



ESTRATEGIA DE GÉNERO

TRANSFORMACIÓN PARA LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES, ACCESO Y BENEFICIOS PARA TODOS Y TODAS

La estrategia de género de Fairtrade busca alcanzar la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer en las organizaciones de productores, a través del incremento del poder y la capacidad de gestión de mujeres y niñas. Esta estrategia propone un enfoque transformador a la incorporación de la perspectiva de género en el sistema Fairtrade.

2016-2020



FAIRTRADE
INTERNATIONAL

ÍNDICE

SIGLAS	3
INTRODUCCIÓN	4
Fundamentación	4
FAIRTRADE Y GÉNERO	6
El desafío	6
La oportunidad	9
NUESTRO ENFOQUE	10
Igualdad de género y empoderamiento de las mujeres	10
Más allá de las mujeres productoras para un enfoque dinámico y contextual	15
VISIÓN, OBJETIVO Y ALCANCE	17
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	18
Objetivos de desarrollo de capacidades	18
Objetivos de crecimiento y sostenibilidad	19
Acciones estratégicas para 2016-2020	20
IMPLEMENTACIÓN	24
Financiación de nuestras acciones	24
Monitoreo de acciones e impacto	24
Cronograma	24
Aplicación de la Estrategia	25
MATRIZ DE RIESGO DE LA INCORPORACIÓN DE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO	26
ANEXO: GLOSARIO DE TÉRMINOS CLAVES DE GÉNERO	28
BIBLIOGRAFÍA	30

SIGLAS

CLAC	Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo – Latin American and Caribbean producer network
EOG	Equipo de operaciones global – Global Operations Team (GOT)
FI	Fairtrade International
FTA	Fairtrade Africa–Red Africana de productores
FTAO	Oficina de Defensa del Comercio Justo – Fair Trade Advocacy Office. La FTAO es una iniciativa conjunta de Fairtrade International, la Organización Mundial del Comercio Justo (World Fair Trade Organization) y la Organización Mundial del Comercio Justo - Europa. FTAO se expresa en nombre del movimiento de Comercio Justo por la justicia y la igualdad en el Comercio con el objetivo de mejorar el modo de vida de productores y trabajadores marginados del Sur.
Grupo GAL	Grupo de Acción y Aprendizaje de Género – Gender Action and Learning group – Equipo de coordinación de Fairtrade International para la implementación de la Estrategia de género.
MEA	Monitoreo, Evaluación y Aprendizaje - Monitoring, Evaluation and Learning (MEL)
NAPP	Red de productores de Asia y Pacífico - Network of Asia and Pacific Producers.
ONF, OMF	Organización Nacional Fairtrade, Organización de Marketing Fairtrade. Presentes tanto en el “Norte” como en el “Sur”, ambas se proponen aumentar el apoyo de los mercados y de la sociedad civil a Fairtrade.
OP	Organización de productores. El término ‘productores’ incluye pequeños agricultores y trabajadores.
OSC	Organización de la sociedad civil – Civil society organization (CSO)
RAE	Relaciones y Asociaciones Estratégicas – Strategic Relations and Partnerships (SRP)
RP	Red de productores – Producer network (PN)
SGA	Asesor Principal de Género – Senior Gender Advisor (SGA), Fairtrade International

INTRODUCCIÓN

La visión de Fairtrade es un mundo en el que todos los productores puedan disfrutar de medios seguros y sostenibles de vida, desarrollar su potencial y decidir sobre su futuro. Aunque tácitamente el término ‘productores’ engloba tanto a hombres como a mujeres, no siempre queda claro si o cómo Fairtrade tiene en cuenta el género cuando desarrolla estrategias, políticas y operaciones sensibles a las cuestiones de género.¹ De hecho, debido a su enfoque en la exportación o en cultivos comerciales, Fairtrade puede estar incluso reforzando sin querer las desigualdades de género existentes en el sector de la agricultura (Smith, 2011).

Existen en todo el sistema Fairtrade² muchos ejemplos de buenas prácticas en la promoción de la igualdad de género, tanto en las organizaciones de productores, como en los hogares y comunidades de sus miembros, en particular en Centroamérica y África oriental, y tanto en organizaciones de agricultores a pequeña escala, como de trabajo contratado.³ Sin embargo, hasta ahora Fairtrade no ha seguido un enfoque sistemático e integrado en la promoción de la igualdad de género y el empoderamiento de mujeres y niñas entre sus productores y comunidades. Esta estrategia se propone cerrar dicha brecha y establecer una dirección clara y un enfoque preciso para el trabajo global de Fairtrade sobre la cuestión de género para el período 2016-2020.

FUNDAMENTACIÓN

Las mujeres y las niñas desempeñan innegablemente una función esencial en la agricultura. Los estimados actuales indican que las mujeres constituyen alrededor del 43 por ciento de la fuerza laboral agrícola de los países en desarrollo, variando desde el 20 por ciento en América Latina, hasta alrededor del 50 por ciento en muchas partes de África, y Asia meridional y sudoriental, registrándose grandes variaciones de un país a otro (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, 2011). El papel de las mujeres en la agricultura ha aumentado con el tiempo por varias razones, entre ellas: migraciones, conflictos, y la incidencia de VIH/SIDA. Sin embargo, las mujeres tienen menos acceso a los recursos productivos, como la tierra, los insumos, la información, el crédito, y la asistencia técnica, resultando en una ‘brecha de género’ en la agricultura (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, 2011). La creciente preocupación por la inseguridad alimentaria y por el cómo alimentar una población en aumento, ha renovado el interés en cómo el hecho de brindar a las mujeres el mismo acceso a los recursos productivos que a los hombres puede impulsar la productividad y la producción en general. La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación estima que reducir la brecha de género en el rendimiento agrícola podría reducir el número de personas desnutridas en 100-150 millones, y aumentar la producción agrícola en los países en desarrollo en entre 2,5 y 4 por ciento (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, 2011).

¹ Ver anexo1 con la lista de definiciones de términos y conceptos relacionados con el género, incluyendo igualdad de género, equidad de género sensibles al género.

² Sistema Fairtrade hace referencia a Fairtrade International, las organizaciones nacionales Fairtrade, las organizaciones de marketing Fairtrade, las redes y organizaciones de productores, así como FLOCERT.

³ En, por ejemplo, las siguientes áreas: cumplimiento y desarrollo social, proyectos de la Prima, estructuras administrativas, mejoras en las oportunidades económicas y de toma de decisión para las mujeres.



Por otra parte, existe un creciente respaldo, así como estudios provenientes de la comunidad de investigación y desarrollo, que abogan por intervenciones de género a favor de las mujeres, sus familias y sociedades; por ejemplo, mejorar la salud, el bienestar, la autonomía y la influencia de las mujeres, así como la educación y el bienestar de los niños, mientras se contribuye al crecimiento económico.

Existen tres argumentos principales para tratar las desigualdades de género. El argumento 'justicia' reconoce la igualdad de género como un objetivo válido en sí mismo, según un enfoque basado en los derechos. El argumento 'negocios' equipara la igualdad de género a la productividad y el crecimiento económico, a través de una óptica de 'economía inteligente' que está ganando fuerza entre las organizaciones globales como el Banco Mundial (Banco Mundial, 2012; Kirk, 2012; Chan, 2011). Un tercer argumento destaca la importancia de hacer frente a la desigualdad de género también desde el punto de vista social para alcanzar objetivos más amplios como los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) y sus sucesores, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (Apotheker, Pyburn y Laven, 2012).

Sin embargo, a pesar del consenso general sobre los beneficios de hacer frente a la desigualdad de género, las intervenciones en curso no han dado lugar a las mejoras y transformaciones necesarias, o reducido la carga que asumen las mujeres, de modo que puedan compartir la responsabilidad de las tareas domésticas y participar de manera efectiva en actividades económicas que representen un cambio en sus vidas. Además, un conjunto considerable de investigaciones que buscan los vínculos entre el desarrollo económico y el complejo problema del empoderamiento de la mujer indican que las intervenciones tienen que ir más allá del mero aumento de las oportunidades económicas a disposición de las mujeres (Pathwaysofempowerment.org, 2006; Lo que funciona para las Mujeres: enfoques probados para el empoderamiento de las pequeñas agricultoras y el logro de la seguridad alimentaria - *What Works for Women: Proven approaches for empowering women small holders and achieving food security*, 2012; *International Food Policy Research Institute (IFPRI)*, 2012).

FAIRTRADE Y GÉNERO

Los cultivos de exportación como café, cacao, té, algodón, banano, flores, y azúcar, constituyen la inmensa mayoría de los productos Fairtrade.⁴ Como sucede con la mayoría de los cultivos de exportación, la producción tiende a estar dominada por hombres, y aunque las mujeres suelen estar muy involucradas en las labores de cultivo, cosecha y procesamiento, a menudo su trabajo no se reconoce y premia plenamente. En las plantaciones de los cultivos de exportación las mujeres son con frecuencia muy numerosas, pero realizan los trabajos peor remunerados, y menos regulares y seguros, debido a una amplia discriminación de género en las políticas de contratación, capacitación y empleo. Como resultado, ellas tienden a tener menos disposición y posibilidades de unirse a organizaciones de trabajadores –como los sindicatos– que a su vez tienden a reproducir los sesgos de género.

En el caso de la producción de pequeños productores, con frecuencia las mujeres y las niñas hacen trabajo no remunerado en las fincas familiares y tienen poco control sobre los ingresos derivados de las ventas de los cultivos de exportación. Ellas conforman una gran parte de la mano de obra familiar “oculta”, y como consecuencia, quedan excluidas de las estadísticas sobre fuerza de trabajo y/o servicios. Además, como las mujeres en muchas ocasiones no son las propietarias de la tierra, no pueden unirse a las organizaciones de productores y acceder a los servicios que estas proporcionan, incluso cuando, debido a las migraciones de los hombres u otras causas, son ellas las únicas responsables de la producción familiar. Cuando las mujeres se unen a una organización de trabajadores o de productores, raras veces ocupan posiciones de liderazgo, y sus necesidades y voces no son escuchadas. Ellas también tienden a tener menos acceso al apoyo de los gobiernos, debido al sesgo persistente a favor de su contraparte masculina.

EL DESAFÍO

De acuerdo con el sexto Informe sobre Monitoreo y Evaluación de Fairtrade (2014), las mujeres representan el 25 por ciento de la fuerza laboral en las organizaciones y plantaciones Fairtrade, ya sea como miembros de organizaciones de pequeños productores, o como empleadas en plantaciones. Este porcentaje es significativamente más alto en las plantaciones (46 por ciento) en comparación con las organizaciones de pequeños productores (22 por ciento). Sin embargo, estas cifras no incluyen a las mujeres familiares de los miembros, quienes contribuyen a la producción de mercancías (commodities) en las organizaciones de pequeños productores, situaciones en las que, si bien ellas no son oficialmente miembros directos de las organizaciones de productores, sí han sido cruciales en la producción de productos Fairtrade.

⁴ Existe un número reducido de bienes no agrícolas que pueden ser certificados como Fairtrade, p. ej., balones de fútbol, oro.



Sobre el uso de la Prima de Comercio Justo Fairtrade, el informe de 2014 mostró que, en las organizaciones de pequeños productores, prácticamente el cero por ciento se reinvertió en proyectos y programas enfocados exclusivamente en necesidades de las mujeres⁵, mientras que en las organizaciones de trabajo contratado se trató solamente del 1 por ciento. Cabe destacar que estos datos no reflejan las inversiones de la Prima en proyectos relacionados con la comunidad, la salud y la educación, que también responden a las necesidades de las mujeres, ni otras inversiones relacionadas con el desarrollo de los negocios, la producción y el procesamiento, que también pueden beneficiar a las mujeres como parte del grupo de agricultores. El informe destacó la necesidad de entender mejor tanto la contribución de las mujeres, como su nivel de acceso a los beneficios en el sistema Fairtrade.

Hasta este punto el análisis de género no ha sido incluido de manera sistemática en los estudios, tanto internos como externos, sobre el impacto de Fairtrade; por tanto, no existen pruebas suficientes que ayuden a entender la repercusión del Comercio Justo Fairtrade en mujeres y niñas en comparación con su efecto en hombres y niños. Diversos estudios han demostrado que Fairtrade puede beneficiar y beneficia a las mujeres, por ejemplo al aumentar sus oportunidades económicas, incluso con la producción de cultivos de exportación⁶, al intensificar su participación en las organizaciones de productores, y al invertir en la infraestructura social. Sin embargo, también existe la preocupación sobre la posibilidad de que Fairtrade no cuestione—o en algunos casos puede incluso que refuerce— los desequilibrios de género donde se hayan identificado.

Evidentemente las diferencias de estatus, dígase: patrimonio, edad y nivel de escolaridad, además de un contexto sociocultural cambiante, significan que dichos temas pueden afectar a las mujeres de diferentes maneras. También se debería reconocer que este tipo de problemas y brechas tienen causas diferentes y complejas. Pero, en general, estos asuntos representan desafíos significativos para la capacidad de Fairtrade de alcanzar sus objetivos generales.

⁵ Por ejemplo: proyectos de generación de ingresos para las mujeres; capacitación y desarrollo; salud de las mujeres.

⁶ Las mujeres tienden más bien a cultivar en primer lugar para el consumo, luego venden el excedente en los mercados locales en lugar de cultivar para la exportación. Fairtrade puede introducir más fácilmente a las mujeres en la producción para la exportación por derecho propio y, por tanto, abrirlas una nueva fuente de ingresos; es lo que está ocurriendo en las Islas de Barlovento y en Nicaragua (Momsen, 2010; Momsen, comunicación personal, 26 de abril de 2012).



PREOCUPACIONES GENERALES SOBRE EL IMPACTO DE GÉNERO EN FAIRTRADE (Smith, 2011) 7

La prevalencia de patrones de género que sustentan las desigualdades continúa siendo una barrera para la participación de las mujeres en Fairtrade y en las organizaciones de productores y trabajadores de Fairtrade. Ejemplos de acoso sexual y violencia contra mujeres y niñas forman parte de estos patrones.

El enfoque de Fairtrade en los cultivos de exportación puede producir automáticamente un sesgo a favor de los hombres, pues son ellos quienes con mayor frecuencia ejercen más control sobre este tipo de cultivos.

Debido a los efectos de las relaciones de género dentro de los hogares en cuanto a la distribución de los recursos, los beneficios económicos de la producción Fairtrade pueden quedar en manos de los hombres, aunque las mujeres hayan desempeñado un papel significativo en la producción.

La producción para los mercados Fairtrade y los requisitos de la certificación Fairtrade pueden aumentar su ya alta carga de trabajo para las mujeres.

Con frecuencia las mujeres son excluidas o marginadas de las organizaciones de productores, donde rara vez ocupan puestos de dirección o gestión, lo que refuerza las desigualdades de género existentes.

No existen políticas de género ni estrategias de implementación explícitas entre las instituciones y las organizaciones de productores Fairtrade, de manera que los obstáculos a la membresía y participación de las mujeres permanecen sin respuesta.

⁷ Esta revisión analiza el conjunto actual de pruebas sobre los impactos de Fairtrade desde una perspectiva de género.



LA OPORTUNIDAD

Varias organizaciones de pequeños productores han tomado medidas prometedoras en cuanto a la igualdad de género. Existen muchos ejemplos de proyectos de la Prima de Comercio Justo Fairtrade que benefician directamente a las mujeres, permitiendo cambios en las estructuras de gestión y de toma de decisiones en las organizaciones de productores certificadas, y mejoras en sus oportunidades económicas. Además, en Centroamérica se han realizado trabajos pioneros, en particular en El Salvador, Nicaragua, Honduras y Guatemala, donde fuentes de financiación externas han ayudado a las organizaciones de productores a analizar de manera colectiva y participativa lo que la igualdad de género significa para sus organizaciones en la práctica. Un número significativo de organizaciones en estos cuatro países han realizado análisis de referencia y han tomado una serie de medidas tales como: revisión de los estatutos de las organizaciones;⁸ desarrollo de estrategias de género; establecimiento de fondos para la compra de tierras para las mujeres; formulación de planes de acción; integración de estas actividades en el sistema general de monitoreo y evaluación de las organizaciones de productores (FLO Centroamérica, IMC y Irish Aid 2009).

En Kenia se han registrado cambios de actitud: hombres han decidido asignar cafetos a mujeres, lo que ha traído como resultado el establecimiento de cooperativas cafetaleras gestionadas por mujeres. Iniciativas de apoyo a los productores en África oriental también han resultado en la formulación de directrices normativas en materia de género para organizaciones de productores en Kenia, Tanzania, Uganda y Ruanda. A la vez que se celebran estos logros, debe implementarse un monitoreo efectivo para garantizar que estas acciones no representen un aumento en la carga de trabajo de las mujeres o que se vuelvan contra ellas.

Finalmente, como reveló la encuesta Globescan de 2011⁹, las mujeres, como consumidoras, tienden a ser más conscientes y activas en cuanto a las compras éticas y, por tanto, desempeñan un importante papel en el avance de la agenda de sostenibilidad (Globescan, 2011). En comparación con los hombres, las mujeres son, con mayor probabilidad, potenciales compradoras de productos Fairtrade, y las conexiones de mujer a mujer pudieran añadir una ventaja competitiva al posicionamiento de Fairtrade en el mercado ético.

⁸ Por ejemplo: revisión de los requisitos sobre la propiedad de la tierra como prerrequisito para convertirse en miembro de la organización; desarrollo de una serie de leyes sensibles al tema de género.

⁹ Se encuestaron 17 405 consumidores de 24 países (organizaciones nacionales Fairtrade y mercados productores) entre el 23/02 y el 24/06/2011. En total, 9624 mujeres respondieron la encuesta (sin ponderar). Se ponderaron los datos para reflejar la proporción natural de hombres/ mujeres por país.

NUESTRO ENFOQUE

Hace tiempo que el sistema Fairtrade tiene pendiente la adopción de un enfoque sistemático y eficaz para tomar en consideración las cuestiones de género. El entorno externo, incluidos los donantes y la comunidad empresarial, está centrando su atención en la desigualdad de género, lo que podría facilitar el acceso a recursos externos para financiar este trabajo. Internamente, hay un número significativo de experiencias positivas de organizaciones de productores de las cuales Fairtrade podría aprender, y aplicar más ampliamente. Más importante aún, fortalecer el trabajo en esta área es una oportunidad para aumentar significativamente el impacto de Fairtrade sobre el terreno.

Tanto investigaciones, como realidades de la vida cotidiana, muestran que en todo el mundo los modelos, estructuras y comportamientos adoptan una visión de género. Esto tiene consecuencias sobre el hecho y la manera en que mujeres, hombres, niños y niñas participan en la vida pública y privada, ejercen el poder en diferentes campos y niveles, y disfrutan de los beneficios del desarrollo económico y social.

El término “género” hace referencia a hombres y mujeres, su lugar en la sociedad y sus respectivas relaciones con el ‘poder’, en las cuales las mujeres ocupan a menudo posiciones subordinadas. Las evidencias demuestran que, en el mundo, las mujeres se ven afectadas por la pobreza de manera desproporcionada debido a que, con frecuencia, se ven desfavorecidas, marginadas, excluidas, discriminadas, con oportunidades negadas y, a menudo han sufrido diferentes formas de transgresión. Un claro ejemplo es el contraste entre el papel considerable y creciente de mujeres y niñas en la agricultura mundial, y las brechas de género en el acceso a los bienes y en la productividad, las responsabilidades, la toma de decisiones, y los beneficios de los productores en general que se derivan de sus esfuerzos en la producción y comercialización de productos agrícolas.

IGUALDAD DE GÉNERO Y EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES

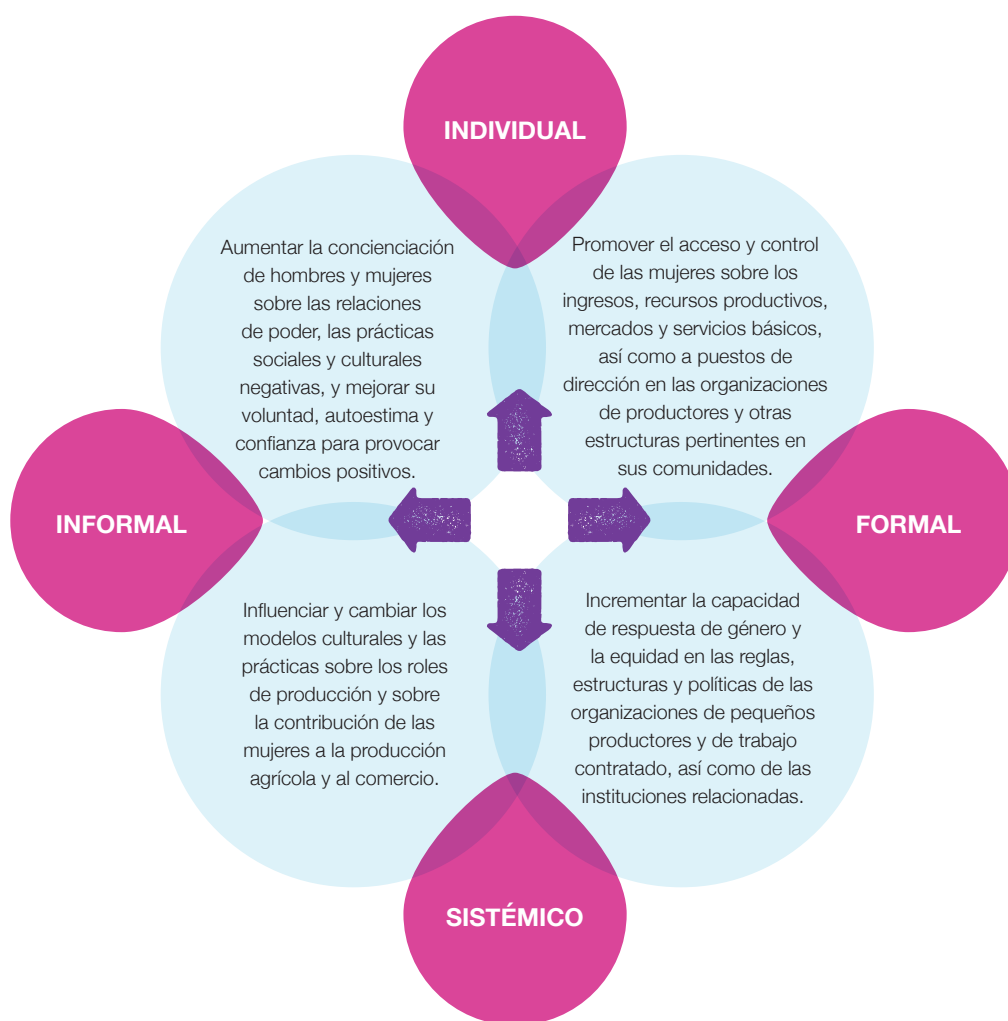
El enfoque Fairtrade buscará abordar estas relaciones de poder desiguales, para promover la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.

Desigualdad de género hace referencia al concepto de que todos los seres humanos, hombres y mujeres, niños y niñas, tienen la libertad para desarrollar sus capacidades personales y hacer elecciones sin las limitaciones establecidas por estereotipos, roles de género rígidos, o prejuicios. Esto no significa que mujeres y hombres, y niñas y niños, tengan que ser iguales, sino iguales derechos, responsabilidades y oportunidades independientemente de su sexo.



Empoderamiento es el proceso de reforzamiento de la capacidad de individuos o grupos de hacer elecciones y transformar esas elecciones en acciones y resultados deseados (Teoría del cambio de Fairtrade, 2015, p.5). Cruciales para este proceso son las acciones que crean bienes individuales y colectivos, a la vez que mejoran la eficiencia y la equidad del contexto organizacional que gobierna el uso de esos bienes. Esto implica a mujeres y hombres, y niñas y niños, que establecen sus propias agendas, desarrollan competencias, y aumentan la confianza en sí mismos. Es un proceso y un resultado. El empoderamiento de las mujeres implica una expansión de la capacidad de las mujeres para tomar decisiones de vida estratégicas en un contexto donde esta capacidad les era antes negada.

Este enfoque para apoyar la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres será guiado por la Teoría del Cambio de Fairtrade; busca justicia y equidad a través del ejercicio de los derechos y libertades, empoderamiento a través del fortalecimiento de los medios y las capacidades de los agricultores y trabajadores más desfavorecidos, así como el logro de medios de vida sostenibles a través de la construcción de sociedades y sistemas de comercio resilientes con bases en la agricultura. El enfoque concuerda también con el Marco Estratégico de Fairtrade para el período 2016-2020, que busca demostrar cómo los mercados pueden aportar transformaciones y empoderamiento si se basan en la justicia, la equidad y la sostenibilidad. Este enfoque, plasmado en la estrategia, objetivos y actividades de este documento, adopta el marco de Género en el Trabajo y refleja las recomendaciones del Informe sobre equidad en la cosecha (Equal Harvest Report) de 2015, con el fin de provocar cambios en los siguientes ámbitos (Rao y Kelleher, 2005; Fairtrade Foundation, 2015) (ver página siguiente).



Los cambios deseados son individuales y colectivos, formales e informales. Están en consonancia con los ámbitos en los que Fairtrade busca cambios de acuerdo con nuestra Teoría del Cambio (ver página siguiente), pues los individuos implicados son mujeres y hombres pequeños productores y trabajadores, así como consumidores. Además, las principales organizaciones en cuestión son organizaciones de pequeños productores y trabajadores, empresas de cadena de suministro y órganos de la sociedad civil, así como otros que forman parte más directamente del sistema Fairtrade.

» ENLAZAR VISIÓN, OBJETIVOS Y ENFOQUE DE FAIRTRADE



EFFECTOS NO DESEADOS

AUMENTAR INFLUENCIA DE FACTORES | CONTEXTUALES DISMINUIR INFLUENCIA DE FAIRTRADE



Las iniciativas de igualdad de género y empoderamiento inspiradas por este enfoque, desarrolladas e implementadas a través de Fairtrade a diferentes niveles de acuerdo con esta estrategia, estarán dirigidas - e incluirán- a hombres y jóvenes, para apoyar de manera colectiva e individual a las productoras y trabajadoras marginadas. Esto se logrará a través del fortalecimiento de su:

- Capital humano. Por ejemplo: conocimientos y competencias sobre la producción, capacidades de liderazgo, confianza, capacidades de influencia y de gestión, habilidades para los negocios.
- Capital social. Por ejemplo: redes, alianzas, asociaciones y programas de tutoría.
- Capital financiero. Por ejemplo: base financiera diversificada, acceso a préstamos, ahorros propios.
- Capital físico. Por ejemplo: tierra, herramientas de producción, bienes individuales y de la comunidad.

Si bien este enfoque se concentra principalmente en cambios de actitud, prácticas y políticas en las áreas relacionadas más directamente con la producción agrícola y el comercio, así como con la economía de manera general, este necesita una serie de transformaciones más amplias en la vida política y social. Por tanto, se trata de un enfoque transformador.

Puede haber muchas definiciones de enfoque de género transformador, pero todas comparten la comprensión de la necesidad de ir más allá de la participación de la mujer en varias actividades e instituciones; cuestionan modelos y estructuras de género más profundas y se proponen reequilibrar profunda y permanentemente la distribución desigual del poder entre personas de diferente género. Aquí se entiende también en el sentido en que promueve activamente una redefinición de las relaciones de poder entre hombre y mujeres dentro del sistema Fairtrade y las organizaciones relacionadas.

Todas las herramientas utilizadas en las operaciones del sistema Fairtrade— por ejemplo, en la revisión de los principios o requisitos para los Criterios, en las regulaciones concernientes a la Prima de Comercio Justo Fairtrade, o en monitoreo, evaluación y aprendizaje— necesitarán tener una perspectiva de género, en el sentido de reconocer las diferencias de género y hacer frente a las disparidades o brechas de género existentes. Esto se aplica a herramientas o prácticas consideradas neutrales en materia de género; o sea, las que aparentemente no refuerzan las desigualdades de género, mientras lo hacen de manera oculta o sutil. Un ejemplo es el uso de un lenguaje no inclusivo considerado como neutral desde el punto de vista de género, pero que, a menudo, aporta implícitamente una connotación e identidad masculina (como 'agricultor' o 'productor').



MÁS ALLÁ DE LAS MUJERES PRODUCTORAS PARA UN ENFOQUE DINÁMICO Y CONTEXTUAL

Más allá del foco en las mujeres productoras agrícolas marginadas, este enfoque tiene características adicionales que amplían considerablemente su alcance, pertinencia y flexibilidad. El enfoque atribuye un importante rol a los hombres en el proceso de facilitar una inclusión justa y sostenible, así como la participación de las mujeres en las organizaciones de productores y dentro del sistema Fairtrade, haciéndoles parte de y apoyando los cambios de mayor alcance promovidos por esta estrategia. A nivel de las bases, es necesario evitar las posibles reacciones negativas a las iniciativas que promueven la participación y el empoderamiento de las mujeres.

Este enfoque reconoce además que el género es una de las múltiples variables que determinan las relaciones de poder y las desigualdades sociales, que resultan de un complejo tejido de factores contextuales como son raza, clase, identidad étnica y religiosa, y discapacidad. En la promoción de los derechos de los agricultores y trabajadores a pequeña escala, así como en el mejoramiento de las condiciones bajo las cuales ellos producen y comercializan, es importante comprender cómo todos estos factores se combinan con el género para determinar (o no) una distribución justa de responsabilidades y beneficios, incluso dentro de las organizaciones de productores.

Además, los problemas sociales comprendidos en las cadenas de valor agrícolas difieren según la región, el país y el contexto local, y evolucionan y devienen más complejos, aumentando así la probabilidad de violaciones a los derechos humanos. La Teoría del Cambio de Fairtrade reconoce explícitamente que la naturaleza de sus estrategias y actividades tiene que cambiar y evolucionar con el tiempo, de acuerdo a las diferentes experiencias y al ambiente cambiante (Teoría del Cambio de Fairtrade, 2015, p.4.). La Teoría del Cambio también reconoce que en muchos casos Fairtrade puede más bien contribuir al cambio para agricultores y trabajadores a pequeña escala, en lugar de ser el único determinante del cambio (Teoría del Cambio de Fairtrade, 2015, p.11). Estas consideraciones deben formar parte continuamente del enfoque sobre igualdad de género y empoderamiento de las mujeres adoptado en esta estrategia, de manera que este se mantenga dinámico y abierto a adaptaciones e innovaciones. Esto conducirá a la identificación de diferentes vías para lograr el cambio y de mejores estrategias para promulgarlo según los diferentes contextos regionales, nacionales y locales (por ejemplo: los emprendidos por las organizaciones de productores, pero también internamente en las redes de productores y las organizaciones nacionales Fairtrade).

Finalmente, este tipo de consideración dará forma al modo en el que el enfoque y la estrategia se aplicarán a todo Fairtrade International; fomentará los análisis conjuntos y otras colaboraciones entre las líneas de trabajo de Fairtrade responsables de Género, Derechos de los trabajadores y Relaciones con los sindicatos, Cumplimiento Social y Desarrollo, Trabajo infantil, Cambio Climático y desarrollo de las Organizaciones de pequeños productores, para generar la sinergia



necesaria para reducir las transgresiones, así como la discriminación de los más vulnerables, y apoyar sus derechos.

Sobra decir que el enfoque, los objetivos y las actividades de esta estrategia se aplican también a la Unidad de Gestión Global de Producto y, en particular, a la Unidad de Criterios y Precios, así como a las unidades de Monitoreo, Evaluación y Aprendizaje, Planificación y Apoyo Global, Recursos Globales, Recursos Humanos y Asuntos Jurídicos, Marca y Comunicaciones, y a la Unidad de Relaciones y Asociaciones Estratégicas. Si bien las vías exactas para el cambio pueden variar según los diferentes contextos geográficos e institucionales, las capacidades y responsabilidades, así como el compromiso con los valores y las prácticas de igualdad de género y empoderamiento de las mujeres deben seguir siendo fundacionales, explícitos y concretos en todos los escenarios e intervenciones de Fairtrade (Teoría del Cambio de Fairtrade, 2015, p.21).

VISIÓN, OBJETIVO Y ALCANCE

VISIÓN

Nuestra visión es un mundo en el cual el comercio proporciona oportunidades para lograr medios de vida seguros, sostenibles y de alta calidad, tanto a productores como a trabajadores, ya sean hombres o mujeres, y en el cual, tanto unos como otras y los miembros de sus comunidades (niños, niñas, jóvenes y ancianos) son capaces de ejercer sus derechos, desarrollar su potencial y decidir sobre su futuro.

OBJETIVO

El objetivo de la Estrategia de género de Fairtrade es incrementar la igualdad de género y el empoderamiento de mujeres y niñas a través de la incorporación sistemática de la perspectiva de género en las operaciones de Comercio Justo Fairtrade, desde los Criterios hasta las iniciativas de los productores, pasando por asociaciones de negocios, concientización y promoción.

Para 2020, la Estrategia de género de Fairtrade se propone:

- haber aumentado significativamente la participación activa y equitativa de las mujeres en las organizaciones certificadas Fairtrade, ya sean de pequeños agricultores o de trabajo contratado
- haber empoderado más a mujeres y niñas con oportunidades de acceso equitativo a los beneficios de Fairtrade
- haber hecho frente a problemas sistémicos que obstaculizan la efectividad de mayor igualdad de género en las cadenas de suministro Fairtrade

ALCANCE

La igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres se promoverán a través del trabajo a todos los niveles y de un enfoque ascendente y contextualizado. Sin embargo, de acuerdo con el objetivo fundamental de Fairtrade, los mayores recursos se dispondrán a apoyar la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres a nivel de las organizaciones de productores. Se sobreentiende que igualdad de género y empoderamiento de las mujeres incluiría todos los niveles requeridos, un trabajo focalizado en las niñas y los niños.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

OBJETIVOS DE DESARROLLO DE CAPACIDADES

1. Promover y fortalecer la conciencia y las capacidades sobre la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en el personal de las unidades de Fairtrade International, las organizaciones nacionales Fairtrade, y las redes de productores

Comprender el propósito y los beneficios de la incorporación de la perspectiva de género, la profundización del compromiso y la adquisición de habilidades necesarias es esencial para lograr el objetivo universal de esta estrategia. Ampliar estas oportunidades a todo el personal del sistema Fairtrade exigirá un enfoque sistemático para alcanzar la incorporación de la perspectiva de género.

2. Reforzar la capacidad de las redes de productores y de las organizaciones de productores de desarrollar e implementar políticas y programas de género a nivel local, regional o nacional

Un aspecto fundamental de esta estrategia es la necesidad de que las redes de productores dirijan el proceso asociado a esta estrategia, trabajando estrechamente con las organizaciones de productores certificadas. Es por ello que este objetivo se propone fortalecer las redes de productores para que intervengan de manera efectiva, y desde la base, en el proceso de comprensión de las principales limitaciones de género en la cadena de valor Fairtrade, y se incremente la conciencia de género y la creación de capacidades en materia de igualdad de género y empoderamiento de las mujeres entre los miembros de las organizaciones de productores. Dadas las diferentes aptitudes y envergadura de las redes de productores, así como la necesidad de que esta estrategia se contextualice, se llevarán a cabo diferentes enfoques regionales.

3. Aumentar la concienciación y la comprensión sobre la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en Fairtrade, como parte de la promoción y las campañas de Fairtrade en favor de la justicia en el comercio

Fairtrade involucrará con sentido crítico a las partes interesadas internas y externas con la estrategia de género y su plan de implementación. Se desarrollará un plan específico de promoción de la incorporación de la perspectiva de género en Fairtrade. Las herramientas de Fairtrade para implementar la estrategia de promoción incluirán tanto campañas enfocadas, globales, públicas, orientadas a las empresas, como campañas internas para impulsar acciones progresivas para la incorporación de la perspectiva de género.



OBJETIVOS DE CRECIMIENTO Y SOSTENIBILIDAD

1. Desarrollar las oportunidades de compromiso de mercados y empresas, e implementar iniciativas encaminadas a reforzar el empoderamiento de mujeres y niñas en las cadenas de valor

Es fundamental que el género se integre a las iniciativas existentes y futuras que conecten productores y mercados. Por esta razón, es importante que el argumento comercial se entienda y se promueva activamente para avanzar hacia la igualdad de género y el empoderamiento de mujeres y niñas a través de Fairtrade. Esto ayudará a inculcar la igualdad de género en la expansión de la cartera de servicios de las empresas de Fairtrade, mientras se garantiza que cualquier nuevo programa o servicio esté conectado y responda a las necesidades y prioridades de las organizaciones de productores.

2. Establecer y fortalecer las redes y alianzas Fairtrade para fomentar la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres dentro de Fairtrade

Las redes de productores comenzarán a mapear y desarrollar iniciativas que involucren a socios locales, regionales y globales con pericia en contextos específicos y motivación para atajar las injusticias de género en el comercio. Como parte del movimiento de comercio justo, Fairtrade aumentará su participación, con la recolección de pruebas a nivel local y regional, lo cual será crucial para impulsar e influenciar cambios estructurales y de política a nivel local y global, que beneficien a los agricultores más marginados por el comercio, de los cuales las mujeres constituyen una amplia proporción.

3. Mejorar las vías de demostrar el impacto de las intervenciones de género en las diferentes regiones (América Latina y el Caribe, Asia y el Pacífico, y África) en el aumento de la sostenibilidad

Existe una necesidad clara de monitorear mejor y aprender más de los impactos de Fairtrade relacionados con el género en diferentes contextos. Este objetivo se propone reducir la brecha, así como explorar problemas particulares que pudieran ser un callejón sin salida en el avance de la agenda de igualdad de género. Una dimensión importante será integrar más plenamente el enfoque de género a los sistemas de monitoreo, evaluación y aprendizaje de Fairtrade, incluyendo las actividades de comunicación.



ACCIONES ESTRATÉGICAS PARA 2016-2020

DESARROLLO DE CAPACIDADES

OBJETIVO	ACTIVIDADES ESTRATÉGICAS	RESULTADOS DESEADOS PARA 2020	ACTORES RESPONSABLES
1 Promover y fortalecer la conciencia de género y las capacidades en materia de igualdad de género y empoderamiento de las mujeres en el personal de las unidades de FI, ONF y RP.	1.1 Desarrollar herramientas de orientación en materia de género para el personal de Fairtrade y realizar formaciones sobre la sensibilización al tema. 1.2 Dar a conocer la Estrategia de género Fairtrade para 2016-2020 y otros materiales pertinentes. 1.3 Revisar los procesos y procedimientos de Fairtrade para Criterios, certificación y auditorías de manera que se incluyan los temas de género.	1.1 SAumento de las habilidades y el compromiso del personal de campo para promover medidas de igualdad de género a nivel de las OP. 1.2 Familiarización del personal y los gestores en Fairtrade con la Estrategia de género y su actuación de acuerdo a ella.	FI, EOG, FLOCERT, RP, ONF, equipo de dirección de FI, presidentes de juntas, Grupo GAL
2 Reforzar la capacidad de las RP y de las OP de desarrollar e implementar políticas y programas de género a nivel local, regional o nacional.	2.1 Completar una auditoría actualizada de las capacidades básicas existentes en las RP y, donde sea pertinente, a niveles de supervisión, gestión y dirección en relación con la incorporación de la perspectiva de género y los derechos de las mujeres. 2.2 Revisar, adaptar y reproducir modelos y herramientas de género en las RP; desarrollar nuevas herramientas, donde sea apropiado.	2.1 Realización de auditorías formales de capacidades, documentadas y utilizadas como referencia para la planificación e implementación de pasos a seguir. 2.2 Desarrollo e impartición de módulos de formación según la metodología más apropiada en cada región de RP.	FI, RP, organizaciones de apoyo externas

CONTINÚA EN LA PRÓXIMA PÁGINA »



<p>3 Aumentar la concienciación y la comprensión sobre la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en Fairtrade, como parte de la promoción y las campañas de Fairtrade en favor de la justicia en el comercio.</p>	<p>3.1 Desarrollar un plan de comunicación sobre la Estrategia de género.</p> <p>3.2 Desarrollar un plan de promoción sobre el trabajo de Fairtrade en el tema de género.</p> <p>3.3 Establecer un Grupo interno de Acción y Aprendizaje sobre Género, y establecer parámetros para organizar un Foro Anual sobre Género en Fairtrade.</p>	<p>3.1 Implementación de un plan de comunicación sobre la Estrategia de género.</p> <p>3.2 Puesta en marcha del plan de promoción.</p> <p>3.3 Establecimiento y operatividad del Grupo de Acción y Aprendizaje sobre Género basándose en los términos de referencia acordados.</p>	<p>FTAO, personal de comunicaciones, SGA, FI, RP, ONF</p>
---	---	---	---



CRECIMIENTO Y SOSTENIBILIDAD

OBJECTIVE	STRATEGIC ACTIVITIES	EXPECTED RESULTS BY 2020	RESPONSIBLE ACTORS
1 Desarrollar las oportunidades de compromiso de mercados de compromiso de mercados y empresas e implementar iniciativas que apunten al reforzamiento del empoderamiento de mujeres y niñas en las cadenas de valor.	1.1 Identificar, desarrollar y proporcionar herramientas, formaciones y recursos para el personal y las unidades de Fairtrade con responsabilidades de cara al mercado. 1.2 Realizar análisis de mercado pertinentes sobre género y dar a conocer los éxitos y desafíos de las mujeres en las cadenas de valor, así como de las iniciativas de mercado existentes, llevadas adelante por mujeres. 1.3 Desarrollar campañas enfocadas en el público y las empresas, así como iniciativas que conecten productores y mercados. 1.4 Establecer un Fondo de Innovación de Género y un Esquema de Premios para promover las buenas prácticas entre las OP, empresas y comerciantes, con el apoyo del sector privado.	1.1 Crecimiento del número de empresas (productores, comerciantes) dirigidas por mujeres en el sistema Fairtrade. 1.2 Se entiende y promueve el argumento comercial para la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres a través del sistema Fairtrade. 1.3 Un mayor número de socios comerciales de Fairtrade abogan por la igualdad de género en sus propias cadenas de suministro. 1.4 Existe un Fondo de Innovación de Género en desarrollo; este recibe el apoyo de las partes interesadas internas y externas. Los Premios Fairtrade tienen en cuenta la igualdad de género.	1.1 FI,RP,ONF y OMF 1.2 FI,RP, ONF y OMF 1.3 Grupo GAL, personal de comunicaciones,ONF y RP 1.4 Equipo RAE, Jefes de relaciones comerciales

CONTINÚA EN LA PRÓXIMA PÁGINA »



<p>2 Establecer y fortalecer las redes y alianzas Fairtrade para fomentar la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres dentro de Fairtrade.</p>	<p>2.1 Ubicar oportunidades de financiación para el establecimiento y fortalecimiento de redes y alianzas dedicadas a la igualdad de género en los mercados y en el comercio justo.</p> <p>2.2 Establecer y desarrollar iniciativas con socios locales/globales con pericia sobre igualdad de género y empoderamiento de las mujeres en contextos específicos, así como en su promoción.</p> <p>2.3 Identificar las mejores prácticas fuera del sistema y crear alianzas con expertos y organizaciones relacionadas con el tema en cada región.</p>	<p>2.1 Identificación y acceso a oportunidades de financiación a nivel global y regional.</p> <p>2.2 RP/OP recurren al apoyo de organizaciones locales/globales expertas en temas de género.</p> <p>2.3 El Foro Anual de Género de Fairtrade relaciona a expertos y organizaciones de género.</p>	<p>2.1 RP,FI, asociaciones y personal dedicado a la recaudación de fondos de las ONF</p> <p>2.2 ONF,FI, RP, OP,OSC</p> <p>2.3 SGA, Grupo GAL</p>
<p>3 Mejorar las vías de demostrar el impacto de las intervenciones de género en las diferentes regiones (gestionadas por CLAC, NAPP, FTA) en el aumento de la sostenibilidad.</p>	<p>3.1 Desarrollar directrices para realizar evaluaciones de género en todas las regiones para las cadenas de valor seleccionadas.</p> <p>3.2 Desarrollar un marco de monitoreo de género con indicadores cualitativos/cuantitativos, a corto y mediano plazo.</p> <p>3.3 Difundir las consideraciones de género en las orientaciones del enfoque programático de Fairtrade.</p> <p>3.4 Revisar las comunicaciones internas y externas para reflejar el compromiso con la igualdad de género.</p>	<p>3.1 En cada región se realizan evaluaciones de género utilizando las directrices acordadas.</p> <p>3.2 El sistema MEA incluye indicadores de género.</p> <p>3.3 Las orientaciones sobre las consideraciones de género del enfoque programático de Fairtrade se conocen y emplean sistemáticamente.</p> <p>3.4 Todas las comunicaciones son sensibles a la perspectiva de género.</p>	<p>3.1 Equipo MEA de FI (coordinación), RP (implementación)</p> <p>3.2 Grupo de trabajo MEA, grupo GAL</p> <p>3.3 SGA,Equipo directivo de FI, EOG</p> <p>3.4 FI, RP, ONF y OMF</p>

FINANCIACIÓN DE NUESTRAS ACCIONES

El trabajo de género dentro del sistema Fairtrade será financiado a través de una combinación de recursos internos y donantes externos. Las actividades de esta estrategia serán costeadas y difundidas por un período de cinco años; así, se pueden tener indicios de la cantidad de recursos que se deben recaudar de fuentes externas, y los que se deben garantizar internamente. En el caso de los recursos internos será importante entender qué se comprometerán a financiar las diferentes unidades de Fairtrade, respecto a la incorporación de la perspectiva de género. Un compromiso interno para financiar trabajos relacionados con el género puede que genere resultados rápidos que, a su vez, generarían más interés externo y oportunidades de financiación. Se buscará colocar personal especializado en género a tiempo completo en todas las redes de productores. Asimismo, se priorizará que este personal dirija la implementación de acciones estratégicas en el terreno. La capacitación y creación de capacidades en las organizaciones nacionales Fairtrade puede exigir también alguna inversión estratégica, para aumentar la capacidad en los mercados para la búsqueda de financiación, el compromiso de las empresas y propuestas de promoción en asociación con el personal de Fairtrade International y las redes de productores.

El Grupo de Acción y Aprendizaje de Género de Fairtrade (Grupo GAL) dirigirá el desarrollo de conceptos y modelos que se utilizarán para generar propuestas de financiación para las acciones estratégicas identificadas.

MONITOREO DE ACCIONES E IMPACTO

El monitoreo del trabajo de incorporación de la perspectiva de género en Fairtrade se guiará por una serie de indicadores prediseñados que se monitorearán y medirán durante el período de implementación de la estrategia, de acuerdo a la Teoría del Cambio de Fairtrade. Estos indicadores permitirán recopilar datos de monitoreo estandarizados, de acuerdo con la trayectoria de cambio en materia de género, y permitiendo a Fairtrade ser sistemático en cuanto a los datos recogidos sobre este asunto en todo el sistema.

CRONOGRAMA

La Estrategia de género se implementará durante un período de cinco años, desde enero de 2016 hasta diciembre de 2020. Se desarrollará un plan de acción más detallado, con indicadores y resultados acordados para cada año de la estrategia, mediante la consolidación de los planes anuales de género para las redes de productores, lo que será monitoreado por el Grupo de Acción y Aprendizaje de Género de Fairtrade (Grupo GAL). Se llevará a cabo una revisión intermedia de la estrategia para verificar los progresos en su implementación, extraer las enseñanzas clave, y evaluar los desafíos. Se realizarán ajustes donde sea necesario para aumentar la efectividad de la aplicación y la implementación de la estrategia, e incorporar las enseñanzas resultantes del monitoreo y la evaluación en curso.

APLICACIÓN DE LA ESTRATEGIA



MATRIZ DE RIESGO DE LA INCORPORACIÓN DE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO

OBJETIVO ESTRATÉGICO	ELEMENTOS DE RIESGO RELACIONADOS ON EL OBJETIVO	ÍNDICE DE RIESGO 1 [BAJO] –5 [ALTO]
Promover y fortalecer la conciencia y las capacidades sobre la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en el personal de las unidades de Fairtrade International, ONF y RP.	• Incentivos débiles para integrar las consideraciones de género a los procesos y procedimientos	2
	• Relevancia limitada de los módulos de formación y otro tipo de apoyo	4
Reforzar la capacidad de las RP y de las OP de desarrollar e implementar políticas y programas de género a nivel local, regional o nacional.	• Ausencia de un coordinador de género para la creación de capacidades a nivel de RP	5
	• Falta de recursos para poner en marcha formación a nivel de RP	5
	• Vínculos débiles entre RP y OP	4
	• Escasa motivación sobre género a nivel de RP	2
Aumentar la conciencia y la comprensión sobre la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en Fairtrade, como parte de la promoción y las campañas de Fairtrade en favor de la justicia en el comercio.	• Ausencia de un plan de promoción	4
	• Ausencia de campañas y estrategias específicas, tanto internas como externas	4
Desarrollar las oportunidades de compromiso de mercados y empresas, e implementar iniciativas que apunten al reforzamiento del empoderamiento de mujeres y niñas en las cadenas de valor.	• Argumento empresarial sobre género confuso o débil	5
	• Poco apoyo de las unidades comerciales de Fairtrade	5
	• Comunicación insuficiente sobre los elementos del enfoque de género de Fairtrade	5
	• Iniciativas de financiación pobres	5

CONTINÚA EN LA PRÓXIMA PÁGINA »



Establecer y fortalecer las redes y alianzas Fairtrade para fomentar la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres dentro de Fairtrade.	<ul style="list-style-type: none">• Falta de claridad sobre el enfoque de colaboración en temas de género• Falta de claridad sobre el Valor añadido de las diferentes categorías y tipos de colaboración	2 2
Mejorar las vías para demostrar el impacto de las intervenciones de género en las diferentes regiones (América Latina y el Caribe, Asia y Pacífico, África) en el aumento de la sostenibilidad.	<ul style="list-style-type: none">• Indicadores de género débiles• Sistemas débiles de monitoreo y de informe de resultados• Lenguaje insensible al tema de género en las comunicaciones	3 3 4

ANEXO: GLOSARIO DE TÉRMINOS

CLAVE DE GÉNERO

Los siguientes términos se asocian, a menudo, a la incorporación de la perspectiva de género, y se han adaptado a partir de diferentes fuentes (UN Women, 2015; European Commission, 2009; Info.worldbank.org, 2016):

Discriminación sexual: Cualquier exclusión o restricción basada en el género que impide a una persona disfrutar plenos derechos humanos. Puede ser directa, cuando una persona recibe un trato menos favorable debido a su sexo; o indirecta, cuando una ley o práctica parece neutral, pero tiene un efecto negativo ya sea para hombres o para mujeres.

Empoderamiento de las mujeres: Empoderamiento es el proceso de fortalecimiento de la capacidad de individuos o grupos para hacer elecciones y transformarlas en acciones y resultados. El empoderamiento de las mujeres implica la expansión de la capacidad de las mujeres para hacer elecciones de vida estratégicas en un contexto donde les fue negada esta capacidad.

Enfoque paralelo: Una combinación de incorporación de la perspectiva de género y trabajo autónomo.

Equidad de género: Justicia en la distribución de responsabilidades y beneficios entre mujeres y hombres; esto puede exigir medidas positivas temporales para compensar las desventajas persistentes que padecen las mujeres.

Equilibrio de género: Presencia equitativa y participación activa en la toma de decisiones de mujeres y hombres.

Género: Se refiere a las características socialmente atribuidas y las oportunidades asociadas al hecho de ser hombre o mujer, así como a las relaciones entre ellos. En cambio, sexo se refiere a las características y diferencias físicas entre varones y mujeres determinadas por la biología.

Igualdad de género: Concibe que los seres humanos, hombres y mujeres y niños y niñas, son libres de desarrollar sus aptitudes personales y elegir sin limitaciones establecidas por estereotipos, roles de género rígidos o prejuicios.

Incorporación de la perspectiva de género: Es el proceso de evaluar las implicaciones para mujeres y hombres de toda acción planificada, incluyendo leyes, políticas o programas, en cualquier área y a todos los niveles. Se trata de una estrategia para hacer que las preocupaciones y experiencias de las mujeres, así como las de los hombres, sean una parte integrante del diseño, implementación, monitoreo y evaluación de políticas y programas en todos los ámbitos: político, económico y social, de manera que hombres y mujeres obtengan iguales beneficios y no se perpetúe la desigualdad. El objetivo principal de la incorporación de la perspectiva de género es alcanzar la igualdad de género.

Insensible al tema de género: Actividades, estrategias, políticas o comunicaciones que no reconocen que el género es determinante en las relaciones sociales, y que afecta proyectos y políticas.

Lenguaje neutro (o inclusivo) en relación con el género: Lenguaje que evita las palabras masculinas para referirse tanto a mujeres como a hombres. Existen muchos debates sobre cómo resolver la dominación masculina en el lenguaje: el uso de términos neutros, por ejemplo. El uso del lenguaje inclusivo no puede borrar la presencia y las realidades que afectan a hombres y a mujeres en determinadas categorías sociales. Por ejemplo, es una buena práctica referirse a 'mujeres y hombres agricultores' o 'mujeres y hombres



comerciantes', como una manera de recordar que tanto unas como otros están presentes en tales categorías.

Neutralidad de género: Acción o situación que no tiene un impacto diferencial, positivo o negativo, sobre las relaciones de género o la igualdad entre mujeres y hombres. Nunca se debe suponer que un problema o situación demuestra neutralidad de género: los análisis de género son el tipo de investigación que se usa para revelar y entender las diferencias y los problemas de género.

Sensibilidad de género: La capacidad demostrada de tener en cuenta las cuestiones de género en el desarrollo de estrategias y acciones.

Trabajo de género autónomo: Programas y políticas especiales que hacen frente a problemas específicos de género, incluyendo cualquier forma de desventaja o discriminación experimentada por mujeres.

BIBLIOGRAFÍA

Apotheker, R., Pyburn, R. y Laven, A. (2012). Why focus on gender equity in agricultural value chains? En: *Challenging chains to change*, 1st ed. [online] Disponible en: <https://www.cordaid.org/en/publications/challenging-chains-change-gender-equity-agricultural-value-chain-development/>

Buenas Prácticas y Aprendizajes en el Abordaje Metodológico de Políticas de Equidad de Género y Generacional: Investigación- Acción en Organizaciones socias de FLO en Nicaragua. (2009). FLO Centroamérica, IMC, Irish Aid.

Chan, M. (2011). *Improving Opportunities for Women in Smallholder-based Supply Chains*. [online] Bill & Melinda Gates Foundation. Disponible en: <https://docs.gatesfoundation.org/documents/gender-value-chain-guide.pdf>

European Commission, (2009). *Toolkit on Mainstreaming Gender Equality in EC Development Cooperation*. [online] Disponible en: https://ec.europa.eu/europeaid/toolkit-mainstreaming-gender-equality-ec-development-cooperation_en

Fairtrade Foundation, (2015). *Equal Harvest: Removing the Barriers to Women's Participation in Smallholder Agriculture*. [online] Disponible en: http://www.fairtrade.org.uk/~media/fairtradeuk/%20what%20is%20fairtrade/documents/policy%20and%20research%20documents/policy%20reports/equal%20harvest_exec%20summary.ashx

Fairtrade International, (2015). *Monitoring the scope and benefits of Fairtrade Sixth Edition, 2014*. Disponible en: http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2014-Fairtrade-Monitoring-Scope-Benefits-final-web.pdf

Fairtrade Theory of Change. (2015). 2nd ed. [pdf] Fairtrade International. Disponible en: http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/140112_Theory_of_Change_and_Indicators_Public.pdf

Food and Agriculture Organization of the United Nations, (2011). *The State of Food and Agriculture 2010-2011*. Women in agriculture: Closing the gender gap for development. [online] Disponible en: <http://www.fao.org/docrep/013/i2050e/i2050e00.htm>

Globescan, (2011). *Fairtrade International Consumer Perceptions Survey 2011*.

Info.worldbank.org, (2016). *Gender and Development: Glossary of Gender Terms*. [online] Disponible en: <http://info.worldbank.org/etools/docs/library/192862/introductorymaterials/Glossary.html>



International Food Policy Research Institute (IFPRI), (2012). *Women's empowerment in agriculture index*. [online] Disponible en: <http://ebrary.ifpri.org/cdm/ref/collection/p15738coll2/id/126937>

Kirk, L. (2012). *Gender Equality: It's Your Business*. Briefings for Business. [online] Oxfam International. Disponible en: <https://www.oxfam.org/en/research/gender-equality-its-your-business>

Momsen, J. (2010). *Gender and development*. London: Routledge.

Pathwaysofempowerment.org, (2006). *Pathways of Women's Empowerment*. [online] Disponible en: <http://www.pathwaysofempowerment.org/>

Rao, A. y Kelleher, D. (2005). Is there life after gender mainstreaming? *Gender & Development*, 13 (2), pp.57-69.

Smith, S. (2011). *Review of the Literature on Gender and Fairtrade (internal)*. Fairtrade International, Fairtrade Foundation.

The World Bank, (2012). *World Development Report: Gender Equality and Development*. The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank.

UN Women, (2015). *Gender mainstreaming In development programming*. [online] Disponible en: <http://www.unwomen.org/en/digital-library/publications/2015/02/gender-mainstreaming-issues>

What Works for Women: Proven approaches for empowering women small holders and achieving food security. (2012). [online] ActionAid International, CARE, Christian Aid, Concern Worldwide, Find Your Feet, Oxfam, Practical Action, Save the Children, Self Help Africa. Disponible en: http://www.care.org/sites/default/files/documents/CC-2012-What_Works_for_Women.pdf



FAIRTRADE
INTERNATIONAL

Fairtrade International

Bonner Talweg 177 53129 Bonn Germany

Tel +49 (0) 228 949 23 230 Fax +49 (0) 228 242 1713 www.fairtrade.net

Créditos

Foto de cobertura: Mujeres agricultoras en la cooperativa de café Kopepi Ketiara de Indonesia. Copyright Nathalie Bertrams.