

# CERRANDO BRECHAS DE GÉNERO EN EL COMERCIO JUSTO

El caso de pequeñas(os) productoras(es) de América Latina



## OBJETIVO

Esta investigación tuvo como **objetivo** revisar la implementación de la estrategia de género de la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños (as) Productores(as) y Trabajadores(as) de Comercio Justo (CLAC) para transversalizar el enfoque de género entre los productores y productoras de la región.

## METODOLOGÍA

Métodos cualitativos con base en la Política de Género.

### Fuentes primarias

Entrevistas a profundidad



### Fuentes secundarias

Fuentes bibliográficas



## AVANCES EN COMERCIO JUSTO Y GÉNERO

En la CLAC, la igualdad de género es uno de los principios básicos y uno de los ejes transversales de acción, junto a la inclusión juvenil, protección social, derechos laborales, cambio climático y soberanía alimentaria.

## HITOS EN LA ESTRATEGIA DE GÉNERO DE LA CLAC



## ESTRATEGIAS IDENTIFICADAS POR LA CLAC PARA IMPULSAR LAS TRANSFORMACIONES

El empoderamiento de las mujeres

La transversalización de género

## HALLAZGOS

**FACTORES DE ÉXITO** Identificación de las actividades que a juicio de sus protagonistas (las organizaciones analizadas) han sido exitosas ; así como sus principales temas pendientes y desafíos.

**FACTORES CRÍTICOS** Factores críticos que pueden colaborar con un mayor avance y/o se pueden convertir en obstáculos.

## CONCLUSIONES

- Mayor poder de decisión de las mujeres sobre la producción -no solo ayudan sino aportan soluciones a problemas y están abiertas a nuevas opciones.
- Mayores recursos de producción a partir de emprendimientos propios, que les generan nuevos ingresos y la posibilidad de reinvertir en educación y alimentación de la familia.
- Aumento del liderazgo entre las mujeres, (motivado por una mejor autoestima).
  - Participación en las Escuelas de Liderazgo, (abordaje de barreras subjetivas, normas legales y sociales).

## ALCANCE

Aborda en particular la experiencia de tres agrupaciones de pequeños productoras(es) y sus actividades para promover la igualdad de género.



Productores de café de NICARAGUA



Productores de café de GUATEMALA



Productores de nuez de CHILE



Enfatiza en el tipo de actividades de mayor impacto para la equidad de género y el empoderamiento de las mujeres para identificar aspectos transversales que ayuden a reforzar o replicarse en otros grupos de productoras y productores.

## AVANCES

