



**Conferencia de las
Naciones Unidas sobre
Comercio y Desarrollo**

Distr.
LIMITADA

TD/L.378
16 de junio de 2004

ESPAÑOL
Original: INGLÉS

11º período de sesiones
São Paulo, 13 a 18 de junio de 2004

MESA REDONDA SOBRE EL COMERCIO Y EL GÉNERO

15 de junio de 2004. Resumen preparado por la secretaría de la UNCTAD

1. La Mesa Redonda se centró en cuatro temas principales:
 - Políticas gubernamentales encaminadas a reducir la brecha entre los géneros y fomentar la igualdad entre ellos en el contexto de la liberalización del comercio;
 - Compromisos en materia de comercio multilateral y el objetivo de desarrollo de la igualdad entre los géneros;
 - El aporte del comercio internacional al alivio de la pobreza y la igualdad entre los géneros; y
 - Fomento de la capacidad para el desarrollo del comercio y las empresas.

2. Todas las sociedades se caracterizan por la desigualdad entre los géneros. Las desigualdades omnipresentes entre los hombres y las mujeres en la vida social y económica provienen de las actitudes arraigadas que dan primacía al papel reproductor de la mujer. Los gobiernos pueden y deben tomar medidas para modificar esta situación y la experiencia demuestra que las políticas concertadas pueden resultar eficaces.

3. La liberalización del comercio ha dado muchas oportunidades de mercado nuevas a las mujeres, en particular en lo que se refiere al empleo en los sectores de fabricación de productos de exportación y servicios, pero no puede reemplazar las políticas nacionales adecuadas para reducir las desigualdades entre los géneros. En el contexto del comercio, se deben adoptar medidas específicas a nivel nacional a fin de reducir esas desigualdades y permitir a las empresarias y trabajadoras aprovechar las nuevas oportunidades de mercado dondequiera que se presenten y reducir la vulnerabilidad de la mujer a las repercusiones negativas del comercio. También se debe prestar atención a ciertos tipos de comercio que tienen efectos negativos no buscados sobre las productoras, como por ejemplo la ayuda alimentaria y las importaciones de ropa de segunda mano. Además, los países experimentan los beneficios más importantes en materia de desarrollo y reducción de la pobreza cuando se aplican políticas de igualdad entre los géneros. Los participantes en la Mesa Redonda recomendaron que se adoptasen los siguientes tipos de **medidas en el plano nacional** a fin de solucionar el problema de la desigualdad entre los géneros en el contexto del comercio internacional:

- Mejoramiento del acceso de las mujeres y las niñas a la educación y la formación profesional;
- Medidas para reducir la discriminación en los mercados laborales;
- Acceso de las empresarias a la información sobre los mercados de exportación y los créditos (no sólo los microcréditos);
- Igualdad de los géneros en el ámbito del derecho a la tierra y otros recursos productivos;
- Reducción de la violencia contra la mujer, sin la cual no se pueden beneficiar de otros derechos;
- Apoyo a la mujer en su función reproductiva, por ejemplo con programas de alimentación infantil y guarderías;
- Integración, coherencia y ejecución proactiva de políticas de igualdad entre los géneros en todos los niveles del gobierno.

4. Con respecto a las políticas relacionadas concretamente con el comercio, los compromisos que están dispuestos a aceptar los gobiernos y las concesiones que están en condiciones de hacer en las negociaciones comerciales internacionales son consecuencia de los procesos de elaboración de políticas en el plano nacional. Éstas deben analizar y tener en cuenta las repercusiones que se prevé que pueden tener otras políticas en diferentes grupos sociales e intereses económicos. En los países que cuentan con políticas concertadas de igualdad entre los géneros los frutos de dichas políticas se reflejan en la posición adoptada por el gobierno en las negociaciones comerciales. La Mesa Redonda recomendó al respecto que se realicen sistemáticamente evaluaciones *ex-ante* de las repercusiones en los géneros. Los estudios realizados hasta la fecha señalan los siguientes elementos de las **políticas nacionales en materia de comercio**:

- Los países en desarrollo deben elaborar una lista común de productos en que el género es importante y dar más prioridad a las demandas de reducción de las subvenciones de los países desarrollados y restricciones de acceso a los mercados sobre esa base;
- La reducción de las subvenciones agrícolas de los países desarrollados mejorarán las perspectivas en el mercado interno de muchos cultivos producidos por mujeres;
- La reducción de la progresividad arancelaria llevará a crear muchos puestos de trabajo para las mujeres en las industrias de elaboración de alimentos;
- La reducción de los obstáculos al comercio de servicios, y en particular el movimiento de proveedores de servicios, aumentará marcadamente las oportunidades de empleo de las mujeres;
- Las mejoras constantes en el acceso al mercado no agropecuario producirán nuevas oportunidades de empleo para las mujeres; y
- Las normas de productos cada vez más frecuentes (MSF y OTC) son un problema especial para las mujeres, cuyos establecimientos son pequeños y no tienen los recursos adecuados.

5. También se formularon las siguientes recomendaciones dirigidas a los **organismos internacionales**, y en particular la propia UNCTAD:

- El Grupo de Trabajo Interinstitucional sobre la mujer y la igualdad de género debe continuar su trabajo de análisis y diagnóstico y seguir así sensibilizando a los encargados de elaborar las políticas sobre las repercusiones de la expansión del comercio en los géneros y los efectos que tendrán sobre éstos los posibles cambios en las políticas comerciales;
- Debe elaborarse una metodología para el análisis *ex-ante* de las repercusiones de las políticas comerciales en los géneros;
- Deben mantenerse y mejorarse las iniciativas de fomento de la capacidad comercial, en particular teniendo en cuenta las limitaciones que impone la reproducción a la participación de las empresarias;
- Debe fomentarse la colaboración entre las productoras pobres de los países en desarrollo y los compradores comerciales del Norte a fin de dar a aquéllas más posibilidades de acceder a los mercados de los países desarrollados.
