

COMERCIO INCLUSIVO: EL PAPEL DE LA OMC EN LA PROMOCIÓN DEL
EMPODERAMIENTO ECONÓMICO DE LAS MUJERES



NATALIA YAZBECK MENDOZA HERRAN

Sistematización de Experiencia presentada como requisito para optar el título de Abogada



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

FACULTAD DE DERECHO

VILLAVICENCIO

2024

Comercio inclusivo: El papel de la OMC en la promoción del empoderamiento económico de las mujeres

Inclusive Trade: The Role of the WTO in Promoting Women's Economic Empowerment

Natalia Yazbeck Mendoza Herran*

Resumen

Este artículo explora el papel de la Organización Mundial del Comercio (de ahora en adelante OMC) en el fomento del empoderamiento económico de las mujeres a través de políticas de comercio inclusivo. Aunque se han logrado avances en la igualdad de género en algunos contextos, persisten barreras estructurales y desigualdades significativas, especialmente en el ámbito económico y comercial. A través de un análisis de políticas económicas, informes, artículos, etc, se evidencia la necesidad de avanzar hacia la equidad de género en el comercio global. Este trabajo también destaca cómo la OMC, mediante distintas iniciativas, puede desempeñar un papel clave en la reducción de las brechas de género y en la creación de oportunidades económicas inclusivas.

Palabras clave: Empoderamiento, comercio, inclusión, equidad, género.

Abstract

This article explores the role of the World Trade Organization (hereafter WTO) in promoting women's economic empowerment through inclusive trade policies. While progress has been made toward gender equality in some contexts, structural barriers and significant inequalities persist, particularly in the economic and trade sectors. Through an analysis of economic policies, reports, articles, and other sources, this work highlights the need to advance gender equity in global trade. It also emphasizes how the WTO, through various initiatives, can play a pivotal role in reducing gender gaps and fostering inclusive economic opportunities.

Keywords: Empowerment, trade, inclusion, equity, gender.

Introducción

En las últimas décadas el debate sobre la igualdad de género ha tomado mayor relevancia en diversos ámbitos, incluyendo el económico y comercial. Aunque en muchos sectores de la sociedad, particularmente en países occidentales, se considera que la igualdad de género ha sido alcanzada, esto requiere un enfoque más profundo. La realidad es que, mientras en ciertas regiones se ha avanzado significativamente en términos de derechos y oportunidades, en otras áreas del mundo, como Afganistán, la igualdad de género sigue siendo una meta inalcanzable. Este contraste geográfico y cultural revela que la lucha por la equidad de género no está ni remotamente resuelta a nivel global. Es aquí donde se debe hacer una distinción clave entre igualdad y equidad de género. Mientras que la igualdad se refiere a proporcionar los mismos derechos y oportunidades para hombres y mujeres, la equidad va un paso más allá, reconociendo que las personas tienen diferentes necesidades y, por lo tanto, requieren diferentes formas de apoyo. Esta noción, basada en los principios de justicia de Aristóteles, sostiene que dar lo mismo a todos no siempre es justo, ya que las circunstancias y contextos de cada individuo varían significativamente.

En este artículo, se analizarán tanto teorías de empoderamiento económico como las políticas implementadas por la OMC en relación con la inclusión de la mujer en el comercio

* Estudiante de la Facultad de Derecho de la Universidad Santo Tomás Seccional Villavicencio, Sistematización de experiencia presentada como opción de grado de Derecho, 2024

global. A través de la revisión de literatura, reportes de la OMC y estudios de diversos autores, se buscará profundizar en los avances y desafíos que persisten en la búsqueda de la equidad de género en el ámbito económico. A pesar de los avances, distintos estudios indican que, al ritmo actual, podrían faltar aún 300 años para alcanzar una verdadera equidad de género. Esto subraya la necesidad de continuar analizando e implementando políticas específicas que promuevan una participación equitativa de las mujeres en el comercio y la economía, reconociendo sus roles históricos y actuales en estos sectores.

La inversión en la economía del cuidado como motor de inclusión

En un mundo contemporáneo y progresista es importante que exista un desarrollo sostenible y que se integre a todos los actores sociales en la economía, es por eso que el empoderamiento económico de las mujeres ha emergido como un eje fundamental para el cumplimiento de los Objetivos del Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030. Alicia Girón en su artículo "Nadie se queda atrás, Acciones Procurando el Cambio", enfatiza que la participación activa de las mujeres en todas las esferas de la vida, especialmente en la económica, es clave para alcanzar una sociedad más equitativa y próspera. Sin embargo, a pesar de los avances que se han hecho, persisten barreras estructurales que limitan la plena inclusión de las mujeres en el mercado laboral y la economía global.

Uno de los elementos esenciales para transformar las condiciones macroeconómicas y propiciar una inclusión real de las mujeres es la inversión en la economía del cuidado. Girón destaca que si los países invirtieran el 2% del Producto Interno Bruto (PIB) en esta área, se podría generar entre un 4% y 7% de nuevos empleos, y sobre todo, mejorar las condiciones laborales de las mujeres, permitiéndoles acceder a educación, vivienda digna y empleos con salarios justos. La economía del cuidado no solo es esencial para que las mujeres puedan integrarse al mercado laboral, sino que también es el reconocimiento a una deuda histórica, una labor que ha sido invisibilizada pero que es crucial para el desarrollo económico de cualquier sociedad. Este enfoque que plantea Girón resalta la importancia de que los gobiernos y las instituciones internacionales reconozcan el trabajo no remunerado que muchas mujeres realizan día a día. Al integrar este trabajo dentro de las cuentas nacionales, se podría asegurar una visión más inclusiva y justa del desarrollo económico global (Girón, 2017). Un ejemplo de esto han sido los últimos gobiernos de México, de los presidentes Andres Manuel Lopez Obrador y Claudia Sheinbaum Pardo, que han implementado la Pensión Mujeres Bienestar, que está dirigida a mujeres de entre 60 y 64 años. Dicha pensión busca reconocer el trabajo de las mujeres, especialmente de aquellas que han dedicado su vida al hogar y no contaron con acceso a una pensión formal.

La exclusión de las mujeres en el ámbito económico está relacionada con múltiples factores, que van desde la falta de educación y capacitación adecuada hasta la violencia de género, la discriminación laboral y las leyes y normas patriarcales que limitan su acceso a recursos y oportunidades. La discriminación laboral y salarial sigue siendo un obstáculo persistente en muchos países. Las mujeres ganan, en promedio, un 23% menos que los hombres a nivel mundial, según datos del Foro Económico Mundial. Esta brecha salarial empeora por la concentración de las mujeres en sectores de baja remuneración, que en su mayoría están relacionados con trabajos de cuidados y servicios, los cuales, como se mencionó anteriormente, están invisibilizados y no se consideran parte del sistema económico formal, sumado a eso esta la gran barrera que tenemos las mujeres para llegar a altas posiciones de poder, (en un caso de economía global, es muy reducido el número de mujeres que ocupa un cargo importante en organizaciones o ministerios económicos o comerciales). La informalidad laboral es otra barrera importante, ya que muchas mujeres están empleadas en trabajos no regulados que no les otorgan derechos laborales ni protección social. Por ejemplo, en las economías emergentes, la informalidad se ha convertido en un espacio donde las mujeres pueden encontrar empleo, pero bajo condiciones precarias, sin acceso a beneficios sociales o seguridad en el trabajo, en varios casos. Además, las mujeres enfrentan dificultades para acceder a crédito, capital de riesgo y otros recursos financieros necesarios para emprender o expandir sus negocios. Esto se debe, en

parte, a la falta de propiedad de bienes o activos que puedan servir como garantía, lo que limita las oportunidades de inversión y desarrollo económico para las mujeres emprendedoras.

Brecha digital de género: obstáculos y oportunidades en la economía digital

La revolución digital y el comercio electrónico son una gran oportunidad para que las mujeres puedan emprender, quizás, sin las barreras que el comercio tradicional les ha impuesto. Aunque también crea otras, por ejemplo en los países en desarrollo, muchas personas, sobre todo mujeres, enfrentan grandes desventajas a la hora de acceder a la tecnología y usarla de manera efectiva en sus negocios, ya sea porque sus empresas funcionan en municipios o ciudades con poca cobertura o falta de equipos tecnológicos modernos o por la falta de conocimiento digital. Esto nos lleva a hablar de la brecha digital de género, ya que las mujeres pueden tener menos acceso a dispositivos digitales y, en muchos casos, no cuentan con las habilidades tecnológicas que son necesarias para el comercio electrónico. Aunque a veces, este problema puede estar más relacionado con diferencias generacionales, ya que las brechas digitales entre jóvenes y mayores también son bastante visibles, por ejemplo los y las empresarias que operan por redes sociales, o cuyo emprendimiento tiene como base fundamental la tecnología, suelen ser de generaciones como los millennial o centennials, (a un baby boomer le cuesta mucho más adaptarse a la tecnología moderna, que a un millennial, incluidos los y las empresarias). Ya sea por cuestiones de edad o género, las brechas digitales pueden limitar las oportunidades de muchas mujeres de participar en la economía digital global. Lo cual sigue una característica de nosotros los seres humanos, y es el miedo a lo desconocido, ese temor a explorar o intentar cosas que no sabemos y pueden llevarnos al fracaso. Si en ciertos casos los y las empresarias temen a que alguna inversión o algún movimiento los perjudique, explorar un mundo desconocido para algunos o nuevo para otros como el comercio global digital, puede ser intimidante. Así que si bien esta era tecnológica para algunas mujeres, sobre todo las mujeres más jóvenes puede ser una gran oportunidad para emprender, para otras puede ser una barrera más.

Las barreras estructurales en la inclusión económica de las mujeres

Uno de los mayores retos para las micro, pequeñas y medianas empresas lideradas por mujeres sigue siendo el acceso al financiamiento. Muchas emprendedoras enfrentan barreras enormes para conseguir los recursos que necesitan para hacer crecer sus negocios, la brecha de financiamiento para las empresas de estas mujeres se puede estimar en 1.7 billones de dólares, lo que limita en gran medida el crecimiento de dichas compañías (Girón, 2017) . Muchas instituciones financieras todavía perciben a las mujeres empresarias como una inversión más riesgosa, lo que complica la aprobación de préstamos. Ya sea por estigmas o estereotipos culturales o por conflictos de intereses, a las mujeres nos es mucho más difícil ser exitosas, o entrar en mundos dominados por hombres, por ejemplo en países como Afganistán, Siria, Arabia Saudita, entre otros muchos, que una mujer lidere una empresa o sea CEO es impensable por no decir imposible, incluso en países occidentales como Estados Unidos o Francia, siguen existiendo enormes barreras para las empresarias, sobre todo las que poseen pequeñas y medianas empresas. Una clara muestra de esto son las revistas económicas, cada vez que hacen un top de empresarios más importantes del mundo o personas mas influyentes en la economía o personas mas ricas del mundo, aparecen predominantemente nombres de hombres, y en destacadas ocasiones mujeres figuran en esas listas o milagrosamente las lideran (BBC, 2024), y en otras ni siquiera aparecen, lo cual es no se si decir irónico o gracioso, ya que los titulares aparecen como "Personas mas ricas del año", como ejemplo y el articulo solo muestra nombres de hombres, se podría decir que la inclusión de las mujeres esta en usar la palabra personas y no hombres. Además de esto, esta la baja alfabetización financiera y las dificultades adicionales que enfrentan las mujeres en áreas rurales que agravan el problema. Es por esto que las iniciativas de inclusión

financiera juegan un papel clave. Países como Argentina, México y Colombia han comenzado a implementar medidas específicas para mejorar el acceso al crédito, como esquemas de garantías y productos financieros diseñados especialmente para mujeres empresarias. Usando específicamente el caso de Colombia, en el país en general se ha aplaudido y reconocido que empresas como Crepes & Waffles empleen mayoritariamente por no decir que en su totalidad a mujeres cabezas de familia, una acción admirable y destacable, que de cierta manera ayuda a mitigar las brechas laborales entre hombres y mujeres. Anteriormente había mencionado que es importante reconocer los trabajos domésticos, algo que me ha llamado la atención es que incluso en áreas que se pueden denominar de las mujeres, (así como el mundo empresarial es predominante de los hombres), como lo es la cocina o la gastronomía, ya que histórica y culturalmente se asocia a la mujer con la labor de cocinar, las listas de los mejores restaurantes del mundo son propiedad de un empresario hombre, así como el top de los mejores chefs del planeta están encabezados por hombres. Lo cual es lamentable y muestra las grandes desigualdades que hay entre hombres y mujeres, incluso hoy en día, donde las empresas de cocina como los restaurantes, que podrían ser un sector dominado por mujeres dada la relación histórica, es un sector dominado por hombres.

Principios para el empoderamiento de las mujeres en las empresas

ONU Mujeres, junto con otras organizaciones internacionales, ha promovido políticas orientadas al empoderamiento económico de las mujeres en sectores como la agricultura, la inclusión laboral y la mejora de las condiciones de trabajo. Además, trabajan para visibilizar el trabajo no remunerado de las mujeres, con el fin de conectarlas con oportunidades de empleo remunerado, promoviendo su autonomía económica.

En 2010, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y ONU Mujeres desarrollaron los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres, que son una serie de acciones clave para integrar la igualdad de género en el ámbito laboral y empresarial. Estos principios son:

1. Promover la igualdad de género desde la alta dirección, con metas claras y responsables de avance en la igualdad de género.
2. Tratar equitativamente a hombres y mujeres, creando un entorno inclusivo y garantizando la igualdad de oportunidades y remuneración.
3. Velar por la salud, seguridad y bienestar de los trabajadores, con una perspectiva de género que prevenga la violencia y el acoso.
4. Fomentar la educación y desarrollo profesional de las mujeres, proporcionando acceso igualitario a formación y redes profesionales.
5. Impulsar prácticas empresariales que favorezcan el empoderamiento de las mujeres, integrando la igualdad de género en la cadena de suministro y eliminando estereotipos.
6. Promover la igualdad en la comunidad, utilizando la influencia empresarial para fomentar la igualdad de género a nivel local.
7. Evaluar y comunicar avances, implementando sistemas de seguimiento para medir la efectividad de las acciones de igualdad de género.

Estos principios buscan no solo mejorar la posición económica de las mujeres, sino también fortalecer las economías, promover sociedades más equitativas y elevar la calidad de vida para todos. Según los expertos, cuando las mujeres tienen acceso pleno a la economía, todos salen ganando (ONU Mujeres, 2023).

Reconocimiento del empoderamiento económico de las mujeres en el comercio internacional

El informe Trade Policies Supporting Women's Economic Empowerment: Trends in WTO Members analiza las políticas comerciales implementadas por los miembros de la OMC entre 2014 y 2018 para fomentar el empoderamiento económico de las mujeres. Este informe

refleja un creciente compromiso de la organización y los países miembros de crear o fomentar un comercio con enfoque de género. En el informe también se destacan las tendencias emergentes que podrían transformar la economía global al integrar a las mujeres de manera más activa en el comercio internacional, (es clave entender que las mujeres necesitamos, más que una igualdad de género, una equidad de género).

El informe revisó las políticas comerciales de 111 países miembros de la OMC. De estos, alrededor del 70% reportaron haber implementado al menos una política dirigida a apoyar el empoderamiento económico de las mujeres (como en los casos de México y Colombia que mencione con anterioridad). Esto demuestra un cambio hacia el reconocimiento del enfoque de género como un objetivo central en las estrategias comerciales de estos países. Según el informe las políticas comerciales que se adoptaron se enfocaron en tres áreas clave como, los incentivos financieros y no financieros, ya que muchas políticas buscaron proporcionar recursos y apoyo tanto financieros como de conocimiento (como en los casos de brechas digitales) para las mujeres emprendedoras. La agricultura y la pesca, entran en este enfoque, debido a que un 15.5% de los países implementaron políticas específicas para empoderar a las mujeres en estos sectores, donde tradicionalmente desempeñan un papel esencial. Por último esta la contratación pública, aproximadamente un 9% de los miembros de la OMC introdujeron políticas que favorecen a las empresas dirigidas por mujeres, asegurando un acceso equitativo a oportunidades en el ámbito de la contratación pública. Además, un 30% de los países miembros centraron sus esfuerzos en apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas lideradas por mujeres. Estas iniciativas están diseñadas para facilitar el acceso de las mujeres a recursos, redes y mercados, mejorando así su participación en la economía global.

Estas políticas comerciales que están siendo implementadas por los miembros de la OMC muestran un avance positivo en la integración de las mujeres en el comercio internacional, con un enfoque claro en apoyar a las emprendedoras y fomentar la equidad de género en sectores clave.

Varios gobiernos han reconocido que reducir la brecha de género no solo es un problema social, sino también una forma de aumentar el crecimiento económico y reducir la pobreza. Es por esto que están implementando estrategias que buscan aumentar la participación de las mujeres en sectores clave de la economía, dándoles acceso a los recursos y oportunidades necesarios para prosperar. Estas políticas de empoderamiento económico incluyen programas de capacitación dirigidos a mujeres, especialmente en sectores como la agricultura y los negocios, donde ellas han sido históricamente marginadas.

Incluso han establecido incentivos financieros para promover la contratación de mujeres (en Colombia se le conoce como enfoque diferencial) y facilitarles el acceso al financiamiento para que puedan emprender y hacer crecer sus negocios. Estas iniciativas son fundamentales para asegurar que las mujeres tengan una presencia significativa en el mercado laboral y en la economía formal.

Una de las tendencias más destacadas por la OMC, es la creciente organización de consultas nacionales de los países miembros para incorporar la perspectiva de género en las políticas comerciales. Estas consultas permiten a los países identificar las barreras específicas que enfrentan las mujeres y desarrollar políticas adaptadas a sus necesidades. Los gobiernos también están evaluando el impacto de las estrategias de ayuda al comercio, asegurando que los beneficios de la asistencia lleguen de manera efectiva a las mujeres (OMC, 2021).

El rol de la OMC y los gobiernos

El comercio internacional también representa un desafío significativo para las empresarias, ya que enfrentan obstáculos mayores en comparación con los hombres debido a diversos factores como se ha mencionado anteriormente, tales como la discriminación legal, las barreras para acceder a financiación, la brecha digital y la falta de conocimientos sobre normas comerciales. Estos problemas se visibilizan gracias al COVID-19, que afectó significativamente a muchas empresas y sobre todo a las mujeres, especialmente a las

empresarias y trabajadoras. La OMC ha confirmado que las mujeres fueron más vulnerables a las perturbaciones del comercio causadas por la pandemia.

En 2020, se crea el Grupo de Trabajo Informal sobre Comercio y Cuestiones de Género, el cual marcó un hito importante en los esfuerzos que esta haciendo la OMC y sus países miembros en la inclusión comercial. Este grupo se enfoca en cuatro pilares principales, los cuales son: compartir prácticas e intercambiar opiniones sobre la eliminación de obstáculos relacionados con el comercio a la participación de las mujeres en el comercio, considerar la posibilidad de aplicar una “perspectiva de género” a la labor de la OMC, examinar la labor analítica realizada por la Secretaría de la OMC, contribuir al programa de trabajo sobre la Ayuda para el Comercio como medio de aumentar la participación de las mujeres en el comercio.

En las conferencias CM12 en 2021 y CM13 en 2024, los Ministros de Comercio de los distintos países miembros que participaron en estas, han reconocido la importancia del empoderamiento económico de las mujeres y el crecimiento económico, esto ha logrado que se creen compromisos para promover políticas comerciales con enfoque de género en sus respectivos países. Por ejemplo, la Declaración de Buenos Aires de 2017, que fue respaldada por 120 Estados Miembros, resalta la importancia de fomentar la participación de las mujeres en el comercio a través del intercambio de experiencias y la creación de un marco de políticas inclusivas. En la conferencia CM12 en 2022, la OMC, Estados Miembros y el Centro de Comercio Internacional organizaron un evento conjunto para promover la participación de las mujeres en el comercio, con el objetivo de fomentar un desarrollo sostenible e inclusivo. En la conferencia de este año CM13 de 2024, los avances en materia de igualdad de género fueron nuevamente destacados, como en ocasiones anteriores (como lo que han mencionado los informes). La Declaración Ministerial de la CM13 resaltó cómo la participación de las mujeres en el comercio contribuye al crecimiento económico y al desarrollo sostenible, destacando las iniciativas del Grupo de Trabajo Informal sobre Comercio y Cuestiones de Género (OMC, 2021). Para apoyar estos avances, la OMC ha puesto en marcha la Estrategia 360° sobre Comercio y Género, que busca mejorar el conocimiento y la formación sobre comercio y género entre los funcionarios gubernamentales de los Estados Miembros. Algunas veces la falta de políticas públicas con enfoque de género o de una inclusión más fuerte en diversos sectores, puede estar relacionado no solo con prejuicios sociales y culturales, sino con la falta de conocimiento de los funcionarios del gobierno (desde el o la Jefe de Estado hasta los ministros y secretarios). Por lo general estas cuestiones de inclusión de género suelen ser percibidas como estresantes, o no necesarias por algunos grupos poblacionales (sobre todo sectores conservadores), porque se tiene la concepción de que las mujeres y los hombres somos iguales, y de hecho legalmente en muchos países y en muchas declaraciones universales lo somos, pero muchos podrían estar de acuerdo conmigo cuando digo que el mundo todavía no experimenta una equidad de género. Voy a usar este ejemplo, no es lo mismo, darle un libro de papel y tinta a una persona que tiene todas sus funciones ópticas completamente sanas, a una persona que no las tiene, podría darle el mismo libro a ambas personas pero se que solo una de ella va a poder leerlo, así que en lugar de darle un libro de papel le daría un libro escrito en braille, a la segunda persona. Eso es exactamente lo que las mujeres emprendedoras necesitan, que sus necesidades sean visibilizadas y analizadas para que así los gobiernos de sus respectivos países puedan acudir a dichas necesidades o problemas para desarrollarse como empresarias.

Es así que la OMC esta trabajando para aumentar la comprensión de las dinámicas de género en el comercio internacional. Lo cual incluye un análisis del papel del comercio en la promoción de la igualdad de género y el empoderamiento económico de las mujeres. A través del Centro de Investigación sobre Cuestiones de Género, la OMC recopila los datos y realiza estudios que ayudan a crear políticas basadas en evidencia que favorezcan la inclusión de las mujeres en el comercio global.



Conociendo Ginebra: Un encuentro con la OMC

En mi visita a Ginebra, Suiza, tuve la oportunidad de conocer de cerca el trabajo que la OMC realiza en diferentes aspectos incluyendo sus planes para fomentar un comercio inclusivo.

Tuve la oportunidad de dialogar con 2 abogados de la unidad jurídica de la organización (que eran colombianos al igual que yo), quienes me brindaron información sobre las dudas que tenía sobre las medidas concretas que toma la OMC para los asuntos de género. Ambos me explicaron cómo la dirección actual de la organización, bajo el liderazgo de Ngozi Okonjo-Iweala, ha impulsado un enfoque de género más activo en las políticas comerciales. Me explicaron que aunque la OMC no tiene la capacidad de exigir a los gobiernos la adopción de políticas específicas ni de coaccionarlos si no cumplen con sus recomendaciones, la organización tiene un rol importante en la creación de pautas y estándares que los países pueden adoptar para promover un comercio inclusivo y más equitativo.

Lastimosamente a pesar de los avances realizados por la OMC y otras instituciones internacionales, el empoderamiento económico de las mujeres enfrenta aún barreras estructurales que impiden una inclusión plena y efectiva.

Por todo lo expuesto en este artículo, es crucial que las empresas y las organizaciones se comprometan a evaluar y difundir los avances realizados en la equidad de género. Sin un sistema claro de seguimiento y reporte, las acciones en favor de la equidad pueden quedarse en buenos propósitos sin una verdadera transformación. Por ello, la transparencia y la rendición de cuentas son esenciales para avanzar hacia la equidad de género en el ámbito económico y empresarial.



Conclusión

La inclusión de las mujeres en los ámbitos comerciales, ya sea a nivel, nacional, internacional o digital no se puede lograr únicamente con políticas comerciales o económicas. También es necesario adoptar un enfoque desde varias perspectivas donde se consideren las dimensiones sociales, políticas y culturales que limitan el acceso de las mujeres a la economía. Reformar los sistemas de educación, garantizar servicios de salud y cuidado accesibles y de calidad, y el fortalecer o implementar leyes que protejan los derechos laborales de las mujeres, son algunas de las medidas que se pueden y deberían implementarse para avanzar como sociedad, para hablar de equidad de género en cualquier aspecto. En este caso en concreto para que el comercio inclusivo sea una realidad, es trascendental que las organizaciones internacionales, los gobiernos nacionales y las organizaciones no gubernamentales, fundaciones, etc, trabajen juntos para promover la equidad de género no solo en el comercio, sino en todos los aspectos de la vida económica. Las políticas que integren una perspectiva de género en el comercio internacional pueden ayudar a transformar las desigualdades estructurales y promover un desarrollo económico más justo, que beneficie a todos los miembros de la sociedad, sin dejar a nadie atrás, además de implementar estas políticas, es relevante que se haga un seguimiento a su efectividad (al igual que las leyes, cuando una ley no esta siendo eficaz para mitigar un problema social, el legislador debe buscar alternativas para enfrentar este problema).

Concluyo diciendo que el empoderamiento económico de las mujeres o un comercio inclusivo o con enfoque de género, es una necesidad a la cual se le debe dar soluciones de manera urgente, soluciones que no solo benefician a las mujeres, sino que también impulsen el desarrollo económico, social y sostenible en conjunto. Al integrar a las mujeres de manera equitativa en todos los aspectos de la economía, no solo avanzamos hacia la equidad de género, sino que también construimos sociedades más justas, estables y prósperas.

Referencias:

- Álvarez, A. M. (2016). Retos de América Latina: Agenda para el desarrollo sostenible y negociaciones del siglo XXI. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0301703616300219>
- BBC Mundo. (2024, 2 de abril). El club de los US\$100.000 millones: quiénes son las 14 personas con las fortunas más gigantescas del mundo. <https://www.bbc.com/mundo/articles/c6p4485jl4do>
- Caparros, J. (2024, abril 12). Las 50 personas más ricas del mundo 2024. Forbes. <https://forbes.co/2024/04/12/editors-picks/las-50-personas-mas-ricas-del-mundo-2024>
- Congreso de la República de Colombia. (2023). Ley 2294 de 2023. Plan Nacional de Desarrollo. (2022-2026). "Colombia.Potencial Mundial de la vida". <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=209510>
- Gawkowski, E. (2024, agosto 11). 12 most famous restaurant owners. https://www-upmenucom.translate.google/blog/famous-restaurant-owners/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=tc
- Girón, Alicia. (2017). Empoderamiento económico de las mujeres. Nadie se queda atrás. Acciones procurando el cambio.Problemas del desarrollo, 48(189), 3-7. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S03017036201700020003&lng=es&tlng=es.
- Khera, P., Ogawa, S., Sahay, R., & Vasishth, M. (2022). La brecha digital de género. <https://www.imf.org/es/Publications/fandd/issues/2022/12/the-digital-gender-gapkhera-ogawa-sahay-vasishth>
- ONU Mujeres. (2023, 17 de noviembre). Invertir en la economía del cuidado genera más empleo e igualdad. <https://lac.unwomen.org/es/stories/noticia/2023/11/invertir-en-laeconomia-del-cuidado-genera-mas-empleo-e-igualdad>
- ONU Mujeres. (s.f.). Empoderamiento económico de las mujeres. <https://www.unwomen.org/es/what-we-do/economic-empowerment>
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). (2023). Lograr la igualdad de género tomará 300 años al ritmo actual. <https://www.un.org/es/desa/World-Population-Day-2023>
- Pacto Mundial de Naciones Unidas. (2023, 9 de marzo). ¿Sabes cómo los principios de empoderamiento de la mujer (WEPS) impulsan la igualdad de género en las empresas? ONU.. <https://www.pactomundial.org/noticia/sabes-como-losprincipios-de-empoderamiento-de-la-mujer-weps-impulsan-la-igualdad-de-genero-en-lasempresas/>
- World Economic Forum. (2017). The Global Gender Gap Report 2017. <https://www.weforum.org/reports/the-global-gender-gap-report-2017>
- World Trade Organization (WTO). (2019). Trade policies supporting women's economic empowerment:Trends in WTO members. https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/ersd201907_e.pdf
- World Trade Organization.(WTO). (2021).Action Plan on Trade and Gender 2021-2026. https://www.wto.org/english/tratop_e/womenandtrade_e/action_plan_21-26.pdf