

DOCUMENTO DE COOPERACIÓN TÉCNICA

I. INFORMACIÓN BÁSICA

País/Región:	Los países de la región.		
Nombre y número de la operación:	Innovación operativa en comercio y género. RG-T2180.		
Equipo:	Alejandra Eguíluz (INT/TIU), Jefe de Equipo; Juliana Almeida, co-Jefe de Equipo (INT/TIU); Claudia Piras (SCL/GDI); José Cabrera-Macchi (INT/TIU); Cecilia Seminario (INT/TIU); Mónica Lugo (LEG/SGO); y Maria Eugenia Roca (VPC/FMP).		
Tipo de CT:	Investigación y disseminación.		
Fecha de aprobación del Resumen de CT:	23 de mayo de 2012.		
Fondo que financiará CT:	Fondo de Ayuda para el Comercio (AfT).		
Beneficiarios:	El Banco y los países de la región.		
Organismo ejecutor y datos de contacto:	El Banco, por intermedio de la Unidad de Comercio e Inversiones (INT/TIU).		
Monto solicitado:	USD220,000	Monto de contrapartida:	
Periodo de desembolso:	28 meses.		
Periodo de ejecución:	24 meses.		
Fecha de inicio requerida:	Junio 2012.		
Tipo de consultorías:	Individuales.		
Unidad responsable de preparación:	INT/TIU.		
Unidad responsable de desembolsos:	INT/TIU.		
Incluida en la EBP¹:	N/A.	Incluida en CPD²:	N/A.
Prioridad sectorial GCI-9:	No. 1. Política Social para la Equidad y la Productividad y No. 4 Integración Competitiva Regional y Global.		

¹ Estrategia del Banco con el país.

² Country Program Document.

II. DESCRIPCIÓN

A. Objetivos y Justificación

- 2.1 El objetivo de esta CT es contribuir a profundizar el conocimiento y capacidad de los países de la región en el tema de género y comercio, de manera que revierta en la práctica operativa de los países y se fomente el diálogo y la sensibilización entre los actores en torno a la temática. Este objetivo se pretende lograr con la implementación de tres acciones concretas: (i) Identificar la mejor práctica internacional operativa en género y comercio y adaptar ese aprendizaje a las operaciones en los países de la región; (ii) Implementar un proyecto piloto de promoción de la participación de mujeres empresarias en las rondas de negocios de dos eventos de *LAC FLAVORS*; y (iii) organizar un evento de disseminación de las lecciones aprendidas que sirva para disseminar los productos de conocimiento previamente desarrollados de manera que se beneficien los países de la región.
- 2.2 El reconocimiento del impacto diferenciado de la expansión comercial en las mujeres y el desarrollo de iniciativas que tienen en cuenta este impacto constituye una tendencia creciente en países donantes del banco y en la comunidad internacional. Se ha generado un espacio para la generación de conocimiento sobre la relación existente entre comercio y género, han proliferado programas destinados a fortalecer el comercio como una herramienta de desarrollo en general y, en particular, promover el acceso de las mujeres a los canales de comercialización en la región.
- 2.3 En el ámbito mundial, las mujeres son propietarias aproximadamente del 25-33% de las empresas privadas en la economía formal. Sin embargo no son dueñas de los medios de producción y obtienen menos del 1% de las oportunidades de negocio ofrecidas por corporaciones y gobiernos. En América Latina, las mujeres son más propensas a participar en el sector informal y a liderar empresas más pequeñas en términos de ventas, costos, ingresos, capital físico y número de empleados³. Si las mujeres han de desempeñar un rol más importante la construcción de comunidades fuertes y economías sostenibles, sus capacidades para crear riqueza y puestos de trabajo como dueñas de negocios deben ser fortalecidas. Aunque las mujeres en América Latina son más propensas a ser empresarias que sus pares en Asia o Europa, los desafíos persisten.
- 2.4 De acuerdo al IFC, el número total de PYMES formales con al menos una mujer propietaria en América Latina es de 1.2 a 1.4 millones o 35-42%. El número de empresas lideradas por mujeres es significativamente menor, debido a la gran cantidad de empresas de propiedad familiar que no dan participación activa a las mujeres en el negocio. Dentro de la región, la mayoría de las empresas de propiedad de mujeres son micro o pequeñas empresas con menos de 50 empleados⁴. Según un estudio presentado por el BID, el Banco Mundial, y la *Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ)*, las barreras que enfrentan las mujeres en el sector privado en América Latina y el Caribe incluyen dificultades para el acceso de sus productos a mercados y para el acceso a redes

³“Why Gender Equality.” IDB Website. <http://www.iadb.org/en/topics/gender-and-diversity/why-gender-equality,2730.html>. Marzo 19, 2011.

⁴ “Strengthening Access to Finance for Women-Owned SMEs in Developing Countries,” IFC, Octubre, 2011.

de negocios y menos oportunidades de educación y capacitación para hacer crecer sus negocios⁵.

- 2.5 La incorporación del enfoque de género en las acciones y políticas comerciales de los países de la región constituye aún un desafío, debido en parte a la carencia de herramientas metodológicas que faciliten la incorporación del enfoque de género en iniciativas tanto académicas como operativas sobre el comercio. Esto repercute en la incidencia de los temas de género en el diseño de las políticas comerciales, la cual es aún débil en términos generales. Los proyectos de fomento del negocio y acceso a mercados ofrecen una oportunidad excelente para diseñar una acción afirmativa que, sin salirse de los objetivos de comercio identificados, impacten de manera más profunda a los grupos de mujeres y logren un impacto en términos de empoderamiento o equidad.
- 2.6 En un esfuerzo por avanzar en la incorporación de género en las operaciones del Sector de Integración y Comercio (INT) y aumentar las inversiones en el empoderamiento de las mujeres en todos los ámbitos de la Ampliación de Capital del Banco (GCI-9), el BID aprobó una nueva Política Operativa sobre Igualdad de Género en el Desarrollo (noviembre de 2010), con un Plan de Acción de Género que refleja los compromisos sectoriales (entre ellos los de INT) con dicha [política](#). Esta CT se presenta en el contexto de dicha política y plan de acción⁶, además de estar alineada con la ampliación de capital del Banco en dos de sus prioridades sectoriales (No.1 Política Social para Equidad y Productividad y N.4 Integración Internacional Regional y Global Competitivas). La CT promueve la integración regional a través del acceso de mujeres productoras a los mercados internacionales, promoviendo la creación de una oferta regional diversificada preparada para participar en los mercados globales.
- 2.7 El valor añadido de esta operación es la oportunidad de generar y diseminar conocimiento puntero en género y comercio en la práctica operativa que beneficie a los países de la región. Esto se realizará a través de dos actividades de generación o diseminación de conocimiento y un proyecto piloto operativo que sirva de aprendizaje práctico para los actores participantes de la región. Esta iniciativa contribuye a fomentar la sensibilización del tema entre los países y generar diálogo entre los actores de género y comercio.

B. Descripción de actividades

- 2.8 La operación está compuesta por cuatro componentes, que se describen a continuación:
- 2.9 **Componente I: Investigación sobre la buena práctica internacional operativa en comercio y género.** Este componente financiará los servicios de consultoría para realizar un estudio sobre la mejor práctica operativa internacional en temas de género y comercio con recomendaciones de implementación para los países de la región. Este estudio complementará estudios anteriores realizados por INT en género y comercio y analizará si las mejores prácticas identificadas (estudios de caso exitosos) son replicables en la región y de qué manera se pueden poner en práctica en los países. Esta actividad

⁵ “Women’s Economic Opportunities in the Formal Private Sector in Latin America and the Caribbean”, *Inter-American Development Bank, The World Bank, and Deutsche Gesellschaft Für Technische Zusammenarbeit (GTZ)*, 2010.

⁶ El Plan de Acción de INT, en su compromiso con la Política de Género del Banco, establece compromisos operativos concretos. Esta operación materializa uno de dichos compromisos.

contribuirá a mejorar la incorporación de un enfoque de género en las operaciones de comercio de los actores de la región, además de aumentar la sensibilización y la coordinación de los actores de la región en el tema de género y comercio, que son los resultados directos e indirectos establecidos en la matriz de resultados del fondo de Ayuda y Comercio.

- 2.10 **Componente II: Innovación operativa en comercio y género.** Este componente es en sí mismo un caso práctico de acción afirmativa y forma parte del Plan de Acción que INT ha comprometido con la Política de Género del Banco. Se introduce un incentivo financiero adicional para el fomento de la participación de empresarias mujeres en los foros *LAC FLAVORS*⁷ de 2012 y 2013, como ejemplo de acción afirmativa para fomentar oportunidades comerciales de las mujeres empresarias en las ruedas de negocios internacionales. Con la financiación de esta CT se cubrirán los gastos de pasaje y viáticos de 110 empresas de mujeres.
- 2.11 La selección del foro *LAC FLAVORS* como evento clave para probar la iniciativa piloto de acción afirmativa responde a los siguientes criterios: (i) la focalización del evento en productos agroindustriales de la región, donde las mujeres tienen gran participación como productoras, (ii) la capacidad técnica instalada en INT tras varios años de organización de dicho evento, que implica que tenga una buena posición para realizar una adecuada selección de empresas lideradas por mujeres y a su vez una adecuada selección de compradores potencialmente interesados, y (iii) la complementariedad de esta acción con el resto de acciones operativas en INT que persiguen el mismo objetivo de incorporar género en las operaciones de comercio. Tanto la operación *Incorporación de negocios de mujeres a cadenas globales de valor*, RG-T2071, como el *Programa de Apoyo al Comercio y la Integración de Guatemala*, GU-L1037, actualmente en implementación, contienen acciones afirmativas para la incorporación de productoras en cadenas globales de valor. Esta actividad contribuye al cumplimiento de uno de los indicadores de resultado de la matriz del Fondo de Ayuda para el Comercio (*Aid for Trade*), al incorporar un enfoque de género en las operaciones.
- 2.12 Las empresas elegibles para recibir este incentivo adicional serán, por este orden: (i) Mujeres dueñas de las empresas en al menos un 51%; (ii) Mujeres ejecutivas en cargos directivos y de gestión (incluidas empresas con departamentos de exportación a cargo de mujeres); y (iii) Empresas con una plantilla laboral de más del 70% mujeres.
- 2.13 Adicionalmente, se empleará una parte de estos fondos para invitar a participar en *LAC FLAVORS* a algunas Agencias de Promoción de Exportaciones de la región que participen más proactivamente en la gestión de estos incentivos para mujeres empresarias. El foro será ocasión de intercambiar experiencias y prácticas institucionales en la manera en que estas agencias integran el enfoque de género en sus programas.
- 2.14 **Componente III: Organización de un evento de diseminación de resultados en comercio y género.** Durante los años 2010 y 2011 INT, en colaboración con SCL/GDI (*Gender and Diversity Unit*), ha desarrollado una línea de conocimiento práctico en comercio y género. Se elaboraron productos de conocimiento en colaboración con

⁷ *LAC FLAVORS* es una reunión anual especializada de Rueda de Negocios que reúne a exportadores de alimentos de la región de Mesoamérica y compradores internacionales, con el objetivo de expandir y fortalecer el intercambio comercial en la región y contribuir a la generación de nuevas oportunidades de negocios

algunos países de la región, y quedó demostrado el interés de la región por avanzar en estos temas. Especialmente, es necesario alcanzar algunos consensos o estándares metodológicos sobre cómo llevar a la práctica la incorporación de un enfoque de género en operaciones de comercio. Este conocimiento se verá enriquecido con los resultados de los componentes I y II. El componente III pretende ofrecer a los países beneficiarios un conjunto de práctica y conocimiento en materia de género y comercio, en el contexto de un evento donde se abra un diálogo y se obtenga retroalimentación de los actores interesados en la región, obteniendo consensos, aumentando la sensibilidad en el tema y fomentando las alianzas estratégicas entre actores relevantes (lo cual contribuye directamente a uno de los resultados establecidos en la matriz de resultados del Fondo de Ayuda para el Comercio). Este componente financiará los gastos de organización del evento y la participación de los asistentes. La localización del evento está aún por definir. Los participantes serán actores involucrados en temas de género y comercio en la región (Ministerios de Comercio y otros).

- 2.15 **Componente IV: Medición de impactos reales en la incorporación de género al comercio.** Con cargo a los fondos de esta CT se financiarán consultorías para llevar a cabo la cuantificación de impactos de las actividades de los tres componentes anteriores. Los impactos estarán relacionados con los resultados que esperan en matriz de resultados del Fondo de Ayuda para el Comercio: (i) un aumento en la sensibilización, el diálogo y generación de alianzas estratégicas y coordinación en temas de género y comercio y; (ii) un aumento de la incorporación del enfoque de género en las actividades del comercio⁸. Los informes también darán cuenta de los resultados que se derivaron de la participación de las mujeres empresarias en los eventos de *LAC FLAVORS*. Se incluyen también actividades de disseminación de dichos impactos.

Matriz de Resultados indicativa

Resultados	Unidad	Línea de base		Meta		Fuente de verificación
		Valor	Año	Valor	Año	
Componente I						
Investigación sobre las mejores prácticas internacionales en comercio y género y recomendaciones para LAC.	Estudio	0	2012	1	Dic. 2012	Estudio
Componente II						
Mujeres empresarias/directivas/trabajadoras participan en Foro <i>LAC FLAVORS</i> 2012 y 2013.	Número de empresas	0	2012 y 2013	110	2012 y 2013	Reporte del evento-Informe de impacto
Agencias de exportación sensibilizadas con el objetivo de equidad de género en sector empresarial exportador que participan en el Foro <i>LAC FLAVORS</i> .	Agencia	0	2012 y 2013	22		Reporte del evento-Informe de impacto
Entidades de promoción de comercio	Entidades	0	2012	7	2014	Informes de

⁸ Immediate and intermediate outcomes of the logic model of the Aid for Trade Strategic Thematic Fund.

con políticas/prácticas de género						impacto
Componente III						
Evento presentación de actividades en comercio y género.	Evento	0	2012	1	Octubre 2013	Informe de impacto
Países representados en el evento.	País	0	2012	6		Informe de impacto
Nuevas redes/alianzas establecidas entre actores de género y comercio	Redes /Alianzas	0	2012	3	2014	Informes de impacto
Componente IV						
Dos informes de impacto y un informe final.	Informe	0	2012	3	2013, 2014 y 2015	Informes
Actividad de diseminación.	Webstory	0	2012	1	2014	Webstory

III. PRESUPUESTO

- 3.1 El monto total de esta CT asciende a USD220,000 provenientes del Fondo de Ayuda para el Comercio (AfT).
- 3.2 Debido a que el Banco dispone de la experiencia y capacidad técnica que se requieren para asegurar la alta calidad de los productos técnicos, a través de la participación en el evento de diseminación de conocimiento de comercio y género y con cargo a los recursos de esta CT (Componente III), se podrá financiar el viaje de un *staff* de INT/TIU para proveer asistencia técnica en el marco de este proyecto y de acuerdo con la política de cooperación técnica del Banco (GN-2470-2, párrafo 2.32).

Presupuesto Indicativo (en US\$)

Actividades/Componentes	Descripción	BID	Aporte Local	Total
Componente I. Investigación sobre las mejores prácticas internacionales en comercio y género.	Informe que presente los mejores casos identificados, analice su relevancia para la región y ofrezca conclusiones sobre cómo incorporar las mejores lecciones identificadas a la práctica operativa de INT.	20,000	0	20,000
Componente II. Facilitación comercial para mujeres empresarias en el <i>LAC FLAVORS</i> y agencias de promoción de la región.	Pasajes y viáticos para la participación de mujeres propietarias, directivas y trabajadoras de empresas en dos rondas de negocios de <i>LAC FLAVORS</i> , así como para la participación de agencias de exportación más sensibilizadas con la necesidad de incorporar un enfoque de género en sus programas.	150,000	0	150,000
Componente III. Organización de evento de presentación de actividades en comercio y género.	Evento de carácter técnico para abrir diálogo y obtener input sobre la demanda en la región, que alimente el trabajo operativo de INT.	30,000	0	30,000
Componente IV. Medición de impactos reales en la incorporación de género al comercio	Realización de informes 2 de impacto del avance de las actividades y de un informe final. Diseño y diseminación de resultados.	20,000	0	20,000

	TOTAL	220,000	0	220,000
--	--------------	----------------	----------	----------------

IV. ORGANISMO EJECUTOR Y ESTRUCTURA DE EJECUCIÓN

- 4.1 El proyecto será ejecutado por el Banco a través de la Unidad de Comercio e Inversiones (INT/TIU) del Sector de Integración y Comercio (INT/INT). El equipo del proyecto supervisará el monitoreo y seguimiento de las actividades, tanto en sus desembolsos como en los impactos reales logrados con las actividades de los componentes, de manera que se demuestre la alineación de los resultados con los estipulados en la matriz de resultados del fondo de Ayuda al Comercio. Se producirán informes de impacto de manera periódica (financiados con el componente IV), que incluirán contenidos sobre los impactos de los eventos de *LAC FLAVORS*.
- 4.2 La adquisición de bienes y servicios y la contratación de servicios de consultoría serán realizadas de acuerdo con lo dispuesto en las Políticas de Adquisiciones del Banco relativas a adquisiciones institucionales.
- 4.3 Se requerirá una carta de no-objeción al gobierno del país que acoja el evento *LAC FLAVORS* de 2013, y otra al gobierno del país que acoja el evento de disseminación de género y comercio descrito en el componente III (se anexa carta de no-objeción de Guatemala sobre el evento de 2012).

V. RIESGOS

- 5.1 La tabla siguiente recoge los riesgos identificados y sus medidas de mitigación:

Riesgos	Medidas de mitigación
Riesgo de que la aprobación de esta operación no se haga con la suficiente celeridad para que dé tiempo a implementar las actividades del componente II (la celebración del <i>LAC FLAVORS</i> es en julio).	Además de contar con un equipo de trabajo que actuará con la mayor celeridad posible, se prevé que los fondos puedan ser utilizados en la siguiente edición del <i>LAC FLAVORS</i> , en 2013.
Riesgo de no encontrar suficiente base de mujeres empresarias para participar adicionalmente en el <i>LAC FLAVORS</i>	Todas las agencias de promoción de exportaciones sensibilizadas con el tema de género, adicionalmente a AGEXPORT (contraparte logística en Guatemala para el evento de 2012) colaboran con el BID en pre-identificar a las empresas que cumplen los requisitos adecuados para recibir un incentivo adicional para su participación.

VI. CLASIFICACIÓN AMBIENTAL Y SOCIAL

- 6.1 Esta CT ha sido pre-clasificada como categoría C. ([IDBDOCS-#36897909-Screening Reports: 2012000480](#)).

Anexos requeridos:

- [IDBDOCS-#36896563-Investigación sobre la buena práctica internacional operativa en comercio y género/TORs \(borrador\)](#)
- [IDBDOCS-#36891489-Plan de Adquisiciones](#)
- [IDBDOCS-#36925719-Carta no objeción de GUATEMALA para la organización de LAC FLAVORS](#)