

EXPORTANDO A CANADÁ - NOTICIAS

Preparación para la exportación con perspectiva de género: construcción de rutas inclusivas y equitativas hacia los mercados globales

Contenido

**MENSAJE DEL
DIRECTOR EJECUTIVO**

**DISEÑO DE RUTAS DE
PREPARACIÓN PARA LA
EXPORTACIÓN CON
PERSPECTIVA DE
GÉNERO PARA EL
ACCESO EQUITATIVO A
LOS MERCADOS**

**DEL DISEÑO A LA
IMPLEMENTACIÓN:**
puesta en práctica de la
preparación para la
exportación con
perspectiva de género

**ACTUALIZACIONES DE
PROGRAMA**

**NUEVOS MIEMBROS DE
NUESTRO EQUIPO**

**EJEMPLO DE CASO:
DE LA INTENCIÓN AL
IMPACTO** — Cómo las
instituciones de apoyo
al comercio impulsan la
preparación para la
exportación con
enfoque de género



MENSAJE DEL DIRECTOR EJECUTIVO

Construcción de rutas inclusivas y equitativas hacia los mercados globales

En el contexto económico global actual, la preparación para la exportación es fundamental para el crecimiento económico y la competitividad. Sin embargo, los sistemas tradicionales de exportación, por lo general, pasan por alto las desigualdades estructurales que limitan la participación de grupos con escasa representación, tales como las pequeñas y medianas empresas (pymes), las empresas dirigidas o propiedad de mujeres y los jóvenes emprendedores. Es en este punto donde un enfoque de preparación para la exportación con perspectiva de género contribuye a cerrar estas brechas, al garantizar que las políticas, programas y prácticas promuevan activamente la inclusión y el acceso equitativo a los mercados globales.

En esencia, la preparación para la exportación con perspectiva de género implica reconocer las barreras particulares que enfrentan las mujeres y otros grupos de emprendedores marginados. Estas barreras pueden incluir acceso limitado al financiamiento, restricciones en el acceso a información de mercado, redes de contactos insuficientes y normas sociales que limitan el crecimiento empresarial. Así, con la integración del enfoque de género, las iniciativas de desarrollo de exportaciones pueden nivelar las condiciones de participación, permitiendo que una gama más amplia de empresas pueda competir internacionalmente.

Los gobiernos, organizaciones comerciales y los actores del sector privado desempeñan un papel fundamental en la promoción de ecosistemas de exportación inclusivos. Esto incluye el diseño de programas específicos de desarrollo de capacidades, la mejora del acceso al financiamiento para el comercio y el apoyo a oportunidades de mentoría y capacitación adaptadas a diversos perfiles empresariales. Asimismo, la simplificación de los marcos regulatorios y el



Steve Tipman
Director Ejecutivo
TFO Canada

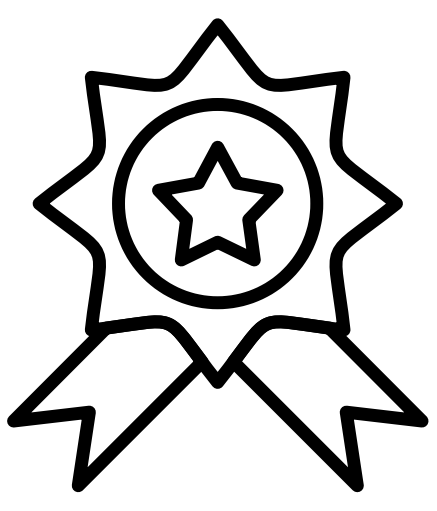
aprovechamiento de plataformas digitales pueden reducir las barreras de entrada y ampliar el acceso a los mercados para las empresas más pequeñas.

Como organización no gubernamental que trabaja por la promoción de un comercio inclusivo que impulse alianzas económicamente beneficiosas, TFO Canadá ofrece servicios especializados que abordan muchas de estas barreras al comercio. El comercio sostenible e inclusivo constituye el núcleo de nuestra misión y puede generar un impacto catalizador para las pymes en los países en desarrollo.

Finalmente, la preparación para la exportación con perspectiva de género no es únicamente una cuestión de equidad, sino también de eficiencia económica. La diversidad en la exportación aporta innovación, resiliencia y perspectivas nuevas que fortalecen las cadenas globales de valor. Al construir rutas inclusivas y equitativas hacia los mercados internacionales, los países pueden aprovechar un potencial aún no explotado, impulsar el desarrollo sostenible y garantizar que los beneficios del comercio se distribuyan de manera más amplia.



” ¿Está listo para exportar? – Antes de orientar su empresa hacia mercados internacionales, es importante evaluar su nivel de preparación para la exportación. Existen diversas herramientas y listas de verificación que pueden ayudarle a realizar esta evaluación, incluida la que ofrece TFO Canadá y accesible (en inglés) mediante el enlace [Listo para Exportar | TFO Canada](#)”



TFO Canadá colabora con una diversa red de expertos para el desarrollo de proyectos a nivel mundial que impulsan el comercio inclusivo y sostenible. En esta edición, nos complace presentar artículos escritos por nuestros colaboradores y por uno de los miembros del equipo de TFO Canadá, los cuales presentan información práctica en materia de preparación para la exportación con perspectiva de género y rutas inclusivas para las pymes hacia los mercados canadiense e internacionales.

Diseño de rutas de preparación para la exportación con perspectiva de género para el acceso equitativo a los mercados

Por **Nahomie Millien**, Gerente de programa, Igualdad de género e inclusión social - TFO Canadá

El artículo completo está disponible en nuestra página «Noticias de Comercio»



El desarrollo a través del comercio debe incorporar una perspectiva de género porque el comercio no es neutral en materia de género. Las mujeres y los hombres no ingresan a los mercados con los mismos recursos, tiempo, redes de contactos, derechos, acceso digital ni apoyo institucional. Por tanto, las intervenciones comerciales pueden reproducir esas desigualdades cuando asumen puntos de partida equivalentes (OCDE, 2021; Banco Mundial y Organización Mundial del Comercio [OMC], 2020).

La preparación para la exportación ocupa un lugar central en el proceso comercial y, si el comercio no es neutral en términos de género, tampoco puede asumirse que lo sea la preparación para la exportación (Asuntos Globales Canadá, 2020; Corporación Financiera Internacional [IFC], 2024). TFO Canadá responde a esta realidad aplicando una perspectiva de Igualdad de Género e Inclusión Social (IGIS) a la ruta de preparación para la exportación, de manera que las actividades de los proyectos se fundamenten en evidencia y se adapten mejor a las pymes dirigidas por mujeres o por otros grupos marginados.

¿Por qué la preparación para la exportación no es neutral en términos de género?

La preparación para la exportación suele describirse como una secuencia de pasos técnicos que comienza con formalizar la empresa y prosigue con cumplir con las regulaciones, obtener certificaciones, asegurar financiamiento, gestionar la logística y establecer vínculos con compradores. En la práctica, cada una de estas etapas depende del acceso a información, capital, tiempo, herramientas digitales y capacidad de toma de decisiones. Esta comprensión por etapas coincide con investigaciones que muestran que las pymes avanzan a través de fases interrelacionadas de fomento de capacidades y no tras una única transacción (Kaplinsky & Morris, 2001; Storey, 1994; OMC, 2017).

El marco de análisis de comercio y género de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) demuestra que, incluso cuando las políticas comerciales y los sistemas de exportación son formalmente neutrales, sus efectos no lo son. Mujeres y hombres acceden a los mercados con niveles desiguales de recursos productivos, financiamiento, redes y oportunidades económicas, lo que significa que las mismas normas pueden generar resultados diferentes (OCDE, 2021).

El Banco Mundial y la Organización Mundial del Comercio sostienen igualmente que el comercio puede ampliar las oportunidades de las mujeres, pero que estos beneficios no son automáticos sin leyes complementarias, instituciones adecuadas y apoyo específico (Banco Mundial & OMC, 2020). La evidencia obtenida en un proyecto de TFO Canadá en Nigeria refuerza este argumento: un estudio sobre intervenciones de comercio digital con perspectiva de género determinó que la capacitación personalizada, la mentoría y el apoyo institucional mejoraron la resiliencia de las pymes dirigidas por mujeres, su competitividad y acceso a los mercados globales, mientras que las desigualdades en materia de conectividad, acceso a dispositivos y competencias digitales continuaron influyendo en los niveles de participación (TFO Canadá, 2026).

Manifestación práctica de las barreras

Las investigaciones identifican barreras recurrentes que afectan a las pymes dirigidas por mujeres a lo largo de la ruta de exportación, entre ellas el acceso limitado al financiamiento, obstáculos regulatorios, restricciones de acceso a mercados, cargas de cuidados no remuneradas, violencia basada en género y brechas de habilidades (Asuntos Globales Canadá, 2020; IFC, 2024; OCDE, 2021). Además, estas barreras varían según el sector, el producto y los requisitos del mercado, ya que cada producto implica diferentes normas, exigencias logísticas, procesos de certificación, expectativas de los compradores y niveles de riesgo (Kaplinsky & Morris, 2001; OMC, 2017).

Por ejemplo, los complejos requisitos de garantía y los procedimientos bancarios rígidos pueden excluir a las pymes dirigidas por mujeres del financiamiento comercial, mientras que el acceso limitado a redes especializadas por sector puede dificultar la identificación de compradores y socios confiables (Asuntos Globales Canadá, 2020; IFC, 2024). El acceso limitado a títulos de propiedad y activos formales puede restringir aún más la elegibilidad para obtener créditos, mientras que competencias digitales escasas o las barreras lingüísticas pueden reducir la capacidad de utilizar portales comerciales en línea y canales de comercio electrónico. Al mismo tiempo, la insuficiencia de datos desagregados por sexo y el bajo nivel de sensibilización institucional pueden dar lugar a programas estandarizados que no consideran la forma en que las mujeres experimentan realmente los sistemas de exportación.

El estudio realizado en Nigeria en el marco de un proyecto de TFO Canadá ilustra estas barreras de manera práctica: muchas pymes dirigidas por mujeres comenzaron utilizando herramientas básicas como WhatsApp y correo electrónico, pero requirieron apoyo estructurado para avanzar en el uso estratégico de sitios web, en el registro en plataformas de comercio electrónico, en sistemas digitales de cumplimiento normativo y en la interacción en línea con compradores. Cuando el apoyo incorporó una perspectiva de género, algunas pymes reportaron nuevos compradores internacionales, mejoras en el cumplimiento de requisitos de empaquetado, digitalización de registros contables, operaciones de exportación recurrentes y un seguimiento más sólido después de ferias comerciales (TFO Canadá, 2026).

Descubre el análisis completo, con evidencia de casos y perspectivas para PYMES y IAC.

[Leer el artículo completo](#)

Del diseño a la implementación: puesta en práctica de la preparación para la exportación con perspectiva de género

Por **Arianne Joy Olegario**, Colaboradora de TFO Canadá

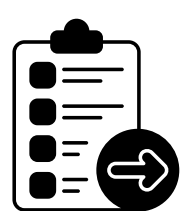
En las economías de bajos ingresos y emergentes, las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) dirigidas por mujeres representan un enorme motor de crecimiento económico que no es plenamente aprovechado. A pesar de su amplia presencia en el sector de procesamiento de alimentos, estas empresas enfrentan importantes desafíos al intentar pasar de la producción local al comercio internacional.

A nivel mundial, las mujeres impulsan una proporción significativa de los nuevos emprendimientos; sin embargo, su participación en los mercados de exportación sigue siendo desproporcionadamente baja ([Laperle-Forget, 2024](#)). Para cerrar esta brecha, los responsables de políticas regionales y los actores del desarrollo deben establecer una ruta de preparación para la exportación con perspectiva de género que aborde los obstáculos específicos que enfrentan las mujeres, desde la escasez de tiempo y la exclusión digital hasta la paradoja de la inversión. Para las pymes dirigidas por mujeres, esta paradoja implica tener que invertir tiempo y recursos escasos en el crecimiento de sus negocios mientras operan bajo una presión constante para mantener las actividades cotidianas de la empresa.

Fundamentos legales y financieros de las barreras



El camino hacia la preparación para la exportación comienza con el entorno jurídico. En muchas regiones, las leyes locales crean condiciones desiguales al restringir la capacidad de las mujeres para firmar contratos, heredar bienes o acceder a activos productivos. Estas restricciones limitan directamente su capacidad jurídica y movilidad, haciendo casi imposible obtener el financiamiento comercial necesario para escalar operaciones.



Medida práctica de mitigación:

La identificación y el análisis de las políticas existentes relacionadas con activos, capital y movilidad constituyen un primer paso fundamental. Al identificar estos cuellos de botella legales, los gobiernos pueden crear mecanismos específicos de acceso al financiamiento que no exijan tierras u otros activos físicos como garantía, bienes que estadísticamente las mujeres poseen con menor frecuencia.

Además, la brecha de financiamiento para las empresas dirigidas por mujeres continúa siendo una crisis mundial, y está estimada en 1,9 billones de dólares estadounidenses. Las emprendedoras suelen mostrar una mayor reticencia a solicitar préstamos para expansión debido a una combinación de baja educación financiera, evaluaciones crediticias conservadoras y antecedentes de prácticas de préstamo abusivas.

Esta situación empeora debido a la paradoja de la inversión: las microempresas dirigidas por mujeres se ven obligadas a dedicar tiempo y recursos considerables a mantener sus negocios en funcionamiento, al tiempo que reducen costos de manera tan estricta que no pueden permitirse servicios profesionales (como contabilidad o asesoría empresarial) necesarios para expandirse y avanzar.

El desafío regulatorio y la preparación para la exportación

Para una microempresa, la transición hacia la exportación no representa únicamente un cambio de escala, sino que implica un aumento significativo de la complejidad regulatoria. Los costos de cumplimiento en el mercado nacional ya constituyen en sí un obstáculo importante que a menudo requiere varios meses de trámites administrativos. Ahora bien, la participación en mercados de exportación provoca un incremento considerable de estos requisitos. En el sector de procesamiento de alimentos, alcanzar la condición de empresa “lista para exportar” requiere mejoras en instalaciones, auditorías y certificaciones internacionales como HACCP o ISO 22000.

Estas inversiones pueden elevar los costos de cumplimiento desde unos pocos cientos de dólares a nivel local hasta decenas de miles de dólares para cumplir con los requisitos internacionales.



Para las microempresas dirigidas por mujeres, estos costos suelen resultar prohibitivos y crean un “embudo de supervivencia” en el que solo una fracción de las empresas logra superar sus primeros cuatro años de actividad exportadora.

Para afrontar estos desafíos, se propone una ruta facilitadora de cuatro etapas adaptada a las realidades que enfrentan las mujeres emprendedoras:

1 **Etapla 1. Capacidad de base y Business Model Canvas (modelo de negocio)**

El éxito comienza con una planificación empresarial que tenga en cuenta la realidad de la doble carga que enfrentan las mujeres, quienes dedican significativamente más tiempo al trabajo de cuidados no remunerado que los hombres. Esta capacidad de base se desarrolla mediante una formación integrada que combina el fortalecimiento de la confianza a través de sesiones de empoderamiento con capacitación técnica sobre el Lienzo de Modelo de Negocio o modelo Canvas, lo cual permitirá alinear los objetivos empresariales con los requisitos de financiamiento. El desarrollo de esta capacitación también implica servicios de apoyo complementarios para abordar la escasez de tiempo y las responsabilidades de cuidado, ya sea mediante servicios de apoyo como el cuidado infantil o mediante plataformas digitales flexibles para la conducción de la capacitación.

2 **Etapla 2. Mentoría, creación de redes y subvenciones**

El principal resultado de la etapa inicial es la elaboración de un Modelo Canvas sólido, que oriente a las micro y pequeñas empresas dirigidas por mujeres en el desarrollo de un plan de negocios:



Mentoría individual.

Las participantes son evaluadas para determinar su nivel de preparación para la mentoría y así garantizar resultados de alto impacto. La mentoría se centra en el desarrollo de un plan de negocios con acciones específicas relacionadas con la exportación y la gestión financiera.



Creación de redes de contacto

Los mentores están bien preparados para facilitar vínculos para las empresas participantes a través de ferias comerciales, eventos de construcción de redes de contacto y asociaciones empresariales.



Subvenciones específicas

Las subvenciones pequeñas ayudan a cubrir barreras de alto costo, tales como las pruebas de laboratorio nutricional que pueden costar miles de dólares por línea de producto y el acceso a recursos tecnológicos compartidos. Estas subvenciones permiten a las emprendedoras probar y adaptar productos sin poner en riesgo su capital principal.

3 **Etapla 3. Procesamiento de exportación y digitalización**

El aprovechamiento de servicios existentes como los consolidadores de exportación y el apoyo para la documentación de exportación puede contribuir a mitigar los desafíos asociados con el ingreso a los mercados internacionales. Los grupos de apoyo entre pares y los intermediarios de exportación permiten a las micro y pequeñas empresas dirigidas por mujeres concentrarse en la producción, mientras que los intermediarios gestionan la logística de alto riesgo y los requisitos de certificación regulatoria. El desarrollo de manuales técnicos en idiomas locales, junto con diagramas de flujo visuales, también puede apoyar a las empresas dirigidas por mujeres al reducir las barreras de alfabetización y empoderarlas para gestionar de manera más eficaz sus propios procesos de certificación.

La digitalización constituye una puerta de entrada fundamental al comercio moderno. Aunque el uso de teléfonos móviles es elevado entre las mujeres, siguen existiendo importantes brechas en el acceso a equipos informáticos (por ejemplo, laptops) y en manejo de competencias técnicas avanzadas, incluyendo la gestión automatizada de inventarios y el diseño gráfico profesional para el comercio electrónico. Sin estas capacidades, las micro y pequeñas empresas dirigidas por mujeres enfrentan dificultades para construir marcas profesionales capaces de atraer a compradores internacionales.

4 **Etapla 4. Apoyo avanzado durante la “ventana de supervivencia”**

Los primeros cuatro años de actividad exportadora representan la denominada “ventana de supervivencia”, un período crítico durante el cual resulta esencial brindar acompañamiento continuo. Durante esta etapa, se requiere mentoría avanzada para ayudar a las emprendedoras a gestionar los ciclos de flujo de caja, aprovechar los acuerdos comerciales regionales y desarrollar la mentalidad estratégica necesaria para competir en mercados globales.

En conjunto, estas cuatro etapas garantizan que las micro y pequeñas empresas dirigidas por mujeres continúen recibiendo apoyo constante, no solo por parte de los mentores, sino también a través de organismos gubernamentales. La aplicación eficaz de este enfoque requiere una estrecha colaboración entre instituciones gubernamentales, socios para el desarrollo y las empresas participantes.

Un caso en Filipinas muestra la preparación exportadora con enfoque de género

Actualizaciones De Programa

Nos complace compartirles las herramientas, análisis y las actividades más recientes que apoyan su camino de exportación hacia el mercado canadiense.



Nuevo recurso de webinar

Exportación de alimentos a Canadá: proceso de importación, requisitos y apoyo para exportadores

El **22 de abril de 2026**, TFO Canadá organizó conjuntamente con la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos (CFIA) un webinar destinado a ayudar a los exportadores a comprender mejor los requisitos de importación de alimentos de Canadá. El seminario fue desarrollado para apoyar a pequeñas y medianas empresas exportadoras que buscan orientación práctica sobre la exportación de productos alimenticios al mercado canadiense.

- El webinar abordó los siguientes temas:
- Cómo TFO Canadá apoya a exportadores con servicios en línea.
 - Principales requisitos de importación de alimentos en Canadá.
 - Orientaciones de la CFIA sobre inocuidad y cumplimiento.
- 👉 **Grabación del webinar:** *disponible en nuestra página de “Webinars”.*

[Acceder al webinar](#)

Actualización sobre los nuevos documentos de información de mercado

TFO Canadá publicó anteriormente el documento de información sobre el mercado canadiense de turismo emisor, una guía práctica que destaca las preferencias de los viajeros canadienses y las consideraciones de acceso al mercado para las pymes del sector turístico en países en desarrollo.

El documento analiza los principales segmentos de viajeros, los patrones regionales de demanda y las oportunidades emergentes, ayudando a los destinos a alinearse con las expectativas de los viajeros canadienses en cuanto a experiencias auténticas y significativas.

✓ **Ahora disponible en tres idiomas: inglés, francés y español.**



[Explorar el informe completo](#)

Participación de TFO Canadá en la feria SIAL Montréal 2026

Del **29 de abril al 1 de mayo de 2026**, TFO Canadá participó en la feria **SIAL Montréal**, una de las principales ferias de innovación alimentaria y comercio agroalimentario de América del Norte.

La participación de TFO Canadá permitió al equipo:



1. Identificar tendencias emergentes en innovación alimentaria, sostenibilidad y productos con valor agregado.



2. Interactuar con compradores, distribuidores, proveedores de servicios canadienses y actores del ecosistema en sectores prioritarios de alimentos y agroalimentos.



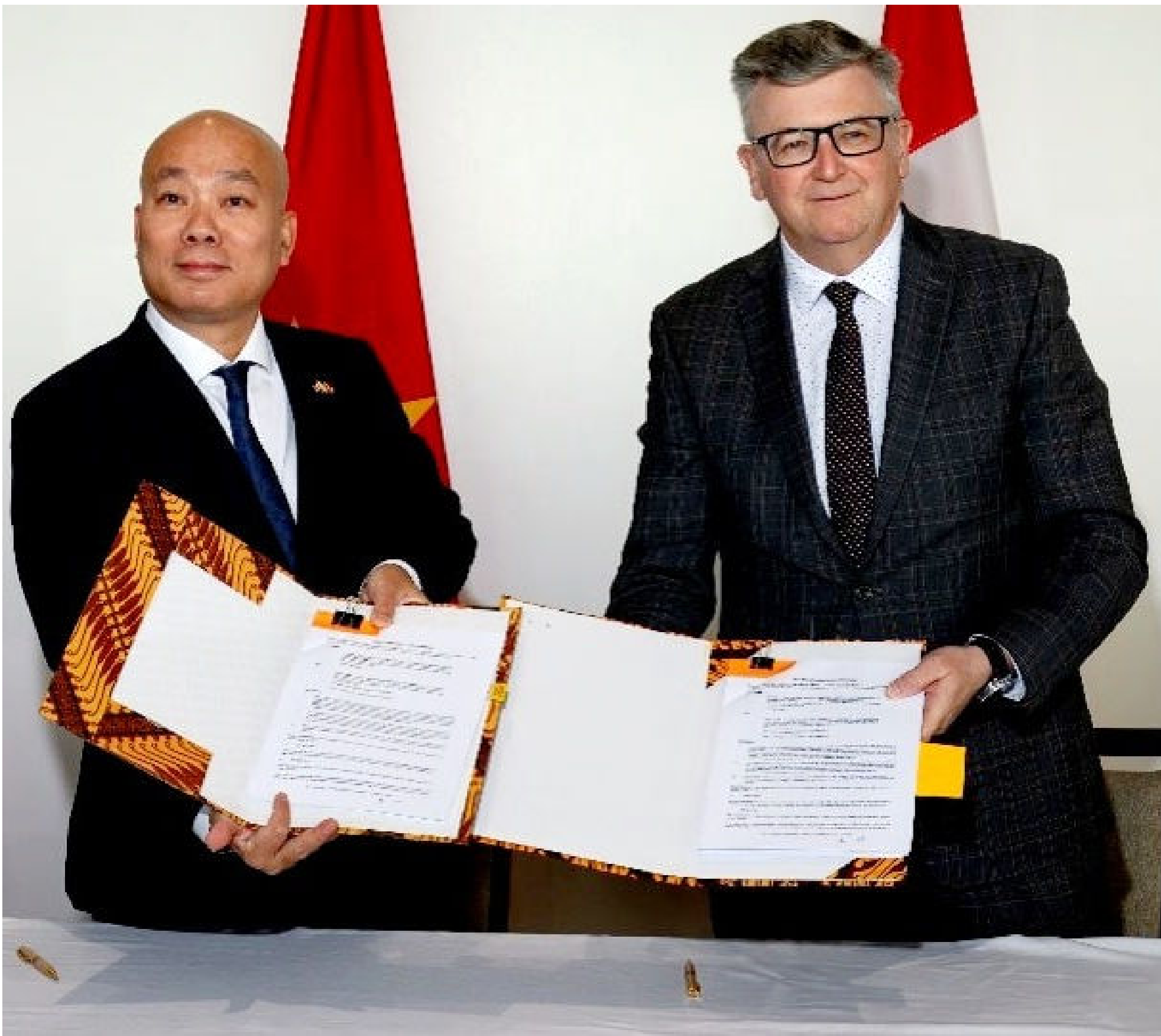
3. Fortalecer las relaciones con partes interesadas relevantes para las actividades de proyectos actuales y futuros.

4. Validar oportunidades de mercado para las pymes de países en desarrollo que buscan ingresar o ampliar su presencia en el mercado canadiense.

Estos conocimientos ayudarán a las pymes a alinear mejor sus productos, sus enfoques de cumplimiento normativo y su posicionamiento comercial con las expectativas de los compradores canadienses.

Vietnam | Fortalecimiento de la preparación para la exportación inclusiva

TFO Canadá ha firmado un acuerdo de implementación en el marco de TRISEG (Comercio para un crecimiento económico resiliente, inclusivo y sostenible) con la Agencia de Promoción Comercial de Vietnam (VIETRADE) para apoyar el crecimiento del comercio inclusivo y sostenible en Vietnam. La iniciativa fortalece a las instituciones de apoyo al comercio y ayuda a las pymes —en particular, aquellas dirigidas por mujeres y empresas subrepresentadas— a acceder a los mercados canadiense e internacionales, contribuyendo a cadenas de suministro más resilientes y eficientes.



🔗 **Leer más:** [TFO Canadá y VIETRADE firman acuerdo de implementación del TRISEG](#)

NUEVOS MIEMBROS DE NUESTRO EQUIPO

Stéphane Roberge, Director de programa

Stéphane es director de programa en TFO Canada. Cuenta con más de 25 años de experiencia en asuntos internacionales y desarrollo, con una amplia trayectoria en África subsahariana y en Asuntos Mundiales Canadá. Su carrera se ha centrado en promover la gobernanza inclusiva y el crecimiento económico a través del comercio, la integración regional y el desarrollo impulsado por la agricultura, incluyendo misiones diplomáticas en Etiopía y Burkina Faso.



Antes de incorporarse a TFO Canada, Stéphane ocupó cargos de gerente de programas y subdirector en instituciones del gobierno federal, entre ellas Asuntos Mundiales Canadá y Elecciones Canadá, donde dirigió complejas carteras de desarrollo internacional y brindó asesoramiento estratégico a nivel ejecutivo. Ha gestionado programas multimillonarios, supervisado equipos multidisciplinarios y establecido sólidas alianzas con gobiernos, organizaciones multilaterales y regionales, el sector privado y la sociedad civil.

Stéphane ha trabajado estrechamente con diversos socios bilaterales y multilaterales y ha contribuido al diseño de programas, al diálogo de políticas y a la elaboración de propuestas de financiamiento en diversos contextos de desarrollo. Posee una Maestría en Asuntos Internacionales de la Universidad de Carleton y una Licenciatura en Derecho de la Universidad Laval. Fue miembro del Colegio de Abogados de Quebec durante 18 años y habla con fluidez francés, inglés y alemán.





Murtaza Ahmed, Oficial de Proyectos

Murtaza es oficial de proyectos en TFO Canadá. Cuenta con más de 12 años de experiencia en coordinación y gestión de proyectos en el sector del desarrollo internacional, incluidos seis años en Bangladesh y más de seis años en Canadá. En Bangladesh, trabajó con Hunger Free World, una organización japonesa sin ánimo de lucro que opera en África y el sur de Asia.

Antes de unirse a TFO Canadá, Murtaza desempeñó funciones clave en proyectos de una organización sin ánimo de lucro con sede en Toronto y, posteriormente, dirigió múltiples proyectos en Ottawa. Su trabajo se ha centrado en la seguridad alimentaria sostenible en Bangladesh y, en Canadá, en la integración laboral y comunitaria de los inmigrantes, así como en programas nacionales de desarrollo de la mano de obra en los sectores de la electricidad y las energías renovables para jóvenes y comunidades indígenas. Ha colaborado con socios del sector hidroeléctrico y de energías limpias en todo Canadá para impulsar estos programas.

Murtaza ha gestionado proyectos de principio a fin financiados por varios departamentos del Gobierno de Canadá, entre ellos el de Recursos Naturales de Canadá (NRCan), el de Medio Ambiente y Cambio Climático de Canadá (ECCC), el de Empleo y Desarrollo Social de Canadá (ESDC) y el de Inmigración, Refugiados y Ciudadanía de Canadá (IRCC). También ha trabajado con donantes internacionales y pequeñas fundaciones. Es licenciado en Ciencias Sociales, con especialización en Antropología y Comunicación para el Desarrollo, por la Independent University de Bangladesh, y ha completado cursos de formación en gestión de proyectos y subvenciones, inteligencia emocional en el ámbito laboral, y planificación, investigación y evaluación participativas.



Ejemplo de caso: De la intención al impacto

Cómo las instituciones de apoyo al comercio impulsan la preparación para la exportación con enfoque de género

Durante los últimos cinco años, las instituciones de apoyo al comercio (IAC) que colaboran con TFO Canadá han llevado a cabo una transformación deliberada hacia la preparación para la exportación con perspectiva de género, reconociendo que las pymes propiedad de mujeres y dirigidas por estas enfrentan barreras específicas y persistentes para acceder a los mercados globales. En diferentes contextos, estas instituciones han convertido la intención en acción, adaptando sistemas, servicios y enfoques institucionales para apoyar mejor a las pymes dirigidas por mujeres en sus procesos de exportación. El resultado ha sido una historia convincente de cambio institucional, apoyo focalizado y avances significativos para las emprendedoras.



El desafío

En distintos contextos, las pymes dirigidas por mujeres enfrentaron obstáculos similares: acceso limitado a redes de exportación, falta de información de mercado, dificultades para cumplir con estándares de calidad y certificaciones, brechas entre la capacitación recibida y su aplicación práctica en situaciones reales. En muchos casos, los servicios de preparación para la exportación no habían sido diseñados considerando las realidades de las emprendedoras, y las instituciones carecían de datos desagregados por sexo que les permitieran comprender plenamente la participación y las necesidades de las mujeres. Antes de profundizar su colaboración con TFO Canadá, algunas IAC no contaban con programas estructurados de preparación para la exportación, mientras que otras dependían de servicios genéricos que, de manera involuntaria, excluían a las emprendedoras de las oportunidades de crecimiento internacional.

De la sensibilización a la acción: transformación institucional

A través de su colaboración con TFO Canadá, las IAC comenzaron a rediseñar intencionadamente sus sistemas y servicios. Se introdujeron mecanismos de recopilación de datos desagregados por sexo para identificar mejor las empresas propiedad de mujeres y comprender los patrones de empleo. Asimismo, se desarrollaron Planes de Acción de Género específicos que permitieron a las instituciones pasar de un apoyo general a una prestación de servicios más focalizada e intencional.

La capacidad institucional se fortaleció mediante medidas como capacitación del personal en igualdad de género y su relación con los resultados económicos, mejora de la coordinación interna, formalización de alianzas estratégicas, especialmente con asociaciones empresariales de mujeres. Estos cambios contribuyeron así a reducir el aislamiento que experimentan muchas emprendedoras. De manera crucial, también se ajustaron los criterios de selección para los programas de exportación con el fin de incrementar la participación de las pymes dirigidas por mujeres, garantizando que estas empresas dispusieran de oportunidades estructuradas para prepararse, ganar visibilidad y acceder a los mercados.

[Leer más](#)

www.tfocanada.ca
info@tfocanada.ca

TFO Canadá es una organización no gubernamental sin ánimo de lucro fundada en 1980 cuya misión es catalizar el crecimiento económico a través de asociaciones comerciales sostenibles e inclusivas para las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) de los países en desarrollo. TFO Canadá ayuda a las PyMEs y a las instituciones de apoyo al comercio (IAC) de los países en desarrollo a acceder a los mercados internacionales mediante servicios de información, asesoramiento y contacto.

Este boletín se elabora con el apoyo financiero del Gobierno de Canadá, proporcionado a través de Asuntos Globales Canadá.