¿EN QUÉ MEDIDA SE ESTÁ GENERANDO CONOCIMIENTO CON ENFOQUE DE GÉNERO SOBRE LOS NEGOCIOS ANALIZADOS POR EL CONSORCIO NAR?

Se presentan los resultados iniciales del análisis sobre el modo en que algunas empresas que operan con enfoque regenerativo están considerando el enfoque de género. Se busca, a la vez, identificar oportunidades de mejora para fortalecer la manera en que se aplica la perspectiva de género en el análisis de negocios regenerativos.

La información acá presentada se basa en el análisis de 27 documentos generados por el Consorcio NAR, sistematizaciones de modelos de negocio y enfoques regenerativos aplicados por empresas de diferente tipo en distintos países de América Latina.

¿CUÁLES HAN SIDO LOS ASPECTOS A MEJORAR PARA PROFUNDIZAR UN ENFOQUE DE GÉNERO EN LA PRODUCCIÓN DE CONOCIMIENTO?

Los estudios se centraron en conocer el contexto ambiental y social de los negocios, pero tuvo un escaso foco en las perspectivas, puntos de vista y experiencias de las mujeres.

Las preguntas sobre género y/o mujeres se concentran en un módulo aparte y no se incorporan de manera transversal a lo largo de toda la investigación.

Las observaciones no siempre se problematizan desde una mirada de género y poder.

Las preguntas asociadas a brechas de género, normalmente se limitan al negocio y no se aplican al contexto (país, industria, cadena de suministro, etc.).

El espacio para preguntas direccionadas al enfoque de género y/o mujer, en los documentos, fue de alrededor de 9%, sin tener un abordaje interseccional.

¿QUÉ FORTALEZAS PRESENTAN?

Una de las metodologías utilizadas en el marco del Consorcio NAR, propone acciones específicas para construir entendimientos a partir de la voz y experiencia de las mujeres, sistematizando resultados alrededor de esta mirada.

BRECHAS IDENTIFICADAS	BUENAS PRÁCTICAS APLICADAS POR LOS NEGOCIOS PARA SUPERAR ESTAS BRECHAS
SUBREPRESENTACIÓN DE MUJERES EN PUESTOS DE LIDERAZGO O DE DECISIÓN.	▪ Creación de un comité de género en el negocio. ▪ Apoyo para la creación de productos de las mujeres. ▪ Cuotas de participación de mujeres en puestos de conducción. ▪ Definir metas para aumentar participación de mujeres (acción planeada)
DISTRIBUCIÓN TRADICIONAL DE TAREAS POR SEXO.	▪ Contratación intencional de mujeres.
MUJERES QUE NO CUENTAN CON ACCESO A LA PROPIEDAD DE TIERRA.	▪ Apoyar el reconocimiento de tierras rurales para mujeres (acción planificada).
DOBLE CARGA POR TAREAS DOMÉSTICAS Y DE CUIDADO.	▪ Proveer soporte, desde las organizaciones, a las tareas de cuidado (pagar a personas cuidadoras, crear áreas de juegos, etc.).
NECESIDAD DE REUNIRSE, HACER NETWORKING, APRENDER ENTRE PARES.	▪ Las mujeres buscan reunirse para compartir sus problemas y soluciones y organizarse frente a sus necesidades. ▪ Crear redes de mujeres para intercambiar experiencias, ideas, recursos, etc., desarrollar acciones conjuntas, ponerlas en contacto con modelos de rol o pares que las inspiren (acción planificada).

Lorem ipsum

VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES.	▪ Proveer asistencia desde un enfoque de derechos con el fin de elevar la autoestima y empoderamiento de las mujeres. ▪ Ofrecer hogares temporales. ▪ Capacitaciones sobre violencia y autoestima. ▪ Presencia de una persona psicóloga para apoyar a las mujeres dentro del negocio. ▪ Diagnosticar las razones de la violencia en el contexto donde se inserta el negocio.
MENOR AUTOCONFIANZA/AUTOESTIMA DE LAS MUJERES.	▪ Talleres de autoconfianza en redes de mujeres. ▪ Sesiones con mujeres, empoderamiento,autonomía, liderazgo (acción planificada).
EMBARAZO ADOLESCENTE Y MADRES SOLTERAS.	▪ No se identificó información.
DESIGUAL ACCESO A FINANCIACIÓN POR PARTE DE LAS MUJERES. MENOR CONFIANZA EN EL SISTEMA FINANCIERO.	▪ Microcréditos con foco especial en mujeres (acción planificada). ▪ Alianza con proveedores de servicios de salud y brindar apoyo financiero para servicios con foco en mujeres, niños/as y personas mayores (acción planificada).
MAYOR ANALFABETISMO Y MENOR ACCESO A EDUCACIÓN FORMAL POR PARTE DE LAS MUJERES.	▪ La organización ofrece formación continua a sus proveedores, fomenta activamente el empoderamiento femenino y la emisión de de certificados de venta a nombre de las mujeres, fomentando así su capacidad para gestionar los recursos familiares.
BRECHA DE INGRESOS Y FEMINIZACIÓN DE LA POBREZA.	▪ No se identificó información.
INVISIBILIDAD Y FALTA DE RECONOCIMIENTO DE LAS MUJERES.	▪ Apoyar el desarrollo de negocios o iniciativas productivas de mujeres o con impacto específico en mujeres (acción planificada) ▪ Apoyar la certificación de los emprendimientos de mujeres (acción planificada) ▪ Proyectos que incluyen de manera intencional a mujeres de la comunidad a través de alianzas com ellas (acción planificada).
CHOQUE ENTRE EL CONOCIMIENTO ANCESTRAL Y LAS NOCIONES DE IGUALDAD DE GÉNERO.	▪ No se identificó información.
MAYOR DESEMPLEO DE LAS MUJERES.	▪ Enfocarse en emplear mujeres

RECOMENDACIONES METODOLÓGICAS PARA FORTALECER EL ENFOQUE DE GÉNERO EN PROYECTOS DE DESARROLLO

Se entiende que la posibilidad de identificar brechas de género y proponer acciones para superarlas depende significativamente de la metodología de investigación aplicada. En la medida que se aplique una mirada situada y centrada en género en las preguntas realizadas, aumenta la posibilidad de identificar brechas de género y temas que son relevantes desde el punto de vista y la experiencia de las mujeres.

Con este objetivo, las recomendaciones a seguir buscan fortalecer las acciones del Consorcio NAR y de cualquier otra iniciativa que quiera aplicar este enfoque en sus esfuerzos hacia la regeneración de los sistemas alimentarios en Latinoamérica.

PREPARACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

- Incorporar el enfoque de género en el objetivo y diseño de la investigación.
- Incorporar el enfoque de género de manera transversal a lo largo de las diversas preguntas y ejes analizados (no en un módulo aparte).
- Incorporar en la muestra más organizaciones de mujeres.
- Antes de relevar la organización en particular, realizar un relevamiento de las brechas de género en el contexto o ámbito en que se desarrolla el mismo (zona, tipo de población, tipo de organización, etc.) a partir de datos desagregados por sexo en fuentes secundarias.
- Consultar y citar fuentes de investigadoras mujeres y/o referentes (eco)feministas.

DURANTE LA INTERACCIÓN CON NEGOCIOS

- Direccionar acciones para indagar y escuchar en particular la voz y experiencia de las mujeres
- Indagar con enfoque de género en las acciones “concretas” de la organización que den cuenta de la implementación de los compromisos declarados.
- Aplicar lenguaje inclusivo en alguna de sus formas minimizando el uso del masculino universal.
- Indagar y analizar si la organización promueve la contratación y liderazgo de las mujeres, con particular énfasis en grupos en desventaja
- Indagar si la organización aplica enfoque de género en su vínculo con la comunidad, stakeholders y Organizaciones de la Sociedad civil (OSC).

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

- Aplicar una mirada crítica que considere la distribución de poder entre hombres y mujeres y desnaturalizar lo que se observa.
- Aplicar una mirada crítica sobre el modo en que se (re)presenta a las mujeres (roles subordinados, secundarios, etc.).
- Aplicar una mirada crítica sobre posibles expresiones de sexismo benevolente.
- Evitar explicaciones individuales o voluntaristas.
- Evitar miradas esencialistas y reproducir de manera acrítica los estereotipos de género. Desnaturalizar.

Análisis del enfoque de género - aplicado a documentos escritos por el Consorcio NAR” elaborado en 2023 por Vanesa Vidal. Importante limitación destacada por la autora: la autora es una persona de sexo femenino, occidental y de raza blanca.

NAR negócios alimentares regenerativos