Desarrollo Sostenible hacia 2030 define medidas en torno a la destinación de presupuestos específicos por entidades, de carácter intransferible, progresivo y suficiente, así como la incorporación de la perspectiva de género en la planificación y presupuestación nacional y territorial.

Finalmente, a nivel internacional, la OCDE recomendó en el año 2015 la integración de la perspectiva de género en las diferentes fases del ciclo presupuestario, en todos los niveles de gobierno y administración.

Gráfico 1. Marco normativo internacional sobre planeación y presupuestos sensibles al género

A nivel nacional, el **Conpes 161 de Política Pública de Equidad de Género para las Mujeres**, recomendó el diseño de una metodología para identificar los recursos destinados a hombres y mujeres de manera diferenciada en los procesos de gasto público. A partir de este lineamiento, el Departamento Nacional de Planeación crea el clasificador presupuestal de género para identificar los recursos de los proyectos de inversión destinados a la equidad de género. Más adelante con la **Ley 1955 de 2019 por la cual**

se expide el Plan de Desarrollo 2018-2022, se establece, además, la definición de un Trazador Presupuestal de Equidad para la Mujer, el cual reemplaza al clasificador ya mencionado y es adoptado también por el Ministerio de Hacienda para identificar los recursos de funcionamiento. Esta misma Ley define que las entidades del nivel nacional presentarán anualmente un informe de las asignaciones presupuestales y resultados para la equidad de las mujeres, identificadas en dicho trazador.

2

Conceptos clave y marco conceptual de enfoque de género y de planeación y presupuestación con enfoque de género

Para incorporar el enfoque de género en las políticas, programas y proyectos y en la construcción de presupuestos públicos, es importante comprender algunos conceptos clave relacionados con este enfoque.

El primero de ellos es la diferencia entre **sexo y género**, entendiendo que el primero refiere a unas características fisiológicas determinadas al momento del nacimiento y el segundo a los roles sociales asociados a lo masculino y a lo femenino. Esta diferencia resulta importante, pues son esas construcciones sociales y los roles asignados a mujeres y hombres desde un ámbito cultural, político, económico y social, los que por lo general definen y perpetúan condiciones de desigualdad entre unos y otras. Por ejemplo, los roles establecidos en muchos contextos sociales asignan al hombre el papel de proveedor y de responsable de la esfera productiva y a las mujeres la responsabilidad de las tareas reproductivas. Este tipo de responsabilidades pueden influir en las condiciones de las mujeres para movilizarse en la esfera pública, es decir, tener redes de contactos y mayor conocimiento del mercado. También puede impactar su confianza en las propias capacidades para desarrollar iniciativas productivas propias,

por ejemplo. Estas condiciones no están definidas por unas características fisiológicas asociadas al sexo de la persona, más bien, a **estereotipos** que se replican con la educación y las prácticas culturales.

Otra diferenciación importante es aquella entre igualdad y equidad de género. Aunque estos conceptos son utilizados de manera indiferente en algunos casos, refieren a cosas distintas. La **igualdad** hace referencia a que mujeres y hombres tengan los mismos derechos y las mismas oportunidades. La **equidad** implica aplicar un trato justo y diferenciado, de acuerdo con las necesidades e intereses diferentes de mujeres y hombres, para así alcanzar la igualdad. La valoración diferente de los roles de lo masculino y lo femenino ha favorecido sistemáticamente a uno de los dos grupos, manteniendo condiciones de desigualdad en contra de las mujeres. Estas condiciones de desigualdad se ven reflejadas en brechas de género, las cuales son diferencias objetivas entre hombres y mujeres en las condiciones de vida y en el acceso a bienes, servicios e instituciones fundamentales para su desarrollo. Por ejemplo, en el campo del emprendimiento o del desarrollo empresarial existen diferencias no solo en el número de emprendimientos creados

por mujeres y hombres, sino en el tipo de empresas y su capacidad de sostenibilidad. La brecha en la Tasa de Actividad Emprendedora fue de tan solo 1 punto a favor de los hombres. Sin embargo, los emprendimientos de las mujeres, a diferencia de los de los hombres, responden en su mayoría a la necesidad, son más pequeños y tienden a tener menor potencial de crecimiento (Emprendedores en Crecimiento Tomo I, 2015).

Incorporar el enfoque de género en las acciones del sector implica llevar a cabo un análisis de las necesidades diferenciales de mujeres y hombres y los posibles impactos distintos que pueden tener

las políticas e unas y otros. Esto quiere decir que este análisis requiere de una mirada transversal de las problemáticas y retos del sector, para detectar en todas ellas las brechas y potencialidades referentes al género. En este ejercicio es importante tener en cuenta que la planeación y presupuestación con enfoque de género puede requerir de **acciones afirmativas**, que son medidas dirigidas a favorecer a determinadas personas o grupos con el fin de eliminar o reducir desigualdades históricas¹, y acciones de transversalización que implican aplicar los “lentes” de género a las diferentes políticas del sector.

Gráfico 2. Consideraciones clave en la planeación y presupuestación con enfoque de género



NO pretende producir una planeación o presupuesto separado para las mujeres.



Reconocen que las políticas, programas, proyectos y presupuestos **NO SON NEUTRALES AL GÉNERO**, es decir, por el contrario tienen impactos diferenciados en mujeres y hombres.



RECONOCEN necesidades, intereses y contribuciones diferenciadas en producción de bienes y servicios de mujeres y hombres.



NO es un grupo de proyectos con población beneficiaria desagregada por sexo.



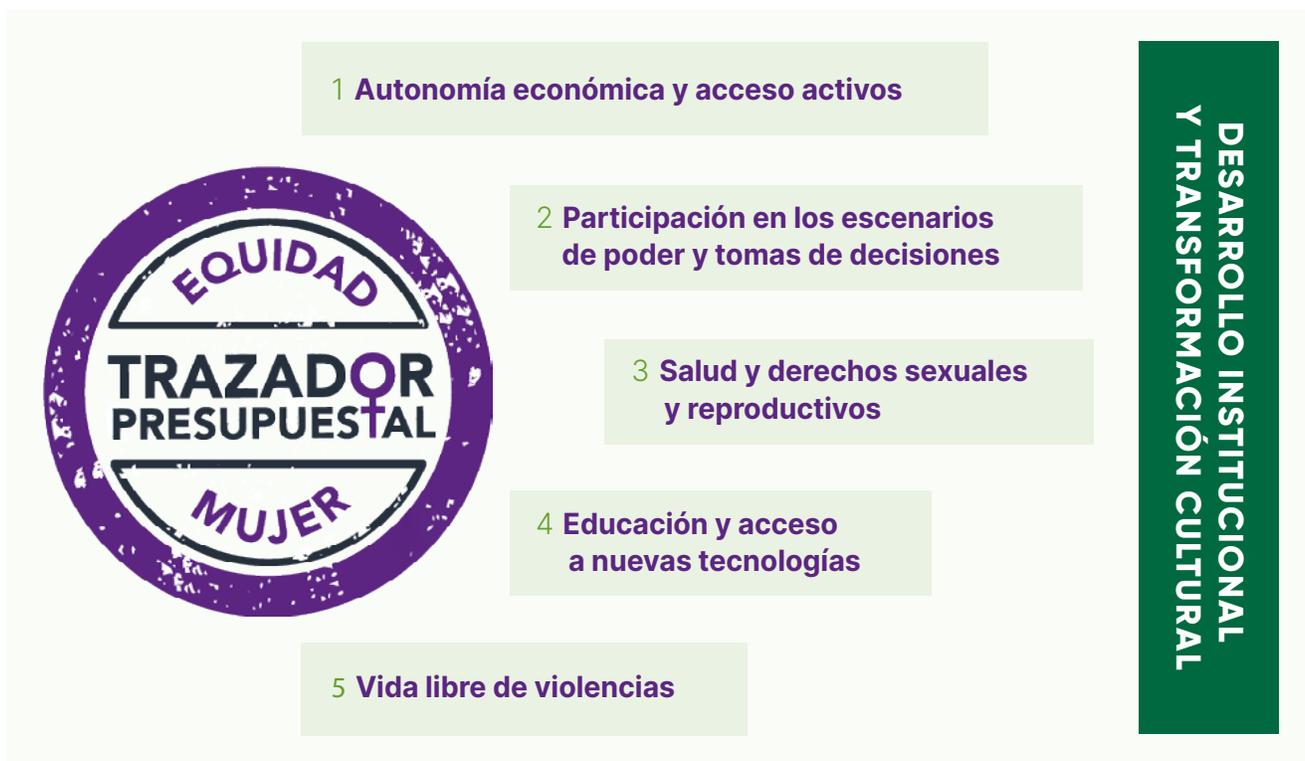
NO refiere solamente a un grupo de proyectos con acciones afirmativas a las mujeres sin análisis de género en el resto del proyecto.

¹ Estas pueden referir al conjunto de acciones legislativas y administrativas de carácter temporal, coherentes con el propósito de remediar situaciones de desventaja o exclusión y discriminación de un grupo humano, en algún aspecto de su vida. (Greenwalt, 1983)

El Trazador Presupuestal De Equidad para la Mujer

El Trazador permite identificar qué proyectos e iniciativas y con qué asignación presupuestal de inversión o funcionamiento, contribuyen al logro de la equidad para las mujeres; es decir cuáles de estos, desde la incorporación de la perspectiva de género, se orientan a cerrar las brechas de género y

a garantizar los derechos de las mujeres. El Trazador Presupuestal de Equidad para la Mujer tiene cinco categorías y una subcategoría, que corresponden a las líneas generales de acción planteadas por la Política de Equidad de Género para las Mujeres así:



Fuente: Subdirección del Género del DNP

Claves para la marcación de proyectos e iniciativas (DNP,2020):

- ✓ Que tengan como beneficiaria a toda la población y que tengan en consideración las necesidades y situación de las mujeres, los roles de género y sus efectos en las decisiones tomadas por hombres y mujeres.
- ✓ Que establezcan objetivos para responder a dichas condiciones.
- ✓ Orientados a construir políticas o lineamientos para la equidad de género para las mujeres.

- ✓ Que tengan como beneficiaria únicamente la población de mujeres, que incorporan la perspectiva de género, es decir tienen en cuenta su situación, condiciones de desigualdad, roles asumidos y potenciales de las mujeres.
- ✓ Orientados a garantizar los derechos de las mujeres que pueden tener o no como beneficiaria a esta población de manera directa. (Por ejemplo, sensibilización de personal para atención a las mujeres).
- ✓ Que se orienten a producir información que permita hacer análisis de género en cualquier sector.
- ✓ Que fortalezcan la institucionalidad para la garantía de los derechos de las mujeres.
- ✓ Que tengan un componente específico que aborda los asuntos de la equidad de género.

Errores frecuentes

- Dividir los recursos de un proyecto dirigido a la población de acuerdo a cuántos hombres y mujeres se atienden, sin consideraciones de las necesidades y particularidades diferenciales.
 - Asignar un porcentaje de recursos a un proyecto general de acuerdo al porcentaje de población total de las mujeres. Por ejemplo, asignar a un proyecto que no cuenta con perspectiva de género el 51% de los recursos porque en el país el 51% de la población corresponde a mujeres.
-

3

Contextualización del sector de Comercio, Industria y Turismo frente a la equidad de género

El Foro Económico Mundial, como escenario anual de debate sobre objetivos comunes enfocados en el progreso y en la construcción de un mundo mejor, en su informe 2018 “Creando futuro compartido en un mundo fracturado” planteó que al ritmo antes de la crisis sanitaria, social y económica generada por la pandemia del Covid-19, nos tomaría 202 años cerrar la brecha económica entre mujeres y hombres, hoy serían 55 años más² (Roy, 2020). Lo que nos pone en un escenario de máxima prioridad frente a una política comercial inclusiva.

“Los hombres y las mujeres se ven afectados de forma distinta por las tendencias asociadas a la globalización y, en particular, por las políticas comerciales, financieras y fiscales debido a que ocupan posiciones desiguales como agentes económicos en cuanto que trabajadores o trabajadoras, consumidores o consumidoras, empresarios o empresarias y responsables (o no) del trabajo no remunerado y de cuidados”. (CEPAL, 2019 pp. 55)

Un ejemplo concreto de esto lo plantea la OCDE³ frente a las probabilidades en un 50% inferiores de las mujeres para gestionar un emprendimiento, pero también la posibilidad más reducida de crear empleo para otras personas, y su subrepresentación en sectores intensivos en tecnología. Como Política Pública destaca la OCDE el apoyo a las mujeres emprendedoras desde diferentes conceptos como: asistencia personalizada, el aprendizaje entre pares, la construcción de redes de mujeres emprendedoras, y formación en medios digitales.

En términos de empleo, la participación de las mujeres es alta, particularmente en las microempresas, lo que hace de este un escenario propicio para promover la autonomía económica de las mujeres e introducir acciones para construir igualdad entre mujeres y hombres desde este Sector con alto impacto en la garantía de derechos de las mujeres en lo atinente a su carácter indivisible.

² Ver nota completa en <https://es.weforum.org/agenda/2020/04/aqui-se-explica-como-lograr-la-igualdad-de-genero-despues-de-la-pandemia/>

³ Ver ¿Cómo pueden más mujeres tener habilidades adecuadas para iniciar un negocio con éxito?. Marzo 2020. En <http://www.oecd.org/gender/data/how-can-more-women-have-the-right-skills-to-successfully-start-a-business.htm>

El empoderamiento económico de las mujeres hace posible el crecimiento económico sostenible garantizando bienestar para todas y todos.

Algunas cifras en Colombia⁴ con relación a las brechas de género adversas a las mujeres que se expresan en este sector, evidencian lo siguiente:

- Tasa de emprendimiento por oportunidad, (Iniciativas con potencial de escalabilidad, generadoras de empleos de calidad y riqueza, de mayor crecimiento) el 72% de los emprendedores son hombres y el 28% son mujeres
- **Las mujeres emprendedoras tienden a operar negocios pequeños**
- Los negocios creados por mujeres tienden a tener menor potencial de crecimiento
- **Con frecuencia la sociedad y nuestra cultura no apoyan a las mujeres emprendedoras**
- Las mujeres tienden a percibir que tienen vacíos en habilidades emprendedoras
- **Las mujeres tienen mayores dificultades para acceder a financiación que los hombres.**
- Las mujeres tienden a tener redes de contacto pequeñas y menos efectivas
- **Mujeres son el 18% de miembros de juntas directivas y el 7% de cargos de presidencia⁵.**

La labor está por lograr que las políticas públicas en la materia ubiquen la igualdad entre mujeres y hombres como barrera prioritaria a superar, y transformar la incertidumbre y ajustes que se plantean sobre la marcha al sistema productivo, en oportunidades para la garantía plena de derechos a las mujeres y las niñas. Pues tal como lo afirma la OECD “las brechas de género implican grandes pérdidas para la economía, la productividad y la calidad de vida”. (OECD, 2016, pág. 39).

Algunas de las medidas para empoderar a las mujeres en el Sector, tomadas por países miembros de la OMC y reportadas en sus informes 2014-2015 se recogen en la publicación Comercio Internacional. Herramientas de política comercial para contribuir a la igualdad de género, así:

⁴ Ver en Emprendedores en Crecimiento, tomo I – 2015

⁵ Ranking PAR 2019, elaborado por Aequales. Ver informe completo en <https://par.aequales.com/informes/informe-ranking-par-colombia-2019.pdf>

| Sector o área | Tipo de medida- Objetivo de igualdad de género |
|--|---|
| Compras públicas | <p>Cuota o preferencia a favor de empresas lideradas por mujeres</p> <hr/> <p>Preferencia en adjudicación de contratos a empresas con políticas de igualdad de género</p> <hr/> <p>Leyes que prohíben discriminación de género en adjudicación de contratos</p> |
| Agricultura | <p>Capacitación a agricultores sobre género (uso subsidios caja verde)</p> <hr/> <p>Capacitación a mujeres agricultoras (uso subsidios caja verde)</p> <hr/> <p>Capacitación en temas sanitarios y fitosanitarios para facilitar acceso a mercados internacionales</p> <hr/> <p>Seguridad alimentaria y ayuda de alimentos</p> <hr/> <p>Subsidio a insumos para mujeres agricultoras pobres</p> |
| Medidas que afectan la producción y el comercio | <p>Fondos de financiamiento o apoyo a mujeres agricultoras pobres</p> <hr/> <p>Incentivos financieros para contratación de mujeres</p> <hr/> <p>Incentivos financieros a mipymes lideradas por mujeres</p> <hr/> <p>Incentivos para promover el empoderamiento de las mujeres en el sector exportador</p> |
| Medidas que afectan los procedimientos y requisitos de licencias de exportación e importación | <p>Procedimientos de licencias simplificados para mujeres empresarias</p> <hr/> <p>Información sobre composición de género de la empresa al solicitar la licencia</p> |

| Sector o área | Tipo de medida- Objetivo de igualdad de género |
|---|---|
| Servicios | <p>Acceso a mercado (modo 4) en servicios sociales para favorecer integración de mujeres a la fuerza de trabajo</p> <hr/> <p>Principio general de no discriminación que provee oportunidades de acceso a mercado en igualdad de condiciones (modo 4) para trabajadores empleados extranjeros sean mujeres u hombres</p> |
| Instituciones y toma de decisiones | Participación de ministerios o agencias gubernamentales encargados de la igualdad de género en la formulación e implementación de políticas comerciales |
| Estándares y normas técnicas | Estándares que regulan la igualdad de género en las empresas |

Fuente: CEPAL, 2019

Es así como, la incorporación del enfoque de género en las acciones del sector de Comercio, Industria y Turismo implica, como se mencionó en el apartado anterior, el conocimiento de la estructura, políticas, apuestas y retos del sector en su conjunto, para así contar con información que permita pensar acciones transversales orientadas a la equidad de género.

Este capítulo presenta una breve contextualización del sector, desde su estructura, sus líneas generales de trabajo, políticas y lineamientos sectoriales y de género, así como sus principales retos de frente al cierre de brechas de género y garantía de derechos de las mujeres.

Conformación del sector

El sector de Comercio Industria y Turismo está conformado por 10 entidades y se encuentra a

la cabeza del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Tiene así mismo, como Patrimonios Autónomos el Fondo Nacional del Turismo FONTUR, PROCOLOMBIA Exportaciones Turismo Inversión Marca País, INNpuls Colombia, y Colombia Productiva.

La cadena de producción pública del sector está centrada en tres grandes áreas (DAFP, 2018):

- 1. Promoción de la inversión:** extranjera, nacional y privada en la que intervienen entidades como Bancoldex, Procolombia, Fontur, el FNG entre otros.
- 2. Promoción de la competitividad:** trabajando en impulsar el desarrollo productivo, el emprendimiento, el fomento industrial y la creación y sostenibilidad de Pymes y MiPymes. En esta área tienen un papel importante,

además del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, entidades como Innpulsa, Colombia productiva, Artesanías de Colombia, Procolombia, la Superintendencia de Industria y Comercio y la de Sociedades, el Sistema Nacional de Competitividad y otras entidades de diferentes sectores como el SENA y privadas como Confecámaras.

3. Comercio interior y exterior: fortaleciendo las capacidades institucionales y empresariales y creando instrumentos y mecanismos. Están en esta área actores como Innpulsa, Colombia Productiva, las superintendencias, Bancoldex, Procolombia, Artesanías de Colombia, entre otras.

En el campo normativo el sector se guía por diversas leyes, decretos, documentos CONPES entre otros, que tienen que ver con la facilitación del comercio, el fortalecimiento de la competitividad y el turismo, el desarrollo empresarial y el aprovechamiento de las relaciones comerciales. En el anexo 1. se presentan algunos de los CONPES relacionados con el sector y sus principales apuestas. Es importante resaltar que solo en uno de ellos se hace mención explícita a la incorporación del enfoque de género.

Lineamientos estratégicos

Por otro lado, en lo relacionado con el sector comercio, industria y turismo, para el cuatrienio se contemplan en el Plan de Desarrollo 2018-2022 acciones relacionadas con las siguientes líneas (Gráfico 3):

Gráfico 3. Líneas principales del Sector Comercio, Industria y Turismo en el PND 2018-2022



Fuente: Plan de Desarrollo 2018-2022

En el mismo Plan de Desarrollo 2018-2022 en el Pacto de Equidad para las Mujeres se definen también acciones específicas relacionadas con el sector. Entre ellas se encuentran:

- **Dar las orientaciones necesarias para incorporar el enfoque de género para las mujeres en las estrategias del Gobierno nacional de emprendimiento rural y urbano enfocadas en la población más vulnerable⁶.**
- Promover clústeres y cadenas de valor de agroturismo dentro del concepto de turismo responsable y sostenible, integrando proyectos de desarrollo rural, agropecuario o ambiental existentes.
- **Acompañamiento a empresas de mujeres a través del Fondo Empodera y programa Aldea**
- Atención a mujeres a través del programa de atención a población vulnerable de Artesanías de Colombia.
- **Vinculación de mujeres víctimas a instrumentos de inclusión productiva para el fortalecimiento de sus iniciativas empresariales.**
- Promover la participación de mujeres en actividades de mentalidad y cultura

A partir de la información anterior se definen las siguientes líneas estratégicas sobre las que se abordará en el siguiente capítulo la inclusión del enfoque de género en el ciclo de planeación. Estas líneas hacen referencia a las etapas de desarrollo de la empresa. Adicionalmente, como una línea paralela se incluye la de turismo, considerando que este es un sector comercial altamente relevante, al que igualmente le aplican las mismas etapas de desarrollo empresarial:

- 1. Emprendimiento.**
- 2. Formalización y productividad**
- 3. Financiamiento**
- 4. Acceso a mercados**
- 5. Turismo**

⁶ Orientaciones donde también intervienen los sectores de Agricultura y de Inclusión Social

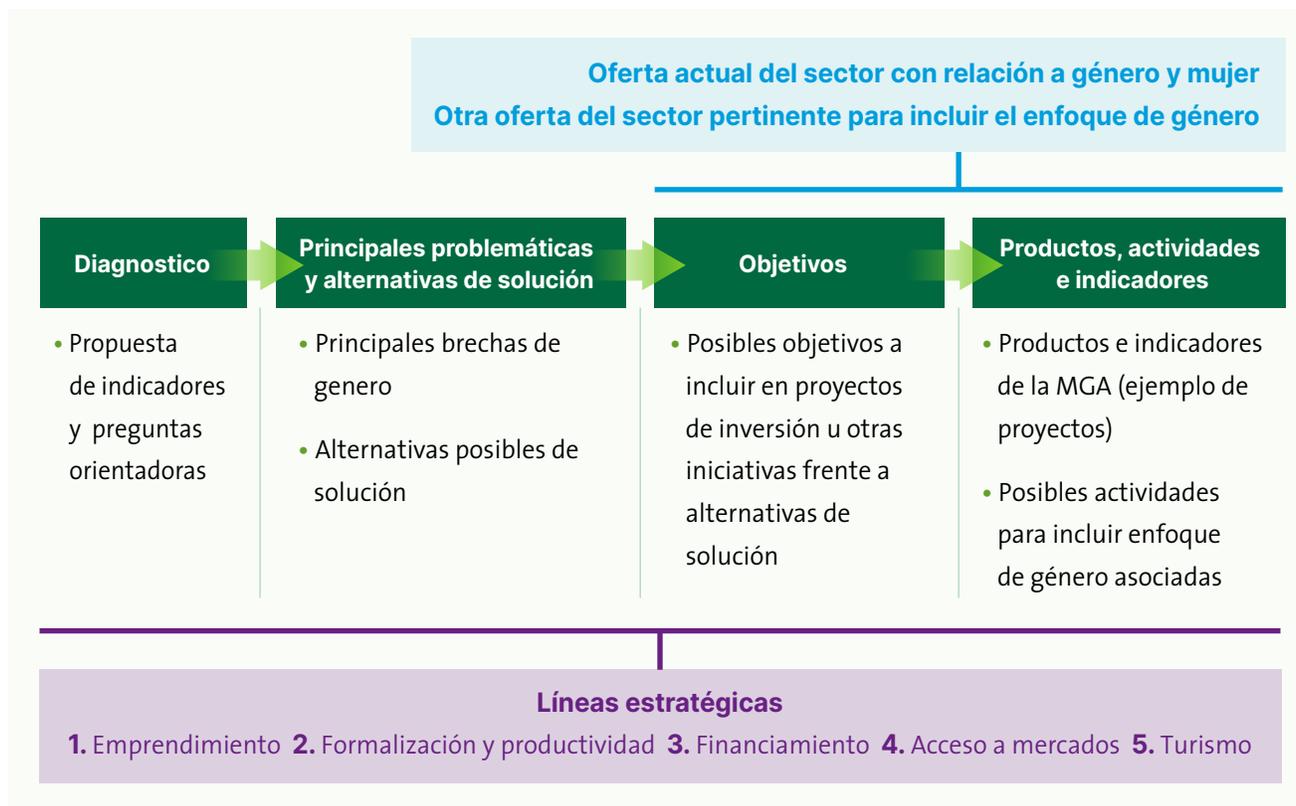
4

Aterrizaje de la guía de incorporación del enfoque de género en el ciclo de planeación al sector de Comercio, Industria y Turismo

A partir de las líneas estratégicas identificadas para el sector se presenta en este capítulo las orientaciones para la inclusión del enfoque de género en el ciclo de planeación, retomando algunos aspectos clave del mismo, a saber el diagnóstico o identificación de problemáticas y posibles

alternativas de solución, la definición de objetivos frente a los problemas y alternativas identificadas, la proposición de productos y actividades para lograr los objetivos y el establecimiento de indicadores para hacer seguimiento. El Gráfico 4. resume el abordaje mencionado.

Gráfico 4. Resumen inclusión enfoque de género en ciclo de planeación



Diagnóstico

El diagnóstico es un elemento fundamental para identificar las problemáticas específicas de género dentro del sector. Para ello es indispensable contar con información desagregada por sexo y otro tipo de información cuantitativa y cualitativa que permita entender las situaciones de partida

y diferentes necesidades de las mujeres en torno a las principales apuestas sectoriales. A continuación, se presentan indicadores de diagnóstico generales que sirven para realizar lecturas más amplias sobre las brechas de género.

Tabla No. 1 Indicadores sugeridos y preguntas orientadoras para diagnóstico de género en el sector Comercio, Industria y Turismo

| Indicadores sugeridos | Preguntas orientadoras |
|--|---|
| Tasa de incidencia de la pobreza extrema jefe de hogar mujer y hombre Trabajo de cuidado no remunerado Población desocupada según sexo Población inactiva según sexo | |
| Número de habitantes por sexo, por grupo etario. | ¿Cuántas mujeres y cuántos hombres, de qué edades están afectados por la situación a intervenir en territorios focalizados? |
| Jefatura de hogar por sexo. | ¿Cuántos hogares de los afectados por la situación a intervenir tienen jefatura femenina? |
| Incidencia de pobreza de tiempo por grupo de edad por sexo según estén ocupados o no | ¿Cuál es la pobreza de ingreso y de tiempo por sexo, en zona urbana y zona rural? ¿Tiene relación la pobreza de tiempo con la situación que esperamos intervenir? |
| Tasa educación técnica-tecnológica por sexo por departamento Tasa de graduación por áreas por sexo Cursos tomados por mujeres en el SENA relacionados con capacidades gerenciales por región | ¿Qué tanto se forman las mujeres en áreas y tipo de educación requerida para el desarrollo productivo del país? ¿Se están formando en las áreas con potencial económico? ¿Por qué? ¿Las áreas en que se están formando qué tanto potencial económico podría tener? (por ejemplo, cuidado) |

| Indicadores sugeridos | Preguntas orientadoras |
|---|--|
| <p>Tasa de participación en el mercado laboral por sector y sexo</p> <p>Tasa de desempleo por sector y sexo</p> <p>Tasa de informalidad por sector y sexo</p> <p>Brecha salarial por sector</p> | <p>¿Cuáles son las condiciones de las mujeres en el mercado laboral? ¿Qué potencial hay para impulsar el desarrollo empresarial? (creación de empresa y empleo)</p> |
| <p>Economía del cuidado. Tiempo destinado por las mujeres a labores no remuneradas</p> | <p>¿Cómo afecta la distribución inequitativa del tiempo dedicado a labores del cuidado y oficios del hogar a la productividad y a la posibilidad de creación de empresas por parte de las mujeres?</p> |
| <p>Acceso a recursos como la tierra, el capital, activos financieros y a tecnología</p> | <p>¿Tienen las mujeres las condiciones para iniciar negocios o fortalecer sus empresas?</p> |

Más adelante, se presentan para cada una de las líneas estratégicas los posibles indicadores de diagnóstico para tener en cuenta y las preguntas que pueden orientar el análisis de género. Es importante resaltar que lo que se presenta es una orientación para identificar problemáticas de género tanto para la formulación de nuevos proyectos o iniciativas, como para la identificación de posibles ajustes sobre las acciones en proyectos ya existentes (sobre los cuales solo es posible ajustar actividades).

Principales problemáticas, alternativas de solución y definición de objetivos

Para cada línea estratégica se presentan las principales brechas de género, de acuerdo con

estudios de carácter nacional e internacional. Esta información no agota todos los indicadores y preguntas orientadoras presentadas en el diagnóstico y tiene el objetivo de mostrar un panorama general de dichas brechas. A partir del diagnóstico y de la identificación de problemáticas de género relacionadas con el sector, es posible pensar en alternativas de solución o propuestas orientadas a cerrar las brechas existentes y a garantizar los derechos de las mujeres en el ámbito del comercio, la industria y el turismo. Las posibles alternativas de solución presentadas están sustentadas en recomendaciones de instancias o acuerdos nacionales e internacionales y en el estudio de experiencias en torno a dichos temas, y representan una propuesta que puede ser ampliada por el sector.

A partir de las consideraciones de género o alternativas de solución se presentan ideas de objetivos posibles, siguiendo la misma lógica de línea estratégica. Estos objetivos pueden ser incluidos en la reformulación de proyectos o iniciativas existentes, así como en la definición y formulación de nuevos proyectos e iniciativas.

Los objetivos deben dar cuenta del cambio que se espera lograr frente a la situación inicial y las brechas o discriminaciones de género identificadas. Se pueden hacer preguntas como: ¿Hay algún objetivo explícito de igualdad de género en el proyecto? ¿Los objetivos plantean un cambio respecto de las brechas o discriminaciones de género? ¿Se han identificado las beneficiarias y/o beneficiarios del proyecto? ¿Considera a hombres y mujeres y sus respectivos beneficios? ¿Puede cualquiera de los objetivos reducir las brechas de género y mejorar el acceso de hombres y mujeres a oportunidades, servicios, bienes y recursos en un sector determinado?

Productos, indicadores y actividades

Siguiendo el ciclo de planeación, se plantea la definición de actividades orientadas al cierre de las brechas de género identificadas y a la garantía de los derechos de las mujeres, en el marco de las líneas estratégicas planteadas para el sector. Teniendo en cuenta que en el catálogo de productos del Departamento Nacional de Planeación se cuenta con productos e indicadores que pueden ser asociados a los diferentes objetivos de los proyectos formulados, se presentan algunas actividades para incorporar la perspectiva de género, asociadas a dichos productos e indicadores. Cada una de estas actividades puede estar relacionada con diferentes proyectos de inversión existentes o con iniciativas del sector que estén financiadas por diferentes fuentes. Se presentarán algunos proyectos de inversión del sector en los que sería posible introducir este tipo de actividades, teniendo en cuenta que solo las actividades pueden ser ajustadas dentro del proyecto.

Consideraciones iniciales

Avances generales para la incorporación del enfoque de género en la gestión del sector

- Registro único Empresarial RUES. Estrategia “Estado Simple Colombia Ágil”. Fuentes de información adicional en el registro único empresarial.
- Cifras en materia de propiedad Intelectual-SIC. Indicadores que midan la participación de la mujer en distintos aspectos de la Propiedad Intelectual-PI. Superintendencia de Industria y Comercio ha incorporado en las solicitudes sobre PI un campo para recolectar información discriminada por género a partir de 2020.
- La Resolución N. 50576 de 2019 fija la reducción de tasas de Propiedad Intelectual. Decreto BIC: el Decreto 2046 de 2019 reglamenta la implementación de las Sociedades de Beneficio e Interés Colectivo (BIC), creadas mediante la Ley 1901 de 2018, uno de los criterios de focalización es que pertenezcan a mujeres.

Necesidades generales para la incorporación del enfoque de género en la gestión del sector

- Políticas públicas de comercio industria y turismo en coherencia con los derechos de las mujeres, garantía de igualdad entre mujeres y hombres y cierre de brechas de género.
- Línea transversal que desarrolle el vínculo dentro del desarrollo sostenible, entre medio ambiente y derechos de las mujeres.
- Lineamientos de política para la vinculación del Sector Comercio, Industria y Turismo al Sistema Nacional de Cuidado, (investigación, producción de cifras, inventario de necesidades, campañas de reconocimiento, acciones de redistribución y reducción).
- Sistemas de información que den cuenta diferencialmente de situación y participación de mujeres y hombres, en tanto trabajadoras, productoras y consumidoras. Por ejemplo, el Centro de Información Turística de Colombia CITUR discriminar cifras nacionales y departamentales por sexo.
- Visualizador de Datos Sector Turismo DANE desagrega por sexo indicadores referidos a personas. Por ejemplo, Personal Ocupado-Hoteles.
- Investigaciones, análisis y reportes sobre proyecciones de los mercados y el comercio, que incorporen variable sexo y análisis de impactos diferenciales en mujeres y hombres y posibles respuestas para prevenir la profundización de brechas.
- Indicadores sectoriales que reporten por sexo.
- Procesos de formación en tecnologías de la información y las comunicaciones con equidad de género
- Bilingüismo con equidad de género.
- Promoción y visibilización del posicionamiento gremial de las mujeres y su sensibilización frente a la garantía de derechos de las mujeres en el sector.
- Diversificar y complejizar las estructuras productivas para un desarrollo sostenible, pasa por el tránsito de las mujeres a un empleo de calidad y la dinamización del emprendimiento femenino exportador.

4.1 Emprendimiento

Con el objetivo de generar un entorno competitivo más favorable para la población emprendedora se desarrollan estrategias e iniciativas que consultan las realidades territoriales, considerando elementos constantes como la formalización de la actividad artesanal, su producción y

comercialización, y la innovación tecnológica, y asegurando su financiación a través de productos financieros que consulten sus realidades. Como elemento transversal de destaca la prelación a grupos de especial protección como las mujeres víctimas del conflicto armado en el país.

Diagnóstico

| Indicadores sugeridos | Preguntas orientadoras |
|---|---|
| Potencial de emprendimiento por sexo (% de personas que tienen la atención de emprender y % que efectivamente emprende) | ¿Cuáles son las barreras que tienen las mujeres para emprender? |
| Percepciones de las mujeres frente al emprendimiento | ¿Existen estereotipos que limiten la participación de las mujeres en el desarrollo de nuevas ideas de negocio y en el campo empresarial? |
| % emprendimiento de mujeres que tienen alto potencial de crecimiento | ¿Qué tipo de emprendimientos tienen las mujeres? ¿Por qué se involucran en emprendimientos de menor potencial? |
| % de emprendimientos de mujeres que sobreviven más de 3.5 años | ¿Por qué los emprendimientos de mujeres no se sostienen en el tiempo? ¿Qué factores socio económicos intervienen en esto? ¿Qué estereotipos o condiciones asociadas a los roles de género se relacionan con esta situación? Por ejemplo , responsabilidades del cuidado y trabajo doméstico. |
| % de emprendimientos de mujeres que acceden a oferta para acompañamiento y fortalecimiento | ¿Las mujeres acceden al acompañamiento y fortalecimiento en menor porcentaje que los hombres? ¿Por qué? |

Ejemplo Proyecto Implementación de estrategias para el mejoramiento de capacidades y fortalecimiento de las MIPYMES a nivel nacional.

La caracterización de los y las emprendedoras presentada en el informe EMPRENDEDORES en crecimiento, 2015, nos muestra que:

- El 72% de los socios emprendedores son hombres y el 28% mujeres.
- En empresas spin-offs el porcentaje de mujeres socias es del 11%.
- En empresas familiares el porcentaje de mujeres socia es de 33%.
- Equipo directivo preparado para crecimiento extraordinario debe estar conformado mayoritariamente por empleados y no por socios, amplia participación de mujeres, entre otras condiciones.
- De las personas naturales que tienen propiedad en la empresa, son mujeres un 36% y hombres el 64%
- Emprendedor líder Mujer el 28% y Hombre el 72%.

Principales brechas, alternativas de solución y definición de objetivos

| Principales brechas de género | Alternativas de solución | Posibles objetivos |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Participación de las mujeres como socias de emprendimientos o líderes de ellos, no supera el 30% del total de emprendimiento. • Estereotipos de género las ubican en renglones económicos poco promisorios. • Barreras culturales de las mismas mujeres y de la sociedad frente a las áreas y capacidades para el desarrollo de iniciativas. • Mujeres responsables principales del trabajo de cuidado no remunerado en sus familias y comunidades, haciéndose más crítico a medida que se reduce el nivel educativo. La dedicación a estas actividades afecta las decisiones que toman frente a los emprendimientos y sus capacidades (en tiempo y recursos) para impulsar sus empresas. • Modelos de emprendimientos exitosos que se destacan y promocionan son masculinos. | <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar diagnóstico de análisis de causalidad, oferta diferencial y de resultados de intervención en torno a la discriminación de las mujeres en el mundo del emprendimiento. Realizar análisis de información existente y promover la generación de información nueva en torno al emprendimiento. • Visibilizar e impulsar emprendimientos de mujeres como motor económico. • Promover emprendimientos de mujeres en industrias innovadoras. Fomentar participación de las mujeres en sectores como el de las tecnologías, la minería y el transporte. • Fortalecimiento de liderazgos femeninos emprendedores, proyección y visibilización de esos liderazgos. | <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar diagnóstico diferencial por sexo de obstáculos a la creación y desarrollo de emprendimientos y generar las respectivas ofertas para su superación en cada caso. • Promover emprendimientos de mujeres en industrias innovadoras. • Fomentar en los territorios el enfoque empresarial por sobre el asistencial para implementar estrategias de impulso a los emprendimientos de mujeres. |

| Principales brechas de género | Alternativas de solución | Posibles objetivos |
|--|---|--------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> • Las mujeres tienen menor actividad como empresarias establecidas. • Las empresas de mujeres tienden a tener equipos de trabajo más pequeños o a ser de autoempleo. • Menor acceso a redes de información y de intercambio que faciliten la entrada a mercados y la consolidación de emprendimientos. | <ul style="list-style-type: none"> • Incorporar en las estrategias de acompañamiento y fortalecimiento de capacidades para el emprendimiento acciones o lineamientos orientados a superar estereotipos y barreras culturales frente al emprendimiento • Fortalecer en territorios el enfoque empresarial por sobre el asistencial para implementar estrategias de impulso a los emprendimientos de mujeres. • Estrategias para fortalecer la participación de las mujeres en redes de intercambio para ampliar sus posibilidades de transmisión de conocimiento y de acceso a mercados. • Horizonte de los emprendimientos de mujeres al mercado internacional. • Promoción de participación de emprendimientos de mujeres en la contratación pública. | |

Oferta del sector

Oferta actual relacionada con enfoque de género o mujeres

- Programa ALDEA (Acompañamiento especializado)
- Fondo Empodera (networking mercados internacionales)
- Núcleo E. (Famiempresas etapa temprana, focalización SISBEN o Víctimas Conflicto Armado)
- Centros de transformación digital. Formulación de planes para apropiación e implementación de soluciones TIC, su acompañamiento y monitoreo.
- Emprendimiento a excombatientes. Formulación y evaluación de proyectos.
- Apoyo a emprendimientos de población vulnerable en el sector moda. Sostenibilidad y formalización de microempresas en etapa temprana.
- Tenderas y tenderos. Formalización y generación ingresos.
- Agroindustria, avanzar en sostenibilidad comercial y formalización. Mujeres víctimas de conflicto armado.
- Proyectos sostenibles. Fortalecer el storytelling.
- Impulso a la Comercialización de la Agricultura Campesina Familiar y Comunitaria con Valor Agregado. Víctimas conflicto armado, encadenamientos productivos.
- Apoyo y fomento a la actividad artesanal de las comunidades o grupos étnicos, como expresión de sus economías propias a nivel nacional.

Productos, indicadores y actividades

Ejemplo proyecto:

Implementación de estrategias para el mejoramiento de capacidades y fortalecimiento de las mipymes a nivel nacional. Visibilizar los valores culturales, sociales y territoriales de la actividad artesanal

| Producto del catálogo de la MGA | Indicador | Actividades propuestas |
|--|--|--|
| Servicio de asistencia técnica para el fortalecimiento de las Redes Regionales de Emprendimiento | Estrategias para promover el ecosistema de emprendimiento e innovación implementadas | Asesorar el diseño e implementación de instrumentos de apoyo al emprendimiento de mujeres. |
| Servicio de asistencia técnica para emprendedores y/o empresas en edad temprana | Empresas asistidas técnicamente | Estructurar programas y/o estrategias diferenciales para mujeres y hombres, para la articulación y fortalecimiento para el desarrollo empresarial y el cierre de brechas de género en el sector. |

4.2 Formalización y productividad

Con el objetivo de mejorar el desempeño económico del país es central el aumento de la productividad y la innovación empresarial, así como del porcentaje de personas dedicadas a actividades intensivas en conocimiento. Para ello se desarrollan iniciativas que apuntan desde la simplificación de procedimientos administrativos,

ajustes normativos, la ampliación territorial de la protección al consumidor, el incentivo a sectores no extractivos, programas de extensionismo, la promoción de encadenamientos productivos, el apoyo para la transformación digital, laboratorios de innovación hasta el impulso a la economía naranja.

Diagnóstico

| Indicadores sugeridos | Preguntas orientadoras |
|--------------------------|--|
| % de empresas de mujeres | ¿Cuál es el % de participación de empresas de mujeres en los sectores que se presenta la problemática a intervenir? ¿Estas empresas de mujeres presentan mayores dificultades? ¿por qué? ¿La oferta institucional y no institucional para fortalecimiento empresarial llega efectivamente a las mujeres? |

Diagnóstico

| Indicadores sugeridos | Preguntas orientadoras |
|--|--|
| % empresas de mujeres nuevas creadas por sector | ¿En el sector o sectores que se espera promover la participación de las mujeres es equiparable a la de los hombres? ¿En caso de no serlo cuál sería la explicación? |
| % de empresas de mujeres que renuevan su matrícula mercantil | ¿En el ámbito de intervención del proyecto existe diferencia entre el % de mujeres y hombres que renuevan su matrícula mercantil? ¿Si existe diferencia a qué se debe? |
| Empleo femenino generado por las empresas | ¿Cómo se comporta el empleo femenino en el sector empresarial que se ubica la problemática que se diagnostica? |
| Participación de las mujeres en juntas directivas | ¿Cuál es el porcentaje de mujeres en juntas directivas en el sector empresarial que se presenta la situación que se está diagnosticando? ¿Tiene alguna relación este porcentaje con la problemática? |
| Tamaño de las empresas de mujeres | ¿Qué tipo de empresas tienen las mujeres? ¿Son pequeñas en su mayoría? ¿Cómo se relaciona esto con la situación que se está diagnosticando? |
| Porcentaje de empresas de mujeres que son alto valor agregado (por tamaño de empresa) | ¿Cuál es el potencial de las empresas de las mujeres? ¿Se asocia el potencial de las empresas de mujeres al problema diagnosticado? |
| % de Empresas con alta contratación de mujeres por sector (por tamaño de empresa y sector) | ¿Dónde se ubican las mujeres en el ámbito de las empresas? ¿En empresas productivas y de valor agregado? ¿se relaciona con el problema que se está diagnosticando? |

| Indicadores sugeridos | Preguntas orientadoras |
|--|--|
| Empresas con alta contratación de mujeres con alto valor agregado | |
| Porcentaje de ocupados que son mujeres en sectores de baja, media y alta productividad | |
| Redes comerciales y de otro tipo | ¿Qué acceso tienen las mujeres a redes comerciales, de conocimiento, de tecnología e innovación que les permita mayor desarrollo empresarial? ¿Se relaciona esta situación con el problema que se está diagnosticando? |

Otras preguntas: ¿Qué tanto se difunden los modelos de empresas de mujeres que han sido exitosas y cómo se difunden sus prácticas?

¿Qué estereotipos pueden estar incidiendo en la vinculación de las mujeres al mundo empresarial o el desarrollo de empresas de propiedad de mujeres?

¿Qué barreras o trabas de tipo legal enfrentan las mujeres para el emprendimiento o el desarrollo empresarial?

¿Qué informes se han producido en los últimos cinco años que den cuenta de los problemas e impactos diferenciales de género de las intervenciones sectoriales?

Principales brechas, alternativas de solución y definición de objetivos

| Principales brechas de género | Alternativas de solución | Posibles objetivos |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> Brechas de información y capacitación, escaso contacto en redes económicas de apoyo. Acortamiento de las cadenas de valor transnacional, que se acentuará con la crisis actual y repercutirá directamente en el ya precario trabajo femenino por sus condiciones asociadas a requerimiento de habilidades asociadas a estereotipos de género y con exigencia de niveles básicos de formación. Estructura productiva estancada en torno a explotación de recursos naturales, con lento avance en sectores de tecnología y requerimientos científicos y de conocimiento, quedándose las mujeres ancladas en la primera estructura. “La liberalización comercial ha tendido a penalizar a las pequeñas y medianas empresas, cuya propiedad o gerencia están a menudo en manos de mujeres...” (CEPAL 2019. Pag 62). | <ul style="list-style-type: none"> Promoción de Redes fuertes de mujeres emprendedoras, y su vinculación a redes mixtas importantes. Introducción a todos los programas y proyectos de formalización empresarial y aumento de la productividad, de Componente que promueva la implementación de estrategia orientada a prevenir, atender y sancionar la violencia contra las mujeres en el ámbito laboral. Formulación de componentes para la ruptura de estereotipo de género en las empresas, la segregación laboral de género tanto ocupacional como sectorial, el sexismo laboral. Línea común de reconocimiento, reducción y redistribución del trabajo de cuidado no remunerado, para reducir conflicto entre la relación trabajo de cuidado no remunerado- trabajo remunerado de las mujeres. Sensibilizar frente a valor económico que genera el trabajo de cuidado no remunerado ejercido mayoritariamente por las mujeres. Medidas de redistribución del trabajo del cuidado no remunerado a interior de los hogares y con las empresas. | <ul style="list-style-type: none"> Promover redes de empresas de mujeres y su articulación a otras de carácter mixto, para impulsar su productividad y capacidad de innovación. Promover la vinculación de emprendimientos de mujeres a encadenamientos productivos en renglones promisorios, para el cierre de brechas en el Sector. Impulsar estrategias que promuevan la vinculación de las mujeres a actividades intensivas en conocimiento y de Ciencia, Tecnología e Innovación, para cerrar brechas de género y aproximarse a estándares internacionales. Fomentar en las empresas medidas de reconocimiento y redistribución del trabajo del cuidado no remunerado a interior de los hogares y con las empresas para cerrar brechas de género. Promover mayor acceso de las mujeres al desarrollo empresarial en condiciones de equidad, y facilitar su integración a la economía formal. |

| Principales brechas de género | Alternativas de solución | Posibles objetivos |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Fragilidad del empleo por cambios en estructura productiva y ocupacional a nivel nacional. • Segregación horizontal de género, entendida como el predominio de las mujeres en algunos sectores económicos y en determinados tipos de ocupaciones; es decir, las mujeres y los hombres se distribuyen de manera diferente entre ramas de la actividad económica y ocupaciones del mismo nivel, respondiendo a estereotipos de género tanto de la oferta como de la demanda. • Mujeres empresarias concentradas en sectores comerciales de menor tamaño, patrimonio, ingreso y rentabilidad. • Desprotección a consumidora. Impuesto Rosa⁷, llamado así al sobreprecio de un producto o servicio, sólo por estar dirigido a las mujeres, a través de diseños que reproducen estereotipos de género, como el color rosa, a pesar de tener la misma funcionalidad, (máquina de afeitar, medicamento para el dolor, juguete, otros objetos de cuidado personal e higiene). | <ul style="list-style-type: none"> • Protección del empleo de las mujeres en periodos de crisis. • Aprovechamiento de la información desagregada por sexo que produce la empresa, para la toma de decisiones de capacitación, reconocimientos, y optimizar la productividad. • Políticas para desarrollos de inteligencia artificial que atenúen los mayores impactos previstos en las mujeres. • Inspección vigilancia y control desarrollar línea en torno a productos con presentación tanto para mujeres como para hombres. | <ul style="list-style-type: none"> • Fomentar la entrada de empresas de mujeres en procesos de Economía Circular para la generación y formalización de empleo local en contexto de desarrollo sostenible. • Promover el control de precios a productos de igual utilidad diferenciados por características que reproducen estereotipos de género. |

⁷ Aunque no se cuenta con estudios amplios en Colombia ver caso Chile en estudio de precios realizado por ente gubernamental Servicio Nacional del Consumidor SERNAC en <https://www.sernac.cl/portal/604/w3-article-56135.html>

Oferta del sector

Oferta actual relacionada con enfoque de género o mujeres

- Mentalidad y Cultura. A través de conversaciones, talleres, mentorías, zonas networking, Promoción de valores y comportamientos a favor de cultura del emprendimiento, la innovación y la productividad, y transferencia de prácticas y capacidades para cerrar brechas de conocimiento. (Héroes Fest, Emprendetón, iNNovatorio, Héroes Talks).
- Proveedurías, Minicadenas locales y Alianzas Comerciales.
- Fortalecimiento productivo y comercial a Grupos Étnicos y vulnerables. Población víctima del conflicto armado. Entrega de insumos productivos.

Otras ofertas pertinentes para incluir perspectiva de género

- Programa de Crecimiento Empresarial para la Formalización. Apoyo de Cámara de Comercio
- Encadenamientos Productivos
- Fábricas de Productividad
- MegaUp
- INPP
- Adecuación
- Asistencia Técnica
- Delta 3.0

Productos, indicadores y actividades

Ejemplo de proyectos:

- Apoyo para el fomento y promoción de la sofisticación e innovación en las mipymes colombianas. Nacional.
- Apoyo a la promoción de la economía circular y la eficiencia en el uso de los recursos en las empresas a nivel nacional.
- Proyecto Implementación de instrumentos que mejoren la productividad y competitividad de las empresas para incrementar, diversificar y sofisticar la oferta nacional
- Fortalecimiento de la competitividad de las sociedades del sector real a nivel nacional.
- Mejoramiento en la ejecución de las funciones asignadas en materia de protección al consumidor a nivel nacional.

| Producto del catálogo de la MGA | Indicador | Actividades propuestas |
|---|---|---|
| Servicios de apoyo para el fomento de capacidades en economía circular y sostenibilidad | Empresas intervenidas en temas de economía circular y sostenibilidad | Diseñar estrategia para la articulación de la oferta de productos de empresas en economía circular, a cargo de mujeres, a la demanda pública y privada, incorporando criterios de selección y adjudicación que privilegien condiciones del modelo circular. |
| Servicio de apoyo para la modernización y fomento de la innovación empresarial | Empresas cofinanciadas que mejoran su capacidad de innovación | Asesorar el diseño e implementación de instrumentos financieros y no financieros que respondan diferencialmente a situación de empresas de mujeres, para el ecosistema de emprendimiento en innovación. |
| Servicios de divulgación para la adopción de buenas prácticas de responsabilidad social | Eventos desarrollados | Seminario internacional sobre el papel de las empresas en la Economía del Cuidado. |
| Servicios de protección al consumidor dentro de las competencias de la Superintendencia de Industria y Comercio | Actos administrativos de competencia de la Superintendencia de Industria y Comercio de protección al consumidor expedidos | Capacitar al recurso humano en normatividad nacional e internacional a favor de los derechos de las mujeres. |
| Servicios de educación informal en temas de la Superintendencia de Industria y Comercio | Capacitaciones en temas de la Superintendencia de Industria y Comercio realizadas | Realizar charlas de difusión de los derechos de las consumidoras en diferentes municipios del país. |

4.3 Financiamiento

El objetivo es restar el impacto negativo sobre el desarrollo empresarial, promover líneas de política estratégicas, el escalamiento de los emprendimientos de alto potencial, a través de ofertas de solución financiera que soporten la dinámica pretendida.

Para esto se implementan iniciativas tales como productos financieros para pequeñas y medianas empresas, garantía de los créditos a través del Fondo Nacional de Garantías, créditos a sectores de la economía naranja, entre otras.

Diagnóstico

| Indicadores sugeridos | Preguntas orientadoras |
|--|--|
| Acceso al crédito por parte de empresas y tipos de crédito (por sexo de representante legal) | ¿Qué barreras tienen las mipymes de mujeres para acceder al crédito? ¿Las mujeres acceden a la información sobre oferta financiera? ¿A qué tipo de oferta acceden y porque? ¿Cómo se relaciona esto con la problemática que se está diagnosticando? |

Principales brechas, alternativas de solución y definición de objetivos

| Principales brechas de género | Alternativas de solución | Posibles objetivos |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> Condiciones desiguales de acceso al crédito entre mujeres y hombres. Existen barreras para las mujeres frente a los requisitos para crédito (por ejemplo, las mujeres cuentan con menos activos, menor capital, menor contacto con redes, menos vida crediticia por falta de inclusión financiera). | <ul style="list-style-type: none"> Políticas, programas y proyectos orientados a garantizar el acceso efectivo de las mujeres a los recursos productivos, al financiamiento, la información, la tecnología y los mercados. | <ul style="list-style-type: none"> Gestionar instrumentos de financiación accesibles a emprendimientos y empresas de propiedad de mujeres. |

| Principales brechas de género | Alternativas de solución | Posibles objetivos |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Condiciones desiguales de acceso al crédito entre mujeres y hombres. Existen barreras para las mujeres frente a los requisitos para crédito (por ejemplo, las mujeres cuentan con menos activos, menor capital, menor contacto con redes, menos vida crediticia por falta de inclusión financiera). • Barreras culturales por estereotipos, tanto desde las instituciones financieras hacia las mujeres como de las mujeres mismas (roles establecidos, confianza en sí mismas). • El uso del teléfono celular o internet para acceder a cuenta bancaria para mujeres es del 9.5% y para los hombres el 12.9%, para pagar facturas o hacer compras en línea mujeres el 12.5% y hombres el 17.6%. | <ul style="list-style-type: none"> • Políticas, programas y proyectos orientados a garantizar el acceso efectivo de las mujeres a los recursos productivos, al financiamiento, la información, la tecnología y los mercados. • Líneas de crédito que lean condiciones diferentes a las tradicionales, (tradicionales como lo son el patrimonio, historial crediticio, en su lugar s variables probadas en otros lugares como: localización, comportamiento en la red, hábitos de compra en línea, entre otros). • Estrategias para la inclusión financiera informada de las mujeres emprendedoras, (análisis y eliminación de barreras a la oferta), aumentar titularidad de cuentas de ahorro, comparación de modalidades de crédito para elección del más conveniente para el flujo de recursos de la actividad económica que se ejerce, ganar certezas sobre el conocimiento y utilización de los servicios financieros, y así impactar positivamente emprendimiento, MIPYMES y empresas lideradas por mujeres. | <ul style="list-style-type: none"> • Gestionar instrumentos de financiación accesibles a emprendimientos y empresas de propiedad de mujeres. • Promover productos especiales de crédito a mujeres emprendedoras en líneas de innovación. • Promocionar la vinculación del sector privado a estrategias de inclusión financiera informada a mujeres emprendedoras. |

| Principales brechas de género | Alternativas de solución | Posibles objetivos |
|-------------------------------|--|--------------------|
| | <ul style="list-style-type: none">• Educación financiera y tecnológica con enfoque de género, que responda a la inseguridad de las mujeres frente a sus conocimientos sobre los servicios y operación financiera, su reducido ámbito de acción para responder a situaciones de iliquidez, su escasa capacidad de ahorro e inseguras modalidades de ahorro en mecanismos no vigilados ni regulados por organismo gubernamental, y menor interacción con el sector financiero a través de medios virtuales, que agilizan operaciones y disminuyen tiempos y algunos riesgos.• Bancos de segundo piso deben fomentar la diversificación de la oferta de financiamiento de emprendimientos de mujeres.• Flexibilidad en el manejo de los recursos por parte de patrimonios autónomos, debe redundar sistemática y consistentemente en ofertas de servicios orientadas al cierre de brechas en el Sector Comercio, Industria y Turismo. | |

Oferta del sector

Oferta actual relacionada con enfoque de género o mujeres

- Línea de crédito de BANCOLDEX “Empresarias Empoderadas”. Mujeres microempresarias

Otras ofertas pertinentes para incluir perspectiva de género

- Apoyo financiero aceleradora
- Fondo Capital para Emprender
- Líneas especiales para Escalamiento y Aceleración.
- Educación financiera

Productos, indicadores y actividades

Ejemplo de proyectos:

- Apoyo a la promoción de la economía circular y la eficiencia en el uso de los recursos en las empresas a nivel nacional. Implementación de procesos de desarrollo económico local para la competitividad estratégica nacional

| Producto del catálogo de la MGA | Indicador | Actividades propuestas |
|---|--|--|
| Servicio de apoyo financiero para el mejoramiento de productos o procesos | Empresas beneficiadas con apoyo financiero para el mejoramiento de proceso | <u>Diseñar e implementar líneas de apoyo financiero para empresas a cargo de mujeres en el área de los servicios de cuidado.</u> |

4.4 Acceso a mercados

El objetivo es impulsar la dinámica de empresas y sectores conexos integrando su producción y servicios con cadenas globales de valor para satisfacer las necesidades de consumidores internacio-

nales, a lo que contribuye la entrada de empresas extranjeras, atraer inversión de impacto para el país. A través del aprovechamiento de las ventajas competitivas regionales y los TLCs vigentes.

Diagnóstico

| Indicadores sugeridos | Preguntas orientadoras |
|--|--|
| % de empresas de mujeres que participan en compras públicas | ¿La problemática que se está diagnosticando se ubica en sector empresarial que vende servicios o producto al Estado? ¿Cómo es la participación de empresas de mujeres? En caso de ser baja ¿Por qué ocurre esto? |
| Empresas de mujeres que son exportadoras | ¿Las empresas de las mujeres tienen potencial exportador? |
| Empresas de mujeres exportadoras acompañadas con la oferta institucional | ¿Cómo se fortalecen las capacidades de las mujeres para exportar? |

Principales brechas, alternativas de solución y definición de objetivos

| Principales brechas de género | Alternativas de solución | Posibles objetivos |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> En el comercio internacional las mujeres como “fuente de ventajas competitivas” con su aporte desde el trabajo de cuidado no remunerado, la informalidad, o la contratación flexible y precaria (CEPAL 2019). “En algunos estudios se ha observado que las mujeres empresarias enfrentan prácticas discriminatorias por parte de funcionarios vinculados al comercio exterior, así como de potenciales compradores”. (CEPAL 2019. Pag 62). | <ul style="list-style-type: none"> Estrategia de internacionalización. Revisión de asuntos de género, valoración de impactos de género en Tratados de Libre Comercio. Difusión de experiencias como la Comunidad de Mujeres Empresarias de la Alianza del Pacífico, y Mujeres ConnectAmericas Capítulo de género, Clausula de Comité de Género, en acuerdos comerciales internacionales. Seguimiento a Mandatos de Género de la Alianza del Pacífico. En la contratación pública asignar puntos adicionales a empresas certificadas por buenas prácticas de igualdad de género. | <ul style="list-style-type: none"> Producir información sobre la situación diferencial de las mujeres colombianas y sus empresas con relación al comercio internacional. Promover sello comercial de mujer, para aumentar competitividad internacionalmente. Promover la incorporación del enfoque de género en las disposiciones comerciales nacionales e internacionales. |

Oferta del sector

Oferta actual relacionada con enfoque de género o mujeres

- Programa Fábrica de Internacionalización.

Otras ofertas pertinentes para incluir perspectiva de género

- Premio Colombiano a la calidad para la exportación.
- Programa de Cofinanciación de Certificados de Calidad para Exportación.
- Sofisticación para ampliación de mercados
- Colombia Competitiva

Productos, indicadores y actividades

Ejemplo de proyectos:

- Implementación de estrategias para el mejoramiento de capacidades y fortalecimiento de las mipymes a nivel nacional
- Implementación de procesos de desarrollo económico local para la competitividad estratégica nacional

| Producto del catálogo de la MGA | Indicador | Actividades propuestas |
|--|--|--|
| Servicio de emparejamiento para el fortalecimiento del mercado nacional. | Ruedas de negocios realizadas | Diseñar e implementar acciones para el cierre de brechas, entre ellas las de género, y la generación de negocios. Brindar servicios de acompañamiento a mipymes de mujeres para su fortalecimiento empresarial y cierre de brechas de género en el sector. |
| | Empresas atendidas con los Servicios emparejamiento. | |

| Producto del catálogo de la MGA | Indicador | Actividades propuestas |
|---|--|--|
| Servicio de asistencia técnica a las Mipymes para el acceso a nuevos mercados | Empresas asistidas técnicamente | Diseñar e implementar planes de asistencia técnica diferenciales para mipymes de mujeres y mipymes de hombres, para el cierre de brechas de género en el sector. |
| Servicio de apoyo para la suscripción e implementación de acuerdos comerciales y de inversión | Publicaciones realizadas sobre acuerdos comerciales y de inversión | Evaluación de impacto de género de los acuerdos comerciales. |

4.5 Turismo

El objetivo es desarrollar el poder dinamizador del turismo en su condición de sector con impacto significativo en el PIB y en el empleo, a través del apoyo de ProColombia, la reglamentación para

proyectos turísticos especiales, la promoción del registro nacional de turismo para la inscripción de prestadores de servicios turísticos.

Diagnóstico

| Indicadores sugeridos | Preguntas orientadoras |
|--|---|
| % mujeres empleadas en el sector turístico: formales e informales | ¿Las mujeres están formadas en temas relacionados con el sector que les permitan mayores remuneraciones dentro del mismo? |
| Porcentaje de empleadas según la ocupación desempeñada en turismo (profesional, administrativa, de servicios, artesanal) | ¿Las mujeres participan en la toma de decisiones dentro del sector? ¿Tiene esta situación incidencia en la problemática que se está diagnosticando? |
| Brecha salarial de género en el sector | |

| Indicadores sugeridos | Preguntas orientadoras |
|--|---|
| Porcentaje de empresas de mujeres en el sector turismo | ¿Cómo es la participación de las mujeres como empresarias dentro del sector? ¿Qué tipo de empresas tienen? ¿Son de valor agregado y de potencial económico? |
| Porcentaje de préstamos para turismo otorgados a negocios administrados por mujeres | ¿Los negocios administrados por mujeres acceden en menor porcentaje que los hombres a préstamos? ¿por qué? |
| Porcentaje de graduadas en turismo por nivel de educación alcanzado | ¿Las mujeres están formadas en temas relacionados con el sector que les permitan mayores remuneraciones dentro del mismo? |
| Porcentaje de cargos presidenciales en asociaciones de turismo ejercidos por mujeres | ¿Las mujeres participan en la toma de decisiones dentro del sector? ¿Tiene esta situación incidencia en la problemática que se está diagnosticando? |
| Porcentaje de mujeres que trabajan por cuenta propia en sector turismo | |
| Emprendimientos de mujeres en turismo comunitario | |
| Emprendimientos de mujeres acompañados | |

Principales brechas, alternativas de solución y definición de objetivos

| Principales brechas de género | Alternativas de solución | Posibles objetivos |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Mujeres vinculadas al sector desde la informalidad. • Brecha salarial entre mujeres y hombres, en contra de las primeras. • Estereotipos de género en ocupaciones dentro del sector turismo que las ubica como grupo mayoritario en oficios de menor cualificación y remuneración. • Acoso sexual a trabajadoras del sector turismo • Trabajo no remunerado de las mujeres en el sector turismo. • Techo de cristal. • Por horarios excesivos y no flexibles, alta conflictividad con el trabajo de cuidado no remunerado asumido mayoritariamente por mujeres. | <ul style="list-style-type: none"> • Estrategia integral (empleo, emprendimiento, formación, participación y organización), de incorporación del enfoque de género en el sector. • Impulso a emprendimientos, cooperativas, redes turísticas de mujeres. • Visibilización y Reconocimiento del trabajo no remunerado de las mujeres en el sector turismo. • Promoción del Comercio justo para mujeres vinculadas desde la informalidad al sector turismo. • Protocolos contra el acoso sexual laboral en el sector turístico. Difusión y garantía de aplicación. • Formulación participativa de Política de reconversión del Turismo, garantizando la plena participación de las mujeres. • Reglamentar la equidad de género en instancias participativas del sector turismo. | <ul style="list-style-type: none"> • Promover el cierre de brechas de género adversas a las mujeres en el subsector Turismo. <p>Incorporar el enfoque de género en Políticas, Estrategias, Programas y Proyectos del subsector Turismo.</p> |

| Principales brechas de género | Alternativas de solución | Posibles objetivos |
|-------------------------------|---|--------------------|
| | <ul style="list-style-type: none">• Premios a buenas prácticas de igualdad de género en el sector empresarial del turismo.• Hacer de la reinversión del sector turismo una oportunidad para las mujeres.• Campañas comunicacionales, mensaje en colegios de zonas turísticas, para romper estereotipos culturales que han relegado a las mujeres a una inserción laboral discriminatoria en el sector turismo.• Paridad de género en los diferentes procesos de formación, particularmente en bilingüismo.• Desarrollar normatividad que vincule cambio climático y género con turismo. | |

Oferta del sector

Oferta actual relacionada con enfoque de género o mujeres

- Programa Colegios Amigos del Turismo
- Bilingüismo para el turismo
- Programa Turismo Comunitario
- Campaña Nacional de Promoción Turística "YO VOY"
- Jornadas de Formalización Turística
- Articulación Público - Privada (Corredores Turísticos)
- Calidad Turística
- Estrategia Nacional de Prevención de la ESCNNA en el contexto de los viajes y el turismo
- Colombia + Competitiva
- Fondo Capital para Emprender

Productos, indicadores y actividades

Ejemplo de proyectos:

- Fortalecimiento en la gestión administrativa e institucional del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo a nivel nacional.

| Producto del catálogo de la MGA | Indicador | Actividades propuestas |
|---|---|---|
| Servicio de asistencia técnica a los entes territoriales para el desarrollo turístico | Entidades territoriales asistidas técnicamente | Ampliar el acceso de las mujeres a tecnologías digitales, incluidas las plataformas digitales de turismo. |
| | Campañas Regionales de promoción turística apoyadas | |
| | Redes Temáticas de Turismo apoyadas | |

| Producto del catálogo de la MGA | Indicador | Actividades propuestas |
|---|--|--|
| Documentos de investigación sobre turismo | Documentos sobre medición y análisis de información turística realizados | Realizar análisis de género para su integración en todas las fases del ajuste a la política pública de turismo, sus programas y proyectos. |
| Servicio de apoyo financiero para la competitividad turística | Proyectos cofinanciados para la adecuación de la oferta turística | Implementar línea de apoyo a redes y cooperativas turísticas de mujeres, para el cierre de brechas de género en el subsector turismo. |

Recomendaciones institucionales

Partiendo de reconocer el potencial institucional para transformar paradigmas tan adversos al desarrollo de los pueblos, al crecimiento de las economías, al buen vivir en general, como es la discriminación contra las mujeres y las consecuentes desigualdades entre ellas y ellos, es indispensable plantear arreglos institucionales que sustenten la ruta propuesta en esta herramienta.

La articulación, la financiación y los desarrollos normativos son componentes esenciales para hacer sostenible el desarrollo de ese potencial institucional para la garantía de derechos de las mujeres, en consonancia con ellos se presentan una serie de propuestas en torno a escenarios de articulación a estos efectos.

Escenario de articulación institucional

Los procesos de planeación con enfoque de género requieren la articulación entre la Oficina Asesora de Planeación, las áreas misionales y la oficina, enlace o referente de género.

En caso de no tener un mecanismo formal de género al interior de la entidad, se recomienda la conformación de este, teniendo en cuenta que

es importante que este se encuentre ligado a la cabeza del organigrama con el fin de conocer las apuestas estratégicas y las acciones misionales que son sujetas de transversalización con el enfoque de género.

Así mismo se sugiere que la Oficina Asesora de Planeación cuente con un equipo, o al menos una persona responsable del análisis permanente de los trazadores presupuestales, que pueda articularse de manera continua con el mecanismo de género y las áreas misionales.

Se recomienda adicionalmente definir una estrategia articulada en torno a la efectiva implementación del enfoque de género en los diferentes campos de acción de la entidad, así como en los procesos y procedimientos. De esta forma se podrá garantizar la alineación entre las acciones, los resultados esperados y la asignación de recursos, y su respectivo reporte en el Trazador Presupuestal para la Equidad de la Mujer, en el SUIFP y en el Aplicativo TRAZA⁸, como base para el informe anual al Congreso⁹.

Resulta importante en este sentido diseñar un plan de transversalización del enfoque de género sectorial o de la entidad, a través del cual se

⁸ Sistema de Información Presupuestal para Políticas Transversales del Ministerio de Hacienda y Crédito Público Para mayor detalle consultar http://www.urf.gov.co/webcenter/portal/SIREC/pages_sistematraza

⁹ Según lo define el artículo 221 de la Ley 1955 del PND 2018-2022.

definan líneas de trabajo, tiempos y responsables, para el avance de forma sustentada en el cierre de brechas de género que se manifiestan en este sector, y así potenciar la vinculación de las mujeres al desarrollo económico sostenible del país. Es fundamental que dicho plan esté alineado con los objetivos y apuestas estratégicas del sector, pues es desde estas que se pueden lograr cambios sustanciales en torno a la equidad de género.

Escenario de articulación sectorial

En desarrollo de un Plan de Transversalización del enfoque de género y como parte de los procesos de planeación y uso del Trazador Presupuestal de Equidad para las Mujeres, es necesario que exista también articulación de las entidades del sector. Para ello, la Oficina Asesora de Planeación de la entidad cabeza de sector cumple un papel fundamental, que puede ser fortalecido desde diferentes estrategias como la formación y actualización en temas relacionados a la equidad de género y la definición de procesos de articulación con las oficinas asesoras de planeación y otras dependencias de las entidades del sector para temas del Plan de transversalización y de uso del Trazador. También se recomienda generar un canal abierto de interlocución ágil, eficaz y permanente con DNP a fin de garantizar la articulación y apoyo técnico en caso de requerirse.¹⁰

La inclusión del enfoque de género en los procesos de planeación es un proceso que debe ir afinándose dentro de las entidades de cada sector. Hacerlo,

requiere tener información¹¹ empezando por tener datos desagregados por sexo, y conocimiento en torno a las necesidades e impactos diferenciales que tienen las políticas y programas sobre mujeres y hombres y sobre las condiciones que permitan avanzar en la equidad. Es por ello por lo que los avances en torno a la generación de información relevante para el análisis de género al interior del sector es un paso importante para la incorporación de este enfoque en las acciones sectoriales. En este sentido es de gran relevancia la producción propia de información a partir de registros administrativos y la articulación con el Sistema Nacional de Estadística.

Adicionalmente, la construcción de capacidades y gestión interna del conocimiento en este tema de resonancia personal e institucional pasa por la sensibilización e información de los equipos de trabajo como elemento central para el éxito de este proceso. Como elementos básicos a considerar están, el manejo no sexista de la comunicación interna y externa, el reconocimiento, redistribución y reducción del trabajo de cuidado no remunerado como compromiso gubernamental al que se responde desde las diferentes entidades del Estado Colombiano, la prevención y sanción a la violencia y toda forma de discriminación contra las mujeres en el espacio laboral.

Escenario de articulación intersectorial

Es importante además de la articulación al interior de la entidad, la que se hace entre las entidades

¹⁰ Particularmente la Subdirección de Género, en articulación con el área sectorial pertinente y la Dirección de Inversiones y Finanzas Públicas.

¹¹ Léase cifras, estadísticas, reportes, estudios, investigaciones, encuestas, sondeos.

del sector, y entre diferentes sectores, entendiendo que el logro de la equidad de género requiere ser abordado de manera integral. Alcanzar los resultados esperados en el cierre de brechas entre hombres y mujeres y la garantía de derechos de las mujeres implica en muchas ocasiones la coordinación y complementariedad de las acciones.

Se sugiere que la Oficina de Planeación de la entidad cabeza de sector y el referente de género participen activamente en la construcción de las Políticas Públicas Nacionales orientadas a la

Equidad para la Mujer en el marco del Sistema Nacional de la Mujeres.

Por último, vale la pena mencionar también la incorporación de cláusulas de equidad de género en contratos y convenios públicos del sector, que pueden ir desde la incorporación del enfoque de género en el objeto mismo, la introducción de la variable género en las evaluaciones de impacto, la valoración de buenas prácticas en la materia por parte de oferentes y proveedores dentro de las compras públicas entre otros.

Referencias

De género.

- Banco Mundial (2010) Mujeres Empresarias: Barreras y Oportunidades en el Sector Privado Formal en América Latina.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL (2019), La autonomía de las mujeres en escenarios económicos cambiantes (LC/CRM.14/3), Santiago, 2019. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/45032-la-autonomia-mujeres-escenarios-economicos-cambiantes>
- Departamento Administrativo de la Función Pública (2018) Análisis Sector Comercio, Industria y Turismo. Tomado de <https://www.funcionpublica.gov.co/documents/34645357/34704716/analisis-sector-comercio-industria-turismo.pdf/dca1bace-1800-45bo-beb1-ab6bdb56ed2b?version=1.0&t=1543337964144>
- Departamento Nacional de Planeación (2019) Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 Pacto por Colombia Pacto por la Equidad.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2020) Normograma SIG. Tomado de <http://www.mincit.gov.co/ministerio/normograma-sig>
- OCDE (2016) Activos con América Latina y el Caribe. Francia.
- OCDE (2018) La búsqueda de la igualdad de género. Una batalla cuesta arriba. <http://www.oecd.org/centrodemexico/publicaciones/Busqueda%20igualdad%20de%20genero-RESUMEN.pdf>

Emprendimiento.

<https://cec.uniandes.edu.co/images/pdf/emprededore-en-crecimiento-web.pdf>

https://cec.uniandes.edu.co/images/LIBRO_EMPRENDEDORES_EN_CRECIMIENTO_2.pdf

https://cec.uniandes.edu.co/images/pdf/Emprendedores_en_creimiento_3.pdf

<https://eige.europa.eu/gender-mainstreaming/policy-areas/entrepreneurship>

Inclusión financiera.

https://www.ilo.org/empent/areas/social-finance/WCMS_737756/lang--es/index.htm

<https://lac.unwomen.org/es/noticias-y-eventos/articulos/2020/03/statement---dia-internacional-de-la-mujer>

Turismo.

<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420384>

<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420384>

Empresas.

https://www.ohchr.org/documents/publications/guidingprinciplesbusinesshr_sp.pdf

https://www.ohchr.org/Documents/Publications/FAQ_PrinciplesBusinessHR_SP.pdf

Acceso a mercados.

CEPAL. (2019). Comercio Internacional. 153. Herramientas de política comercial para contribuir a la igualdad de género.

Ver en https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45063/1/S1901159_es.pdf

Experiencias destacadas.

- <https://www.oecd.org/centrodemexico/medios/ocde-inadem-mujeres-emprendedoras-aprovechar-los-beneficios-de-la-digitalizacion-y-la-globalizacion.htm>
 - <https://mujeresemprendedoras.cl/web/>
 - <http://www.comunidadmujer.cl/>
 - Mujeres TECH: aceleradora CCB. <https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Mujeres-TECH-aceleradora-CCB>
 - <https://lac.unwomen.org/es/que-hacemos/empoderamiento-economico/melyt>
 - <https://www.unwomen.org/es/news/stories/2019/8/feature-kyrgyzstan-coding-caravan>
 - <https://www.unwomen.org/es/news/stories/2018/4/take-five---suhela-khan>
 - <https://www.unwomen.org/es/news/stories/2019/10/feature-bangladesh-women-entrepreneurs>
 - <https://www.unwomen.org/es/news/stories/2019/8/feature-kenya-stories-of-resilience-from-a-refugee-camp>
-

Anexos

ANEXO 1. CONPES RELACIONADOS CON EL SECTOR COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO.

CONPES

Conpes 3527 de 2008 Política Nacional de Competitividad y Productividad

PRINCIPALES APUESTAS Y REFERENCIA A GÉNERO

1. Formalización laboral
2. Derechos fundamentales en el trabajo y diálogo social
3. Emprendimiento
4. Sistema de protección social

Género/mujer: Eje estratégico de emprendimiento: Promover la inclusión laboral de la población vulnerable (mujeres, discapacitados, minorías étnicas, jóvenes) teniendo como base los principios del Trabajo Decente. Producto: Emprendimientos y proyectos productivos famiempresariales, unipersonales, asociativos con enfoque de género organizados

CONPES

Conpes 3582 de 2009 Política Nacional de Ciencia Tecnología e Innovación

PRINCIPALES APUESTAS Y REFERENCIA A GÉNERO

1. Fomentar la innovación en los sistemas productivos.
2. Consolidar la institucionalidad del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación.
3. Fortalecer la formación del recurso humano para la investigación y la innovación.
4. Promover la apropiación social del conocimiento.
5. Focalizar la acción pública en áreas estratégicas.
6. Desarrollar y fortalecer capacidades.

No hay referencia a enfoque de género o estrategias dirigidas a mujeres

CONPES

Conpes 3866 de 2016 Política Nacional de Desarrollo Productivo

PRINCIPALES APUESTAS Y REFERENCIA A GÉNERO

1. Solucionar las fallas de mercado y de gobierno que limitan el desarrollo de los determinantes de la productividad requeridos para que el país mejore sus niveles de productividad, diversificación y sofisticación
2. Definir un procedimiento para la priorización de apuestas productivas, facilitando la transformación y diversificación del aparato productivo colombiano hacia bienes más sofisticados
3. Generar un entorno institucional que promueva la coordinación entre actores y garantice la sostenibilidad de la PDP en el largo plazo

No hay referencia a enfoque de género o estrategias dirigidas a mujeres

CONPES

Conpes 3956 de 2019 Política de Formalización Empresarial

PRINCIPALES APUESTAS Y REFERENCIA A GÉNERO

1. Mejorar la relación beneficio-costos de la formalidad: Reducir la carga regulatoria para las empresas formales; Materializar los beneficios potenciales de la formalidad; Aumentar la efectividad de las acciones de IVC
2. Mejorar la información para la toma de decisiones de política pública en materia de formalización empresarial: Generar más información sobre el universo empresarial y su nivel de formalidad, y mejorar la calidad e interoperabilidad de los registros administrativos empresariales; Generar mayor evidencia sobre el impacto de las políticas implementadas

No hay referencia a enfoque de género o estrategias dirigidas a mujeres

CONPES

Conpes 3982 de 2020 Política Nacional Logística

PRINCIPALES APUESTAS Y REFERENCIA A GÉNERO

1. Promover la intermodalidad a través del desarrollo de modos de transporte competitivos y de conexiones eficientes de intercambio modal
2. Promover la facilitación del comercio a través de la optimización de la operación e infraestructura de los nodos de intercambio comercial y los trámites
3. Diseñar mecanismos de articulación institucional, acceso a la información, promoción del uso de TIC y fortalecimiento del capital humano en los procesos logísticos

No hay referencia a enfoque de género o estrategias dirigidas a mujeres

ANEXO 2. LINEAMIENTOS INTERNACIONALES ORIENTADORES DE LAS ACCIONES DE GÉNERO EN EL SECTOR COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO.

CONVENCIÓN/TRATADO/LINEAMIENTO

Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer CEDAW - Aprobada por Colombia mediante Ley 51 de 1981.

LINEAMIENTO RELACIONADO AL SECTOR COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

Artículo 2°. Los Estados Partes condenan la discriminación contra la mujer en todas sus formas, convienen en seguir, por todos los medios apropiados y sin dilaciones, una política encaminada a eliminar la discriminación contra la mujer y, con tal objeto, se comprometen a:

e) Tomar todas las medidas apropiadas para eliminar la discriminación contra la mujer practicada por cualesquiera personas, organizaciones o empresas;

ARTICULO 11. 2. A fin de impedir la discriminación contra la mujer por razones de matrimonio o maternidad y asegurar la efectividad de su derecho a trabajar, los Estados Partes tomarán medidas adecuadas para:

c) Alentar el suministro de los servicios sociales de apoyo necesarios para permitir que los padres combinen las obligaciones para con la familia con las responsabilidades del trabajo y la participación en la vida pública, especialmente mediante el fomento de la creación y desarrollo de una red de servicios destinados al cuidado de los niños;

ARTICULO 13. Los Estados Partes adoptarán todas las medidas apropiadas para eliminar la discriminación contra la mujer en otras esferas de la vida económica y social a fin de asegurar, en condiciones de igualdad entre hombres y mujeres, los mismos derechos, en particular:

b) El derecho a obtener préstamos bancarios, hipotecas y otras formas de crédito financiero;

ARTICULO 14. 1. Los Estados Partes tendrán en cuenta los problemas especiales a que hace frente la mujer rural y el importante papel que desempeña en la supervivencia económica de su familia, incluido su trabajo en los sectores no monetarios de la economía, y tomarán todas las medidas apropiadas para asegurar la aplicación de las disposiciones de la presente Convención a la mujer de las zonas rurales. 2. Los Estados Partes adoptarán todas las medidas apropiadas para eliminar la discriminación contra la mujer en las zonas rurales a fin de asegurar, en condiciones de igualdad entre hombres y mujeres, su participación en el desarrollo rural y en sus beneficios, y en particular le asegurarán el derecho a:

e) Organizar grupos de autoayuda y cooperativas a fin de obtener igualdad de acceso a las oportunidades económicas mediante el empleo por cuenta propia o por cuenta ajena;

g) Obtener acceso a los créditos y préstamos agrícolas, a los servicios de comercialización y a las tecnologías apropiadas, y recibir un trato igual en los planes de reforma agraria y de reasentamiento;

En Observaciones a informes quinto y sexto “Sugiere que el Estado Parte estudie el efecto de los acuerdos de libre comercio en las condiciones socio-económicas de la mujer y examine la posibilidad de adoptar medidas compensatorias que tomen en cuenta sus derechos humanos” (CEDAW, 2007).

En Observaciones finales sobre el noveno informe periódico de Colombia, del 14 de marzo de 2019, en el acápite Prestaciones económicas y sociales y empoderamiento económico de las mujeres recomienda al Estado Colombiano que:

c) Adopte medidas para mejorar el empoderamiento económico de las mujeres, en particular las mujeres indígenas, las afrocolombianas y las mujeres con discapacidad, como disposiciones específicas para aumentar el acceso de las mujeres a los servicios financieros, incluidos planes de crédito y ahorro con intereses bajos, y promueva sus actividades empresariales mediante la prestación de asistencia técnica y asesoramiento.

CONVENCIÓN/TRATADO/LINEAMIENTO

Plataforma de Acción de Beijing.

LINEAMIENTO RELACIONADO AL SECTOR COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

“Lograr que las políticas nacionales relacionadas con los acuerdos comerciales internacionales y regionales no tengan efectos perjudiciales para las actividades económicas nuevas y tradicionales de la mujer”

“Fomentar y respaldar el trabajo por cuenta propia de la mujer y la creación de pequeñas empresas y fortalecer el acceso de las mujeres al crédito y al capital en condiciones apropiadas e iguales a las que se conceden a los hombres mediante la promoción de instituciones dedicadas a fomentar la capacidad empresarial de la mujer, incluidos, según proceda, planes de crédito mutuo y no tradicional, así como nuevos tipos de relaciones con instituciones financieras”

“Fomentar y fortalecer las microempresas, las nuevas empresas pequeñas, las empresas cooperativas, la ampliación de los mercados y otras oportunidades de empleo y, según proceda, facilitar la transición del sector no estructurado al sector estructurado, particularmente en las zonas rurales”

“Revisar, reformular si conviene y aplicar políticas, incluso en el ámbito de la legislación relativa a las empresas, el comercio y los contratos, y de los reglamentos gubernamentales a fin de asegurar que no existan discriminaciones contra las empresaspequeñas y medianas de propiedad de mujeres en las zonas rurales y urbanas”

“Eliminar los obstáculos de política y reglamentación con que tropiezan las mujeres en los programas sociales y de desarrollo que desalientan la iniciativa privada e individual”

“Aumentar la participación de la mujer, incluidas las mujeres empresarias, en juntas consultivas y otros foros para que las empresarias de todos los sectores y sus organizaciones puedan contribuir a la formulación y el examen de las políticas y los programas que elaboren los ministerios de economía y las instituciones bancarias”

“Movilizar al sector bancario para que conceda más préstamos y la refinanciación mediante incentivos y la formación de intermediarios que se ocupen de las necesidades de las mujeres empresarias y productoras en las zonas rurales y urbanas, y para que incluya a las mujeres en sus órganos directivos y en la planificación y la adopción de decisiones”

“Estructurar servicios que queden al alcance de las mujeres de las zonas rurales y urbanas que participan en microempresas y empresas pequeñas y medianas, prestando especial atención a las mujeres jóvenes, a las mujeres de bajos ingresos, a las que pertenezcan a minorías étnicas y raciales, y a las mujeres indígenas, que carezcan de acceso al capital y a los bienes”

“Prestar especial atención a las necesidades de la mujer al difundir información sobre los mercados, el comercio y los recursos e impartir capacitación adecuada en esas esferas”

“Alentar estrategias de desarrollo económico de la comunidad que se basen en asociaciones entre los gobiernos, y alentar a los miembros del sector privado a que creen empleos y se ocupen de la situación social de las personas, las familias y las comunidades”

“Proporcionar infraestructura pública para asegurar la igualdad de acceso a los mercados para los empresarios de ambos sexos”

“Elaborar programas que proporcionen capacitación y readiestramiento a las mujeres, especialmente en nuevas tecnologías y servicios asequibles en gestión de empresas, desarrollo de productos, financiación, control de la producción y la calidad, comercialización y aspectos jurídicos de la actividad comercial”

“Proporcionar programas de divulgación para informar a las mujeres de bajos ingresos y a las mujeres pobres, especialmente en las zonas rurales y apartadas, de las oportunidades de acceso a los mercados y las tecnologías, y prestar asistencia para aprovechar dichas oportunidades”

“Crear servicios de apoyo no discriminatorios para las empresas de propiedad de mujeres, incluidos fondos de inversión, y tener especialmente en cuenta a las mujeres, sobre todo las de bajos ingresos, en los programas de promoción del comercio” “Difundir información sobre mujeres empresarias que hayan tenido éxito en actividades económicas tradicionales y no tradicionales y sobre la preparación necesaria para obtener ese éxito y facilitar la creación de redes y el intercambio de información”

“Adoptar políticas que alienten a las organizaciones empresariales, organizaciones no gubernamentales, cooperativas, fondos rotatorios de préstamo, cooperativas de ahorro y crédito, organizaciones populares, grupos femeninos de autoayuda y otros proyectos a fin de que presten servicios a las empresarias en las zonas rurales y urbanas”

“Prestar apoyo a los programas que mejoren la autosuficiencia de grupos especiales de mujeres, como las mujeres jóvenes, las mujeres con discapacidad, las mujeres ancianas y las mujeres que pertenezcan a minorías raciales y étnicas”

“Asegurar que las políticas y las reglamentaciones no discriminen contra las microempresas y las empresas pequeñas y medianas administradas por mujeres “

“Proporcionar servicios comerciales, incluso información sobre el comercio y la distribución, el desarrollo y la creación de nuevos productos, transferencia de tecnología y el control de calidad, a las empresas comerciales de propiedad de mujeres, incluso en los sectores de exportación de la economía”

“Promover vínculos técnicos y comerciales y crear empresas mixtas entre empresarias en los planos nacional, regional e internacional para apoyar las iniciativas surgidas de la comunidad; d) Fortalecer la participación de la mujer, incluso la mujer marginada, en cooperativas de producción y comercialización mediante la prestación de apoyo en materia de comercialización y financiación, especialmente en zonas rurales y apartadas

“Invertir capital y crear carteras de inversión que financien empresas comerciales de propiedad de mujeres”

CONVENCIÓN/TRATADO/LINEAMIENTO**Organización Internacional del Trabajo OIT¹²****LINEAMIENTO RELACIONADO AL SECTOR COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO**

Convenio número 100 sobre igualdad de remuneración, 1951.

Convenio número 111 sobre la discriminación (empleo y ocupación), 1958.

Convenio número 156 sobre los trabajadores con responsabilidades familiares, 1981. Recomendaciones número 165 sobre los trabajadores con responsabilidades familiares, 1981.

Declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social¹³. 2017

Convenio número 190 sobre la eliminación de la violencia y el acoso en el mundo del trabajo. 2019.

Las normas de la OIT y el COVID-19. Disposiciones fundamentales de las normas internacionales del trabajo pertinentes en el contexto del brote de COVID-19. Marzo 2020¹⁴.

CONVENCIÓN/TRATADO/LINEAMIENTO**Organización Mundial del Comercio. OMC.****LINEAMIENTO RELACIONADO AL SECTOR COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO****Declaración de Buenos Aires¹⁵ 2017****Propone:**

Compartir métodos y procedimientos para la recopilación de datos desagregados por género, el uso de indicadores, metodologías de monitoreo y evaluación, y el análisis de estadísticas centradas en género y relacionadas con comercio.

Trabajar unidos en la OMC para eliminar las barreras en el empoderamiento económico de las mujeres y aumentar su participación en el comercio.

Asegurar que la Ayuda para el Comercio apoya herramientas y conocimientos para analizar, diseñar e implementar políticas comerciales más sensibles al género.

Para lograrlo en junio de 2017, la OMC crea la Coordinación de Cuestiones de Género, para articular el trabajo interno en torno a cuatro objetivos: 1) aumentar la sensibilización sobre la relación entre el

¹² Ver los diferentes Convenios de la OIT a favor de las mujeres en https://www.ilo.org/dyn/normlex/es/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_ILO_CODE:C100

¹³ Ver en https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/documents/publication/wcms_124924.pdf

¹⁴ Ver en https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---normes/documents/publication/wcms_739939.pdf

¹⁵ Declaración conjunta sobre Comercio y Empoderamiento Económico de las Mujeres con ocasión de la Conferencia Ministerial de la OMC en

comercio y el género; 2) facilitar las iniciativas de los Miembros de la OMC en este ámbito; 3) generar nuevos datos sobre el impacto del comercio en las mujeres; 4) impartir formación a funcionarios públicos y a mujeres empresarias.

El Informe Mundial 2019 da cuenta de la importancia de las iniciativas conjuntas en materia de género puestas en marcha en el 2017, haciendo más pertinentes e inclusivas las políticas comerciales para la economía, a través de actividades realizadas en el marco del Plan de Asistencia Técnica para 2018-2019 de la OMC que contiene una sección dedicada a cuestiones de género como el diseño de un primer módulo sobre el comercio y el género, y el avance de una investigación conjunta OMC y Banco Mundial para crear base de conocimiento sobre la influencia de medidas comerciales en las mujeres, también se realizó investigación sobre la incidencia que pueden llegar a tener desarrollos comerciales en la participación de las mujeres en la economía mundial.

También el informe “Ayuda para el comercio en síntesis 2019. Apoyar la diversificación y el empoderamiento económicos”¹⁶, referida a los resultados 2019 de esta estrategia, destaca la debilidad de la incorporación del enfoque de género en las políticas comerciales, el transporte, la industria, la minería, el turismo, las finanzas y los servicios prestados a las empresas, la energía y las comunicaciones.

Revisión de de la OMC de la Política Comercial de Colombia¹⁷

Puesto que Colombia es uno de los Miembros fundadores originales de la OMC y participa muy activamente en el trabajo de la Organización, esperamos que continúe apoyando el fortalecimiento del sistema multilateral de comercio y que ayude a llevar adelante los debates sobre iniciativas como el comercio electrónico, las MIPYME y el comercio y el empoderamiento económico de las mujeres;

Adicionalmente, compartimos las iniciativas que se están explorando en otros frentes como micro, pequeñas y medianas empresas, facilitación de inversiones, comercio y empoderamiento de la mujer.

El informe 2018 de la OMC destaca en la caracterización general y políticas del sector agricultura, silvicultura y pesca, las líneas de créditos dirigidos a mujeres rurales de bajos ingresos, entre otros grupos, por parte de FINAGRO.

Colombia en su exposición de políticas para su examen ante la OMC, en el acápite 3 Política comercial en un escenario en Paz, destaca dentro de los nuevos temas en el mundo globalizado, el papel del comercio para el empoderamiento de las mujeres y ratifica su respaldo a la Declaración en Buenos Aires sobre este asunto, presenta en este campo la experiencia de ASOCOLFLORES.

¹⁷ Ver informe 2018 en https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tp472_s.htm

CONVENCIÓN/TRATADO/LINEAMIENTO**Organización Mundial del Turismo OMT¹⁸****LINEAMIENTO RELACIONADO AL SECTOR COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO**

La Convención Marco sobre Ética del Turismo, Rusia 2019, promulga el respeto universal y observancia de los derechos humanos y la no discriminación de las personas entre otros aspectos por su género, y dentro de sus principios señala en el parágrafo 2 del artículo 5 “2) Las actividades turísticas deberían respetar la igualdad de hombres y mujeres. Asimismo, deberían promover los derechos humanos y, en particular, los derechos específicos de los grupos de población más vulnerables, especialmente los niños, las personas mayores y las personas con discapacidad, las minorías étnicas y los pueblos indígenas.” Consecuentemente reglamenta frente a la composición del Comité Mundial de Etica del Turismo el equilibrio de género.

https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-01/a23_10_unwto_framework_convention_SP.PDF

Frente al ODS 5 en particular la OMT indica que el turismo puede empoderar a las mujeres, en particular mediante la provisión de empleos directos y la generación de ingresos de las PYME relacionadas con el turismo y la hotelería.

Informe mundial sobre las mujeres en el turismo. Segunda edición 2020¹⁹. Plan de Acción:

1. Empleo

- I. Tomar medidas para abordar la brecha salarial entre hombres y mujeres en el turismo.
- II. Abordar la protección social y el trabajo no remunerado de las mujeres en el turismo.
- III. Abordar de manera sistemática el acoso sexual de las trabajadoras en el sector turístico, así como los problemas de acoso en las comunidades turísticas a miembros de las comunidades y a viajeras.
- IV. Desarrollar e institucionalizar estrategias de igualdad de género para el sector turístico.
- V. Desafiar los estereotipos de género en las ocupaciones dependientes del turismo.

2. Emprendimiento

- I. Trabajar para garantizar que los negocios turísticos de las mujeres puedan formalizarse, si ellas lo desean, y contribuir a la inclusión financiera de las mujeres.
- II. Expandir y diversificar el acceso de las mujeres a los mercados y el comercio justo para sus productos y servicios.

¹⁸ Organismo especializado de las Naciones Unidas en el ámbito del turismo, del que Colombia es Estado miembro.

¹⁹ Ver informe en <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420384>

III. Apoyar a las mujeres para expandir y diversificar sus productos y servicios turísticos.

IV. Introducir medidas para mejorar la conciliación de las mujeres entre vida laboral y personal en el turismo y alentar una división equitativa del trabajo de cuidados no remunerado en las comunidades turísticas.

V. Expandir el acceso de las mujeres a las tecnologías digitales, incluidas las plataformas digitales de turismo

3. Liderazgo, políticas y toma de decisiones

I. Trabajar por el equilibrio de género en la alta dirección de las empresas turísticas.

II. Abordar la falta de liderazgo de alto nivel de mujeres en los espacios decisorios del sector privado, en los órganos turísticos del sector público y en las agencias.

III. Garantizar que se respeten las políticas de la OIT sobre maternidad y responsabilidades de cuidado.

IV. Apoyar activamente la representación y el liderazgo de las mujeres en los sindicatos.

4. Educación y formación

I. Desarrollar programas de formación para las mujeres en el turismo, incluyendo en esa formación las aptitudes interpersonales, la creación de redes de contactos y la formación de alto nivel encaminada al progreso profesional.

II. Proporcionar una formación dirigida específicamente a las mujeres a fin de garantizar que puedan utilizar las tecnologías digitales para innovar a través de las mismas en el turismo.

III. Proporcionar formación sobre igualdad de género para responsables públicos, supervisores y empleados.

IV. Alentar la participación de mujeres estudiantes y graduadas en titulaciones y estudios turísticos.

5. Comunidad y sociedad civil

I. Dar mayor voz a las mujeres en la toma de decisiones en la comunidad y en el hogar.

II. Garantizar que los compromisos en materia de igualdad de género y derechos humanos a nivel nacional se cumplan y que se pongan en práctica de manera efectiva.

III. Apoyar a las redes turísticas, las ONG y las cooperativas turísticas de mujeres para trabajar activamente con miras al empoderamiento de las mujeres en el sector.

6. Medición para unas mejores políticas

I. Recabar y comunicar con regularidad datos desagregados por sexo sobre el empleo del sector turístico y, cuando sea posible, sobre empleo turístico formal o informal, brechas salariales de género, emprendimiento, educación y formación, liderazgo y toma de decisiones, uso del tiempo y conciliación entre vida laboral y personal.

II. Proporcionar con regularidad a la OMT datos desagregados por sexo sobre empleo en el sector turístico.

III. Llevar a cabo análisis de género, consultar a los agentes de la sociedad civil, integrar una perspectiva de género en todas las fases del ciclo de políticas y programas de turismo.

Recomendaciones para la Acción:

Apoyando trabajos y economías por medio del viaje y el turismo: un llamado a la acción para mitigar el impacto socioeconómico del COVID-19 y acelerar la recuperación²⁰. Abril 2020. En cada línea de acción se considera particularmente a las mujeres.

Lineamientos. La Covid-19 y los grupos vulnerables. Una respuesta inclusiva para los grupos vulnerables. La Covid-19 y las mujeres en el turismo. Abril 2020.

“Siendo un sector cuya fuerza laboral en todo el mundo tiene una mayoría de mujeres (54%), y dado que la mayoría de mujeres lleva a cabo trabajos informales o de baja cualificación, serán estas las que sufrirán antes y de forma más intensa el golpe económico que la COVID-19 está asestando al turismo. Estas mujeres deben ser tenidas en cuenta en las medidas inmediatas de mitigación.

Con la vista puesta en el futuro, la recuperación del sector ofrece una oportunidad de oro para que el turismo aproveche los grandes avances que ha logrado en el empoderamiento de las mujeres reduciendo las barreras de acceso, elevando los esfuerzos de recuperación de las mujeres trabajadoras, incrementando su protección e informando de cómo los efectos de la pandemia están afectando de manera diferente a hombres y a mujeres en el turismo.

²⁰ Documento en inglés, ver en https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/COVID19_Recommendations_English_1.pdf

RESPUESTA INMEDIATA

Ayuda para las trabajadoras de la economía informal: El empleo de las mujeres en el turismo está dominado por el sector informal. La inestabilidad y la falta de protección jurídica inherentes al empleo formal, sin embargo, hacen que las mujeres estén especialmente expuestas a una abrupta caída de la actividad y de los ingresos derivados del turismo. Los estímulos y los programas de ayuda deben garantizar que las personas con empleos informales tengan acceso a las medidas de ayuda para evitar que la fuerza laboral femenina se vea aún más desfavorecida.

El equilibrio de género en los órganos que deciden sobre la gestión de crisis: La fuerza laboral del sector turístico y las autoridades públicas se caracterizan por la falta de mujeres en puestos de poder. Para garantizar que las mujeres sean parte integral e igual de la recuperación, deben ser parte, en igualdad de condiciones, en la configuración de la respuesta del sector. La inclusión de las mujeres en los procesos de toma de decisiones y su visibilidad en la comunicación de las medidas de respuesta son, por lo tanto, vitales para garantizar una respuesta sectorial inclusiva en cuanto al género.

Acceso a la atención sanitaria: Muchas mujeres en el turismo forman parte de grupos vulnerables, como son los migrantes o los trabajadores estacionales, y tienen condiciones laborales precarias que les impiden acceder a una atención sanitaria. Los gobiernos deben velar por que las mujeres que trabajan en el turismo tengan acceso a una atención sanitaria asequible, de calidad y equitativa, que incluya la salud sexual y reproductiva, y muy en particular los grupos más vulnerables.

Igualdad de acceso a la información: La brecha de género en el uso de Internet es del 17% a escala mundial, siendo muchas las mujeres con acceso limitado a causa de su analfabetismo o por problemas financieros o familiares. La información y el material sobre la COVID-19 y los esfuerzos de la respuesta deberían difundirse a través de un espectro variado de canales de comunicación, y habría que centrarse en formular mensajes dirigidos a las madres y a los jóvenes.

RECUPERACIÓN

Protección contra la violencia de género: El acoso sexual y otras formas de violencia de género prevalecen en el sector turístico. La mayor visibilidad de la violencia de género generada por la COVID-19 debe conducir a una protección jurídica superior no solo para los casos de violencia en el hogar, sino también para otras formas de violencia de género, con miras a hacer del turismo un espacio más seguro para las trabajadoras cuando el sector se recupere.

Condiciones flexibles de trabajo: Tres cuartas partes del trabajo de cuidados no remunerado lo realizan mujeres. El hecho de que la COVID-19 haya incrementado la necesidad de cuidados no remunerados, con una tasa más alta de enfermos y muchas personas a cargo en el hogar, está forzando también a las

empresas a ofrecer condiciones de trabajo más flexibles y a incrementar la capacidad de teletrabajo. La continuación de las condiciones flexibles de trabajo en la recuperación eliminaría barreras para aquellas mujeres que quieran incorporarse o reincorporarse al trabajo en el sector turístico.

Impulsar el emprendimiento y la carrera profesional de las mujeres: La recuperación económica del turismo ofrecerá una oportunidad única para que haya más mujeres en puestos de liderazgo. Los gobiernos deberían reducir las barreras legales e incrementar el acceso a financiación para fomentar el emprendimiento entre las mujeres. Entretanto, debería haber más mujeres en las empresas dedicadas a formular y poner en práctica unos programas de recuperación que ofrezcan oportunidades de carrera profesional cuando la recuperación empiece a tomar ritmo.

Datos desagregados por sexo: Entender y analizar la participación de las mujeres en el turismo se hace difícil por la falta de datos turísticos desagregados por sexo, lo que reduce también la capacidad del sector de formular una respuesta inclusiva en cuestión de género. Los Estados Miembros y las empresas turísticas deberían priorizar la desagregación por sexo en su recopilación de datos y la facilitación de estos datos para que los responsables de las políticas, los directivos y los emprendedores tengan herramientas que les permitan garantizar que las medidas de recuperación impulsen el empoderamiento de las mujeres. La OMT ha desarrollado estas medidas en colaboración con asociados internacionales, nacionales y locales con el fin de ayudar a los gobiernos y a las empresas a preparar una respuesta inclusiva a la COVID-19, garantizando que nadie se quede atrás”.

CONVENCIÓN/TRATADO/LINEAMIENTO

Organización de Estados Americanos OEA.

LINEAMIENTO RELACIONADO AL SECTOR COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

Comisión Interamericana de Mujeres CIM

Declaración de Lima²¹ sobre la igualdad y la autonomía en el ejercicio de los derechos económicos de las mujeres. 2016

CONVENCIÓN/TRATADO/LINEAMIENTO

Consenso de Santo Domingo aprobado en la Duodécima Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe (Santo Domingo, 2013)²² pag 97.

LINEAMIENTO RELACIONADO AL SECTOR COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

37. Promover la mejora del acceso de las mujeres al empleo decente, redistribuyendo las tareas de cuidado entre Estado, mercado y sociedad y entre hombres y mujeres, y facilitando la capacitación y uso de la

²¹ Ver texto completo en <https://www.oas.org/es/cim/docs/DeclaracionLIMA-ESP.pdf>

²² Ver texto completo en https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/40_anos_de_agenda_regional_de_genero.pdf

tecnología, el autoempleo y la creación de empresas en el sector científico-tecnológico, así como aumentar la proporción de mujeres que ocupan puestos en áreas en que se encuentran infrarrepresentadas, como los ámbitos académico, científico, tecnológico y de las tecnologías de la información y las comunicaciones;

40. Asegurar a mujeres empresarias y emprendedoras, incluidas las mujeres rurales, indígenas y afrodescendientes, mecanismos de comercialización de la producción y acceso al crédito para adquirir equipos e instrumentos tecnológicos que les permitan innovar y ampliar sus oportunidades de negocio y su participación en los procesos productivos para el desarrollo y en los emprendimientos autogestionados;

57. Reconocer el cuidado como un derecho de las personas y, por lo tanto, como una responsabilidad que debe ser compartida por hombres y mujeres de todos los sectores de la sociedad, las familias, las empresas privadas y el Estado, adoptando medidas, políticas y programas de cuidado y de promoción de la corresponsabilidad entre mujeres y hombres en la vida familiar, laboral y social que liberen tiempo para que las mujeres puedan incorporarse al empleo, al estudio y a la política y disfrutar plenamente de su autonomía;

60. Priorizar e intensificar las iniciativas encaminadas al empoderamiento económico de la mujer a nivel de la comunidad, por medios como la educación empresarial y las incubadoras de empresas, para mejorar su situación y reducir así la vulnerabilidad a la violencia;

68. Instar a la Comisión Económica para América Latina y el Caribe para que la División de Asuntos de Género impulse acciones para la promoción del desarrollo productivo y la autonomía económica de las mujeres, mediante la visibilización de las mujeres que participan en actividades productivas, y el diseño y la implementación de un enfoque integral, interinstitucional e intersectorial de apoyo a las mujeres emprendedoras, productoras y empresarias dentro de las cadenas de valor;

CONVENCIÓN/TRATADO/LINEAMIENTO

Decimotercera Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe (Montevideo, 2016) pag 109.

LINEAMIENTO RELACIONADO AL SECTOR COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

ESTRATEGIA DE MONTEVIDEO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA AGENDA REGIONAL DE GÉNERO EN EL MARCO DEL DESARROLLO SOSTENIBLE HACIA 2030

5.f Asegurar que el sector privado, en particular el empresarial, contribuya de manera eficaz al financiamiento de emprendimientos de mujeres, al financiamiento de los servicios públicos y la protección social a través del pago de impuestos progresivos, y que el Estado evite la existencia de privilegios fiscales.

CONVENCIÓN/TRATADO/LINEAMIENTO**OCDE.****LINEAMIENTO RELACIONADO AL SECTOR COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO**

La OCDE destaca dentro de los cambios importantes realizados por los países en materia de equidad de género, a raíz de sus recomendaciones:

“... cerrar las brechas de género en el acceso a las habilidades financieras y empresariales al mejorar el acceso al financiamiento bancario a través de garantías crediticias. Otras dos estrategias comunes son el uso de contratación pública para apoyar a las emprendedoras y los esfuerzos por mejorar el acceso de las mujeres al capital de riesgo. La capacitación empresarial, los programas de asesoría, los talleres, la orientación empresarial y el apoyo en la creación de redes empresariales también han demostrado ser prometedores.” (OCDE, 2018 pag. 6)

CONVENCIÓN/TRATADO/LINEAMIENTO

Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos: puesta en práctica del marco de las Naciones Unidas para “proteger, respetar y remediar”. 2011.

LINEAMIENTO RELACIONADO AL SECTOR COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

Principios generales:

Estos Principios Rectores deben aplicarse de manera no discriminatoria, prestando atención especial a los derechos, necesidades y problemas de las personas pertenecientes a grupos o poblaciones con mayores riesgos de vulnerabilidad o marginación, y teniendo debidamente en cuenta los diversos riesgos que pueden enfrentar mujeres y hombres.

I EL DEBER DEL ESTADO DE PROTEGER LOS DERECHOS HUMANOS

B. PRINCIPIOS OPERATIVOS FUNCIONES REGLAMENTARIAS Y NORMATIVAS DEL ESTADO DE CARÁCTER GENERAL

FUNCIONES REGLAMENTARIAS Y NORMATIVAS DEL ESTADO DE CARÁCTER GENERAL

3. En cumplimiento de su obligación de protección, los Estados deben:

a) Hacer cumplir las leyes que tengan por objeto o por efecto hacer respetar los derechos humanos a las empresas, evaluar periódicamente si tales leyes resultan adecuadas y remediar eventuales carencias;

- b) Asegurar que otras leyes y normas que rigen la creación y las actividades de las empresas, como el derecho mercantil, no restrinjan sino que propicien el respeto de los derechos humanos por las empresas;
- c) Asesorar de manera eficaz a las empresas sobre cómo respetar los derechos humanos en sus actividades;
- d) Alentar y si es preciso exigir a las empresas que expliquen cómo tienen en cuenta el impacto de sus actividades sobre los derechos humanos.

Comentario

El asesoramiento a las empresas sobre la observancia de los derechos humanos debe señalar los resultados esperados y facilitar el intercambio de mejores prácticas. Debe aconsejar los métodos adecuados, incluida la debida diligencia en materia de derechos humanos, y explicar cómo tratar eficazmente las cuestiones de género, vulnerabilidad y/o marginación, reconociendo los problemas específicos de los pueblos indígenas, las mujeres, las minorías nacionales, étnicas, religiosas o lingüísticas, los niños, las personas con discapacidad y los trabajadores migrantes y sus familias.

FOMENTAR EL RESPETO DE LOS DERECHOS HUMANOS POR LAS EMPRESAS EN ZONAS AFECTADAS POR CONFLICTOS

7. Puesto que el riesgo de violaciones graves de los derechos humanos es mayor en zonas afectadas por conflictos, los Estados deben tratar de asegurar que las empresas que operan en tales contextos no se vean implicadas en abusos de este tipo, adoptando entre otras las siguientes medidas:

- b) Prestar asistencia adecuada a las empresas para evaluar y tratar los principales riesgos de abusos, prestando especial atención tanto a la violencia de género como a la violencia sexual;

Comentario

Algunas de las violaciones más graves de los derechos humanos en que intervienen las empresas se producen en el contexto de conflictos por el control de territorios, de recursos o del mismo gobierno, en los que no cabe esperar un funcionamiento adecuado del régimen de derechos humanos. Las empresas con sentido de responsabilidad solicitan cada vez más orientación de los Estados sobre la forma de evitar cualquiera implicación en la vulneración de derechos humanos en estos contextos difíciles. Es preciso aplicar enfoques innovadores y prácticos. Es importante, en particular, prestar atención al riesgo de violencia sexual y de género, que en tiempos de conflicto resulta especialmente prevalente.

II. LA RESPONSABILIDAD DE LAS EMPRESAS DE RESPETAR LOS DERECHOS HUMANOS

A. PRINCIPIOS FUNDACIONALES

12. La responsabilidad de las empresas de respetar los derechos humanos se refiere a los derechos humanos internacionalmente reconocidos – que abarcan, como mínimo, los derechos enunciados en la Carta Internacional de Derechos Humanos y los principios relativos a los derechos fundamentales establecidos en la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo.

Comentario

De acuerdo con las circunstancias, es posible que las empresas deban tener en cuenta otras normas. Por ejemplo, las empresas deben respetar los derechos humanos de las personas pertenecientes a grupos o poblaciones específicos y deberán prestarles una atención especial cuando vulneren los derechos humanos de esas personas. Los instrumentos de las Naciones Unidas han detallado a tal efecto los derechos de los pueblos indígenas, las mujeres, las minorías nacionales, étnicas, religiosas y lingüísticas, los niños, las personas con discapacidad y los trabajadores migrantes y sus familias. Por otra parte, en situaciones de conflicto armado, las empresas deben respetar las normas del derecho internacional humanitario.

B. PRINCIPIOS OPERATIVOS

LA DEBIDA DILIGENCIA EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS

18. A fin de calibrar los riesgos en materia de derechos humanos, las empresas deben identificar y evaluar las consecuencias negativas reales o potenciales sobre los derechos humanos en las que puedan verse implicadas ya sea a través de sus propias actividades o como resultado de sus relaciones comerciales. Este proceso debe:

- a) Recurrir a expertos en derechos humanos internos y/o independientes;
- b) Incluir consultas sustantivas con los grupos potencialmente afectados y otras partes interesadas, en función del tamaño de la empresa y de la naturaleza y el contexto de la operación.

Comentario

En este proceso, las empresas deben prestar especial atención a las consecuencias concretas sobre los derechos humanos de las personas pertenecientes a grupos o poblaciones expuestos a un mayor riesgo de vulnerabilidad o de marginación, y tener presentes los diferentes riesgos que pueden enfrentar las mujeres y los hombres.

18. A fin de calibrar los riesgos en materia de derechos humanos, las empresas deben identificar y evaluar las consecuencias negativas reales o potenciales sobre los derechos humanos en las que puedan verse implicadas ya sea a través de sus propias actividades o como resultado de sus relaciones comerciales.

Comentario

En este proceso, las empresas deben prestar especial atención a las consecuencias concretas sobre los derechos humanos de las personas pertenecientes a grupos o poblaciones expuestos a un mayor riesgo de vulnerabilidad o de marginación, y tener presentes los diferentes riesgos que pueden enfrentar las mujeres y los hombres.

CONVENCIÓN/TRATADO/LINEAMIENTO

Alianza del Pacífico. Grupo Técnico de Género.

LINEAMIENTO RELACIONADO AL SECTOR COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

Mandatos²³.

• **Declaración de Lima, 2019**

o Fomentar la incorporación y monitoreo del enfoque de género en todos los grupos técnicos de la Alianza del Pacífico, así como en sus programas y actividades, con especial énfasis en las barreras estructurales que afrontan las mujeres empresarias por razones de género.

o Crear un programa de capacitación para las mujeres empresarias, enriqueciendo sus habilidades y capacidades para continuar incorporándolas al comercio y empoderarlas económicamente.

• **Declaración de Puerto Vallarta, 2018**

XIII Cumbre de la Alianza del Pacífico, celebrada en Puerto Vallarta, Jalisco, México, el 24 de julio de 2018

o Declaramos nuestro compromiso de intensificar los esfuerzos por incorporar la perspectiva de género de manera transversal en los programas y actividades de la Alianza del Pacífico, reconociendo el importante rol de las mujeres, incluyendo las empresarias y emprendedoras, en el comercio, el crecimiento económico y desarrollo sostenible e inclusivo de nuestros países.

²³ <https://alianzapacifico.net/grupo-tecnico-de-genero/>

• Declaración de Cali, 2017**XII Cumbre de la Alianza del Pacífico, celebrada en Santiago de Cali, Colombia, el 30 de junio de 2017**

o Declaramos nuestra voluntad de intensificar los esfuerzos por incorporar la perspectiva de género de manera transversal en los programas y actividades de la Alianza del Pacífico, reconociendo el importante rol de las mujeres, incluyendo mujeres empresarias y emprendedoras, en el crecimiento y desarrollo de nuestros países, así como para el cumplimiento de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

• Declaración de Puerto Varas, 2016**XI Cumbre de la Alianza del Pacífico, celebrada en Puerto Varas, Chile, el 1 de julio de 2016**

o Promover la incorporación de la perspectiva de género en los programas y actividades de la Alianza del Pacífico.

o Implementar y desarrollar acciones positivas como programas que busquen incorporar a mujeres líderes en el proceso exportador.

o Desarrollar plataformas virtuales que fomenten un diálogo sobre género y comercio entre los países Miembros.

• Declaración de Paracas, 2015**X Cumbre de la Alianza del Pacífico, celebrada en Paracas, Perú, el 3 de julio de 2015**

o Compromiso de incluir a la perspectiva de género como un elemento transversal dentro de los trabajos de la Alianza del Pacífico y, con este fin, constituir un Grupo de Trabajo encargado de elaborar una estrategia que la incorpore en los programas del mecanismo e instruirle que presente los avances de su trabajo en la próxima reunión del GAN.

Trabajando en la Estrategia para transversalizar la perspectiva de género, en el primer trimestre del año lanzaron encuesta para identificar la participación de mujeres empresarias en el comercio exterior en Colombia y Perú, a través de la iniciativa Mujeres ConnectAmericas, cuyo objetivo es identificar las principales barreras a la participación de mujeres empresarias en el comercio exterior, generar un diagnóstico y con base en él diseñar e implementar instrumentos y programas de apoyo empresarial a mujeres empresarias en el comercio intra-Alianza y en las cadenas regionales de valor²⁴.

²⁴ <https://alianzapacifico.net/grupo-tecnico-de-genero-lanza-encuesta-para-identificar-la-participacion-de-mujeres-empresarias-en-el-comercio-exterior-en-colombia-y-peru/>



**CARTILLA PARA LA INCLUSIÓN DEL ENFOQUE
DE GÉNERO PARA LAS MUJERES EN EL CICLO
DE PLANEACIÓN Y PRESUPUESTACIÓN**