

Género y comercio

Una relación a distintas velocidades

Magdalena Barafani
Ángeles Barral Verna

Instituto para la Integración
de América Latina y el
Caribe (INTAL)

Sector de Integración y
Comercio (INT)

NOTA TÉCNICA N°
IDB-TN-2006



BID

Banco Interamericano
de Desarrollo

Género y comercio

Una relación a distintas velocidades

Magdalena Barafani
Ángeles Barral Verna

Catalogación en la fuente proporcionada por la
Biblioteca Felipe Herrera del
Banco Interamericano de Desarrollo

Barafani, Magdalena.

Género y comercio: una relación a distintas velocidades / Magdalena Barafani, Ángeles Barral Verna.
p. cm. — (Nota técnica del BID ; 2006)

Incluye referencias bibliográficas.

1. International trade-Social aspects. 2. Gender mainstreaming-Latin America. 3. Women-owned business enterprises-Latin America. 4. Businesswomen-Latin America. 5. Women-Employment-Latin America. 6. Women in economic development-Latin America. 7. Electronic commerce-Latin America. 8. Latin America-Commerce. I. Barral Verna, Ángeles. II. Banco Interamericano de Desarrollo. Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe. III. Título. IV. Serie. IDB-TN-2006

Códigos JEL: L81, J16, F14, F16, F10

Palabras claves: Igualdad de género, Comercio Mundial, Mujeres, Mercado Laboral, Mujeres Emprendedoras

<http://www.iadb.org>

Copyright © 2020 Banco Interamericano de Desarrollo. Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons IGO 3.0 Reconocimiento-NoComercial-SinObrasDerivadas (CC-IGO 3.0 BY-NC-ND) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) y puede ser reproducida para cualquier uso no-comercial otorgando el reconocimiento respectivo al BID. No se permiten obras derivadas.

Cualquier disputa relacionada con el uso de las obras del BID que no pueda resolverse amistosamente se someterá a arbitraje de conformidad con las reglas de la CNUDMI (UNCITRAL). El uso del nombre del BID para cualquier fin distinto al reconocimiento respectivo y el uso del logotipo del BID, no están autorizados por esta licencia CC-IGO y requieren de un acuerdo de licencia adicional.

Note que el enlace URL incluye términos y condiciones adicionales de esta licencia.

Las opiniones expresadas en esta publicación son de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del Banco Interamericano de Desarrollo, de su Directorio Ejecutivo ni de los países que representa.



SEPTIEMBRE 2020

GÉNERO Y COMERCIO:

Una relación a
distintas velocidades

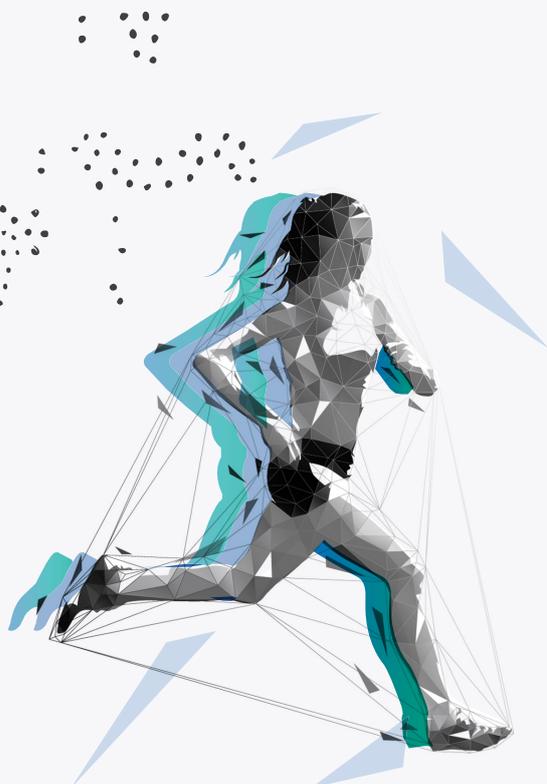
Magdalena Barafani y
Ángeles Barral Verna¹

GÉNERO Y COMERCIO:

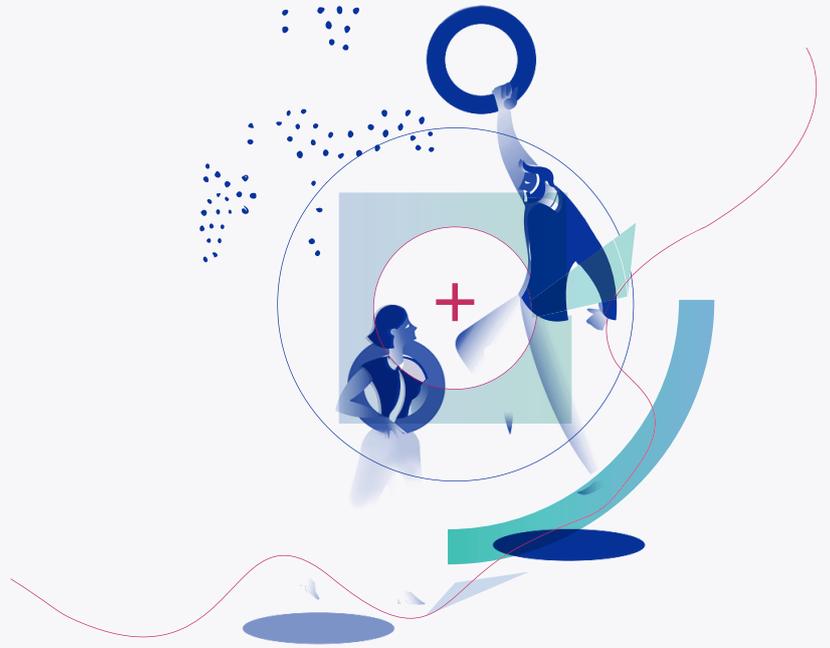
Una relación a
distintas velocidades

ÍNDICE

1.	Resumen ejecutivo	3
2.	Introducción	6
3.	Hechos estilizados	8
4.	Mercado de trabajo: Impulso y frustraciones	14
5.	Consumidoras: Atisbos de mejora	29
6.	Mujeres emprendedoras: Un trayecto con obstáculos	32
7.	Restricciones estructurales	36
8.	El comercio electrónico como oportunidad para las mujeres	40
9.	Conclusiones	44
10.	Referencias	48



1. Este trabajo fue coordinado por Ana Inés Basco, Especialista en Integración del BID-INTAL.
Se agradece muy especialmente la colaboración de Soledad Salvador y María Inés Berniell.



RESUMEN EJECUTIVO

En los últimos años, y de forma creciente, se ha comenzado a visibilizar y reconocer que la igualdad de género constituye un componente fundamental para el desarrollo económico de los países (BID, 2015; WTO, 2017). Particularmente, el estudio de los vínculos entre género y comercio tomó impulso en los años noventa con la implementación de políticas de liberalización e integración comercial. Sin embargo, persisten múltiples interrogantes que continúan siendo investigados en la actualidad: ¿Tiene el comercio impactos diferenciados por género? ¿El comercio mitiga, replica o magnifica las desigualdades entre hombres y mujeres? ¿Cuáles son los principales canales mediante los cuales esto ocurre?

El presente documento expone las discusiones actuales sobre la relación entre las brechas de género y el comercio. Explora los posibles impactos del aumento de este en la situación de las mujeres desde su rol como trabajadoras, empresarias y consumidoras. El objetivo principal es comprender el estado de situación de las discusiones académicas sobre esta relación a fin de seguir estudiándola en profundidad y promover así el desarrollo de conocimiento sobre la equidad de género en América Latina y el Caribe.

La situación de las mujeres en América Latina y el Caribe se encuentra atravesada por los patrones de desigualdad de género presentes a nivel global. Dados los menores niveles de desarrollo económico de la región, las desigualdades se hacen más presentes y afectan en mayor medida a este grupo poblacional. La participación laboral femenina, si bien ha aumentado en los últimos años, continúa siendo un desafío pendiente en el mercado laboral, así como la presencia de importantes brechas salariales de género en todas las ocupaciones. Existen estereotipos sociales que relegan a las mujeres a realizar la mayor parte del trabajo no remunerado en el hogar y dificultan su acceso a nuevas oportunidades de trabajo. La segregación laboral, además, las desplaza hacia empleos de baja calidad los cuales limitan su crecimiento profesional. En consecuencia, las mujeres suelen encontrarse sobrerrepresentadas en empleos informales, situación que perpetúa y reproduce sus condiciones laborales más precarias e inestables. Sumado a esto, las mujeres enfrentan sesgos regulatorios, culturales y un acceso limitado al capital e

información que impiden su desarrollo como emprendedoras. Estas condiciones las sitúan en una situación de desventaja para aprovechar los beneficios que el comercio trae aparejados.

Existen distintos canales para explicar los impactos del comercio en las mujeres como trabajadoras. En primer lugar, desde el enfoque de las ventajas comparativas se afirma que la apertura comercial conlleva mejoras en el mercado laboral femenino en términos de participación y salarios. Estos procesos generan que los países fortalezcan la producción y exportaciones en aquellos sectores donde cuentan con ventajas comparativas. Según diferentes autores, los países en desarrollo cuentan con abundante mano de obra de baja calificación y hacen uso intensivo de esta. Como las mujeres están sobrerrepresentadas dentro de la misma, con la apertura comercial la demanda de empleo femenino aumenta, así como su salario relativo. **En segundo lugar, la teoría de Becker (1957) indica que la apertura comercial disminuye la discriminación de género en el mercado de trabajo.** Debido al aumento de la competencia externa, las empresas deben aumentar su competitividad ajustando costos, entre ellos, el diferencial salarial mayor pagado a los hombres. En consecuencia, la apertura comercial genera una reducción de la brecha salarial de género. **Se analiza también un tercer canal asociado a las actualizaciones tecnológicas, que indica que el aumento del comercio beneficia a las mujeres en términos de empleo.** Este proceso conlleva mejoras en la tecnología asociada a la producción, la cual complementa las menores habilidades físicas de las mujeres y elimina este limitante para su contratación.

Al poner el foco sobre las mujeres en su rol de consumidoras, estas pueden verse afectadas por el comercio mediante el abaratamiento de los bienes que consumen. La evidencia indica que destinan una mayor proporción de su ingreso a bienes básicos, por lo que la liberalización puede beneficiarlas abaratando los bienes importados y diversificando sus posibilidades de consumo. Además, se ha encontrado que en algunos países los productos femeninos cargan con mayores aranceles que los masculinos, por lo que la apertura comercial podría contribuir a un mayor bienestar de las mujeres como consumidoras al eliminar estos aranceles y reducir los precios pagados por ellas. Si bien los estudios presentados concluyen que las mujeres se ven impactadas positivamente, ello dependerá de los distintos patrones de consumo, los tipos de bienes alcanzados por las reducciones arancelarias y las modificaciones impositivas y fiscales que estos procesos traigan aparejados.

Por último, las mujeres como empresarias también poseen mayores desafíos que los hombres para aprovechar los beneficios del comercio. Se ha evidenciado que en América Latina y el Caribe tan sólo 1 de cada 5 empresas exportadoras está administrada por una mujer (ITC, 2015). Esto se debe principalmente a los obstáculos que deben atravesar como empresarias y emprendedoras. En relación a los hombres, las mujeres cuentan con más trabas regulatorias; menor acceso al capital y a los mercados internacionales; manejan empresas de menor tamaño por lo que enfrentan costos de transacción mayores; y deben lidiar con una desconexión entre la educación que reciben y las competencias que precisan para salir exitosamente al mundo. Todo esto mientras realizan mayor trabajo no remunerado en el hogar.

Sin embargo, al analizar las distintas conclusiones de los estudios empíricos llevados a cabo en América Latina y el Caribe se observa que los mecanismos y conclusiones presentadas no se cumplen de forma homogénea en todos los países. La evidencia muestra que los efectos del comercio sobre la igualdad de género dependen de múltiples especificidades: el rol que ocupa la mujer, de las diferentes estructuras productivas, las características de cada mercado, la distribución del ingreso y los distintos factores regulatorios, institucionales y culturales de cada país.

Si bien las mujeres vienen ganando terreno en cuestiones de derechos y oportunidades, todavía queda un largo camino por recorrer. Las nuevas tecnologías, el boom del comercio electrónico y la incorporación de cláusulas de género en los acuerdos comerciales les brindan a las mujeres más herramientas para poder beneficiarse del comercio internacional, pero no son suficientes para abordar las cuestiones de fondo. La desigualdad de acceso a oportunidades continúa siendo un problema fundamental en la población femenina. Frente a este desafío, cobra principal importancia trabajar en reducir las brechas de información y evidencia. Por ello, **es clave continuar generando conocimiento sobre la temática y trabajando junto a los gobiernos latinoamericanos en la búsqueda de políticas de calidad que mejoren el acceso a las oportunidades y la calidad de vida de todos los habitantes de la región.**





INTRODUCCIÓN

En los últimos años, y de forma creciente, tanto el sector público y privado como algunos organismos internacionales han comenzado a visibilizar y reconocer que la igualdad de género constituye un componente fundamental para el desarrollo económico de los países. Se ha observado que una mayor inclusión de mujeres en la economía puede generar importantes reducciones de la pobreza, incrementos en el capital humano y contribuir a la generación de empleo, la productividad, la competitividad comercial y el crecimiento económico (BID, 2015; WTO, 2017).

La igualdad de género puede incrementar la acumulación de capital humano de las mujeres, que representa un factor fundamental para el desarrollo de la capacidad productiva. Según un informe del WEO (2015), existe un efecto multiplicador de la educación de las mujeres en el desarrollo económico: baja las tasas de mortalidad infantil y materna, aumenta la participación laboral y los ingresos y promueve la inversión en la educación de los niños. Esto tiene el potencial de crear círculos virtuosos donde los gastos femeninos se canalizan en inversión en capital humano, incentivando el desarrollo y crecimiento económico (Stupnytska et al., 2014).

Además, los mayores niveles de equidad de género afectan positivamente a la competitividad de las economías. Los potenciales incrementos de capital humano y productividad derivados de la inclusión de las mujeres en el mercado laboral aumentan la dotación de capital de las empresas y su eficiencia. En diversas investigaciones se ha demostrado una fuerte y positiva correlación entre los índices de equidad de género y los indicadores de competitividad global y desarrollo humano. Estas correlaciones sugieren sinergias positivas entre los altos niveles de dichas variables (Klugman, 2016; ITC, 2015).

El estudio de los vínculos entre género y comercio tuvo un impulso en los años noventa con la implementación de políticas de liberalización e integración comercial. Ello generó una reacción desde diferentes organizaciones que pusieron el foco en las posibles implicancias de los acuerdos comerciales y de la apertura comercial. Una década después, organismos como UNCTAD y la Red Interagencial de las Naciones Unidas para la Mujer y la Igualdad de Género, desarrollaron sus propios documentos de posición sobre el tema. La Organización Mundial del Comercio (OMC)

y algunos acuerdos bilaterales o regionales han avanzado también en la inclusión de estos temas en sus mesas de negociación.

Estas discusiones han ido incorporando gradualmente una mirada integral sobre el comercio y sus implicancias de género. Inicialmente, era considerado como una relación biunívoca entre exportaciones y posibilidades de negocios de las mujeres, pero en la medida que se fue profundizando en la temática se ha identificado una relación más compleja, incorporando las importaciones y encadenamientos que se generan hacia atrás.

Las posibles relaciones entre la igualdad de género y el aumento del comercio constituyen aristas de discusión que distan de ser homogéneas. Desde algunas posturas, se ha tendido a afirmar que el comercio genera importantes beneficios para las trabajadoras femeninas. Se presentan diferentes canales que se centran, por ejemplo, en la teoría de las ventajas comparativas, la competencia internacional y los avances tecnológicos de las empresas. Por otra parte, se afirma que la forma en que las mujeres se beneficien de las oportunidades económicas que traiga el comercio internacional puede depender de las características particulares de cada país, como sus instituciones, el acceso a recursos de la población, las restricciones legales y financieras, características socioeconómicas de la población y de sesgos y estereotipos que existan en los mercados.

Existen todavía algunos interrogantes clave para continuar entendiendo la relación entre comercio y equidad de género. ¿Tiene el comercio impactos diferenciados por género? ¿El comercio mitiga, replica o magnifica las desigualdades entre hombres y mujeres? ¿Cuáles son los principales canales mediante los cuales esto ocurre? ¿Son estos impactos homogéneos en todas las regiones y países? ¿Qué efectos tiene sobre el mercado de trabajo femenino? ¿Cómo impacta a las mujeres como consumidoras? ¿Y a las mujeres emprendedoras? ¿Son iguales los efectos entre los diferentes sectores económicos? ¿Están dadas las condiciones para que las mujeres aprovechen las oportunidades que el comercio les brinda? ¿Existen nuevas herramientas mediante las cuales las mujeres puedan beneficiarse en mayor medida del comercio?

A partir de estos interrogantes, este documento presenta las discusiones actuales sobre la relación entre las brechas de género y el comercio. Explora los posibles impactos del aumento de este en la situación de las mujeres desde su rol como trabajadoras, empresarias y consumidoras. Se trata de entender el estado de situación para poder seguir estudiando en profundidad esta relación y promover el desarrollo de conocimiento sobre la equidad de género en América Latina y el Caribe (en adelante la región).

En la primera sección, se describe la situación estructural generalizada de las mujeres en el mundo y en la región en particular. En la segunda, se analizan los posibles canales mediante los cuales el aumento del comercio puede impactar en las mujeres en su rol de trabajadoras asalariadas, tanto en el sector industrial, como en servicios y en el sector agrícola. Luego, se estudia el impacto del comercio en su rol de consumidoras, seguido por su rol de empresarias y emprendedoras. En la sección 7 se explican las principales restricciones estructurales que presentan las mujeres para beneficiarse del comercio. En la sección 8 se evalúa la influencia del comercio electrónico como oportunidad para las mujeres y los desafíos que presenta. Finalmente se realiza una conclusión de las ideas principales y se sugiere hacia donde debería continuar la investigación en estos temas.



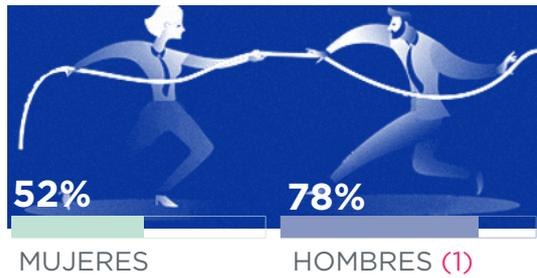
> HECHOS ESTILIZADOS

Cuánto y cómo se beneficien las mujeres y los hombres de las oportunidades económicas que traiga el comercio internacional dependerá de múltiples factores. Su situación estructural depende de las características de las instituciones laborales y sociales que rijan en el país. También está asociada al acceso a recursos, redes, capital social y las restricciones financieras que operen en cada contexto, a la existencia de sesgos de género en la educación, formación y mercado laboral y de desigualdades en la distribución del ingreso (UNCTAD, 2009). Las brechas de género difieren entre países y existen en los diferentes roles que tiene la mujer en la sociedad.

A continuación, se detallan los principales indicadores y situaciones que reflejan las desigualdades de género para las mujeres trabajadoras, empresarias y emprendedoras y como consumidoras en América Latina y el Caribe.

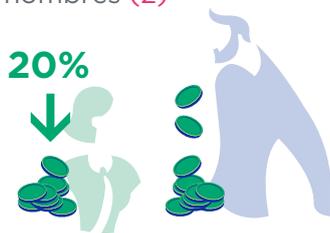
PRINCIPALES INDICADORES DE LA SITUACIÓN DE LAS MUJERES EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

→ PARTICIPACIÓN LABORAL

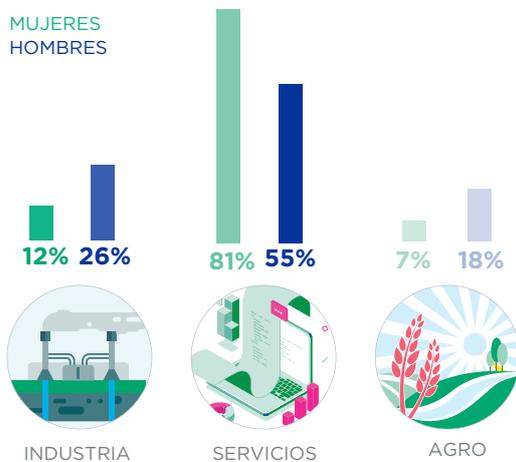


→ BRECHA SALARIAL

Las mujeres ganan un **20%** menos que los hombres (2)



→ DISTRIBUCIÓN DE EMPLEO POR SECTOR (3)

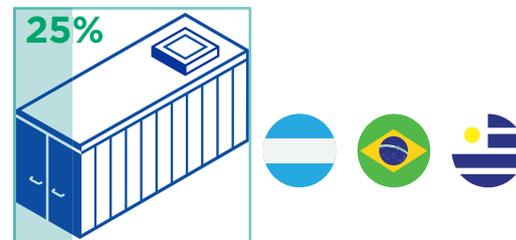


→ TRABAJO NO REMUNERADO

Realizado por mujeres (4)



CONTENIDO DE EMPLEO FEMENINO EN LAS EXPORTACIONES E IMPORTACIONES (5)



EMPRENDIMIENTOS FEMENINOS



• Participación de mujeres como emprendedoras. (6)

• ALC es la segunda a nivel global en fracasos empresariales por parte de las mujeres. (7)



MUJERES COMO CONSUMIDORAS



• Decisión o incidencia en las compras. (8)



• De sus ganancias suele canalizarse en gastos de la casa. (9)



FUENTES

- (1) OIT & CEPAL (2019)
- (2) OIT (2019)
- (3) Banco Mundial (2020)
- (4) CEPAL (2018)
- (5) Azar, Espino y Salvador (2009)

- (6) GEM(2017); Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico (2018)
- (7) Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico (2018)
- (8) BID (2015)
- (9) WTO (2017)

-
- **Participación laboral femenina²: en América Latina y el Caribe, la participación femenina en la fuerza laboral se encuentra en aumento, habiéndose trasladado desde el 41% a principios de los noventa al 52% en 2018 (OIT & CEPAL, 2019).** Entre las posibles explicaciones se encuentran la disminución de la fertilidad, aumentos significativos en la provisión de cuidado infantil subsidiado y los mejores niveles de educación de las mujeres (Busso y Fonseca, 2015). Si bien la oferta laboral femenina continúa aumentando en la región, el ritmo al cual crece se ha desacelerado. En promedio, la tasa de participación aumentó 3,6 pp. entre 1990 y 2000, 3,2 pp. en los diez años siguientes y 2,5 pp. entre 2010 y 2018. A pesar de esto, la brecha con respecto a los hombres continúa siendo elevada. En 2018, la tasa de participación laboral para las mujeres mayores de 15 años era del 51,9%, contra la de los hombres que alcanzó el 77,8%, es decir, se observa una diferencia de 25,9 pp. (OIT & CEPAL, 2019).
-
- **Razones de la brecha en la participación -trabajo no remunerado-:** un informe de la OIT (2018) indica que, **globalmente, las mujeres llevan a cabo la mayor carga horaria de trabajo no remunerado, representando el 76,2% del total horario. Según CEPAL (2018), América Latina no escapa de estas tendencias mundiales, dado que se estima que el 77% de este tipo de trabajo es realizado por las mujeres.** Esta situación representa una barrera para la inclusión plena de las mujeres en trabajos formales y profundiza las brechas existentes. Cuando las mujeres ingresan a la fuerza laboral, sus responsabilidades de cuidado y las tareas domésticas suele impedir su desarrollo profesional y puede relegarlas a empleos de baja calificación, temporales y de tiempo parcial. Asimismo, algunas empresas temen que la maternidad pueda interrumpir el empleo de las mujeres, además de incrementar el costo laboral por los beneficios de maternidad y el reemplazo de la mano de obra. En los países que garantizan a las mujeres un permiso de maternidad remunerado co-financiado por los empleadores, el costo laboral de las mujeres es mayor. Esta situación desalienta a las empresas a contratarlas o se les reduce su salario, originando importantes brechas de género en la participación laboral y remuneraciones (ITC, 2015). Según un informe del Banco Mundial (2020), sólo en cuatro países de América Latina no está prohibido despedir a mujeres por estar embarazadas, 17 países administran la totalidad de beneficios de la licencia por maternidad y en 15 existen licencias por paternidad. En 12 de 32 economías la madre tiene catorce días de licencia en el trabajo.
-
- **Brechas salariales: las mujeres ganan menos que los hombres por cada hora de trabajo que realizan. Globalmente, se estima que la brecha salarial de género es del 31,4% en promedio (WEO, 2020), y, según OIT (2019), la brecha en América Latina y el Caribe ronda el 20%.** En los países de la Alianza del Pacífico y de la OCDE, la educación resulta insuficiente para cerrar estas brechas; estas se mantienen incluso en el caso de mujeres con alto nivel educativo, quienes tienen muchas más probabilidades de tener empleo que sus cónyuges con menor nivel educativo (OECD, 2016a). Las brechas salariales de género son problemáticas sobre todo en las ocupaciones mejor remuneradas: en Chile, México y Perú esta diferencia casi se duplicó entre 2000 y 2010 (OIT, 2015). En cambio, en América Latina en general, la brecha salarial de género se redujo particularmente para las mujeres con bajo nivel educativo entre 1990 y 2014 (OCDE, 2016b).
-

2. La participación laboral femenina refiere al número de mujeres ocupadas y desocupadas demandantes como porcentaje del total de población femenina en edad de trabajar.



- **Participación laboral según tipo de empresa:** en general, la participación femenina no presenta diferencias sistemáticas por tamaño de empresa. Sin embargo, la proporción de mujeres empleadas en la fuerza laboral puede variar considerablemente según el género del propietario o gerente. **Es mayor en las empresas dirigidas por mujeres que en las dirigidas por hombres y en las empresas propiedad de mujeres que en las empresas propiedad de hombres** (Banco Mundial, 2014).

- **Participación laboral en la industria y los servicios: según datos del Banco Mundial, el 81% del empleo femenino en la región está concentrado en el sector de servicios y el 12% en el sector industrial.**³ Dentro de los servicios, la participación de las mujeres en el empleo está sesgada

hacia la atención médica y la educación en lugar de los servicios comerciales o de comunicaciones (Woetzel, 2015). En todos los países de América Latina y el Caribe, prácticamente la mitad de las plazas de esta rama de actividad son de mujeres (OIT, 2019b). Por otro lado, en las empresas manufactureras, las mujeres tienen menos probabilidades de ser empleadas en ocupaciones de producción (Banco Mundial, 2014).

- **Empleadas en el sector agrícola: en América Latina, 7% del empleo femenino pertenece al sector agrícola**⁴. Cuando se considera el trabajo por cuenta propia y el trabajo asalariado, las mujeres proporcionan más empleo en la agricultura que los hombres, sobre todo en el Caribe y Centroamérica. A modo de ejemplo, en Argentina en el empaque del limón la mayoría de los trabajadores son mujeres y en Chile y Perú representan el 76% y el 66% de los ocupados en tareas agroindustriales, respectivamente (FAO, 2017). La mayor parte de las mujeres trabajadoras agrícolas o bien trabajan en tierras familiares o son contratadas en mercados informales, por lo que no suelen contar con contratos que les proporcionen control sobre su trabajo y seguridad laboral. Además, suelen trabajar en granjas familiares, pero rara vez tienen control sobre los ingresos. Cuando las mujeres son empleadas en este sector, se les paga menos que a los hombres, incluso para las mismas tareas (Banco Mundial, 2009).

- **Mujeres en el sector informal: en América Latina, el empleo informal es una fuente mayor de empleo no agrícola para las mujeres que para los hombres.** Las mujeres siguen estando sobrerrepresentadas como trabajadoras domésticas, que tienen más probabilidades de estar en acuerdos de trabajo informales, lo que impide su acceso a la protección social (Burnham y Theodore, 2012; Vanek et al., 2014; ONU Mujeres y ITUC, 2013). La situación difiere de un país a otro, con una proporción del empleo femenino informal no agrícola que varía del 40% en Uruguay a niveles cercanos al 80% en Perú y Bolivia (OIT, 2013). Sin embargo, en todas las circunstancias, la informalidad afecta desproporcionadamente a las mujeres, los jóvenes y los hogares en la parte inferior de la cadena de distribución del ingreso (OIT, 2016a; OIT, 2016b).

3. En base a datos del Banco Mundial. Disponible en: <https://data.worldbank.org/indicator/SL.IND.EMPL.FE.ZS>

4. En base a datos del Banco Mundial. Disponible en: <https://data.worldbank.org/indicator/SL.IND.EMPL.FE.ZS>

-
- **Contenido de empleo femenino en exportaciones: el contenido de empleo femenino en las exportaciones e importaciones representa alrededor de un cuarto del total en Argentina, Brasil y Uruguay; siendo que su participación en la fuerza de trabajo total es superior al 40%.** La estructura del empleo femenino contenido en las exportaciones por años de educación muestra un predominio de las escolaridades medias (7 a 12 años de educación), seguidas por las bajas (menos de 7 años) en Colombia, México y Uruguay. En Argentina y Brasil, predomina la baja calificación (hasta 6 años de estudio formal) en el contenido de empleo de las exportaciones, siendo que, en el empleo femenino total, es más abundante la educación alta en Argentina y media en Brasil (Azar, Espino y Salvador, 2009).

 - **Participación en el mundo emprendedor: Si bien las mujeres representan aproximadamente el 50% de la población económicamente activa en América Latina, su participación como emprendedoras no supera el 15%,** a pesar de los incrementos en las tasas de emprendimientos en los últimos años. En el caso de Chile, por ejemplo, pasó del 57% en 2015 al 66% en 2017, y del 64% a 76% en el caso de Colombia (GEM, 2017; Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico, 2018). Las empresas propiedad de mujeres tienden a concentrarse en sectores intensivos en mano de obra, como el comercio minorista y otros tipos de servicios, más que en la fabricación intensiva en capital. La evidencia también sugiere que las empresas dirigidas por mujeres y de propiedad de mujeres son más pequeñas, tienen un menor crecimiento del empleo y enfrentan un clima de negocios más oneroso (Banco Mundial, 2014).

 - **Razones del fracaso emprendedor: la región es la segunda a nivel global con el registro más alto de fracasos empresariales por parte de mujeres** (Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico, 2018). De acuerdo a un estudio realizado por INCAE sobre las razones por la cual los emprendedores interrumpen o discontinúan sus negocios, las mujeres señalan la falta de acceso a financiamiento como el principal obstáculo para continuar sus emprendimientos (Ilie & Cardoza, 2017). Se suma a lo anterior una serie de barreras socio económicas, siendo unas de las más importantes el acceso a oportunidades económicas, de mercado y capacitación. Las mujeres en países en desarrollo tienen un 20% menos de probabilidades que los hombres de abrir una cuenta en una institución financiera y un 17% menos de probabilidades de solicitar un crédito. Asimismo, la evidencia internacional ha identificado la existencia de normas culturales, convenciones sociales y estereotipos sobre el rol de la mujer y otras de carácter personal, como la aversión al riesgo, que limitan la intención de emprender. Por ejemplo, en Perú el miedo al fracaso es mayor en mujeres que hombres, 30% y 23% respectivamente (Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico, 2018).

 - **Emprendedurismo y exportaciones: a nivel mundial, sólo una de cada cinco empresas exportadoras está liderada por una mujer emprendedora.** Las empresas lideradas por mujeres tienden a ser más pequeñas, por lo que suelen carecer de los recursos para expandirse a los mercados internacionales. Además, debido también a cuestiones de tamaño, las empresas de propiedad de mujeres sufren desproporcionadamente los costos fijos y medidas no arancelarias (ITC, 2015).
-

- **Mujeres exportadoras de bienes agrícolas:** Globalmente, se presentan claras disparidades de género en términos de beneficios obtenidos de la participación en la cadena de exportación. **Existe evidencia de que hay menor cantidad de mujeres que de hombres en la producción de cultivos de exportación, debido a que enfrentan mayores barreras de entrada.** Entre estas barreras se destacan el acceso de las mujeres a la tierra como una restricción clave. **Además, incluso cuando las mujeres participan como pequeñas productoras en las cadenas de exportación, enfrentan mayores limitaciones y menores ganancias que los hombres.** Las pequeñas propietarias tienen menos tierra para cultivar debido a los tamaños de parcela más pequeños que los hombres. Las mujeres también tienden a producir rendimientos más bajos por hectárea, dado su menor acceso a otros factores de producción y a la cantidad limitada de tiempo que pueden pasar trabajando debido a sus responsabilidades reproductivas (Chan, 2013).
- **Mujeres como consumidoras:** Las mujeres efectúan hasta el 80% de las decisiones de compra o inciden en ellas, lo que incluye un espectro tan variado como electrodomésticos, automóviles o servicios médicos (BID, 2015). **Un 90% de las ganancias de las mujeres suele canalizarse a los gastos de la casa,** que promueven el bienestar de otros miembros del hogar, como se cita en Daniels (2008) y WTO (2017). **Comparativamente, las mujeres suelen invertir más en alimentación, salud y educación para sus hijos que sus pares masculinos (BID, 2015).**





> **MERCADO DE TRABAJO:**
Impulsos y frustraciones

Existen diversos mecanismos mediante los cuales la apertura comercial puede afectar al mercado laboral femenino, tanto en lo que refiere a su participación como a su remuneración relativa a los hombres. Se han desarrollado numerosas investigaciones a lo largo de los últimos años en la región con el objetivo de explorar estos canales y evaluar si los impactos, en el caso particular de los países latinoamericanos, generan los efectos predichos por la teoría y por estudios realizados en otras regiones del mundo. Los mismos permiten dar cuenta de la situación particular tanto de la región como de las heterogeneidades en las estructuras económicas de cada país. Además, evidencian cómo éstas vehiculizan de forma distinta los impactos en el bienestar femenino de las diferentes medidas comerciales implementadas.

En el mercado de trabajo femenino se presentan algunos patrones y características comunes, independientemente del sector productivo al cual pertenezcan las trabajadoras. Estos aspectos impactan tanto en su participación laboral como en el salario relativo a los hombres.

En primer lugar, **la segregación en el mercado laboral es un fenómeno generalizado en América Latina y el Caribe y uno de los principales factores que explican las brechas de género en los salarios y niveles de participación.** La segregación puede ser horizontal o vertical. La primera corresponde al predominio de las mujeres en ciertos sectores económicos y tipo de ocupaciones. La segunda se refiere a la estructura jerárquica ocupacional caracterizado por la subrepresentación femenina en la parte superior del ordenamiento de ocupaciones (OIT-PNUD, 2019). Debido a esto, los impactos del comercio sobre estas brechas dependen fuertemente de cuáles sean los sectores que se beneficien del mayor comercio internacional y los amenazados por la mayor competencia internacional.

Asimismo, existen estereotipos sociales que asignan a las mujeres roles y funciones de reproducción social no remunerados, como las cuidadoras principales de la familia y las responsables de las tareas domésticas. Según CEPAL (2018), en América Latina las mujeres realizan el 77% del trabajo no remunerado en los hogares. Esta situación las lleva a contar con menor disponibilidad de tiempo para destinar al trabajo remunerado. En 2018, el 42% de las mujeres en edad laboral declaró no estar buscando trabajo o no estar disponible para trabajar a causa del empleo no remunerado, en comparación con los hombres -5%- (OIT, 2018).

Esta “pobreza de tiempo” contribuye, por un lado, a perpetuar la baja habilidad y educación de las mujeres y, a menudo, perjudica su participación en el mercado laboral. En consecuencia, suelen ser empleadas en la economía informal, donde el trabajo remunerado y no remunerado se puede combinar más fácilmente, pero existe menor seguridad laboral, salarios más bajos y menor productividad (OIT, 2010; OIT-PNUD, 2019). Una investigación realizada para ocho países de América Latina pone en evidencia que las mujeres con hijos/as pequeños/as tienden a reducir la carga de trabajo remunerado y a ocuparse como cuentapropistas o asalariadas informales, escoger empleos temporales o retirarse del mercado laboral para conciliar el trabajo remunerado con los cuidados (Espino y Salvador, 2016).

A raíz de esto, se observa que, a pesar de que la participación laboral femenina ha aumentado en los últimos años, la brecha de empleo con respecto a los hombres continúa siendo elevada. En América Latina y el Caribe, la participación femenina se trasladó desde el 41% a principios de los noventa al 52% en 2018, pero la de los hombres alcanzó el 78% (OIT & CEPAL, 2019). Sin embargo, **las mujeres siguen concentradas en los sectores de alta informalidad y baja productividad que las relegan a situaciones de vulnerabilidad con malas condiciones de empleo y poca o ninguna protección social** (OIT, 2010; OIT-PNUD, 2019).

Otra consecuencia de los mencionados factores son los menores salarios percibidos por las mujeres con respecto a los hombres. En América Latina, en sintonía con las tendencias mundiales, existe una brecha salarial de género que ronda el 20%, a pesar de que ha venido disminuyendo en los últimos años (OIT, 2019).

La problemática de la informalidad en el mercado de trabajo femenino

A pesar de que la participación femenina en el mercado laboral ha comenzado a aumentar en los últimos años, las mujeres aún se ven vulneradas dado que suelen insertarse en empleos precarios en los sectores informales⁵. En general, trabajan en sectores de baja productividad, sin contratos ni acceso a prestaciones sociales y asociados a la economía informal. En el 75% de los países de América Latina y el Caribe las mujeres se encuentran más expuestas a la informalidad que los varones (Banco Mundial y OMC, 2020). Asimismo, los datos de 2016 indican que en la región el 52% de las mujeres se encontraban empleadas en sectores de baja productividad, y el 83% de estas no cotizaban en los sistemas previsionales. Esta situación las perjudica en tanto no cuentan con derechos laborales y prestaciones sociales e incide en su capacidad de consolidar sus derechos jubilatorios, situándolas una vez más en un lugar de vulnerabilidad y dependencia económica (Vaca Trigo, 2019).

Como se ha mencionado en párrafos anteriores, uno de los principales factores que inciden en la inserción femenina en este tipo de empleos corresponde a los estereotipos sociales que ubican a las mujeres como principales cuidadoras de la familia. **La injusta distribución del trabajo no remunerado perjudica la cantidad de horas que estas pueden destinar al trabajo asalariado, de forma tal de buscar jornadas reducidas o más flexibles, lo que lleva a inserciones laborales precarias e inestables.** Esta situación se evidencia también teniendo en cuenta que, en América Latina, existe una predominancia masculina en trabajos con sobretiempo -más de 60 horas semanales-, mientras que las mujeres se encuentran sobrerrepresentadas en trabajos a tiempo parcial -menos de 30 horas semanales- (OIT, 2019b).

La alta presencia femenina en los mercados informales no solo vulnera sus derechos y condición socioeconómica, sino también reduce la disponibilidad de datos para analizar su situación estructural y diseñar políticas públicas que mitiguen las desigualdades. Esta situación se observa de forma más acentuada en el sector agrícola, dado que la productividad y calidad relativa de los empleos es menor, existen menos opciones de empleo remunerado y las instituciones laborales son más débiles, lo que se manifiesta en altos niveles de informalidad laboral. Si bien esta situación es generalizada para toda la población rural, las mujeres se ven más desfavorecidas dado que las normas de género son más rígidas que en las áreas urbanas y las labores reproductivas recaen más fuertemente sobre ellas (OIT, 2019b).

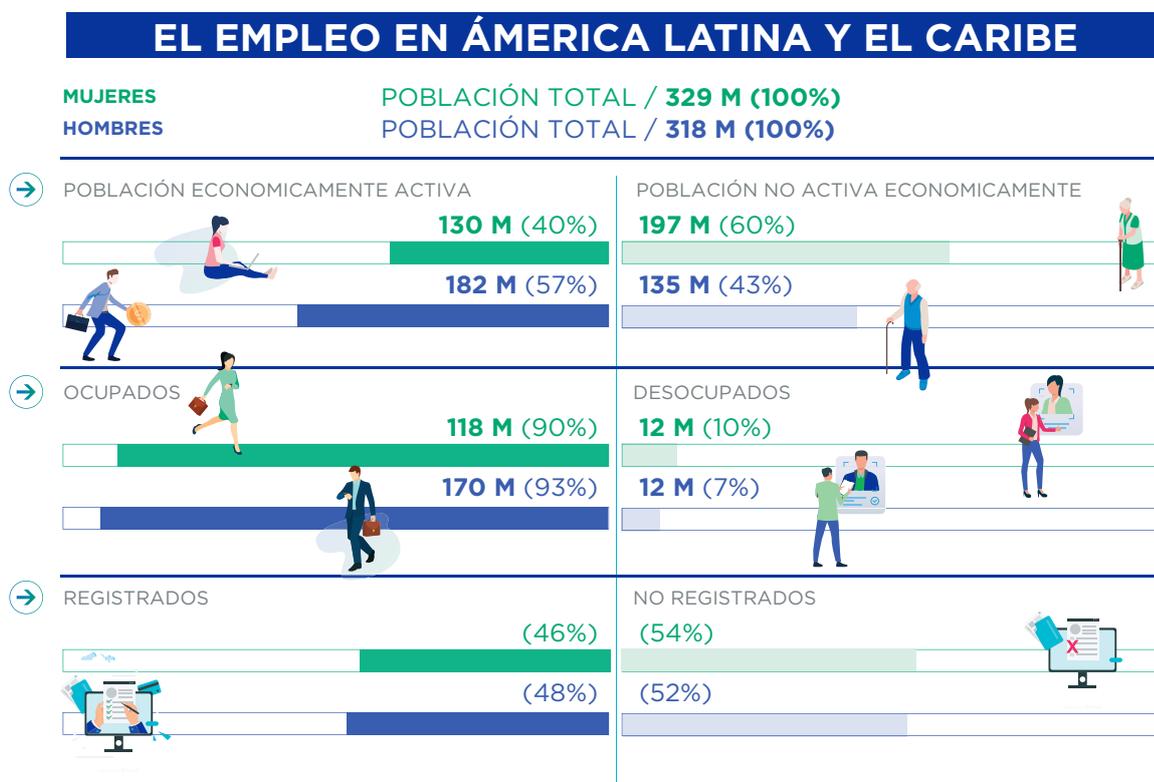
Por estas razones, si bien existen algunas investigaciones que indagan sobre las dinámicas en empleo informal⁶, los estudios sobre impacto del comercio en el mercado laboral femenino suelen realizarse sobre la base del empleo formal. Estos se concentran en el sector industrial y de servicios, y son muy escasos en el ámbito rural.

5. El empleo informal incluye el trabajo remunerado no registrado, regulado o protegido por legislaciones laborales o marcos normativos. Incluye además el trabajo no remunerado dentro de una empresa generadora de ingresos. Cabe aclarar que no se cuenta con una medición uniforme y precisa sobre la informalidad. Algunos estudios la aproximan mediante los sectores de baja productividad (Vaca Trigo, 2019), otros incluyen los cuentapropistas, empleados y empleadores en empresas informales, trabajadores familiares, miembros de cooperativas y empleados no cubiertos en la seguridad social (Vanek et al, 2014).

6. Ver estudio de Ben Yahmed y Bombarda (2020) en la siguiente sección.

Infografía 1

El empleo en América Latina y el Caribe, por sexo.



Notas: los datos corresponden al año 2019 según el Banco Mundial, excepto los correspondientes al empleo registrado y no registrado que fueron obtenidos de OIT (2018) y corresponden al año 2016.
Fuente: Banco Mundial (2020) y OIT (2018).

A continuación, se exploran los principales medios e impactos del comercio en el mercado laboral femenino, diferenciando según el sector al cual pertenezcan las trabajadoras.

4.1

TRABAJADORAS EN INDUSTRIA Y SERVICIOS

En América Latina, el 12% del empleo femenino se encuentra concentrado en el sector industrial, el 81% en el sector de servicios y el 7% en actividades agrícolas⁷. La participación femenina es mayor entre los comercios y otras empresas de servicios que en la manufactura. En las empresas manufactureras, las mujeres tienen más probabilidades de ser empleadas como trabajadoras que no son de producción que como trabajadoras de producción (Banco Mundial, 2014).

7. En base a datos del Banco Mundial.
Disponible en: <https://data.worldbank.org/indicador/SL.IND.EMPL.FE.ZS>

La demanda de empleo femenino en la industria suele estar asociada a sus características “femeninas”, tales como su destreza para la manualidad fina en el caso de la industria textil, y por ello se supone que son más adecuadas para ciertas ocupaciones. Debido a esta segregación ocupacional originada en la diferenciación entre habilidades “femeninas” y “masculinas”, las mujeres se encuentran concentradas en el sector de hilados, telas y textiles, el vestido, cuero y productos del cuero, y están menos representadas en los sectores de equipos de transporte, maquinaria no eléctrica y metal y otros sectores de manufacturas básicas. **En el sector de servicios, se concentran en tareas de cuidado como la atención médica y la educación** (Woetzel, 2015).

A continuación, se analizan los principales canales discutidos por la academia sobre cómo la apertura comercial puede impactar en el bienestar de las mujeres como trabajadoras asalariadas, se exploran las principales conclusiones de los estudios realizados en la región en relación a estos canales y las principales limitaciones de los mismos.

Ventajas comparativas

El primer canal a considerar corresponde al impacto en el empleo y salarios femeninos derivado del cambio de precios relativos que conlleva el comercio internacional. El marco conceptual utilizado por algunos académicos para respaldarlo corresponde a adaptaciones del modelo de ventajas comparativas de Heckscher-Ohlin/Stolper-Samuelson. Estas indican que, en los países en desarrollo, la apertura comercial conlleva un aumento de la participación laboral femenina y un incremento de su remuneración relativa (WTO, 2017; Artecona y Cunningham, 2002; Gaddis y Pieters, 2017; Alazzawi, 2013). Si bien algunos estudios empíricos confirman la existencia de este mecanismo, otras investigaciones tienden a indicar lo contrario.

Según esta teoría, la apertura comercial implica cambios estructurales en la producción en los países. Estos se especializarán en la producción de aquellos sectores donde hacen uso intensivo del bien para el cual tienen una dotación de factores abundante y comenzarán a exportar estos bienes. En cambio, serán importadores en aquellos sectores donde esto no se cumpla. Asimismo, el precio relativo del bien exportado se incrementará por el aumento de la demanda externa y, según el teorema de Stolper-Samuelson, también lo hará el retorno al factor intensivo asociado a dicho bien (Feenstra, 2002).

Las distintas adaptaciones del modelo para analizar el impacto del comercio en las trabajadoras mujeres predicen que, dadas estas condiciones, la demanda de empleo femenino aumentará, particularmente motorizado por el sector exportador. Esto es así porque los países en desarrollo tienen dotaciones abundantes de trabajo de baja calificación y hacen uso intensivo de él, y son las mujeres quienes realizan en mayor medida este tipo de trabajo. Por lo tanto, dado que la producción en este tipo de sectores aumentará, también lo hará la demanda de empleo femenino. Además, como las exportaciones aumentan sus precios, se incrementa la remuneración al trabajo femenino, que es el factor intensivo asociado a dichos bienes. Así, la brecha salarial tenderá a reducirse (WTO, 2017; Artecona y Cunningham, 2002; Gaddis y Pieters, 2017; Klugman, 2016; Terra, Bucheli y Estrades, 2007).

Sin embargo, dado que en este modelo las ventajas comparativas son las propulsoras de los patrones de comercio, los efectos pueden variar de un país a otro de acuerdo a su estructura productiva y a dónde se concentren estas ventajas (WTO, 2017). En efecto, cuando se analizan los resultados de los diferentes procesos y políticas comerciales adoptadas en América Latina, es posible observar conclusiones que distan de ser homogéneas. En algunos casos, se encuentra evidencia de que tanto empleo femenino como su salario relativo mejoran luego de procesos de apertura comercial, como lo muestra el estudio de Terra, Bucheli y Estrades (2007) en Uruguay; en otros, se encuentra que, luego la aplicación de medidas de liberalización arancelaria, la participación femenina aumenta pero su remuneración relativa se mantiene estable, como en el caso de la industria manufacturera en México (Aguayo-Tellez et al, 2010). Algunas investigaciones observan impactos diferenciados según se apliquen las medidas en el sector exportador o importador (UNCTAD, 2018; UNCTAD, 2019). Y, en contraste, en otros casos el empleo femenino se contrae, como en el caso de Brasil (Gaddis y Pieters, 2017).



Entre las investigaciones en la región que hallan un aumento del empleo femenino y de sus salarios relativos se encuentra la realizada por Terra, Bucheli y Estrades (2007). Mediante una simulación de distintos escenarios de liberalización comercial para el caso de Uruguay, **encuentran que la eliminación de aranceles mejoraría la situación de empleo y salarios femeninos con respecto a los hombres, con reducciones en la brecha salarial de género, particularmente para las mujeres de baja calificación. Sin embargo, remarcan que estos efectos dependen puramente de la magnitud de las reducciones arancelarias y la dirección de los flujos de comercio.** Por ejemplo, como las exportaciones a Argentina son intensivas en empleo femenino altamente calificado, en este caso es este sector el que más se ve beneficiado. En cambio, no se observa el mismo efecto para el caso de las exportaciones a Brasil, dado que son intensivas en trabajo masculino de baja calificación.

Por otro lado, Aguayo-Tellez et al. (2010) realizaron un estudio en México que encontró **un aumento del 5% en la participación laboral femenina, pero sin variaciones significativas en sus salarios relativos.** En dicho estudio se analiza el impacto distribucional por género de las políticas de liberalización comercial implementadas en México entre los años 1990 y 2000, impulsadas principalmente por la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). Estas medidas produjeron importantes reducciones de aranceles a la importación en países receptores, resultando en sensibles aumentos de los flujos de comercio. **El estudio indica que el aumento de las exportaciones generó condiciones propicias para el crecimiento industrial, particularmente en industrias intensivas en empleo femenino. Estos últimos sectores, como indumentaria, computadoras y electrónicos, fueron los más beneficiados en términos de crecimiento, mientras que los sectores intensivos en trabajo masculino, como el sector petrolero, químico y metales primarios, decrecieron durante el período estudiado. Sumado a esto, señalan que las mujeres con menor nivel educativo (menos calificadas) fueron las más beneficiadas en términos de empleo.**

Otros estudios realizados en la región muestran hallazgos que no confirman las generalizaciones del modelo. Por ejemplo, Gaddis y Pieters (2017), concluyen que la **liberalización comercial en Brasil contribuyó a cerrar la brecha de género en términos de empleo, pero no mediante la creación de puestos de trabajo para las mujeres, sino mediante la destrucción de los mismos para los hombres. Además, no encuentran evidencia de que las mujeres hayan sido absorbidas en sectores intensivos en trabajo femenino, como es el sector no transable.** En este estudio, los autores exploran los impactos de la liberalización comercial en el país entre 1987 y

1994, período en el cual los aranceles nominales a la importación fueron reducidos unilateralmente de 54,9% a 10,5%. Encuentran que las microrregiones que más exposición tuvieron a la liberalización experimentaron una fuerte reducción tanto del empleo masculino como femenino. Los impactos estuvieron confinados a los trabajadores con menor nivel educativo y se debieron principalmente a reducciones en el sector transable. Dado que los trabajadores masculinos constituyen mayoría tanto en aquel sector como en la economía en su conjunto, las reducciones de empleo afectaron más a los hombres que a las mujeres.

Por último, dos informes realizados por UNCTAD (2018) y UNCTAD (2019) **muestran impactos diferenciados de la apertura comercial según el tipo de medida que es implementada.** Los estudios analizan los efectos que ha tenido la reducción arancelaria del MERCOSUR en el mercado laboral femenino entre 2006 y 2010. Por un lado, observan que **la reducción de aranceles a la importación ha tenido un impacto negativo en la participación laboral de mujeres, tanto en empleos de producción en Uruguay y Brasil como en empleos que no son de producción en Argentina y Paraguay. Por otro lado, la reducción de aranceles a la exportación ha llevado a un aumento de la participación femenina en empresas manufactureras de los países miembro (excepto en Brasil), beneficiando exclusivamente a mujeres en empleos de producción.**

La discusión sobre la validez de las predicciones del modelo de HO/SS se presenta también en estudios desarrollados en otros países fuera de la región. Por ejemplo, para el caso de Indonesia, Kis-Katos, Pieters y Sparrow (2018) encuentran que la participación de las mujeres en el mercado laboral aumentó en las regiones más expuestas a reducciones de aranceles a las importaciones. Por otro lado, Busmann (2009) confirma, frente a procesos de apertura comercial, un aumento del empleo femenino -mayormente en el sector industrial- para otros países en desarrollo. Por el contrario, Alazzawi (2013) encuentra que la reducción arancelaria y la mayor competencia de importaciones se asoció con declives en el empleo femenino en Egipto; hecho confirmado también por un estudio realizado por Wacker, Cooray y Gaddis (2017) para 80 países en desarrollo. **Estos últimos afirman que existe un alto grado de heterogeneidad entre países y que el efecto de la apertura comercial dependerá de la estructura industrial de cada país.**

De los estudios anteriormente expuestos se obtienen algunas conclusiones. En primer lugar, las adaptaciones del modelo para estudiar estas temáticas generalizan que los países en desarrollo coinciden en la localización de sus ventajas comparativas y sectores intensivos en mano de obra femenina en un mismo sector. En segundo lugar, suponen un salario único para el factor intensivo y no permite la diferenciación salarial entre los diferentes sectores productivos. Asumen también una apertura comercial total, que se da de forma homogénea y simultánea entre el sector exportador e importador. En este sentido, son esperables los resultados divergentes de los diferentes estudios si se tienen en cuenta las heterogeneidades estructurales de los países y las diferentes políticas comerciales adoptadas. En los países de la región, los sectores con ventaja comparativa no necesariamente son intensivos en trabajo femenino. Asimismo, los impactos de la apertura comercial tendrán distintas implicancias según la industria que se aborde⁸. Cabe remarcar, además, que las políticas comerciales, tales como la liberalización o imposiciones arancelarias, suelen ser diferenciadas según sector productivo o exportador/importador. Por lo tanto, la aplicación del modelo y sus predicciones son limitadas para generalizar los mecanismos mediante los cuales el comercio impacta en la población femenina.

8. Por ejemplo, una investigación realizada por Fleck (2001) en el sector de la maquila en México, encuentra un importante proceso de desfeminización de la fuerza laboral en el período de apertura comercial. En dicha investigación, se explora el programa de promoción de exportaciones de la maquila en la década de 1990, que implicó la anulación de restricciones a dicha industria y reducciones de aranceles de bienes intermedios y de capital provenientes de USA y Canadá. Esto generó un aumento considerable del empleo tanto para varones como para mujeres, pero en mayor magnitud para el género masculino. En consecuencia, la proporción de participación femenina en el sector disminuyó de forma sustancial: en 1980, las mujeres representaban un 77% de las trabajadoras de producción en el sector, trasladándose al 57% en 1998.

Discriminación frente a la competencia externa

La teoría de la discriminación, formulada por Becker (1957), es otro marco conceptual que utilizan los investigadores para explicar cómo el comercio podría impactar en la igualdad de género a través del canal de cambio en los salarios relativos. Este modelo afirma que la apertura comercial, a través de la competencia, lleva a la reducción de la brecha salarial de género. Sin embargo, al poner foco en cómo este mecanismo se manifiesta en la región mediante distintos estudios empíricos, también se presentan resultados distintos por país y sector.

Según esta teoría, la apertura comercial lleva a un aumento de la competencia externa que reduce los beneficios percibidos por las empresas en sectores con alta concentración de mercado⁹. Esta situación las obliga a eliminar el diferencial salarial que recibe el hombre con respecto a la mujer, reduciendo así la brecha de género. El diferencial salarial masculino es producto de la discriminación hacia las mujeres en el mercado laboral y suele ser causado por prejuicios por parte del empleador por características no relacionadas a la productividad¹⁰. Es por esta razón que provoca un aumento de costos para la firma discriminadora, dado que tiende a contratar una mayor proporción de trabajadores masculinos y los remunera con un salario mayor al de su productividad marginal (Becker, 1957; Artecona y Cunningham, 2002; Gaddis y Pieters, 2017; Yahmed, 2011).

Varios estudios se han propuesto explorar cómo se manifiesta este canal en América Latina, obteniendo resultados diversos y no siempre acordes a las predicciones del modelo. En este sentido, algunas investigaciones encuentran que la discriminación efectivamente disminuyó con la introducción de competencia externa (Artecona y Cunningham, 2002; Hazarika y Otero, 2004); otras observan impactos diferenciados según la presencia o no de ventajas competitivas (Yahmed, 2011); y, por último, existen estudios que tienden a indicar que la discriminación no se ha modificado con la apertura comercial (Contreras, Puentes y Rau, 2004).

Entre los estudios que verifican resultados favorables del aumento de la competencia en la discriminación, se encuentra la investigación realizada en México por Artecona y Cunningham (2002). Los autores afirman que la brecha salarial se explica, en primer lugar, por cuestiones de discriminación contra las mujeres. La liberalización comercial redujo este factor en aquellas empresas con mayor exposición a la competencia externa. Arribaron a esta conclusión a través de un estudio sobre las desigualdades salariales en dicho país para el período de liberalización comercial llevada a cabo entre 1987 y 1993, que implicó una brusca reducción de tarifas a la importación. Además, en segundo lugar, Artecona y Cunningham explican las diferencias salariales de género por la mayor calificación relativa de la mano de obra masculina. **De esta forma, concluyen que el comercio puede ser beneficioso para las trabajadoras mujeres en materia de sueldos, pero se debe poner foco en mejorar sus habilidades para competir en los nuevos mercados.**

9. En cambio, en mercados de competencia perfecta, donde teóricamente las empresas cuentan con beneficios nulos, si éstas decidieran ejercer discriminación salarial, sus costos aumentarían y su beneficio se tornaría negativo, expulsándolas del mercado.

10. Es importante aclarar que, si bien el modelo de Becker aplicado al comercio internacional asume un tipo de discriminación no basada en la productividad, existen modelos sobre el mercado de trabajo que aplican discriminación estadística. Esta última se refiere a que los empleadores, al contar con información imperfecta sobre sus candidatos, utilizan información estadística relacionada a su grupo de pertenencia para inferir su productividad. Dado que los grupos minoritarios, por haber sido históricamente discriminados u otros factores, presentan estadísticamente una menor productividad, cada individuo de estos grupos se asume de menor rendimiento y se reproduce la discriminación hacia ellos (Arrow, 1973; Phelps, 1972).

Hazarika y Otero (2004), siguiendo la misma línea, descomponen los impactos diferenciando según sector maquilador y no maquilador mexicano entre 1987 y 1999.

En el sector de la maquila la remuneración relativa de las mujeres disminuyó por tratarse de un sector orientado a la exportación y no ser afectado por el aumento de competencia de importaciones. **En cambio, en el sector no maquilador, que experimentó la eliminación de aranceles a la importación, se observa una disminución de la brecha de género.** Por esta razón, los autores afirman que el comercio tiene un gran potencial para mejorar la situación relativa de las mujeres en lo que respecta a su ingreso.

Sin embargo, otros estudios presentan resultados ambiguos o contradicen el modelo de Becker. Una de las investigaciones realizadas por Yahmed (2011) en Uruguay encuentra que el efecto de la apertura comercial sobre la discriminación salarial difiere según el nivel de competitividad relativa de cada sector. Tras la apertura, observa una disminución en la brecha salarial de género en aquellos sectores con mayor competencia de firmas extranjeras y menores ventajas competitivas. Sin embargo, encuentra mayores brechas salariales en sectores con alta presencia de estas ventajas y acceso a mercados externos. El estudio explora los impactos de la creación del Mercosur, con foco en las dos oleadas de liberalización en 1991 y 1995. Las conclusiones del mismo se explican porque el ingreso de nuevas firmas en los sectores protegidos redujo sus beneficios obligándolos a ajustar los costos de discriminación. Sin embargo, en aquellas firmas que contaban con elevadas ventajas competitivas, la apertura comercial las impulsó a buscar nuevos mercados en el extranjero, aumentando así sus beneficios y relajando sus costos, y permitiendo en consecuencia que empleen y remuneren a sus empleados según sus preferencias. Esto se asoció a una mayor discriminación salarial de género en estos sectores.

En segundo lugar, Contreras, Puentes y Rau (2004), estudiaron los impactos en el mercado laboral femenino de la liberalización comercial en Chile. **Concluyen que el componente de la brecha salarial que representa la discriminación no se vio alterado por la apertura comercial en ese país.** La liberalización en Chile fue realizada en dos oleadas entre 1970 y 1990 y caracterizada por una drástica reducción de los aranceles a la importación e implementación de medidas para la promoción de exportaciones. **El estudio encuentra que, si bien la competencia internacional incentivó la reducción de costos en las empresas, ello no se tradujo en una reducción de la discriminación salarial.** Sin embargo, sí se encontraron pequeñas mejoras salariales para las mujeres, pero sólo para el sector con educación universitaria.

Otros estudios realizados en diferentes partes del mundo también obtienen resultados dispares. Menon & Van Der Meulen Rodgers (2009) concluyen, para el caso de la India, que el aumento de la competencia internacional estuvo relacionado a mayores discrepancias entre los sueldos de mujeres y varones. Afirman que las presiones por reducir costos que experimentaron las empresas manufactureras llevaron a una disminución aún mayor de los sueldos de las trabajadoras femeninas, especialmente en las industrias con mayor concentración de mercado. Otro estudio, realizado por Berik, Van Der Meulen Rodgers & Zveglic (2004) en países del este asiático, indica que el aumento de la competencia inducido por el comercio se asoció a mayores brechas salariales de género, también en las industrias con mayor concentración de mercado. En cambio, Black & Brainerd (2000) encuentran que en Estados Unidos la exposición a la competencia de importaciones llevó a una disminución de la brecha salarial de género en industrias con mayor concentración.



Sin embargo, luego de analizar las distintas experiencias de los países de la región, cabe señalar algunas limitaciones del modelo para explicar los impactos del comercio en el mercado laboral femenino. En primer lugar, se concentra en la estructura de mercado de cada empresa y sus aspectos microeconómicos, tales como los costos y beneficios. En consecuencia, **no ofrece un marco analítico claro para analizar los impactos diferenciados de la competencia en el sector exportador e importador. Además, la mayor parte de los estudios donde se aplica el modelo parecen centrarse en la competencia en sectores importadores, existiendo poca evidencia sobre los impactos en los sectores de exportación.** En segundo lugar, al asumir que la reducción de costos se dará por la baja del salario masculino, **se ignoran otras alternativas de ajuste, como el reemplazo de trabajadores masculinos por mujeres con menores salarios o la reducción de otro tipo de costos laborales y no laborales.** Por último, el hecho de afirmar que la brecha salarial de género se debe exclusivamente a la discriminación, **deja de lado aspectos estructurales del mercado de trabajo femenino,** como su menor participación y mayor presencia en sectores informales de peores condiciones de trabajo.

Actualizaciones tecnológicas

Un tercer canal por el cual la apertura comercial puede impactar sobre el mercado laboral femenino es mediante las actualizaciones tecnológicas que conlleva la apertura comercial, particularmente en el sector productivo. Este canal predice que las nuevas tecnologías complementan la menor dotación de habilidades físicas de las mujeres y por ello su demanda relativa de empleo y salarios aumentarán, particularmente en los sectores de producción. Sin embargo, existen algunas investigaciones que demuestran dificultades y barreras para las mujeres a la hora de adoptar estas nuevas tecnologías, así como su inserción laboral en este ámbito. Estos hechos ponen en duda la eficacia de este mecanismo para generar un aumento de la participación laboral femenina y de sus salarios relativos.

Las nuevas tecnologías se caracterizan por eficientizar los procesos de producción informatizados y reducen la necesidad de trabajadores con habilidades físicas (WTO, 2017). Mediante la apertura comercial, suele producirse un aumento de la competencia externa que deriva en la necesidad de mejoras en la competitividad en las firmas exportadoras. Además, aumenta la presencia de filiales de firmas extranjeras en el mercado local que se caracterizan por ser más intensivas en capital. Estos dos factores pueden inducir a que las empresas inviertan en actualizaciones tecnológicas. Las nuevas tecnologías suelen concentrarse en el sector productivo y complementar el trabajo femenino más que el masculino, dado que las mujeres suelen presentar menor dotación de habilidades físicas en comparación a los varones. Es por esta razón que se estima que las tecnologías aumentan la demanda relativa de las mujeres en puestos de producción (Aguayo-Tellez et al., 2010; Gaddis y Pieters, 2017).

En una investigación realizada por Juhn, Ujhelyi & Villegas-Sanchez (2014) en México se encontró que la liberalización del comercio, que lleva a que exista una actualización tecnológica, aumentó la participación laboral y el salario relativo de las mujeres, particularmente en las tareas de producción. En el estudio se analizan los impactos en el mercado laboral femenino de la apertura comercial asociada a la firma del NAFTA en el período entre 1992 y 2001. Estas medidas fomentaron las exportaciones de nuevas empresas, y, a su vez, las inversiones en tecnologías de producción. **De esta manera, la introducción de tecnología computarizada de producción contribuyó a complementar el esfuerzo físico requerido para las tareas**

productivas, beneficiando a mujeres en ocupaciones como obreras y operarias. A través de dicho canal, se encontró que la liberalización de comercio aumentó la tasa relativa de participación laboral de mujeres *blue collar* (trabajadoras en empleos de producción), así como su salario relativo, en las industrias que experimentaron mayores reducciones de aranceles a la exportación. En cambio, no se encontraron variaciones significativas en lo que respecta a las trabajadoras *white collar* (empleos que no son de producción), entendiendo que la demanda de habilidades en dicha área no se ha modificado.

Sin embargo, algunas investigaciones evidencian la presencia de dificultades en la adopción de tecnologías por parte de las mujeres, así como su inserción laboral en empresas que se desarrollan en estos ámbitos. Estos hechos ponen obstáculos en la efectividad del canal tecnológico para generar impactos positivos en el mercado laboral femenino.

En este sentido, existe evidencia que afirma que los avances tecnológicos desplazan a las mujeres de los mercados laborales, debido a las barreras que enfrentan en cuanto al acceso y adopción de tecnologías y a su falta de formación en disciplinas relacionadas a las mismas. Esto se vincula con ciertas barreras basadas en estereotipos sociales y a desigualdades en sus trayectorias formativas. Por ejemplo, según un estudio del INTAL-BID sobre la población *millennial* de Argentina, las mujeres utilizan menos la tecnología en sus trabajos que los varones. Dicho estudio identifica otra brecha de género en cuanto a la posesión de dispositivos tecnológicos: se observa que casi un 65% de los hombres tiene computadora portátil, contra un 58% de mujeres (Basco y Carballo, 2017). Sumado a esto, una reciente encuesta realizada por el INTAL en conjunto con la Asociación Latinoamericana de Internet (ALAI) en un total de 1159 empresas de cinco países de la región (Argentina, Brasil, Chile, Colombia y México), encuentra que tan solo el 21% de las mujeres empleadas en las mismas poseían títulos relacionados a disciplinas STEM, contra el 25% de los hombres¹¹. Estas tendencias se corresponden con el alto grado de concentración del empleo femenino en industrias de baja tecnología, variable que decrece a medida que aumenta la adopción tecnológica de las empresas (Rocha y Winkler (2019) en Banco Mundial y OMC, 2020).

Un análisis realizado para países del Sur de Asia y América Latina presenta mayor evidencia acerca de por qué la adopción de tecnología puede no ser tan favorable para las mujeres. Entre los años 1985 y 2007, la actualización tecnológica en el sector manufacturero (calculada como el aumento de la productividad) se correspondió con un descenso de las tasas de participación laboral femenina en dicho sector. Esto se explica por la disminución de la demanda de mano de obra de bajo costo como consecuencia del cambio tecnológico y su reemplazo por trabajadores más calificados. Pueden esperarse entonces caídas tanto en el empleo como en salarios femeninos por contar las mujeres con menores niveles de calificación (Tejani y Milberg (2016) en Banco Mundial y OMC, 2020).

Otros canales menos explorados

Existen otros posibles canales de impacto del comercio en el mercado laboral femenino que aún no han sido lo suficientemente investigados en la región. Algunos tienden a afirmar, por ejemplo, que las mujeres se ven relegadas por el sector exportador e importador dadas sus supuestas restricciones en términos de horarios y extensión de jornadas laborales (Bøler, Javorcik y Ulltveit-Moe, 2018).

11. Promedio simple del total de empresas encuestadas. Elaboración propia en base a la encuesta EATEC 2019, realizada en Argentina, Brasil, Chile, Colombia y México.

Otros afirman que la apertura comercial tiene impactos negativos para las mujeres en su probabilidad de ser empleadas de manera formal. Esto se debe a su menor concentración en empresas orientadas al comercio internacional, que suelen tener mayores niveles de empleo formal (Yahmed y Bombarda, 2020).

Según Bøler, Javorcik y Ulltveit-Moe (2018), el comercio puede generar un aumento de la desigualdad femenina, dado que las empresas exportadoras requieren jornadas laborales más extendidas y mayor disponibilidad horaria. Por el hecho de estar expuestas a mayor competencia y comerciar con socios localizados en el exterior, las empresas del sector exportador suelen requerir mayor compromiso, exigencia y flexibilidad dada la diferencia horaria con sus clientes, proveedores y filiales. Los autores sugieren que, **debido a que las mujeres son percibidas por los empleadores como menos flexibles y confiables por su mayor carga de trabajo familiar, la apertura comercial podría derivar en una mayor brecha de género en la participación en el mercado laboral**¹².



En esta línea, los autores estudian esta hipótesis para el caso de Noruega en el período de 1996 a 2010 y **verifican que la diferencia horaria entre las empresas exportadoras y sus socios están asociadas a mayores niveles de brecha salarial de género**. Encuentran que, cuando una firma ingresa al sector exportador, esta brecha se incrementa en 3 pp., mayormente para las mujeres con niveles educativos más altos. Asimismo, la brecha salarial aumenta conforme crece la producción exportada, la cantidad de mercados a los que proveen y la variedad de productos (Bøler, Javorcik y Ulltveit-Moe, 2018).

Otros estudios han explorado el canal de impacto de la apertura comercial sobre la estructura laboral en términos de formalidad e informalidad. Ben Yahmed y Bombarda (2020) encuentran que, frente a la liberalización arancelaria, las mujeres presentaron menores probabilidades que los varones de trabajar formalmente en el mercado laboral mexicano. Los autores realizaron un estudio sobre la apertura comercial en México y sus impactos de género en la formalización del empleo para los años 1993 y 2001. **Según el estudio, las empresas más orientadas al comercio son intensivas en empleo formal. En este sentido, la liberalización comercial tendrá diferentes impactos entre géneros de acuerdo al nivel de concentración de empleo masculino o femenino entre sectores**. Es decir, las mujeres aumentarán su empleo formal si están concentradas en empresas orientadas al comercio. Los resultados del estudio indican que, en el sector manufacturero, tanto hombres como mujeres aumentaron su empleo formal, pero los hombres en mayor medida. **En contraste, en el sector no transable, las mujeres aumentaron su informalidad, particularmente las de bajo nivel educativo**. La probabilidad de los hombres en este último sector no se modificó.

En el mismo sentido, un análisis realizado por el Banco Mundial y OMC (2020) en base a los datos del World Enterprise Survey indica que, entre las mujeres, la probabilidad de trabajar de manera informal disminuye considerablemente si se insertan en sectores expuestos al comercio internacional y forman parte de cadenas globales de valor (CGV). La probabilidad de pertenecer al sector informal se traslada del 20% en sectores con bajos niveles de exportaciones e integración a CGV al 13% en sectores marcadamente exportadores e integrados. Asimismo, este declive de probabilidades es mayor para las mujeres en comparación con los hombres (7pp. vs 5 pp.).

¹². Sin embargo, es importante aclarar que en dicha investigación no se indaga sobre la posibilidad de que las mujeres prefieran trabajos más flexibles o menos demandantes, en lugar de tratarse puramente de una conducta del empleador. Esta preferencia se origina en la desproporcionada carga de trabajo doméstico que ellas presentan en relación a los hombres, situación que las deja con menor disponibilidad de tiempo para dedicar al trabajo remunerado.

4.2

TRABAJADORAS AGRÍCOLAS

En América Latina, se estima que aproximadamente el 7% de las mujeres está empleada en el sector agrícola¹³. **Dentro de este, la mayoría están empleadas en el mercado agroexportador no tradicional. Sin embargo, a menudo se concentran en trabajos de bajos salarios, temporales, casuales y estacionales.** Como lo señala Jones (2008) para los casos del sector agrícola en exportaciones no-tradicionales de kiwi y uvas de mesa en Chile, de flores en Colombia, Costa Rica, Ecuador, y México, y de tomates en Colombia, Costa Rica, Ecuador, y México, y de tomates y hortalizas en México, Costa Rica, Guatemala y Jamaica, las mujeres son una proporción muy elevada del empleo, pero se concentran en los puestos de baja calificación, con bajos salarios y mínima seguridad en el empleo (Jones, 2008). Esto queda evidenciado también en la investigación de Azar, Espino y Salvador (2009) que desarrolló estudios de caso en sectores agroexportadores de países del Cono Sur.



Las mujeres agricultoras se encuentran en una situación vulnerable tanto en lo que refiere a su nivel de educación como a aspectos socioeconómicos¹⁴ según indican los datos del 2018 de la encuesta realizada por la alianza INTAL-Latinobarómetro. Solamente el 63% de las mujeres agricultoras de la región ha alcanzado la educación básica, seguido por el 32% que tiene educación media y sólo el 5% nivel superior. En cuanto al nivel socioeconómico, se encontró que este sector es el que más mujeres agrupa en los peldaños más vulnerables, totalizando un 31% entre situación “mala” y “muy mala” y un 46% “regular”.

La marcada segregación horizontal de empleos por género está generalizada en todas las etapas de la cadena de valor agrícola. Las mujeres tienden a ser empleadas en la cosecha, pelado/corte de fruta, clasificación y empaque, mientras que los hombres trabajan en maquinaria, carga y descarga de cajas y otros trabajos pesados (Chan, 2013).

La segregación ocupacional vertical por género también es común, ya que las mujeres generalmente están subrepresentadas en trabajos mejor remunerados y más seguros en todos los sectores prioritarios (Chan, 2013). Si bien la inseguridad y precarización laboral afecta tanto a hombres como a mujeres trabajadoras, las mujeres tienen más probabilidades de ser encontradas en empleos no permanentes. En la industria frutícola chilena, por ejemplo, las mujeres representan el 50% de los trabajadores temporales y solo el 5% de los trabajadores permanentes (OIT, 2010; OIT-PNUD, 2019). La mayor parte de las mujeres trabajadoras agrícolas o bien trabajan en tierras familiares, o son contratadas en mercados informales, por lo que no suelen contar con contratos que les proporcionen control sobre su trabajo y seguridad laboral (Banco Mundial, 2009).

Además, dentro del ámbito rural, las mujeres suelen tener un muy bajo acceso a la propiedad de la tierra. Por ejemplo, en Ecuador, durante el período entre 2007 y 2014, el 61% de las mujeres de las zonas rurales se dedicaban a actividades agrícolas, pero solo el 10% eran propietarias (FIDA, 2020).

13. Según datos del Banco Mundial de 2019, disponibles en: <https://data.worldbank.org/indicator/SL.AGR.EMPL.FE.ZS>

14. Fuente: Elaboración propia en base a datos del 2018 de la encuesta Latinobarómetro. Disponibles en: <http://www.latinobarometro.org/lat.jsp>

El mercado laboral rural presenta un alto grado de heterogeneidad. Un estudio de Alfaro (2019) estima la brecha de ingreso de género en el mercado laboral agrario peruano y muestra que la misma aumentó entre 2004 y 2011. Además, explica que la magnitud varía fuertemente al desagregar por cuantil de ingreso: en 2011 una mujer ganó en promedio 42% menos que un hombre en el agro en Perú; esta medida alcanzó el 60% para el cuantil 0,10 y 37% para el cuantil 0,9. El autor expone que el principal determinante de esta brecha es el estado civil de la mujer, dado que al estar casada o convivir en pareja reduce su capacidad de generar ingresos respecto al hombre. **Por lo tanto, el origen de la brecha de género estudiada se encuentra en los factores culturales de asignación de tareas y no en el mercado laboral en sí.** Galarza y Jaimes (2018) estimaron una brecha salarial por hora en el sector rural promedio 26% / 29% en contra de la mujer, y al desagregar por ingreso encuentran que la misma es inexistente en el percentil 75%.

Las mujeres se benefician en menor grado que los hombres de las oportunidades laborales creadas por el comercio internacional de productos agrícolas. Si bien el comercio puede brindar oportunidades a las mujeres a través del acceso a nuevos mercados, tecnología, mayor competencia y aumento del valor agregado de los productos agrícolas (Banco Mundial y OMC, 2020), existen diversas restricciones que complejizan poder acceder a dichas ventajas. En este sector, las mujeres generalmente son agricultoras de cultivos alimentarios de pequeña escala, mientras que los hombres suelen participar más activamente en la producción y comercialización de productos agrícolas en mercados regionales e internacionales (IANGWE, 2011).

Las mujeres participan en menor medida que los hombres en los mercados de exportación y en las cadenas globales de valor porque presentan mayores barreras de entrada (Chan, 2013). Estas suelen dedicarse a la producción de subsistencia porque les resulta más complicado identificar y aprovechar las oportunidades del comercio en relación a los hombres. Dado su menor nivel educativo y capacitación, las mujeres en el sector agrícola enfrentan limitaciones en cuanto a la posibilidad de aumentar su productividad y, por lo tanto, sus ganancias a través del uso de mejoras tecnológicas como fertilizantes y semillas mejoradas. Además, se les dificulta el cumplimiento de los procedimientos fronterizos que son a menudo complejos. Suelen ser excluidas de redes de distribución dominadas por hombres y es por esta razón que también les es más difícil conseguir clientes por vías tradicionales. Su limitado acceso a la financiación y restricciones a la propiedad de la tierra limita su participación en el comercio, enfrentando numerosas barreras al querer expandirse y realizar inversiones productivas (Banco Mundial y OMC, 2015).

Particularmente, las pocas pequeñas agricultoras que logran comerciar tienden a estar en desventaja cuando se produce la liberalización de los mercados agrícolas porque tienen un acceso limitado al crédito, a los insumos agrícolas y al conocimiento de *marketing*; que forman parte de los requerimientos para competir exitosamente con los productos importados y en los mercados internacionales. Estas desventajas reducen la productividad y la competitividad de las mujeres como actores en la cadena de valor agrícola, así como su efectividad general en el mercado (IANWGE, 2011).

Como se ha desarrollado en la sección 3, **un aspecto importante a tener en cuenta es que, dadas las condiciones de alta informalidad del sector agrícola, las inequidades de género en él son más difíciles de cuantificar que en otros sectores.** En la medida en que las mujeres se concentran tanto en el trabajo no remunerado como en el trabajo ocasional, sus esfuerzos en la agricultura están infrarrepresentados y no se suele contar con datos precisos (World Bank, 2009). Es por esta razón que los estudios sobre impacto del comercio en el mercado laboral femenino suelen realizarse sobre la base de la economía formal, en su mayor parte en el empleo industrial, y son escasos en el sector agricultor informal.

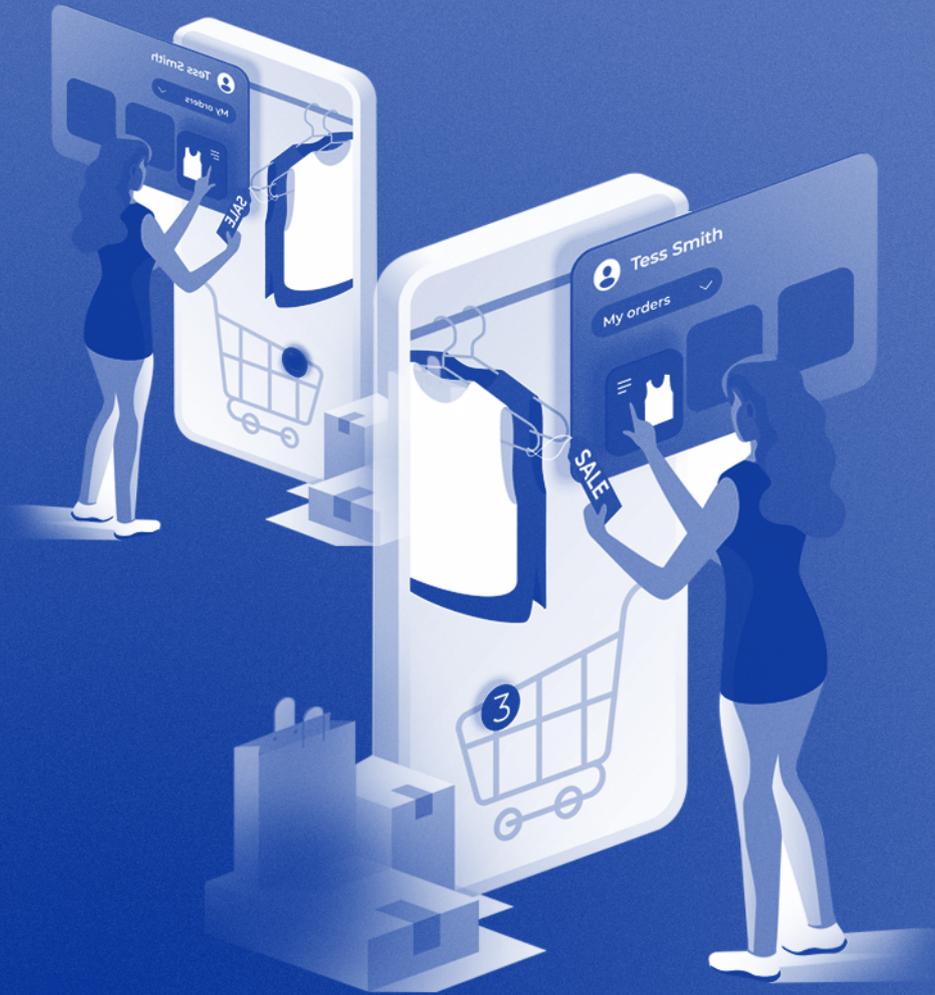
Box 1. Cláusulas de género en los acuerdos comerciales.

La incorporación de cláusulas de género en los acuerdos comerciales puede contribuir a mitigar impactos desfavorables del comercio en las mujeres. La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) patrocina la adopción de políticas comerciales que aborden los posibles impactos sobre sectores desventajados, como el caso de las mujeres de la región. Así es que la UNCTAD alienta la incorporación del enfoque de género en las políticas y tratados comerciales que promuevan la formación de capacidades en las mujeres. Estas deben focalizarse en que las mujeres aprovechen las oportunidades del comercio mediante la adquisición de habilidades, el fomento de mercados laborales no discriminatorios y la provisión de un acceso igualitario a recursos, para asegurar que los tratados comerciales beneficien también a las mujeres (UNCTAD, 2009).

Varios acuerdos comerciales en América Latina incorporan disposiciones de género, por ejemplo, los recientes acuerdos entre Chile-Uruguay, Chile-Argentina, Chile-Canadá, Chile-UE, Chile, Colombia, México y Perú con países asociados y Canadá-Mercosur. Todos ellos fueron firmados entre los años 2016 y 2017 o se encuentran en negociación. Si bien aún no se han realizado estudios sobre el impacto que estos generan dada su reciente implementación, pueden constituir un medio para vehicular importantes mejoras en términos de equidad para las mujeres de la región.

Como se observa, Chile es un pionero en este tema. El más reciente acuerdo de este país, hasta la fecha, es el que entró en vigor el 1 de mayo de 2019: el Acuerdo de Libre Comercio entre Chile y Argentina. El acuerdo incorpora un capítulo de género (ACE Capítulo 15: "Género y Comercio") que es el primero que firma Argentina en esta materia. El fin del capítulo es mejorar el acceso de las mujeres a las oportunidades económicas, promoviendo su participación en la economía nacional e internacional, y alentando políticas y prácticas de equidad de género para un desarrollo económico sostenible.

La Secretaría del Commonwealth, por su parte, plantea en su "Guía para la Acción sobre Género y Comercio (2007)" los elementos que los negociadores deben tener en cuenta para integrar el género a las negociaciones comerciales. En términos generales estos son: el marco legal de la negociación y cómo éste afecta a las mujeres; el acceso a mercado en sectores sensibles para el empleo femenino; reservas de servicios en áreas sensibles para igualdad de género; información sobre impacto diferenciado sobre mujeres y hombres; tener claro los logros a los cuales se aspira en temas de género; proteger los derechos laborales básicos de las mujeres; debe haber consultas con actores de sociedad civil y organizaciones de mujeres y debe incorporarse profesionales expertas en género en equipos negociadores.



> CONSUMIDORAS: Atisbos de mejora

Una dimensión relevante de análisis es el impacto del comercio en las mujeres como consumidoras. La introducción de medidas arancelarias puede originar cambios en la estructura de precios relativos de una economía, dando lugar a diferentes impactos en el bienestar de los individuos según su patrón de consumo (Daniels, 2006; Fontana, 2007). Este patrón difiere según el nivel socioeconómico o el género del jefe del hogar. Por un lado, los hogares de menores ingresos tienden a dedicar mayor parte de su consumo en bienes transables y, por otro lado, los ingresos de las mujeres presentan mayor probabilidad de ser canalizado en gastos del hogar, que promueve el bienestar de otros miembros de la familia (Daniels, 2006). Comparativamente, las mujeres suelen invertir más en alimentación, salud y educación para sus hijos que sus pares masculinos (BID, 2015). Es de esperarse, entonces, que el efecto de las medidas comerciales difiera de acuerdo a las mencionadas características.

Frente a procesos de apertura comercial, las mujeres como consumidoras pueden beneficiarse a medida que las importaciones se expanden y se abaratan. Esto puede tener importantes beneficios para el bienestar de los hogares de responsabilidad femenina, donde una gran parte de su gasto corresponde a bienes de consumo básico. Si bien la evidencia indica que estos procesos las benefician, su efecto positivo o negativo dependerá de su patrón de consumo, los tipos de bienes alcanzados por las reducciones arancelarias y los efectos fiscales que estas medidas traigan aparejadas. Como consumidoras de servicios públicos, las mujeres pueden verse negativamente afectadas por recortes del gasto social debido a que la eliminación de aranceles supone una disminución de ingresos del Estado. Ellas tienden a experimentar más fuertemente este efecto porque son las principales proveedoras de servicios domésticos y de cuidado no remunerado en el hogar. Si se establecen nuevos impuestos para compensar estas pérdidas, las mujeres como contribuyentes pueden verse afectadas positiva o negativamente. Esto depende del tipo de impuesto que se aplique. Si se introducen de forma indirecta, como el IVA y otros impuestos a las ventas, tienen mayor incidencia sobre las mujeres porque suelen pertenecer al sector de menores ingresos de la sociedad y, por lo tanto, destinar mayor parte de su ingreso a bienes de consumo. En cambio, al aumentar impuestos a bienes de lujo mientras se reducen o mantienen los otros impuestos, podría beneficiarlas (UNCTAD, 2019b). Por otro lado, los cambios en la contribución al ingreso de los hogares afectan las dinámicas dentro de los mismos. Si las mujeres, como consecuencia de los beneficios del comercio internacional, se involucran en empleos de mejores salarios, aumenta su bienestar, empoderamiento e independencia frente a sus parejas. Además, puede redundar en un aumento del porcentaje de los gastos del hogar en bienes preferidos por ellas (Banco Mundial y OMC, 2020).

Un estudio que analiza los impactos de la liberalización comercial en el bienestar de los hogares en Sudáfrica encuentra que, durante este proceso, los hogares encabezados por mujeres se vieron más beneficiados que los hombres porque experimentaron una incidencia menor de los aranceles en su gasto. Dicho estudio, realizado por Daniels (2006) se enmarca en el contexto de la reducción arancelaria de las importaciones en los años 1995, 2000 y 2004. Mediante el análisis de los patrones de consumo, encuentra que, en general, todos los hogares experimentaron ganancias en su bienestar económico, siendo este efecto más prominente entre los de bajo ingreso por la reducción de precios de bienes transables. Al diferenciar por género del jefe de hogar, observan que los encabezados por varones experimentaron cambios menos favorables que las mujeres en la incidencia de aranceles en su gasto. **Según el estudio, esto se explica por las diferencias en los patrones de consumo entre ambos géneros. Los hombres destinaban mayor parte de su consumo a bienes que presentaron una carga arancelaria más alta o que no experimentaron reducciones arancelarias durante el proceso de liberalización. En cambio, las mujeres destinaban mayor parte de su consumo a bienes básicos, como alimentos y bebidas, que presentaban menores niveles arancelarios y presentaron mayores reducciones arancelarias.**

Otro estudio, realizado en México por Aguayo-Tellez et al. (2010), analiza el impacto distribucional por género de la liberalización arancelaria entre los años 1990 y 2000 basados en la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) para hogares de parejas casadas con hijos. **Observan que, en dicho período,**

los gastos de los hogares se han desplazado desde bienes asociados principalmente al consumo masculino, como ropa de hombre y tabaco y alcohol, a aquellos asociados al consumo femenino, como la educación y ropa de mujer. Estos hechos indican mejoras en el poder de compra y las ganancias relativas de las mujeres a partir de 1990.

Siguiendo esta línea, un estudio sobre la base de 54 países en desarrollo evidencia que los recortes en los aranceles a la importación han resultado en mayores beneficios en términos de ingreso real para los hogares encabezados por mujeres en comparación con su contraparte masculina. Entre los países con mayores diferencias entre ambos grupos se encuentra Nicaragua, en donde las mujeres ganan un 2% más que los hombres frente a dicho escenario (Depetris-Chauvin y Porto (próximamente) en Banco Mundial y OMC, 2020).

Por último, la estructura arancelaria de un país puede generar diferencias en el bienestar por género si los productos clasificados como femeninos experimentan mayores gravámenes que los masculinos. Debido a que la carga tarifaria suele trasladarse al consumidor, las mujeres estarían soportando una carga impositiva mayor que los varones. Por ejemplo, un estudio en Estados Unidos observa que los aranceles eran, en promedio, mayores para los bienes femeninos que los masculinos (15,1% contra 11,9%). Se calcula que, en 2014, las consumidoras de productos de vestimenta y calzado importados habían pagado \$330 millones más en impuestos que si no hubieran existido sesgos de género en los aranceles, pudiendo tratarse de un número mayor dado que la carga arancelaria suele trasladarse a precios internos (Taylor y Dar, 2015).





> MUJERES EMPRENDEDORAS: Un trayecto con obstáculos

Las políticas comerciales tienen un impacto significativo en la viabilidad de las micro y pequeñas empresas y, por lo tanto, afectan una gran cantidad de mujeres que poseen o trabajan en estos negocios. Un estudio sobre importación, exportación e innovación en los países en desarrollo confirma que las empresas con participación en el comercio mundial son más grandes, más productivas y más intensivas en capital y pagan salarios más elevados que las empresas meramente domésticas. En particular, las que exportan e importan crecen más rápido e innovan más que cualquier otro grupo de empresas. Por último, las que no realizan actividad comercial conforman el grupo que menos crece y el menos innovador (ITC, 2015). Según el informe del ITC (2015), las PYMEs pertenecientes a mujeres en Estados Unidos que exportan tienden a ganar más, pagar más, contratar a más gente y ser más productivas que las empresas que solo operan en el mercado interno.

Cuando las empresas de propiedad femenina comercian en mercados extranjeros, su contribución al crecimiento es más alta que las empresas que no comercian, además de presentar mayores niveles de productividad e intensidad del capital (ITC, 2015). Sin embargo, en América Latina, si bien las mujeres representan aproximadamente el 50% de la población económicamente activa, su participación como emprendedoras no supera el 15% (GEM, 2017; Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico, 2018). Además, en el mundo, sólo una de cada cinco empresas¹⁵ pertenece a una mujer, y presentan más probabilidades de encontrar obstáculos al comercio¹⁶.

Estas firmas tienden a ser de menor tamaño y están concentradas en sectores que tienen menores economías de escala, mayores barreras de entrada, una menor rentabilidad, mayores dificultades para acceder al financiamiento y mantenerse en la exportación y una menor integración a las cadenas globales de suministro que las medianas y grandes empresas. De acuerdo con el Centro de Comercio Internacional (ITC) las empresas exportadoras a cargo de mujeres son más propensas a exportar que a importar, exportan a países vecinos, emplean relativamente más mujeres, pero tienen niveles más bajos de productividad. Este tipo de empresa es característica de los negocios que existen en América Latina y el Caribe (Klugman, 2016; Frohmann, 2019). Asimismo, suelen especializarse en sectores más protegidos y con mayores niveles de costos comerciales: el 55% del total de emprendimientos femeninos a nivel global pertenecen al rubro de textiles y vestimenta y alimentos y bebidas, y dentro del sector de servicios, la mayoría pertenece al comercio minorista (35%) y construcción (20%) (Banco Mundial y OMC, 2020).

Según el Banco Mundial y OMC (2020), las mujeres propietarias de empresas pueden beneficiarse del comercio internacional a través de la especialización en bienes y servicios con ventajas comparativas y/o de la inversión en nuevas tecnologías para hacer frente a la competencia externa y mejorar su productividad. Sin embargo, **América Latina y el Caribe es la segunda región a nivel global con el registro más alto de fracasos empresariales por parte de mujeres** (Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico, 2018). Entre las principales razones se observan una serie de restricciones estructurales, como el acceso a recursos, la educación, los sesgos regulatorios y la desigual división de responsabilidades domésticas. Las limitaciones se reflejan mayormente en empresas de mujeres más pequeñas en relación a las de los hombres. A su vez, el menor tamaño es también una restricción al crecimiento. Enfrentan mayores costos de exportación, así como demoras en el procesamiento de permisos comerciales, falta de acceso a la financiación comercial, se ven desproporcionadamente afectadas por las medidas no arancelarias y sufren de exclusión de las redes de distribución. Lo que lleva inevitablemente a que presenten mayores precios para los bienes que ofrecen. Este conjunto de factores



15. De las 25 encuestas de ITC realizadas a partir de 2010, se han evaluado datos desglosados por género en veinte, que se enumeran a continuación, por región.

Asia: Camboya, Indonesia, Sri Lanka

Américas: Jamaica, Paraguay, Trinidad y Tabago

Oriente Medio y Norte de África Egipto, Marruecos, Estado de Palestina, Túnez

África Oriental: Kenia, Madagascar, Malawi, Mauricio, Rwanda, República Unida de Tanzania

África Occidental: Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Guinea, Senegal

16. Según la información de Entrepreneurship Survey del Banco Mundial.

genera que las mujeres emprendedoras se beneficien menos del comercio que su contraparte masculina (Ver Sección 7) (WTO, 2017; ITC, 2015). **Mientras mayores sean las trabas que imposibilitan que las empresas de mujeres crezcan de tamaño, menores serán las posibilidades de que el comercio cierre las brechas de género.**

Existen algunas herramientas para mitigar el impacto negativo de las restricciones estructurales que enfrentan las mujeres. Para citar algunos ejemplos, es posible el diseño de políticas públicas con perspectiva de género como el programa ChileCompra y She Trades (para más detalle ver box 2), la capacitación y empoderamiento de mujeres empresarias a través de redes de networking, como Mujeres ConnectAmericas (para más detalle ver box 3), y la promoción del comercio electrónico que se explica más adelante en este documento.

Box 2.

ChileCompra y SheTrades

En el año 2015, ChileCompra emprendió un plan de acción para incrementar la participación de las mujeres en las compras públicas. El plan de ChileCompra incluye iniciativas de capacitación y certificación con el objetivo de aumentar la participación de mujeres emprendedoras en la contratación pública. El plan, que incentiva a las mujeres a registrarse y usar la plataforma ChileCompra para ser proveedores del Estado, cuenta con varias aristas.

En el 2017 ChileCompra ya había logrado que cerca de 25 mil mujeres empresarias sean oferentes de bienes y servicios en el sector público chileno. El plan pretende que, en sus compras, los organismos públicos que operan vía la plataforma de ChileCompra incorporen en sus bases de licitación criterios de evaluación referidos a materias de alto impacto social, como lo son las acciones que permiten la participación activa de las mujeres en el sistema de compras públicas. A fin de reconocer a las mujeres empresarias, ChileCompra creó el “Sello Empresa Mujer”, y es gracias a este sello que los compradores públicos pueden identificar a las empresas lideradas por mujeres o que sean en más del 50% propiedad de una o más mujeres.

A fines del 2016 ChileCompra se sumó a “SheTrades.com”, que es una plataforma en línea que apoya el esfuerzo global del Centro de Comercio Internacional de Naciones Unidas (ITC), parte del programa “Empowering Women to Trade”, con el objetivo de conectar a mujeres con el comercio internacional. La iniciativa SheTrades busca aumentar la participación de mujeres empresarias y productoras en las cadenas de valor mundiales y garantizar que disfruten de mayores beneficios económicos al participar en el comercio internacional. SheTrades se lanzó en 2015 con el objetivo de proporcionar una solución tecnológica para que las mujeres empresarias se conecten con los mercados internacionales, pero también ayuda a las corporaciones y gobiernos locales a incluir a más mujeres emprendedoras en sus cadenas de suministro. Todas las empresas registradas en la plataforma SheTrades se benefician de cursos on-line, sesiones de tutoría, seminarios web sobre negociación, comercio electrónico y análisis de mercado. ChileCompra anunció en el 2016, al sumarse a la iniciativa “SheTrades.com”, su compromiso de incluir 15.000 proveedoras del Estado e hizo también que la plataforma SheTrades.com esté disponible en español.

Fuente:

<https://www.chilecompra.cl/> y <https://www.shetrades.com/es>

Mujeres ConnectAmericas es un programa que fue lanzado en mayo de 2016 por el Banco Interamericano de Desarrollo con el apoyo de Google. Es una red que conecta a mujeres empresarias de América Latina y el Caribe, principalmente dueñas de MIPyMES, con oportunidades comerciales y también les ofrece herramientas para mejorar la gestión de sus empresas.

Además de ofrecer acceso a las comunidades de clientes, proveedores e inversores de la región y el mundo, la red fortalece las habilidades digitales y empresariales de las mujeres empresarias por medio de cursos y seminarios de capacitación en línea. Esta capacitación incluye cursos que enseñan habilidades tales como: cómo redactar un plan comercial, cómo acceder a capital, cómo hacer contratos y negocios, cómo vender por medio del comercio electrónico, cómo hacer marketing digital, cómo certificar productos, servicios o procesos, etc.

Mujeres ConnectAmericas también ayuda a desarrollar redes empresariales de mujeres empresarias promoviendo su participación en foros empresariales. Promueve e informa, además, sobre la actividad del sector relevante y sobre financiamiento con bancos aliados. La plataforma también permite a las emprendedoras participar en ruedas de negocio presenciales y virtuales. El acceso a todos los recursos de Mujeres ConnectAmericas es gratuito y la web está disponible en español, inglés y portugués.

Más de 450.000 emprendedoras de todo el mundo han visitado la plataforma y más de 59.000 empresarias se han registrado en la plataforma. Mujeres ConnectAmericas ofreció capacitación a más de 22.000 emprendedoras que han tomado cursos a través de las herramientas de e-learning que ofrece la plataforma (Mejía Rivas y Villota Romo, 2017; Gaitan, 2018).

Entre 2016 y 2017 se realizó una encuesta a empresarias de Chile y México registradas en la plataforma Mujeres ConnectAmericas en la que se encuestó a 946 empresarias (Mejía Rivas y Villota Romo, 2017). De allí se extrajeron las siguientes estadísticas que muestran las características de las mujeres

que participan, en estos dos países, de la plataforma Mujeres ConnectAmericas.

El 47% de estas mujeres tiene entre 36 y 49 años, el 27% es mayor a 50 años y el resto menos de 26 años. El 55% tiene un título universitario y el 23% ha hecho estudios de posgrado. Esto muestra que las usuarias de estas plataformas tienen un altísimo nivel educativo (Mejía Rivas y Villota Romo, 2017). El 51% de las empresarias son únicas dueñas. Tanto en México como en Chile, la gran mayoría de las empresas encuestadas son microempresas (76% en México y 69% en Chile).

Las empresas de las mujeres encuestadas se encuentran principalmente en el sector de alimentos y bebidas (19% del total encuestado), en el sector servicios comerciales y profesionales (16%), sector de indumentaria, textiles y accesorios (10%), en el de salud y belleza (7%) y en otros servicios no incluidos en otras categorías (7%).

Solo el 17% de las empresas encuestadas reportó tener algún certificado internacional de calidad en procesos, productos y/o servicios y solo el 12% de dichas empresas exporta periódicamente. Aunque cabe destacar que el 60% declaró no exportar, pero sí tener interés en hacerlo. En cuanto al financiamiento de las empresas exportadoras, el 60% se financia principalmente con ahorros personales o familiares.

En la encuesta las mujeres manifestaron que el principal obstáculo señalado que encuentran para la exportación es la dificultad de conseguir contactos y socios comerciales confiables en otros países y en segundo lugar señalan los altos costos de desarrollo de mercado, que tienen que ver con problemas de acceso a la información y a las inversiones que deben hacerse para evaluar a los potenciales clientes internacionales.

Estas cifras muestran todo el potencial que tienen iniciativas como Mujeres ConnectAmericas, que funcionan como motores para implementar alianzas destinadas a capacitar, conectar y certificar a empresas de mujeres de la región y abrirles así las puertas al comercio internacional.

Fuente:

Gaitan G. Loly A. (2018). *Overcoming Gender Challenges in E-Commerce: What is being done to support women owned MSMEs?*. CUTS International, Geneva.

Mejía Rivas, I. & Villota Romo, A. (2017). *Estudio de Diagnóstico - Empoderamiento Económico: Participación de las Mujeres Empresarias en el Comercio Exterior en Chile y México*. Banco Interamericano de Desarrollo.



RESTRICCIONES ESTRUCTURALES

La apertura comercial implica la necesidad de crecer, incrementar la productividad y competitividad, y muchas veces actualizarse tecnológicamente, lo cual puede ser particularmente difícil para empresas dirigidas por mujeres. Ellas se enfrentan a restricciones estructurales como sesgos de género en materia regulatoria, baja disponibilidad de tiempo, acceso limitado a redes de comercialización, crédito, capital y conocimientos técnicos, entre otros (UNCTAD, 2009).

Independientemente del sector en el cual se desempeñen las empresas de propiedad femenina, existen múltiples restricciones estructurales que dificultan en gran medida que las mujeres empresarias se beneficien de las oportunidades del comercio. Además, debido a estas restricciones, podrían enfrentar dificultades para expandirse y aumentar su productividad y competitividad, de forma tal de afrontar una situación de mayor competencia internacional. Estos obstáculos se relacionan con factores culturales, institucionales, educativos y económicos.

Sesgos regulatorios

Los obstáculos legales y regulatorios suelen ser mayores y más dificultosos para las mujeres. En algunos países, estos obstáculos restringen el derecho de las mujeres al trabajo y a la titularidad de activos. Esta desigualdad comienza con los derechos de sucesión. Según un estudio del Banco Mundial (2015), en 33 de los 173 países los hijos y las hijas no tienen los mismos derechos a la herencia de activos de sus padres, y en el 90% de esos países existe como mínimo una ley que dificulta las oportunidades económicas de las mujeres. Según el Banco Mundial (2020), solo cuatro de los 40 países del mundo con mayor puntaje en el índice de Mujeres, Empresas y Ley¹⁷ fueron de América Latina. Específicamente, en el capítulo de emprendedurismo, se indica que las mujeres en los países relevados de América Latina y el Caribe pueden firmar contratos y abrir una cuenta bancaria, y sólo 11 de 32 países tienen legislación en contra de discriminación basada en género para la obtención de crédito. Únicamente en Surinam la mujer no puede registrar un negocio.

Trabajo no remunerado

Si bien la economía del cuidado ha comenzado a valorarse e institucionalizarse, las mujeres siguen siendo las que proveen la mayor parte del trabajo no remunerado a nivel global. La distribución al interior de los hogares continúa siendo una fuente importante de desigualdad pese a los avances en términos de corresponsabilidad masculina en el hogar y de participación laboral de las mujeres (OIT, 2019b). Un informe de la OIT (2018) indica que, globalmente, las mujeres llevan a cabo la mayor carga horaria de trabajo no remunerado, representando el 76,2% del total horario. Según la CEPAL (2018), América Latina no escapa de estas tendencias mundiales, dado que el 77% del trabajo no remunerado es realizado por las mujeres.

La sobrecarga de trabajo no remunerado representa una barrera para las mujeres a la hora de responder a las nuevas oportunidades económicas¹⁸, como la apertura a nuevos mercados y negocios. Además, esta situación puede generar que las mujeres requieran participar en sectores con mayor flexibilidad horaria y es allí donde puede generarse también una barrera. **El comercio internacional requiere una mayor adaptación y disponibilidad a horarios no convencionales por las diferencias horarias entre clientes y proveedores.**

A esta situación se suma que las inversiones en políticas del cuidado continúan siendo muy escasas. Estas políticas permitirían una mejor participación femenina en otros sectores de la economía, por ejemplo, mediante la prestación directa de servicios de cuidado infantil o ancianos, así como transferencias y prestaciones de protección social relacionadas con los cuidados. En América Latina y el Caribe persisten estos déficits en términos de acceso a los servicios de cuidado. La cobertura en el acceso universal a servicios de cuidado infantil, por ejemplo, es muy heterogénea y está lejos de ser una realidad en algunos casos. Además, son casi inexistentes los servicios de cuidado a largo plazo para adultos mayores (OIT, 2019b)

17. El índice está estructurado en torno a las decisiones económicas que toman las mujeres en cada etapa de su vida laboral y permite establecer el modo en que la ley afecta las decisiones económicas que toman las mujeres.

18. Las mujeres con hijos pequeños tienen más dificultad para insertarse en el mercado laboral, y si no pueden tercerizar los cuidados (contratando servicios en el mercado) optan por el trabajo informal para resolver sus necesidades de conciliación entre familia y trabajo (Espino y Salvador, 2016).

Acceso al capital

Los emprendimientos femeninos suelen enfrentar dificultades en el acceso al financiamiento debido a que tienen menores garantías materiales¹⁹ y reputacionales. Todo esto suele implicar que no puedan cumplir los requisitos necesarios para obtener préstamos bancarios y podría explicar el hecho de que se centren en empresas menos intensivas de capital (ITC, 2015). Según un informe del BID (2015), el 70% de las PYMES de América Latina de propiedad femenina que necesitaban un préstamo, no han podido obtenerlo a través de las entidades bancarias.

Se estimó en 2018 que, a nivel mundial, existe una brecha de US\$ 287.000 millones para el financiamiento a pequeñas y medianas empresas de propiedad de mujeres. América Latina se ubica como la región con la mayor brecha (US\$ 85.638 millones). Más del 70% de las pequeñas y medianas empresas de propiedad femenina de los países en desarrollo tienen un acceso inadecuado o inexistente a los servicios financieros. Existen, además, patrones socioculturales que han limitado el acceso de las mujeres a la propiedad y que repercuten en su posibilidad de contar con garantías o colaterales para ser sujetos de crédito. Además, la brecha salarial repercute en su elegibilidad para poder tener acceso a montos mayores de financiamiento. La falta de ingresos y las responsabilidades domésticas inciden en que las mujeres establezcan empresas más pequeñas e informales, de tal manera que desde las entidades financieras sean consideradas de alto riesgo. Esto repercute en los pequeños montos prestados y altas tasas de interés (Azar, Lara y Mejía, 2018).

En esta línea, una reciente investigación realizada por el BID para el caso chileno comprueba que existe una discriminación de género sustancial a la hora de otorgar préstamos. Mediante un diseño experimental en el cual se observa la interacción entre usuarios y ejecutivos de cuenta reales, logran obtener estimaciones causales y evidenciar que la tasa de aprobación de solicitudes es un 18% menor para las mujeres. Además, comprueban que estas diferencias se deben a cuestiones basadas en el gusto de los ejecutivos de cuenta, sin importar si la *performance* crediticia de las mujeres solicitantes era mejor que la de los hombres. Se observa, asimismo, que la mayor parte de este efecto discriminatorio proviene de ejecutivos hombres (Montoya et al., 2020).

Acceso a las redes y la información de mercados

Para poder ampliar sus negocios, ser más productivas e innovar, las mujeres necesitan un mayor acceso a los mercados domésticos, regionales e internacionales. El acceso a los mercados mediante la participación en las cadenas de suministro brinda inmensas oportunidades a las empresas pertenecientes a mujeres. Las redes empresariales ofrecen capacitación formal, información, asesoramiento, acceso a los mercados, alianzas y promoción de políticas, así como estímulo y apoyo a los emprendedores. Sin embargo, las mujeres empresarias tienen menos probabilidades de pertenecer a las redes empresariales formales que los hombres, dado que los obstáculos y las normas sociales pueden impedir que tengan acceso a ellas (ITC, 2015). Según un estudio de Kelley, Bosma, Amorós y GERA (2011) las mujeres empresarias poseen redes más pequeñas que los hombres y menos diversas y tienden a confiar más en los contactos personales.

¹⁹Las garantías físicas pueden verse limitadas por cuestiones simples como los sistemas de registro de la propiedad que muchas veces considera como titular sólo a uno de los propietarios y, por la cultura androcéntrica, se escoge al del varón.

Desajustes de competencias

La desconexión existente entre la educación y las competencias necesarias afecta más a las mujeres que a los hombres. Los sistemas educativos definen las normas de género de forma importante, y las escuelas y las universidades no siempre brindan a las niñas un entorno propicio para el aprendizaje. Además, las mujeres tienden a estudiar en mayor medida carreras asociadas a educación, salud, bienestar, humanidades y artes (ITC, 2015).

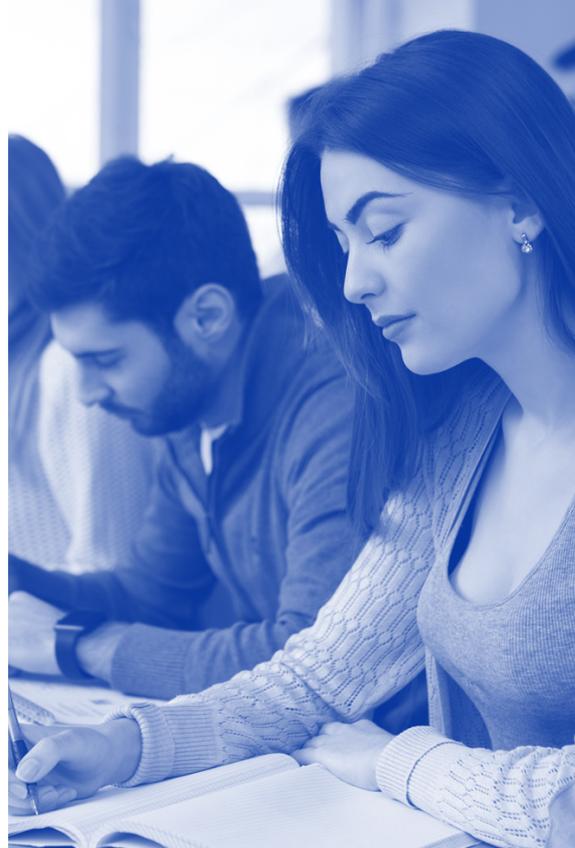
Un estudio realizado por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo muestra que los sectores de altas tecnologías, como el químico, eléctrico, de maquinaria y aplicaciones electrónicas, de maquinaria industrial y equipos de transporte, tienen un elevado impacto indirecto de exportaciones de servicios. Según dicho estudio, es necesario abordar la baja participación de las mujeres en las industrias de altas tecnologías para mejorar la igualdad de género (UNCTAD, 2015). Este patrón se observa, por ejemplo, en Argentina. De acuerdo a

un estudio realizado recientemente por el INTAL junto al equipo de Chicas en Tecnología (CET), solo uno de cada tres estudiantes en carreras asociadas a Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemática (CTIM) son mujeres (Basco et al., 2019). Esta brecha se reduce al analizar cursos brindados de manera virtual: evidencia empírica reciente no muestra brechas de género en las tasas de finalización de los cursos en línea abiertos masivos de STEM, aunque todavía hay una brecha de inscripción (Jiang et al. (2018), en Banco Mundial y OMC, 2020).

Como consecuencia de la falta de capacitación y de orientación vocacional, las mujeres poseen menores habilidades necesarias para emprender y gerenciar y un menor acceso a programas de soporte de emprendedores, como servicios de capacitación para el desarrollo de negocios. Estas barreras las perjudican tanto en el establecimiento de sus propias empresas como en el éxito de las mismas (Vossenber, 2013).

Brechas de información

Al analizar el impacto del comercio en las brechas de género del mercado laboral femenino y empresas de propiedad de mujeres, los investigadores suelen encontrarse con brechas de información en tanto existe un gran sector inobservado. Esto se debe tanto a la alta proporción de trabajadoras femeninas en el sector informal como también a la falta de desagregación por género en las estadísticas comerciales. Según Meunier et al. (2017), sólo 44 de 143 países que analiza el Banco Mundial tienen desagregada la información oficial de dueño de empresa por género. Únicamente 5 economías de las 44 corresponden a América Latina y el Caribe. **En este sentido, la escasez de datos precisos dificulta la realización de diagnósticos sobre la situación estructural de las mujeres y las evaluaciones de impacto de determinadas medidas. Por ende, pone un importante obstáculo al diseño de políticas públicas y comerciales para mitigar o aliviar las desigualdades de género en los diferentes mercados.**





EL COMERCIO ELECTRÓNICO COMO OPORTUNIDAD PARA LAS MUJERES

Internet brinda flexibilidad para superar numerosas limitaciones institucionales, de normas sociales, de tiempo y movilidad que enfrentan las mujeres al momento de participar en el mercado laboral y de comerciar con el mundo. Es de esperar, entonces, que la transformación digital, que aún está en proceso de crecimiento en América Latina, genere nuevas oportunidades a las mujeres y contribuya así a cerrar las brechas de género en los mercados laborales de la región.

En este documento se hace referencia al comercio electrónico (*e-commerce*) para referirnos, de forma general, a la venta de productos físicos por internet o a la entrega de servicios y productos por medio de plataformas digitales. Como varias de estas actividades de venta de servicios al exterior se llevan adelante por medio de tecnologías de intermediación (“economía gig”), se hablará en varias oportunidades de las características específicas de este tipo de plataformas. La economía gig se refiere a actividades del mercado laboral que se coordinan a través de

plataformas digitales. Las compañías que operan estas plataformas actúan como intermediarios, permitiendo a los compradores ordenar por internet una tarea específica a un trabajador. Los modelos operativos de las plataformas de economía gig se pueden dividir en “crowdwork” y en trabajo “on-demand”. Aquí se pone énfasis en el *crowdwork* porque las oportunidades de comercio electrónico están más presentes en ese tipo de actividades, que se refieren específicamente a tareas que se encargan y se llevan a cabo virtualmente a través de Internet. En estos casos los compradores de los servicios anuncian sus pedidos en las plataformas que son vistos por trabajadores ubicados en cualquier parte del mundo. En este modelo, el *crowdsourcer* y el *crowdworker* rara vez experimentan una interacción cara a cara.²⁰

Por sus características particulares **el e-commerce podría ayudar al empoderamiento económico de las mujeres**. En esta sección se busca explicar qué características especiales de este tipo de comercio podrían mejorar las oportunidades de las mujeres en la región, así como también los principales desafíos que enfrentan.

Beneficios del comercio electrónico para la mujer

Dados los avances tecnológicos de las últimas décadas, el comercio electrónico emerge como una oportunidad para las emprendedoras femeninas. Las nuevas tecnologías de la información y comunicación han contribuido a reducir los costos de transacción asociados a las restricciones de tiempo y movilidad. Además, facilitan el acceso a los mercados mundiales y por lo tanto ofrecen más oportunidades para la incorporación femenina a la economía global a un costo más bajo (WTO, 2017).

Al bajar el costo de entrada al mercado, la digitalización permite que las interrupciones en la carrera laboral de las mujeres asociadas a la maternidad no terminen expulsándolas definitivamente del mercado. Logrando así, que puedan reincorporarse al mercado más rápido, contrario a lo que sucede en los mercados tradicionales (*off-line*).

El comercio y las plataformas digitales también permiten que las personas puedan elegir de manera más flexible dónde, cómo y cuándo trabajar. Estas condiciones pueden aumentar el empleo femenino al permitirles combinar las responsabilidades laborales con las familiares, que de forma generalizada recaen más sobre las mujeres que sobre los hombres.

En algunos casos, este medio puede eliminar las interacciones cara a cara o enmascarar el género de las partes relevantes y así limitar las posibilidades de discriminación por género. Según un informe del ITC (2016), las micro y pequeñas empresas administradas por mujeres informaron que cuando se trata de cumplir con las normas y regulaciones, un proceso que a menudo involucra múltiples interacciones cara a cara, el “comportamiento discriminatorio de los funcionarios” es un problema importante (en comparación a lo reportado por empresas administradas por hombres). Estas interacciones son cada vez menos necesarias en el comercio electrónico.

Dadas estas ventajas, las MYPyME lideradas por mujeres ya están aprovechando este canal de comercialización. Las MYPyME lideradas por mujeres representan sólo el 25% de las empresas que utilizan medios tradicionales para comercializar y su participación se duplica entre las que utilizan el comercio electrónico (Gaitan, 2018). En la reciente encuesta *The Future of Business Survey* elaborada por Face-

20. Por el contrario, el trabajo “on-demand” se refiere a tareas que se llevan a cabo localmente, con el comprador y el proveedor físicamente muy cerca.

book, la OCDE y el Banco Mundial²¹, se observa que en Argentina, Brasil y Chile más del 30% de estos negocios son propiedad o administrados mayoritariamente por mujeres y valores cercanos al 26% se observan en Colombia, México y Perú²².

Las mujeres valoran en gran medida la flexibilidad horaria de este canal de comercio. En 2017, Hyperwallet encuestó a 2.000 trabajadoras de la economía gig en EE.UU. para comprender sus comportamientos, aspiraciones profesionales y desafíos como mujeres que trabajan a través de medios digitales. Entre las encuestadas, el 24% reportó que dejó su trabajo de tiempo completo para trabajar en la economía gig. Las razones más relevantes para dejar sus trabajos fueron: porque “necesitaban más tiempo para cuidar a un niño/padre/otro pariente” (28%); porque “su trabajo a tiempo completo era más estresante/quería más flexibilidad” (32%); o porque “le costó volver a trabajar a tiempo completo después de tener un hijo” (3%). En línea con estos resultados, Bustelo et al. (2019) muestran en Argentina, Colombia, Ecuador, Guatemala, Paraguay y Perú “la flexibilidad horaria es una de las principales razones por las que las mujeres participan en las plataformas digitales”.

Desafíos del comercio electrónico para la mujer

A pesar de los beneficios del comercio electrónico para la mujer, existe evidencia que indica que la desigualdad de género está presente en las interacciones comerciales *on-line* que parecían ser neutrales. Un estudio de caso que analiza las interacciones en eBay encuentra que las mujeres tienden a recibir una menor cantidad de ofertas y un pago menor en los procesos de subasta de bienes idénticos (Kricheli-Katz y Regev, 2016). Los autores muestran que las mujeres vendedoras reciben 80 centavos por cada dólar que recibe un hombre cuando vende productos nuevos idénticos en eBay y 97 centavos cuando vende el mismo producto usado. Así, incluso en un mercado que se supone bastante flexible y en ausencia de discriminación del empleador, las responsabilidades domésticas, que abrumadoramente recaen sobre las mujeres, afectan cómo ellas realizan su trabajo y, por lo tanto, cuánto ganan (Montserrat et al 2019).

Pese a estos resultados, Kleinberg et al. (2018) son optimistas en cuanto al potencial de las interacciones digitales para reducir la inequidad de género. Según estos autores, los algoritmos tienen el potencial para nuevas formas de transparencia y, por lo tanto, oportunidades para detectar la discriminación que de otro modo no estaría disponible *off-line*. **Esto implica que los algoritmos no solo son una amenaza, sino que, con las garantías/regulación adecuadas, pueden ser una herramienta positiva para generar mayor equidad (Kleinberg et al, 2018). La clave está en definir e implementar esas garantías y regulaciones óptimas.**

Por otro lado, como se explica en la sección anterior, es menos probable que las mujeres trabajen en tecnologías de la información y comunicación. Además tienen acceso desigual a Internet, lo que dificulta su plena inserción en este tipo de actividades que requieren conocimientos de TIC. Así, los estereotipos de género y la segregación ocupacional podrían perpetuar en mercados digitales las brechas de género observadas en los mercados tradicionales. Como fue mencionado, y a modo de ejemplo, en Argentina, solo uno de cada tres estudiantes en carreras asociadas a Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemática (CTIM) son mujeres (Basco et al., 2019). Además, de acuerdo a los datos del 2018 de la alianza INTAL-Latinobarómetro, la tasa de posesión de teléfonos móviles por parte de las mujeres es inferior a la de los hombres: sólo el 43% de las mujeres latinoamericanas tienen acceso a un teléfono inteligente, contra el 51% de los hombres.

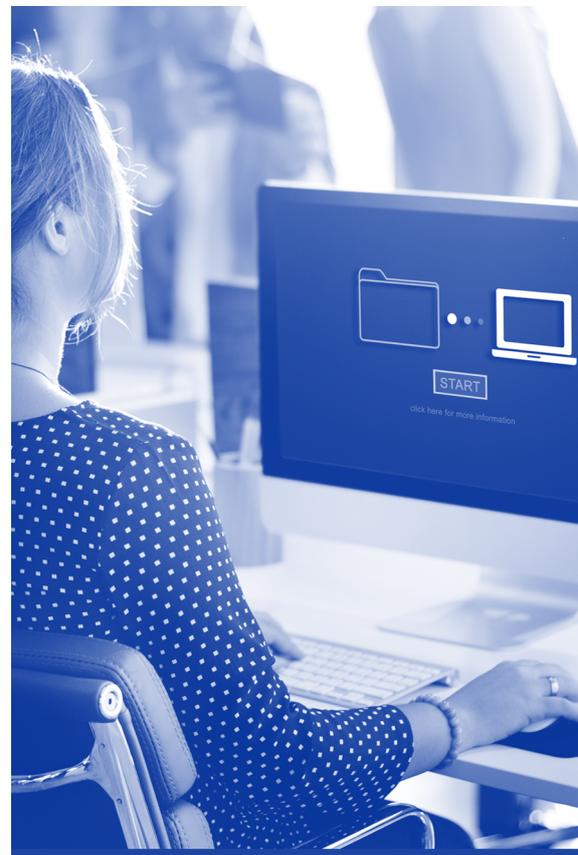
21. La encuesta pregunta sobre las percepciones, desafíos y perspectivas de las pequeñas y medianas empresas que están presentes en internet en 33 países

22. La definición está basada en “al menos el 65% de los miembros son mujeres”.

Existe una brecha de género importante en el uso de Internet. Según datos de eTrade for Women - UNCTAD, en el mundo un 12% menos de mujeres usan Internet que los hombres. En América Latina, en el periodo 2017-2018, el porcentaje de acceso a internet fue del 63% para hombres y del 57% para mujeres (Montserrat et al., 2019). Según la alianza INTAL-Latinobarómetro del 2018, existe una brecha de género de 5 pp. en la utilización del comercio electrónico: solamente el 23% de las mujeres realiza o le gustaría realizar este tipo de transacciones, contra el 28% de los varones²³.

Para que las mujeres emprendedoras participen en el mundo digital y accedan a todos los consumidores globales que el comercio digital ofrece, es fundamental aumentar el acceso a la red y la inclusión digital. De no ser así, la limitación de las mujeres en las habilidades digitales truncará sin dudas el potencial beneficio que ofrecería el comercio electrónico para el empoderamiento económico de las mujeres de la región. Además de la brecha en acceso, Montserrat et al (2019) encuentran, para 6 países de la región, que las mujeres “hacen un uso más limitado de los dispositivos digitales y de internet”.

En este sentido, sería beneficioso que las mujeres adquieran competencias tecnológicas adecuadas que les permitan influir en la creación y el uso de tecnología (Montserrat et al, 2019). Esto contribuirá a que las oportunidades digitales sean más inclusivas para ambos sexos, sin sesgos de género en las tecnologías/algoritmos de la inteligencia artificial.



23. Fuente: Elaboración propia en base a datos de Latinobarómetro 2018. Disponibles en: <http://www.latinobarometro.org/lat.jsp>



> CONCLUSIONES

En este documento se han presentado los principales debates sobre la relación entre género y comercio internacional. Al profundizar en el análisis de los interrogantes propuestos, se observa que los hallazgos encontrados en cada investigación no se pueden generalizar, dado que dependen de diversos factores, propios de cada situación y país.

La situación de las mujeres en América Latina y el Caribe se encuentra atravesada por los patrones de desigualdad de género presentes a nivel global. Sin embargo, dados los menores niveles de desarrollo económico de la región, las desigualdades se hacen más presentes y afectan en mayor medida a este grupo poblacional. La participación laboral femenina, si bien se encuentra en aumento, continúa siendo un desafío pendiente en el mercado laboral, así como la presencia de importantes brechas salariales de género en todas las ocupaciones. Existen estereotipos que relegan a las mujeres a realizar la mayor parte del trabajo de cuidado no remunerado en el hogar y dificultan su acceso a nuevas oportunidades de trabajo. La segregación laboral, además, las desplaza a empleos de baja calidad los cuales limitan su

crecimiento profesional. Los anteriores factores se evidencian en la gran cantidad de mujeres trabajadoras en los sectores informales de la economía, aunque también se encuentran en los sectores formales. Sumado a esto, las mujeres enfrentan sesgos regulatorios, culturales y un acceso limitado al capital e información que impiden su desarrollo como emprendedoras. Estas condiciones las sitúan en una situación de desventaja para aprovechar los beneficios que el comercio trae aparejados.

La evidencia muestra que el comercio mitiga, replica o magnifica las desigualdades de género en función del rol que ocupa la mujer, ya sea como trabajadora asalariada, consumidora o emprendedora. También depende del punto de partida de cada país y cada mujer, de su estructura productiva, aspectos culturales, de las regulaciones e instituciones laborales y sociales y de la distribución del ingreso, entre otros factores.

Existen distintos canales para explicar los impactos del comercio en las mujeres como trabajadoras. En primer lugar, desde el enfoque de las ventajas comparativas se afirma que la apertura comercial conlleva mejoras en el mercado laboral femenino en términos de participación y salarios. Estos procesos generan que los países fortalezcan la producción y exportaciones en aquellos sectores donde cuentan con ventajas comparativas. Según diferentes autores, los países en desarrollo cuentan con abundante mano de obra de baja calificación y hacen uso intensivo de esta. Como las mujeres están sobrerrepresentadas dentro de la misma, con la apertura comercial la demanda de empleo femenino aumentará, así como su salario relativo.

En segundo lugar, la teoría de Becker indica que la apertura comercial disminuye la discriminación de género en el mercado de trabajo. Debido al aumento de la competencia externa, las empresas deben aumentar su competitividad ajustando costos, entre ellos, el diferencial salarial mayor pagado a los hombres. En consecuencia, el aumento del comercio generará una reducción de la brecha salarial de género.

Existe también otro canal asociado a las actualizaciones tecnológicas que indica que el aumento del comercio beneficia a las mujeres en términos de empleo. Este proceso conlleva mejoras en la tecnología asociada a la producción, la cual complementa las menores habilidades físicas de las mujeres y elimina este limitante para su contratación. Sin embargo, se observa que las mujeres en la región presentan una menor adopción de las nuevas tecnologías y son minoría a la hora de estudiar disciplinas asociadas a la ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas (CTIM), lo que obstaculiza la viabilidad de este canal.

Al analizar las distintas conclusiones de los estudios empíricos llevados a cabo en América Latina y el Caribe sobre el mercado de trabajo, se observa que estos mecanismos no se cumplen en todos los países. Los efectos dependerán de las diferentes estructuras productivas, las características de cada mercado, la distribución de ventajas comparativas y de cuáles sean los sectores intensivos en empleo femenino. Los factores institucionales y culturales de cada país son también determinantes de los impactos del comercio en las mujeres.

Por otro lado, las mujeres como consumidoras pueden verse afectadas por el abaratamiento de los bienes que consumen. La evidencia indica que destinan una mayor proporción de su ingreso a bienes básicos, por lo que la liberalización puede beneficiarlas abaratando los bienes importados y diversificando sus posibilidades de consumo. Además, se ha encontrado que en algunos países los productos femeninos cargan con mayores aranceles que los masculinos, por lo que la apertura

comercial podría contribuir a un mayor bienestar de las mujeres como consumidoras al eliminar estos aranceles y reducir los precios pagados por ellas. Si bien los estudios presentados concluyen que las mujeres se ven impactadas positivamente, ello dependerá de los distintos patrones de consumo, los tipos de bienes alcanzados por las reducciones arancelarias y las modificaciones impositivas y fiscales que estos procesos traigan aparejados.

Las mujeres como empresarias también poseen mayores desafíos para aprovechar los beneficios del comercio que los hombres. Si bien las empresas exportadoras lideradas por mujeres tienden a presentar mayores beneficios que las empresas que apuntan al mercado doméstico, en América Latina y el Caribe sólo 1 de cada 5 empresas exportadoras está administrada por una mujer (ITC, 2015). Esto se debe a los obstáculos que deben atravesar como empresarias y emprendedoras. Las mujeres tienen -relativo a los hombres- más trabas regulatorias; menor acceso al capital y a los mercados internacionales; manejan empresas de menor tamaño por lo que enfrentan costos de transacción mayores; y deben lidiar con una desconexión entre la educación que reciben y las competencias que precisan para salir exitosamente al mundo. Todo esto mientras realizan mayor trabajo no remunerado en el hogar.

Si bien la mujer viene ganando terreno en cuestiones de derechos y oportunidades, todavía queda un largo camino por recorrer, como demuestra la evidencia presentada. Las nuevas tecnologías, el boom del comercio electrónico y la incorporación de cláusulas de género en los acuerdos comerciales les brindan a las mujeres más herramientas para poder beneficiarse del comercio internacional, pero no es suficiente para abordar las cuestiones de fondo.

La desigualdad de acceso a oportunidades continúa siendo un problema fundamental en la población femenina. Los gobiernos deben trabajar sobre las restricciones enumeradas en este documento para reducir las desigualdades de género en el mercado laboral como en el uso del tiempo en el hogar. El diseño de política pública con enfoque de género es reciente en la región pero es otro gran paso para contribuir a reducir esta brecha.

Para poder brindarles mayores oportunidades a las mujeres es necesario, además, reducir la brecha de información. Al analizar el mercado laboral, los investigadores se encuentran con un gran sector inobservado de la población femenina para el cual no se puede medir el impacto del comercio, dado que se encuentran en la economía informal. Dicha brecha se presenta también cuando se busca comparar la gestión de empresas por género. **Aunque difícil, es imperiosa tanto la apertura de la información por género como la medición del sector no observado de la economía, para poder entender mejor cuáles son los impactos diferenciados entre hombres y mujeres.**

Este estudio busca continuar comprendiendo la situación actual de las mujeres en la región. Los avances en la calidad y desagregación de los datos han dado origen a múltiples investigaciones que pretenden entender mejor los vínculos entre género y comercio. Sin embargo, aún se observan brechas de conocimiento que dificultan el análisis y el correcto diseño de políticas públicas. Esto complejiza definir la participación femenina en las actividades económicas, el impacto de políticas o acuerdos comerciales en la población femenina como en la actividad económica (Carr y Williams (2010) en Eguíluz, Vásquez y Espino, 2012). En este sentido, se deberá seguir trabajando a la par de los gobiernos latinoamericanos para la apertura de la información, la realización de nuevas investigaciones y la búsqueda de más y mejores políticas para lograr equidad de acceso a oportunidades por parte de ambos géneros.

Una futura agenda de investigación podría centrarse en: (i) analizar la presencia de sesgos de género en la definición de instrumentos tradicionales de política comercial; (ii) el estudio desde la economía del comportamiento y el entendimiento de qué factores inconscientes o irracionales influyen en la decisión de exportar en las mujeres; (iii) generar conocimiento y obtener datos que permitan comprender si las empresas exportadoras contribuyen a disminuir la inequidad de género, en particular al interior de estas firmas; (iv) desarrollar evidencia sobre los sesgos de género presentes en el comercio electrónico; (v) sistematizar la experiencia de los organismos encargados de promocionar el comercio exterior a partir de identificar y compartir buenas prácticas basadas en equidad de género; (vi) analizar la efectividad e impacto en la implementación de los compromisos sobre género y comercio que se establecen en los acuerdos; e (vii) investigar de manera prospectiva el posible impacto que puede tener en la brecha de género en el avance del 5G en la región y su consiguiente incremento en la exportación de servicios.

La equidad de género y el desarrollo económico son dos objetivos que van de la mano, se complementan y retroalimentan. Remover los mencionados obstáculos permitirá alcanzar sociedades más justas e inclusivas, con mayores y mejores oportunidades para las mujeres. En consecuencia, se lograrán importantes reducciones de pobreza, incrementos de capital humano, mayores rendimientos de las inversiones productivas y niveles de crecimiento económico. **Fomentar la inclusión femenina significa también entonces trabajar por una mejora en las condiciones de vida de todos los habitantes de la región.**



REFERENCIAS

- Aguayo-Tellez, E., Airola, J., & Juhn, C. (2010). *Did trade liberalization help women? The case of Mexico in the 1990s* (No. w16195). National Bureau of Economic Research.
- Alazzawi, S. (2013). Did trade liberalization benefit female workers? Evidence on wage and employment effects from Egypt. *Economic Research Forum (ERF)*.
- Alesina A and D. Rodrick D (1994). Distributive politics and economic growth. *The Quarterly Journal of Economics. MIT Press. Vol. 109(2): 465-490.*
- Alfaro, D. (2019). *Brechas de género en el ingreso: una mirada más allá de la media del sector agropecuario*. Universidad de San Andrés.
- Arrow, K. J. (1973). The Theory of Discrimination, en O. Ashenfelter and A. Rees (eds.), *Discrimination in Labor Markets*, Princeton, NJ: Princeton University Press. ISBN 0-691-04170-9.
- Artecona, R., & Cunningham, W. (2002). *Effects of trade liberalization on the gender wage gap in Mexico*. World Bank.
- Azar, P.; Espino, A. & Salvador, S. (2009). *Los vínculos entre comercio, género y equidad. Un análisis para seis países de América Latina*. Capítulo Latinoamericano de la Red Internacional de Género y Comercio (LA-IGTN).
- Azar, K., Lara, E., & Mejía, D. (2018). *Inclusión Financiera de las mujeres en América Latina. Situación actual y recomendaciones de política. Políticas públicas y transformación productiva*; 30, Caracas: CAF. <http://scioteca.caf.com/handle/123456789/1162>
- Banco Interamericano de Desarrollo (2015). *Empoderamiento económico de las mujeres: Bueno para las mujeres, bueno para los negocios, bueno para el desarrollo*. Disponible en: <https://publications.iadb.org/es/publicacion/15425/empoderamiento-economico-de-las-mujeres-bueno-para-las-mujeres-bueno-para-los>
- Banco Mundial (2009). *Gender in Agriculture Sourcebook*. Washington DC: The World Bank.
- Banco Mundial (2014). *Women in the Private Sector in Latin America and the Caribbean. Latin America and the Caribbean Series Note No.4*. Washington DC: The World Bank
- Banco Mundial (2015). *Women, Business and the Law 2016*. Disponible en <http://wbl.worldbank.org/-/media/WBG/WBL/Documents/Reports/2016/Women-Business-and-the-Law-2016.pdf>
- Banco Mundial (2020). *Women, Business and the Law 2020*. Washington DC: The World Bank.

- Banco Mundial & Organización Mundial del Comercio. (2015). *The Role of Trade in Ending Poverty*. World Trade Organization: Geneva.
- Banco Mundial & Organización Mundial del Comercio. (2020). *Women and Trade: The Role of Trade in Promoting Gender Equality*. Washington DC: World Bank.
- Basco, A., Lavena, C. & Chicas en Tecnología (2019). *Un potencial con barreras: La participación de las mujeres en el área de Ciencia y Tecnología en Argentina*. INTAL-BID. Disponible en: <https://publications.iadb.org/es/un-potencial-con-barreras-la-participacion-de-las-mujeres-en-el-area-de-ciencia-y-tecnologia-en>
- Basco, Ana I. y Carballo, M. (2017). *Compás Millennial: la generación Y en la era de la integración 4.0*. Nota técnica IDB-TN-1283. Washington, D.C: Banco Interamericano de Desarrollo. Disponible en: <https://publications.iadb.org/es/compas-millennial-la-generacion-y-en-la-era-de-la-integracion-40>
- Becker, G. (1957). *The Economics of Discrimination*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Berik, G., van der Meulen Rodgers, Y., & Zveglic, J. E. (2004). *Does trade promote gender wage equity? Evidence from East Asia*. Labor and the Globalization of Production (pp. 146-178). Palgrave Macmillan, London.
- Black, S. & Brainerd, E (2000). Importing Equality? The Impact of Globalization on Gender Discrimination. *Working Paper. Federal Reserve Bank of New York*.
- Bøler, E. A., Javorcik, B., & Ulltveit-Moe, K. H. (2018). Working across time zones: Exporters and the gender wage gap. *Journal of International Economics*, 111, 122-133.
- Ben Yahmed, S., & Bombarda, P. (2020). Gender, informal employment and trade liberalization in Mexico. *The World Bank Economic Review*, 34(2), 259-283.
- Burnham, L., & Theodore, N. (2012). *Home economics: The invisible and unregulated world of domestic work*. National Domestic Workers Alliance.
- Bussmann, M. (2009). *The effect of trade openness on women's welfare and work life*. World Development, 37(6), 1027-1038.
- Busso, M., & Fonseca, D. R. (2015). Female labor force participation in Latin America: Patterns and explanations (No. 187). *Documento de Trabajo*.
- Centro de Comercio Internacional (ITC) (2015) *Abriendo Mercados para Mujeres Comerciantes*. Ginebra: ITC.
- Chan, M. K. (2013). *Informal workers in global horticulture and commodities value chains: A review of literature*. Women Informal Employ. Glob. Organ. Camb. MA.
- Chatham House y Vivideconomics (2010). *Evidencia para la acción: igualdad de género y crecimiento económico*. Disponible en: http://www.chathamhouse.org.uk/files/17416_0910gender.pdf
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2010). *Time for Equality: Closing Gaps, Opening Trails*. LC/G.2432(SES.33/3). Santiago.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2018). *Panorama Social de América Latina*. LC/PUB.2019/3-P, Santiago.

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) & Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2019). *Evolución y perspectivas de la participación laboral femenina en América Latina*. Coyuntura Laboral en América Latina y el Caribe, N° 21 (LC/TS.2019/66), Santiago.
- Contreras, D., Puentes, E., & Rau, T. (2004). *Trade openness and the female worker: The case of Chile. Women at Work: Challenges for Latin America*, 93-136.
- Daniels, R. C. (2008). *Gender dimensions to the incidence of tariff liberalization*. African Development Review, 20(1), 67-93.
- Espino, A. y Salvador, S. (2016). *Restricciones y oportunidades para promover el empoderamiento económico de las mujeres*. Montevideo: CIEDUR.
- Eguíluz Zamora A., Vásquez M. y Espino, A. (2012). *Avances en el proceso de incorporación del enfoque de género en operaciones de comercio*. BID. Nota técnica 464.
- Karla Hora M., Brito C. y Parada S. (2017) *Atlas de las mujeres rurales de América Latina y el Caribe: al tiempo de la vida y los hechos*. FAO.
- FIDA (2020). *Informe de género e inclusión social: Región Andina*.
- Fleck, S. (2001). *A gender perspective on maquila employment and wages in Mexico*. The Economics of Gender in Mexico, 133-173.
- Fontana M (2007). Does Trade affect Men and Women Differently? *PED-IADB Policy Forum on Trade and Poverty*, Lima, 11 June 2007. Recuperado de: http://www.pep-net.org/fileadmin/medias/pdf/files_events/fontana_pap.pdf.
- Frohmann, A. (2019). *Herramientas de política comercial para contribuir a la igualdad de género*. Serie Comercio Internacional, N° 153 (LC/TS.2019/111), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Gaddis, I., & Pieters, J. (2017). *The gendered labor market impacts of trade liberalization evidence from Brazil*. Journal of Human Resources, 52(2), 457-490.
- Galarza J y Jaimes C (2018). *Ingresos y educación en el sector rural colombiano*. Revista de Economía Institucional, vol 20, nro 38, 1er semestre 2018, 209-233.
- Gaitan, G. (2018). *Overcoming Gender Challenges in E-Commerce: What is being done to support women owned MSMEs?* Geneva: CUTS International, Geneva.
- GEM. (2017). *Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report*. Global Entrepreneurship Monitor.
- Hazarika, G., & Otero, R. (2004). *Foreign trade and the gender earnings differential in urban Mexico*. Journal of Economic Integration, 353-373.
- Hyperwallet (2017). *The Future of Gig Work is Female*. Disponible en: www.hyperwallet.com
- International Policy Centre for Inclusive Growth (IPC-IG) (2018). *Las mujeres en el trabajo: abordar las desigualdades*. Policy in Focus. Vol 15, No.1
- International Labour Organization. (2010). *Mujeres en los mercados laborales: medir el progreso e identificar desafíos*. Geneva.

- International Labour Organization. (2013). *Women and men in the informal economy: A statistical picture*. Second Edition. Geneva.
- International Labour Organization. (2016a). *World Employment and Social Outlook: Trends 2016*. Geneva.
- International Labour Organization. (2016b). *Women at Work, Trends 2016*. Geneva.
- International Labour Organization (2018). *El trabajo de cuidados y los trabajadores del cuidado para un futuro con trabajo decente*. Organización Internacional del Trabajo. Ginebra.
- International Labour Organization (2018). *Mujeres y Hombres en la Economía Informal*. Organización Internacional del Trabajo. Ginebra.
- International Labour Organization & PNUD (2019) *La segregación horizontal de género en los mercados laborales de ocho países de América Latina: implicancias para las desigualdades de género*. Oficina Regional para América Latina y el Caribe Organización Internacional del Trabajo, Perú y Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- International Labour Organization (2019). *La brecha salarial entre hombres y mujeres en América Latina: En el camino hacia la igualdad salarial*. Lima: OIT / Oficina Regional para América Latina y el Caribe, 2019. 108 p. (OIT Américas, Informes Técnicos 2019/16)
- International Labour Organization (2019b). *Panorama Laboral Temático 5: Mujeres en el mundo del trabajo. Retos pendientes hacia una efectiva equidad en América Latina y el Caribe*. Lima: OIT / Oficina Regional para América Latina y el Caribe.
- International Trade Center (2016). *SME Competitiveness Outlook 2016: Meeting the Standard for Trade*. ITC, Ginebra.
- Jones, N. (2008). *Untangling links between trade, poverty and gender*. Briefing Paper 38. United Kingdom: Overseas Development Institute.
- Juhn, C., Ujhelyi, G., & Villegas-Sanchez, C. (2014). *Men, women, and machines: How trade impacts gender inequality*. *Journal of Development Economics*, 106, 179-193.
- Kis-Katos, K., Pieters, J., & Sparrow, R. (2018). *Globalization and social change: Gender-specific effects of trade liberalization in Indonesia*. *IMF Economic Review*, 66(4), 763-793.
- Kelley, Donna J., Bosma, N. Amorós, J. E. & Global Entrepreneurship Research Association (GERA) (2011). *Global Entrepreneurship Monitor 2010*. Global Report.
- Kleinberg, J. Ludwig, J., Mullainathan, S., Sunstein, C. R. (2019). *Discrimination in the Age of Algorithms*. *Journal of Legal Analysis*, Volume 10, 2018, Pages 113
- Klugman, J. (2016). *The 2030 Agenda and the Potential Contribution of Trade to Gender Equality*. Geneva: International Centre for Trade and Sustainable Development (ICTSD).
- Kricheli-Katz y Regev (2016). *How many cents on the dollar? Women and men in product markets*. *SCIENCE ADVANCES* 19 FEB 2016: E1500599

- Menon, N., & Van der Meulen Rodgers, Y. (2009). *International trade and the gender wage gap: New evidence from India's manufacturing sector*. *World Development*, 37(5), 965-981.
- Meunier, F., Krylova, Y. & Ramalho, R. (2017). *Women's Entrepreneurship: How to Measure the Gap between New Female and Male Entrepreneurs?*. World Bank Policy Research Working Paper No. 8242
- Monserrat, B., Suaya, A. & Viollaz, M. (2019). *El futuro del trabajo en América Latina y el Caribe. ¿Cómo será el mercado laboral para las mujeres?* Banco Interamericano de Desarrollo.
- Montoya, A. M., Parrado, E., Solís, A. & Undurraga, R. (2020). *De Mal Gusto: Discriminación de género en el mercado de créditos de consumo*. Documento de Trabajo del Bid N° IDB-WP-1053.
- Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico (2018). *Primer informe: Programas de Apoyo al Emprendimiento Femenino en la Alianza de Pacífico*. Santiago de Chile.
- OCDE (2012). *Gender Equality in Education, Employment and Entrepreneurship: Final Report to the MCM 2012*. OECD Publishing. París.
- OCDE (2016a). *OECD Employment Outlook 2016*. OECD Publishing. París.
- OCDE (2016b). *Igualdad de Género en la Alianza del Pacífico: Promover el Empoderamiento Económico de la Mujer*. Éditions OCDE, París.
- Phelps, E. S. (1972). *The Statistical Theory of Racism and Sexism*. *American Economic Review*. 62: 659-661. JSTOR 1806107.
- Red Interagencial sobre la Mujer y la Igualdad de Género (IANGWE) (2011). *Igualdad de género y política comercial*. Resource Paper, Womenwatch. Disponible en: <http://www.un.org/womenwatch/feature/trade/>
- Secretaría del Commonwealth (2007). *Commonwealth plan of action for gender equality 2005-2015*. Baseline Assessment Report. En: <http://www.secretariat.thecommonwealth.org/files/251709/FileName/CommonwealthSecretariatGenderPoABaselineAssessmentReport-2012.pdf>
- Stupnytska, A., Koch, K., MacBeath, A., Lawson, S., Matsui, K. (2014). *Giving credit where it is due. How closing the credit gap for women-owned SMEs can drive global growth*. Global Markets Institute.
- Taylor, L. L., & Dar, J. (2015). *Fairer trade, removing gender bias in US import taxes*. The Takeaway, vol 6, issue 3. Mosbacher Institute.
- Terra, M., Bucheli, M., & Estrades, C. (2007). *Trade openness and gender in Uruguay: A CGE analysis*. Poverty and Economic Policy Research Network Working Paper No. 2008-16.
- UNCTAD (2009). *Mainstreaming gender in trade policy. Note by the UNCTAD secretariat*. Naciones Unidas: Nueva York y Ginebra.
- UNCTAD (2015) *¿Quién se beneficia de la liberalización del comercio en el Uruguay? Una perspectiva de género*. Naciones Unidas: Nueva York y Ginebra.
- UNCTAD. (2018). *Trade and Gender Linkages: An Analysis of MERCOSUR*. Naciones Unidas: Nueva York y Ginebra.

- UNCTAD. (2019). *Trade and Gender Nexus in the Context of Regional Integration: A Comparative Assessment of the East African Community (EAC) and the Southern Common Market (MERCOSUR)*. United Nations. New York and Geneva.
- UNCTAD. (2019b). *Making trade policies gender-responsive: data requirements, methodological developments and challenges*. United Nations. New York and Geneva.
- UN Women & International Trade Union Confederation (ITUC). (2013). *Domestic workers count too: Implementing protections for domestic workers*. New York. Available at: www.unwomen.org/~media/Headquarters/Attachments/
- Vaca Trigo, I. (2019) *Oportunidades y desafíos para la autonomía de las mujeres en el futuro escenario del trabajo*. Santiago: Cepal. Serie Asuntos de Género 154.
- Vanek, J., Chen, M. A., Carré, F., Heintz, J., & Hussmanns, R. (2014). *Statistics on the informal economy: Definitions, regional estimates and challenges*. Working informal migrant entrepreneurship and inclusive growth migration policy series, (68).
- Vossenbergh, S. (2013). *Women Entrepreneurship Promotion in Developing Countries: What explains the gender gap in entrepreneurship and how to close it*. Maastricht School of Management Working Paper Series, 8(1), 1-27.
- Yahmed, S. B. (2011). *Gender Wage Discrimination and Trade Openness*. En 10th journées Louis-André Gérard-Varet.
- Wacker, K. M., Cooray, A., & Gaddis, I. (2017). *Globalization and female labor force participation in developing countries: an empirical (re-) assessment*. En Globalization (pp. 545-583). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Wodon, T. & de la Brière, B. (2018). *Unrealized Potential: The High Cost of Gender Inequality in Earnings*. The Cost of Gender Inequality. Washington, DC: World Bank.
- Woetzel, J. (2015). *The power of parity: How advancing women's equality can add \$12 trillion to global growth* (No. id: 7570). McKinsey Global Institute
- World Economic Forum (2020). *Global Gender Wage Gap Report 2020*. WEF: Geneva.
- World Trade Organization (2017). *Gender Aware Trade Policy: A Springboard for Women's Economic Empowerment*. Disponible en: https://www.wto.org/english/news_e/news17_e/dgra_21jun17_e.pdf