

Estudio de Caso

TERRITORIO PALESTINO OCUPADO: UNA VENTANILLA ÚNICA PARA EMPRESAS SOSTENIBLES PROPIEDAD DE MUJERES



ITC

International Training Centre



UN WOMEN

United Nations Entity for Gender Equality and the Empowerment of Women



ODS abordados



Este estudio de caso está basado en las lecciones aprendidas del programa conjunto "Creación de una ventanilla única para empresas sostenibles dedicadas al crecimiento económico inclusivo". [Lea más](#)

SECCIONES



Más info:
www.sdgfund.org



1. RESUMEN

El programa conjunto ayudó a mejorar los medios de vida de las mujeres palestinas mediante el desarrollo de capacidades de micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) dirigidas por y en propiedad de mujeres; preservando el patrimonio cultural, las tradiciones y la artesanía. Al crear productos comercializables y mejorar el entorno regulatorio para los productos locales y las cooperativas y empresas dirigidas por mujeres, el programa abordó problemáticas en la Estrategia Nacional de Exportación de Palestina y promovió el desarrollo de mercados inclusivos.



Mujeres beneficiarias muestran sus productos durante el lanzamiento de la ventanilla única.



2. SITUACIÓN

Las mujeres en el Territorio Palestino Ocupado (TPO) constituían solo el 15% de la fuerza laboral local en 2015, una de las tasas más bajas de participación femenina en los mercados laborales formales del mundo. La actividad empresarial de las mujeres palestinas también se encuentra entre las más bajas a nivel mundial, y el desempleo, mucho más alto que en los hombres. Si bien las pequeñas empresas contribuyen notablemente al empleo y la generación de ingresos en Cisjordania

y en la Franja de Gaza, las disparidades de género suponen que las mujeres tengan menos acceso a estas oportunidades. Las distorsiones estructurales han limitado el crecimiento de los sectores agrícola y manufacturero, con el sector de servicios representando dos tercios del PIB, como resultado. Las mujeres están representadas de manera desproporcionada en el sector informal, donde son más vulnerables a la explotación y las malas condiciones de trabajo.



Beneficiarios durante el lanzamiento de la ventanilla única.



3. ESTRATEGIA

El programa conjunto ayudó a promover el desarrollo socioeconómico inclusivo al crear un entorno propicio y mejorar el acceso a los mercados para las mipymes y las cooperativas en propiedad de mujeres.



4. RESULTADOS E IMPACTO



Una mujer prepara productos horneados tradicionales y sabrosos llamados Mu'ajanat en la tienda Halhoul Business

Las cooperativas dirigidas por mujeres se beneficiaron de las actividades de capacitación en administración comercial y financiera, contabilidad, procesamiento de alimentos, seguridad alimentaria y control de calidad, empaquetado y etiquetado, y comercialización. Sobre fomentar vínculos de mercado, las mipymes lideradas por mujeres participaron en ferias en Abu Dhabi, Emiratos Árabes Unidos; Berlín, Alemania; y Ginebra, Suiza, así como en varios encuentros entre empresas "business-to-business". Las mipymes conectaron con compradores de diferentes países y obtuvieron comentarios sobre sus productos.

Veintitrés cooperativas dirigidas por mujeres (923 miembros) firmaron contratos para abastecer a dos tiendas, Al-Rozana y Al-Thimar, dedicadas a llevar sus productos al mercado. Al vender bajo la marca "Baitutie" (hecho en casa), ambas compañías experimentaron aumentos sustanciales en las ventas del 40% y 68,1%, respectivamente, en 2016, en comparación con su situación inicial. Además de los 113.000 dólares en ventas directas al público en

2016, se generaron 205.000 dólares adicionales en los mercados de exportación. En marzo de 2017, un contrato con una empresa exportadora intermediaria, New Farm, generó 60.294 dólares en ventas de los productos de las 13 cooperativas respaldadas por el programa. En general, las 43 mipymes participantes registraron un aumento promedio en las ventas del 42,8%, incluidas 12 empresas que lograron aumentos de entre dos a ocho veces más.

Bajo los auspicios del Comité Nacional para el Empleo de las Mujeres, y en colaboración con los Ministerios de Agricultura, Economía Nacional, Trabajo y Asuntos de la Mujer, se redactó un documento normativo que incorporó las principales directivas de política nacional relacionadas con la participación económica de las mujeres. Los funcionarios gubernamentales mejoraron sus conocimientos sobre conceptos e incorporación de la perspectiva de género a través de sesiones de capacitación y sensibilización destinadas a mejorar sus capacidades para desarrollar políticas sensibles al género.

Los esfuerzos de integración de la perspectiva de género también se centraron en el sector privado. El Banco de Palestina y Birzeit Pharmaceuticals Company -las compañías más grandes en sus respectivos sectores- recibieron asistencia para realizar auditorías de género exhaustivas. Ambas se comprometieron a implementar las recomendaciones necesarias para tener políticas sensibles al género.



Aceitnas en escabeche, una especialidad de la tienda de Al Rozana en Halhoul.



5. DESAFÍOS

Todavía existen brechas, a diferentes niveles en los sectores público y privado, en la concientización, el apoyo técnico y el financiamiento para implementar la incorporación de la perspectiva de género y las iniciativas relacionadas con el empoderamiento de las mujeres. A nivel local, las mipymes y las cooperativas lideradas por mujeres tuvieron que superar obstáculos como la falta de certificación de productos alimenticios y de calidad, en el caso de productos no alimentarios, la limitada disponibilidad de materias primas y las escalas de producción pequeñas. En este sentido, consolidar las líneas de productos para aumentar el volumen, la escala y mejorar el acceso a los mercados (internacionales).



Beneficiaria del programa.



6. LECCIONES APRENDIDAS

- Las empresas aprendieron que una estrategia de desarrollo de productos orientada al mercado es la más efectiva y sostenible. Sin embargo, desarrollar la capacidad de las mipymes y cooperativas es un proceso a largo plazo que requiere intervenciones tanto de la oferta como de la demanda.
- Entrar a un mercado internacional de mayor precio implica estar dispuesto a aceptar demandas más exigentes por parte de los compradores. Si bien el registro de empresas y la formalización de empresas informales suponen una barrera para ingresar a nuevos mercados potencialmente más lucrativos, es necesario promover el conocimiento y disputar conceptos erróneos sobre los requisitos, las implicaciones, los costos y los beneficios.



7. SOSTENIBILIDAD Y POTENCIAL DE RÉPLICA

El programa conjunto generó datos y análisis sobre igualdad de género para orientar las políticas del gobierno, así como facilitó una revisión exhaustiva con perspectiva de género y una actualización del marco legal existente. Además de mejorar los servicios comerciales y promover vínculos de mercado para las mipymes y cooperativas dirigidas por mujeres, el programa inculcó en las beneficiarias la importancia de la demanda y el enfoque de mercado, así como el "valor percibido" de un producto para diferenciar los nichos de mercado e identificar oportunidades de negocio.

Por Catherine Wong, especialista de programas, Fondo ODS; con aportes de Muhannad Hamed, gerente de programas; Hadil Naser, analista de programas, ONU Mujeres; Alla Eddin Ayesh, monitoreo y evaluación y oficial de informes, ONU Mujeres; Amer S. Madi, experta en evaluación; Loris Elqura, especialista en coordinación, Oficina del Coordinador Residente en el Territorio Palestino Ocupado; Teresa George Akkara, becaria, Fondo ODS. Edición por Vesna Jaksic Lowe, escritora y consultora de comunicación, y traducción por Víctor Garrido Delgado, escritor y consultor de comunicación, Fondo ODS.