

LAS MUJERES Y EL COMERCIO

EL PAPEL DEL COMERCIO EN LA PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD DE GÉNERO



GRUPO BANCO MUNDIAL



ORGANIZACIÓN
MUNDIAL
DEL COMERCIO

LAS MUJERES Y EL COMERCIO

EL PAPEL DEL COMERCIO EN LA PROMOCIÓN DE LA
IGUALDAD DE GÉNERO



Algunos derechos reservados

1 2 3 4 23 22 21 20

Esta obra ha sido realizada por el personal del Banco Mundial y de la Organización Mundial del Comercio, con contribuciones externas. Las constataciones, interpretaciones y conclusiones aquí expresadas no reflejan necesariamente las opiniones del Banco Mundial, de su Directorio Ejecutivo o de los Gobiernos representados por este, ni tampoco las de la Organización Mundial del Comercio, de sus asociados o de cualquiera de sus Miembros. Ni el Banco Mundial ni la Organización Mundial del Comercio garantizan la exactitud de los datos que figuran en esta publicación. Las fronteras, los colores, las denominaciones y demás datos que aparecen en los mapas de este documento no implican juicio alguno, por parte del Banco Mundial o de la Organización Mundial del Comercio, sobre la condición jurídica de ninguno de los territorios, ni la aprobación o aceptación de tales fronteras.

Nada de lo establecido en el presente documento constituirá o se considerará una limitación o renuncia a los privilegios e inmunidades del Banco Mundial o de la Organización Mundial del Comercio, los cuales se reservan específicamente en su totalidad.

Derechos y autorizaciones



Esta publicación está disponible bajo la licencia Creative Commons de Reconocimiento 3.0 para Organizaciones Intergubernamentales (CC BY 3.0 IGO), <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/igo>. Bajo la licencia Creative Commons de Reconocimiento, queda permitido copiar, distribuir, transmitir y adaptar esta obra, incluso para fines comerciales, en las siguientes condiciones:

Cita de la fuente—La obra debe citarse de la siguiente manera: Banco Mundial y Organización Mundial del Comercio. 2020. *Las mujeres y el comercio: el papel del comercio en la promoción de la igualdad de género*. Washington D.C.: Banco Mundial. Doi: 10.1596/978-1-4648-1541-6. Licencia: Creative Commons de Reconocimiento CC BY 3.0 IGO.

Traducciones—En caso de que se quiera traducir la presente publicación a lenguas distintas del español, el francés y el inglés, la cita de la fuente deberá ir acompañada de la siguiente nota de exención de responsabilidad: “*La presente traducción no es obra del Banco Mundial ni de la Organización Mundial del Comercio y no deberá considerarse traducción oficial de ninguno de dichos organismos. El Banco Mundial y la Organización Mundial del Comercio no responderán por el contenido ni los errores de la traducción*”.

Adaptaciones—En caso de que se haga una adaptación de la presente publicación, la cita de la fuente deberá ir acompañada de la siguiente nota de exención de responsabilidad: “*Esta es una adaptación de un documento original del Banco Mundial y de la Organización Mundial del Comercio. Las opiniones expresadas en esta adaptación son exclusiva responsabilidad de su autor o de sus autores y no son avaladas por el Banco Mundial ni la Organización Mundial del Comercio*”.

Contenido de terceros—Téngase presente que la autoría de todos los componentes de esta obra no es necesariamente del Banco Mundial ni de la Organización Mundial del Comercio, por lo que estos no garantizan que el uso de cualquiera de los distintos componentes o partes de esta obra no violará derechos de propiedad de terceros. El riesgo de reclamación derivado de dicha violación correrá por exclusiva cuenta del usuario: Si se desea reutilizar algún componente de esta obra, es responsabilidad del usuario determinar si debe solicitar autorización y obtener dicho permiso del propietario de los derechos de autor: Como ejemplos de componentes se pueden mencionar, entre otros, los cuadros, los gráficos o las imágenes.

Cualquier consulta sobre derechos y licencias deberá enviarse a la siguiente dirección: World Bank Publications, The World Bank Group, 1818 H Street NW, Washington, DC 20433, USA; correo electrónico: pubrights@worldbank.org

ISBN (edición impresa): 978-92-870-5318-3

ISBN (edición electrónica): 978-92-870-5319-0

Imagen de la portada: © Nadezda Grapes. Utilizada con la autorización de Nadezda Grapes; se requiere una autorización adicional para volver a utilizar la imagen.

Diseño de la portada y las páginas interiores: Rizoma, Bogotá, Colombia.

Diseño de la portada y las páginas interiores para las versiones española y francesa: Book Now Limited.

Se han solicitado los datos de la catalogación en la Biblioteca del Congreso.

Índice

- ix Prólogo
- xi Agradecimientos
- xiii Abreviaturas y siglas

- 1 Panorama general**
- 3 El comercio mejora la vida de las mujeres
- 8 La constante evolución del comercio crea nuevas oportunidades para las mujeres
- 12 Unas políticas mejores pueden ayudar a las mujeres a superar las dificultades que plantea el comercio y a maximizar sus beneficios
- 16 Esfuerzos colectivos para fomentar el comercio y la igualdad de género
- 17 Notas
- 18 Bibliografía

- 21 Capítulo 1**
Impacto del comercio en las mujeres y sus distintas funciones
- 22 Principales mensajes
- 24 Introducción
- 29 Cómo afecta el comercio a las trabajadoras
- 59 Cómo afecta el comercio a las mujeres productoras y propietarias de empresas
- 66 Cómo afecta el comercio a las mujeres consumidoras y responsables de la toma de decisiones
- 72 Anexo 1A
- 74 Anexo 1B
- 76 Anexo 1C

- 78 Notas
- 81 Bibliografía

- 87 Capítulo 2**
Cómo determinan las limitaciones y oportunidades la función de las mujeres en el comercio
- 88 Principales mensajes
- 90 Introducción
- 91 Obstáculos que reducen la participación de las mujeres en los beneficios que ofrece el comercio
- 125 Nuevas oportunidades para que las mujeres se beneficien del comercio
- 159 Notas
- 160 Bibliografía

- 173 Capítulo 3**
Respuestas de política para aumentar los beneficios que las mujeres obtienen del comercio
- 174 Principales mensajes
- 175 Prioridades para aumentar el acceso de las mujeres a los mercados
- 180 Prioridades para aumentar la capacidad de las mujeres de participar en el comercio internacional
- 181 Mitigar los riesgos comerciales que afrontan las mujeres
- 186 Esfuerzos colectivos para promover el empoderamiento económico de las mujeres
- 197 Medidas para promover la inclusión
- 199 Notas
- 200 Bibliografía

Recuadros

- 2** **Recuadro 0.1** Primeros indicios de la repercusión de la COVID-19 en el comercio y en las mujeres
- 25** **Recuadro 1.1** Términos clave empleados en el presente informe
- 56** **Recuadro 1.2** Una política de contratación en favor de la igualdad de remuneración de las mujeres
- 64** **Recuadro 1.3** Reducción de los costos logísticos de los fertilizantes y de la brecha de género en la productividad agropecuaria en Etiopía
- 92** **Recuadro 2.1** Las mujeres comerciantes suelen verse más afectadas por los conflictos y la violencia
- 94** **Recuadro 2.2** Las mercancías producidas por las mujeres están sujetas a aranceles más altos
- 102** **Recuadro 2.3** Las empresarias pakistaníes se enfrentan a numerosos problemas como consecuencia de las medidas no arancelarias
- 118** **Recuadro 2.4** La movilidad geográfica de las mujeres es más limitada que la de los hombres
- 125** **Recuadro 2.5** El comercio puede promover el desarrollo agropecuario y ayudar a cerrar la brecha de productividad entre hombres y mujeres
- 129** **Recuadro 2.6** COVID-19: Cómo afectará la perturbación de los servicios a las mujeres
- 137** **Recuadro 2.7** Consecuencias de la COVID-19 para las trabajadoras en las cadenas de valor mundiales del sector manufacturero
- 140** **Recuadro 2.8** Empleos e ingresos de las mujeres relacionados con la exportación en VietNam
- 147** **Recuadro 2.9** El empleo femenino y el ascenso en la cadena de valor mundial de dispositivos médicos en Costa Rica y la República Dominicana
- 151** **Recuadro 2.10** La plataforma de comercio electrónico en línea ofrece a las mujeres nuevas oportunidades comerciales
- 153** **Recuadro 2.11** Análisis de género del comercio electrónico y el comercio en línea en Asia Meridional y Asia Sudoriental
- 179** **Recuadro 3.1** Los beneficios de la facilitación del comercio para las mujeres
- 188** **Recuadro 3.2** Proyecto de Ley de Igualdad y Equidad de Género y Desarrollo de la Comunidad de África Oriental
- 193** **Recuadro 3.3** Los informes de los exámenes de las políticas comerciales de la OMC revelan una creciente pertinencia de las políticas de igualdad de género
- 194** **Recuadro 3.4** Empoderamiento económico de las mujeres en la iniciativa de Ayuda para el Comercio

Gráficos

- 5** **Gráfico 0.1** La proporción media de mano de obra femenina es más elevada en las empresas manufactureras que están integradas en el comercio mundial
- 5** **Gráfico 0.2** Las mujeres tienen menos probabilidades de tener un empleo informal si trabajan en sectores integrados en el comercio
- 6** **Gráfico 0.3** La estructura arancelaria actual beneficia a los hogares encabezados por hombres en el 78% de los países evaluados
- 8** **Gráfico 0.4** Los países que están más abiertos al comercio tienen niveles más altos de igualdad de género

- 9 **Gráfico 0.5** El empleo femenino se ha desplazado a los servicios, comparación entre 1991 y 2017
- 10 **Gráfico 0.6** Las empresas que participan en CVM emplean a más mujeres que las empresas que no participan en CVM
- 24 **Gráfico 1.1** La apertura y la liberalización del comercio aumentaron en las décadas de 1990 y 2000
- 26 **Gráfico 1.2** Los países que están más abiertos al comercio tienen niveles más altos de igualdad de género, 2017
- 27 **Gráfico 1.3** La desigualdad de género disminuye a medida que los países se especializan en CVM más sofisticadas.
- 29 **Gráfico 1.4** La proporción de mano de obra femenina aumenta a medida que los países se especializan en actividades comerciales y CVM más complejas
- 30 **Gráfico 1.5** La relación salarial entre hombres y mujeres disminuye a medida que la participación en el comercio comprende actividades comerciales y CVM más complejas
- 31 **Gráfico 1.6** Entre 1991 y 2017, la tasa de empleo femenino aumentó en la mayoría de las economías
- 32 **Gráfico 1.7** El empleo femenino se está desplazando de la agricultura a los servicios, comparación entre 1991 y 2017
- 33 **Gráfico 1.8** La agricultura sigue representando una gran parte del empleo femenino en determinadas regiones, comparación entre 1991 y 2017
- 34 **Gráfico 1.9** Los servicios más comerciables han generado el mayor crecimiento del empleo para ambos sexos, comparación entre 1991 y 2017
- 35 **Gráfico 1.10** La presencia de las mujeres en puestos altamente cualificados ha aumentado, comparación entre 1991 y 2017
- 36 **Gráfico 1.11** Los países de ingreso bajo emplean a muy pocas mujeres en puestos de trabajo altamente cualificados
- 37 **Gráfico 1.12** Los empleos del sector de los servicios requieren niveles de educación superior tanto en el caso de las mujeres como en el de los hombres
- 38 **Gráfico 1.13** Las ocupaciones cualificadas en el sector agropecuario y las ocupaciones elementales concentran la mayor proporción de mujeres en los países de ingreso bajo y de ingreso mediano bajo
- 40 **Gráfico 1.14** Las mujeres tienen menos probabilidades de tener un empleo informal si trabajan en sectores integrados en el comercio
- 41 **Gráfico 1.15** El empleo informal se mantiene en niveles elevados en varias regiones
- 43 **Gráfico 1.16** En las empresas manufactureras comerciantes de los países en desarrollo y emergentes, la participación de las mujeres en los salarios es considerablemente más elevada que en las empresas no comerciantes
- 44 **Gráfico 1.17** En los países en desarrollo, el aumento de las exportaciones de productos manufacturados está estrechamente vinculado al aumento de la participación de las mujeres en los salarios
- 45 **Gráfico 1.18** En los países en desarrollo y emergentes, se observa que las empresas manufactureras comerciantes tienen una proporción de mano de obra femenina considerablemente mayor que las empresas no comerciantes
- 46 **Gráfico 1.19** En los países en desarrollo y emergentes, la proporción media de mano de obra femenina es más elevada en las empresas manufactureras que exportan
- 47 **Gráfico 1.20** En los países en desarrollo y emergentes, la proporción media de mano de obra femenina es más elevada

en las empresas manufactureras que están integradas en el comercio mundial

- 48 Gráfico 1.21** La diferencia porcentual de la proporción de mano de obra femenina en las empresas exportadoras es más elevada en los sectores manufactureros con un bajo nivel de tecnología.
- 48 Gráfico 1.22** En el sector manufacturero, las empresas comerciantes administradas por mujeres tienen una mayor proporción de mano de obra femenina que las empresas no comerciantes
- 50 Gráfico 1.23** Persiste la brecha salarial entre mujeres y hombres
- 51 Gráfico 1.24** Los hombres suelen trabajar más horas que las mujeres, sobre todo en los países de ingreso bajo
- 52 Gráfico 1.25** En los países de ingreso mediano, la brecha salarial es menor que en los países de ingreso bajo
- 53 Gráfico 1.26** Las diferencias salariales entre mujeres y hombres se reducen con unos mayores niveles de educación
- 54 Gráfico 1.27** El tiempo que pasan las mujeres en el trabajo en comparación con los hombres aumenta con un mayor nivel de educación
- 58 Gráfico 1.28** La relación negativa entre la proporción de mano de obra femenina y el índice salarial medio es menor en el caso de las empresas que comercian
- 60 Gráfico 1.29** La proporción de empresas en general y empresas exportadoras propiedad de mujeres aumenta en paralelo al nivel de especialización de los países en el contexto de un comercio más complejo
- 61 Gráfico 1.30** El porcentaje de empresas de relevancia mundial propiedad de mujeres es bajo
- 62 Gráfico 1.31** Más del 50% de las empresas propiedad de mujeres se concentran en sectores con elevados obstáculos
- al comercio transfronterizo, tanto de mercancías como de servicios
- 63 Gráfico 1.32** Las empresas exportadoras propiedad mayoritariamente de hombres tienen un mejor desempeño y están más conectadas digitalmente que las empresas exportadoras propiedad de mujeres
- 65 Gráfico B1.3.1** Distribución de la productividad de los gestores de explotaciones agropecuarias, por género
- 68 Gráfico 1.33** La estructura arancelaria actual beneficia a los hogares encabezados por hombres en el 78% de los países evaluados
- 70 Gráfico 1.34** Las mujeres dedican mucho más tiempo que los hombres al cuidado de los hijos en todos los países
- 91 Gráfico 2.1** Las limitaciones que afectan a las mujeres en el comercio son diversas
- 96 Gráfico 2.2** Los sectores que emplean a más mujeres están sujetos a aranceles más altos sobre los insumos
- 97 Gráfico 2.3** En promedio, las mujeres trabajan en sectores de servicios con una menor intensidad comercial
- 98 Gráfico 2.4** En promedio, las mujeres se enfrentan a un costo de exportación un 13% más alto que los hombres
- 99 Gráfico 2.5** Los procedimientos y reglamentos aduaneros son más gravosos para las pequeñas empresas
- 102 Gráfico B2.3.1** Las empresas dirigidas por mujeres pakistaníes operan principalmente en la industria textil y alimentaria
- 103 Gráfico B2.3.2** Las medidas relacionadas con la exportación y los procedimientos de evaluación de la conformidad del Pakistán son los principales obstáculos a los que se enfrentan las empresas dirigidas por mujeres

- 107 Gráfico 2.6** Las tasas de finalización de la educación secundaria superior de las mujeres son inferiores a las de los hombres en los países de ingreso bajo e ingreso mediano bajo
- 109 Gráfico 2.7** Los sectores de alta intensidad comercial emplean a más trabajadores de los ámbitos de la ciencia, la tecnología, la ingeniería y las matemáticas
- 111 Gráfico 2.8** La brecha digital de género persiste
- 113 Gráfico 2.9** La legislación afecta a las mujeres durante toda su vida laboral
- 114 Gráfico 2.10** Cuando hay mayor igualdad de oportunidades, más mujeres trabajan y sus salarios son más altos
- 116 Gráfico 2.11** Las mujeres tienen menos probabilidades de ocupar puestos de dirección cuando carecen de derechos de propiedad
- 117 Gráfico 2.12** Las mujeres dedican mucho menos tiempo que los hombres al trabajo remunerado
- 119 Gráfico B2.4.1** Las mujeres suelen emigrar por motivos sociales, mientras que los hombres lo hacen por motivos económicos
- 127 Gráfico 2.13** La cuota de empleo correspondiente a los servicios ha aumentado de forma constante entre 1970 y 2010
- 128 Gráfico 2.14** Los servicios generan una parte creciente del valor añadido a los productos agropecuarios y manufactureros (2011-2016)
- 129 Gráfico B2.6.1** Las ocupaciones de las mujeres requieren más interacciones presenciales que las de los hombres y ofrecen menos oportunidades de teletrabajo
- 130 Gráfico B2.6.2** Las mujeres suelen trabajar en sectores de servicios que sufren mayores perturbaciones comerciales
- 131 Gráfico 2.15** La proporción de mano de obra femenina en la industria y la agricultura es menor que en la mayoría de los servicios
- 133 Gráfico 2.16** Las mujeres representan una proporción importante y creciente de los médicos en los países de la OCDE, 2000 frente a 2015
- 133 Gráfico 2.17** El comercio de servicios ha crecido más rápidamente que el de bienes
- 135 Gráfico 2.18** La proporción de empresas dirigidas por mujeres es mayor en el sector de servicios que en el sector manufacturero
- 137 Gráfico B2.7.1** La disminución de las importaciones estadounidenses fue acusada en muchos sectores manufactureros que participan de manera intensiva en las CVM, primer trimestre de 2020
- 139 Gráfico B2.7.2** Las importaciones a los Estados Unidos de productos manufacturados procedentes de determinados países registraron descensos ligeramente mayores en sectores que emplean a una gran proporción de trabajadoras de CVM en los países de origen, primer trimestre de 2020
- 139 Gráfico B2.7.3** Las exportaciones chinas de productos manufacturados a determinados países descendieron acusadamente respecto de los insumos de los sectores de las prendas de vestir y del calzado que emplean a una gran proporción de trabajadoras de CVM en los países de destino, primer trimestre de 2020
- 141 Gráfico B2.8.1** Empleo femenino basado en las exportaciones de Viet Nam
- 142 Gráfico 2.19** Las empresas que participan en CVM emplean a más mujeres que las empresas que no participan en CVM
- 144 Gráfico 2.20** Las pymes participan de manera significativa en las CVM a través de exportaciones indirectas y grandes empresas

- 145 Gráfico 2.21** Las mujeres tienen más probabilidades de trabajar en labores de producción y menos probabilidades de ser propietarias o directoras de empresas que participan en las CVM
- 148 Gráfico B2.9.1** Participación femenina sólida y sostenible en las CVM de dispositivos médicos
- 149 Gráfico 2.22** Los países en los puntos más altos del recorrido de ascenso en las CVM dan muestras de una mayor igualdad jurídica
- 152 Gráfico B2.10.1** Proporción de empresas dirigidas por mujeres y promedio de ventas, por sectores
- 154 Gráfico B2.11.1** Obstáculos al comercio electrónico, por género del director ejecutivo de la empresa en Asia Meridional
- 157 Gráfico 2.23** Las mujeres dedican más tiempo al hogar y menos a las actividades laborales
- 158 Gráfico 2.24** Las trabajadoras tienen una mayor probabilidad de perder el empleo debido a la automatización
- 189 Gráfico 3.1** La inclusión de disposiciones relativas al género en los ACPR no es reciente
- 190 Gráfico 3.2** Principales tipos generales de disposiciones relativas al género en los ACPR
- 193 Gráfico B3.3.1** El número de informes de EPC con políticas de igualdad de género ha aumentado
- 195 Gráfico B3.4.1** La promoción del empoderamiento económico de las mujeres está cada vez más presente en los objetivos de la Ayuda para el Comercio
- 196 Gráfico B3.4.2** Los donantes y los países asociados consideran que la Ayuda para el Comercio contribuye al empoderamiento económico de las mujeres por diferentes vías

Mapas

55 Mapa 1.1 En muchos países se sigue discriminando a las trabajadoras

112 Mapa 2.1 La brecha de género en la propiedad de móviles es especialmente importante en África y en Asia Meridional

Cuadros

94 Cuadro B2.2.1 Arancel aplicado en los principales mercados de destino, por género y decil salarial

95 Cuadro B2.2.2 Distribución de los ingresos entre mujeres y hombres

101 Cuadro 2.1 Se considera que la falta de acceso a la financiación y los costos del transporte son limitaciones importantes para las pymes de los países en desarrollo

106 Cuadro 2.2 Las solicitudes de financiación del comercio de empresas dirigidas por mujeres presentan tasas de rechazo más elevadas

151 Cuadro B2.10.1 Comparación de empresas dirigidas por mujeres y empresas dirigidas por hombres en Alibaba

182 Cuadro 3.1 Ejemplos de políticas de desarrollo de la capacidad comercial de las mujeres

Prólogo

El comercio ha mejorado el nivel de vida de miles de millones de personas, muchas de las cuales son mujeres. Numerosos datos empíricos demuestran que el comercio ha dado lugar a un aumento de la productividad, una mayor competencia, precios más bajos y un incremento de los ingresos y el bienestar. Sin embargo, como ha puesto de manifiesto la pandemia de COVID-19, el comercio puede verse gravemente perturbado. Existe el riesgo de que, a raíz de la crisis provocada por la COVID-19, se pierdan algunas de las ganancias económicas que han obtenido las mujeres gracias al comercio. Por consiguiente, la cooperación es esencial para mantener condiciones que permitan una rápida recuperación y para crear un comercio más inclusivo y sostenible en el futuro.

La finalidad de esta publicación *Las mujeres y el comercio* es arrojar luz sobre una esfera de la política comercial que ha recibido relativamente poca atención: el comercio y su impacto en las mujeres como trabajadoras, consumidoras y miembros de la familia. A primera vista, la política comercial es neutra en cuanto al género. Ningún país impone aranceles ni medidas no arancelarias en función del género. Sin embargo, un examen más detenido de la dimensión de género en las políticas comerciales revela importantes diferencias en la forma en que estas políticas afectan a las mujeres y a los hombres, e incluso a diferentes grupos de mujeres.

Aunque el trabajo de investigación se realizó antes de la pandemia mundial, las conclusiones del informe son más pertinentes que nunca. En el sector de las prendas de vestir, por ejemplo, las medidas de confinamiento han provocado un gran número de cancelaciones de pedidos y cierres de fábricas en Bangladesh, Camboya y Viet Nam. Las mujeres ocupan un número desproporcionado de puestos de trabajo en ese sector y son quienes efectúan la mayor parte de las compras de prendas de vestir para la familia. Sin embargo, los aranceles aplicados a las prendas de vestir siguen siendo persistentemente elevados en comparación con los que se aplican a otros

productos manufacturados. Esta disparidad equivale a un “arancel rosa”, que perjudica a las consumidoras en todo el mundo e impide que las mujeres trabajadoras de los países en desarrollo accedan a mayores oportunidades de exportación y mejores puestos de trabajo.

Una de las dificultades para analizar los vínculos entre el comercio y el género es la falta de datos desglosados por género. El presente informe ofrece un punto de partida para estudiar la incidencia del comercio en función del género, al establecer por primera vez un conjunto único de datos en el que la información laboral está desglosada por género a nivel de la rama de producción para un gran número de países. El análisis resultante muestra las promesas que encierra el comercio para las mujeres.

Las empresas que participan en el comercio internacional emplean a más mujeres. En los países en desarrollo, las mujeres representan el 33% de la fuerza laboral de las empresas que participan en el comercio internacional, frente a solo el 24% en las empresas no exportadoras. El comercio también genera mejores empleos para las mujeres. Los trabajadores de las economías desarrolladas y emergentes tienen un 50% más de probabilidades de obtener empleos formales si trabajan en sectores que comercian más o que están más integrados en las cadenas de valor mundiales. Los países más abiertos al comercio, según la relación entre comercio y producto interior bruto, tienen niveles más elevados de igualdad de género.

Será esencial comprender mejor la incidencia del comercio en las mujeres para el proceso de desarrollo de los países y la recuperación de la economía mundial tras la pandemia. En el presente informe se señalan varias tendencias que pueden aprovechar las mujeres: el crecimiento de los servicios, el auge de las cadenas de valor mundiales y la expansión de la economía digital. En esas tres esferas, las mujeres tienen la oportunidad de aumentar su participación en la fuerza laboral, mejorar

sus propias aptitudes y salarios, y encontrar formas de lograr un mejor equilibrio entre la vida profesional y la vida privada.

Los países que sepan aprovechar estas oportunidades se beneficiarán de una fuerza laboral más amplia y muy cualificada que puede contribuir a aumentar la productividad y los ingresos. Sin embargo, si se quieren maximizar los beneficios para las mujeres, es preciso evaluar las políticas comerciales teniendo en cuenta sus diferentes repercusiones en las mujeres y eliminar los “aranceles rosas” y otros sesgos implícitos. La apertura al comercio en sectores clave, como los servicios, puede crear nuevas y valiosas oportunidades para que las mujeres aprovechen los beneficios del comercio. Incluso unas simples intervenciones de facilitación del comercio pueden tener un gran impacto para las pequeñas comerciantes. Por ejemplo, se ha constatado que las inversiones en el alumbrado y la seguridad en la frontera reducen drásticamente el acoso contra las mujeres en África Subsahariana.

También se muestra en el informe que, a través del comercio, las mujeres pueden acceder a un empleo más cualificado. Sin embargo, eso depende de que se establezcan políticas

complementarias que incrementen la inversión en capital humano, en particular en las esferas de la educación y la salud. Esas inversiones, aún más importantes con miras a promover la recuperación después de la COVID-19, darían a las mujeres los medios necesarios para participar plenamente en la economía y aprovechar los beneficios de las tecnologías digitales. Las políticas complementarias deberían prever un mejor acceso a la financiación, incluida la financiación del comercio, así como la eliminación de los obstáculos jurídicos a los que se enfrentan las mujeres en muchos países.

El comercio por sí solo no es una panacea para cerrar la brecha de género. Sin embargo, el presente informe pone de manifiesto las oportunidades que ofrece un comercio más inclusivo. Destaca la forma en que, colectivamente, los Gobiernos, las organizaciones internacionales y el sector privado pueden crear —mediante iniciativas complementarias— las condiciones necesarias para que las mujeres se beneficien del comercio, en lugar de quedar rezagadas.

Mari E Pangestu
Directora Gerente
Banco Mundial

Roberto Azevêdo
Director General
Organización Mundial del Comercio

Agradecimientos

Las mujeres y el comercio: el papel del comercio en la promoción de la igualdad de género es un informe conjunto del Banco Mundial y de la Organización Mundial del Comercio (OMC). Coordinaron el informe Maria Liungman y Nadia Rocha, del Banco Mundial, y José-Antonio Monteiro y Roberta Piermartini, de la OMC. El equipo agradece la orientación y el apoyo de nuestros colegas del Banco Mundial: Caroline Freund, Directora Mundial, Comercio, Inversión y Competitividad; William Maloney, Economista Jefe para el Crecimiento Equitativo, las Finanzas y las Instituciones; el Grupo sobre Género del Banco Mundial, bajo la dirección de Caren Grown, Directora Global de Género; y Antonio Nucifora, Gerente de Práctica, Unidad de Comercio e Integración Regional; así como de nuestros colegas de la OMC: Aegyoungh Jung, Asesora Jurídica Principal del Director General; y Robert Koopman, Economista Jefe y Director de la División de Estudios Económicos y Estadística.

Los autores principales del informe son Erik Churchill y Deborah Winkler, del Banco Mundial, y José-Antonio Monteiro y Victor Stolzenburg, de la OMC. Otros autores son Julia Braunmiller, Paul Brenton, Álvaro Espitia, Michael Ferrantino, Tazeen Hasan, Claire Hollweg y Pierre Sauvé, del Banco Mundial, y Marc Auboin, Marc Bacchetta, Anoush der Boghossian, Lee-Ann Jackson, Gabrielle Marceau, Stela Rubinova y Ankai Xu, de la OMC.

Colegas internos y externos del Banco Mundial y de la OMC proporcionaron valiosos aportes a la investigación y documentos de antecedentes.: Erhan Artuc, Penny Bamber, Floriana Borino, Vicky Chemutai, Christina Constantinescu, Erwin Corong, Vivian Couto, Nicolas Depetris-Chauvin, Karina Fernandez-Stark, Isis Gaddis, Anusha Goyal, Danny Hamrick, Justine Lan, Eunhee Lee, Kevin Lefebvre, Maryla Maliszewska, Maria Masood, Ermira Mehmetaj, Dominique van der Mensbrugge, Enrico Nano, Anne Ong

Lopez, Israel Osorio-Rodart, Guido Porto, Bob Rijkers, Samidh Shrestha, Marie Sicut, Andrew Silva, Carmine Soprano, Louise Twinning Ward, Miguel Uribe y Huanjun Zhang.

Todos los documentos de antecedentes, datos y blogs se han publicado en el sitio web del Banco Mundial y pueden consultarse en: <https://www.worldbank.org/en/topic/trade/brief/trade-and-gender>.

Los coordinadores dan las gracias a los siguientes colegas internos y externos del Banco Mundial y de la OMC por sus útiles observaciones y orientaciones durante las diversas etapas de elaboración del informe: Kathleen Beegle, Bénédicte de la Brière, Antonia Carzaniga, Aileen Duong Yang, Ana Margarida Fernandez, Marzia Fontana, William Gain, Ejaz Ghani, June Ghimire, Noa Gimelli, Marcus Goldstein, Caren Grown, Lee-Ann Jackson, Kare Johard, Gabrielle Marceau, Guido Porto, Michele Ruta, Heidi Stensland y Kilara Suit.

La producción de la publicación estuvo a cargo de Stephen Pazdan y Patricia Katayama (Banco Mundial) y Anthony Martin (OMC). Mayya Revzina (Banco Mundial) prestó apoyo en materia de derechos. El equipo agradece a Stuart Grudgings y Nora Mara (Banco Mundial) sus servicios editoriales. El concepto gráfico, el diseño y la maquetación son obra de María Andrea Santos de Rizoma. Joseph Rebello, Erin Scronce, y Torie Smith (Banco Mundial) brindaron orientación, servicios y apoyo a la comunicación y la difusión.

El equipo del Banco Mundial agradece la ayuda financiera del Fondo General para el Comercio del Banco Mundial, el Departamento de Desarrollo Internacional (DFID) del Reino Unido, la Secretaría de Estado de Asuntos Económicos (SECO) de Suiza, el Ministerio de Relaciones Exteriores de Noruega, el Ministerio de Relaciones Exteriores de los Países Bajos y el Organismo Sueco de Cooperación para el Desarrollo Internacional (OSDI).



Abreviaturas y siglas

ACPR	acuerdo comercial preferencial	IVA	impuesto sobre el valor añadido
AfCTA	Zona de Libre Comercio Continental Africana	mipymes	micro, pequeñas y medianas empresas
AFT	Acuerdo sobre Facilitación del Comercio	NMF	nación más favorecida
AGOA	Ley sobre Crecimiento y Oportunidades para África	OCDE	Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos
CAO	Comunidad de África Oriental	OMC	Organización Mundial del Comercio
CTIM	ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas	PIB	producto interior bruto
CVM	cadena de valor mundial	PMA	país menos adelantado
EPC	examen de las políticas comerciales	pymes	pequeñas y medianas empresas
GATT	Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio	SPG	Sistema de Preferencias Generalizadas
IED	inversión extranjera directa	TI	tecnología de la información
ITC	Centro de Comercio Internacional	TIC	tecnología de la información y las comunicaciones
		TLCAN	Tratado de Libre Comercio de América del Norte

PANORAMA GENERAL

El objetivo del presente informe es mejorar la comprensión de los efectos del comercio y de la política comercial en la igualdad de género y facilitar a los responsables de la formulación de políticas datos sobre los beneficios que el comercio entraña para las mujeres, así como posibles soluciones de política. El informe se sirve de un marco conceptual que muestra los distintos canales de transmisión a través de los cuales el comercio y la política comercial

pueden incidir en las mujeres, según las tres funciones económicas esenciales que desempeñan en tanto que trabajadoras, consumidoras y responsables de la toma de decisiones. Asimismo, el informe reúne y analiza nuevos datos² para mostrar cómo el comercio y la política comercial pueden afectar a los hombres y las mujeres de distinta manera, por lo que respecta a los salarios, el consumo y el bienestar, así como en cuanto a la calidad

Recuadro 0.1 Primeros indicios de la repercusión de la COVID-19 en el comercio y en las mujeres

La pandemia de COVID-19 plantea graves problemas sanitarios y económicos para todos los países. Los primeros indicios señalan que es probable que la pandemia afecte a las mujeres más de lo que lo han hecho recesiones económicas anteriores, especialmente en los países de ingreso bajo (OMC, 2020). El comercio es uno de los canales a través de los cuales las mujeres se ven afectadas, a causa de los sectores en los que trabajan.

Por ejemplo, las mujeres representan entre el 60% y el 80% de la fuerza de trabajo de la cadena de valor mundial (CVM) de prendas de vestir, que se ha visto gravemente afectada por la pandemia. El gran volumen de cancelaciones de pedidos y el cierre temporal de comercios minoristas han sido un azote para la industria mundial de prendas de vestir y han ocasionado el cierre de fábricas en Bangladesh, Camboya, Viet Nam y otros países (Devnath, 2020). Toda la cadena de suministro mundial está sufriendo la pérdida de empleos, desde los dedicados a la selección de las fibras que se utilizan para fabricar textiles hasta los dedicados a la venta del producto acabado en una tienda física o en línea (BoF y McKinsey & Company, 2020). Dado que gran parte del gasto que se efectúa en prendas de vestir depende de factores estacionales, muchos de los ingresos se perderán definitivamente debido al confinamiento (Dennis, 2020).

Sectores como el turismo y la hostelería —en los que las mujeres desempeñan un papel

importante en tanto que empleadoras o empleadas— se han visto gravemente afectados por las restricciones que los países han impuesto en materia de viajes internacionales y de comercio para contener la pandemia. Se prevé también que estos sectores experimenten una recuperación relativamente lenta debido a la menor confianza del consumidor y a la mayor probabilidad de que se prolonguen las restricciones a la circulación internacional de personas (OMT, 2020). Otros sectores, como la artesanía y los servicios de alimentación, que dependen del turismo y cuyo personal es mayoritariamente femenino, también se han visto perjudicados.

Como consecuencia de las medidas de confinamiento y de distanciamiento social, algunas empresas han tenido que adoptar o incrementar el recurso al teletrabajo para asegurar la continuidad de sus actividades. Sin embargo, muchas mujeres sencillamente no pueden teletrabajar, en particular las empleadas en sectores como la manufactura ligera o el comercio minorista que requieren una interacción presencial (Adams-Prassl *et al.*, 2020). El hecho de que las mujeres tengan unos conocimientos en tecnología de la información muy inferiores y deban dedicar mucho más tiempo al cuidado de los hijos, a causa del cierre de las escuelas, también impide que puedan trabajar a distancia. Además, la disponibilidad de menos recursos financieros supone un mayor riesgo para la continuidad de las empresas propiedad de mujeres.

y la cantidad de empleos a los que pueden acceder. Nuevos análisis empíricos basados en estos datos indican que la expansión del comercio puede impulsar a los países a mejorar los derechos de las mujeres y promover la participación femenina en la economía.

El informe se presenta en el contexto de la pandemia de COVID-19, que ha puesto en evidencia las oportunidades y las dificultades económicas, algunas de ellas vinculadas al comercio, que afrontan las mujeres. Por ejemplo, el comercio de mercancías y servicios, especialmente el comercio en línea, ha ayudado a las mujeres a mitigar los efectos negativos de la crisis. Al mismo tiempo, debido a su especialización en la fabricación de prendas de vestir y la prestación de servicios turísticos, las mujeres han resultado ser más vulnerables a la perturbación comercial provocada por esta crisis (recuadro 0.1). En general, como algunos vínculos comerciales ya han desaparecido y el crecimiento del comercio a corto plazo sigue siendo débil, existe el riesgo de que las mujeres pierdan una parte importante de las ganancias económicas que han obtenido gracias al comercio.

Como se demuestra en este informe, las mujeres son a menudo más vulnerables económicamente que los hombres; por lo tanto, es probable que su resiliencia ante la crisis sea menor. A medida que las economías se recuperen de la crisis, los Gobiernos deberán generar un crecimiento a largo plazo que beneficie a hombres y mujeres por igual, abordando las limitaciones que afrontan las mujeres. Aunque la mayor parte de este informe se elaboró antes de que comenzara la pandemia de COVID-19, los responsables de la formulación de políticas podrán servirse de la información que recoge para encontrar el modo de que el comercio pueda seguir beneficiando a las mujeres.

El comercio mejora la vida de las mujeres

En un mundo integrado, la presión competitiva generada por el comercio aumenta el costo de la discriminación contra las mujeres. Los países que no permiten a las mujeres participar plenamente en la economía son menos competitivos a nivel internacional, en especial los países cuyas industrias de exportación tienen en general altas tasas de empleo de mujeres (Banco Mundial, 2011).

El nuevo análisis elaborado para este informe confirma que el comercio puede aportar beneficios económicos sustancialmente mejores para las mujeres, aumentando el empleo y los salarios, creando mejores puestos de trabajo y reduciendo los costos. Con todo, los efectos positivos del comercio únicamente se materializarán si se eliminan los obstáculos que impiden avanzar a las mujeres y se aplican políticas apropiadas para hacer frente a los costos del reajuste. A continuación, se indican algunas de las conclusiones más destacadas que se tratan en el análisis:

- Las empresas que realizan actividades de comercio internacional emplean a más mujeres. En los países en desarrollo, las mujeres representan el 33,2% de la fuerza de trabajo de las empresas que comercian a nivel internacional, en comparación con solo el 24,3% en el caso de las empresas no exportadoras y el 28,1% en el de las empresas no importadoras (gráfico 0.1). Las mujeres también están mejor representadas en las empresas que participan en cadenas de valor mundiales (CVM) y que son de propiedad extranjera. Las mujeres representan el 36,7% de la fuerza de trabajo de las empresas vinculadas a CVM y el 37,8% de la fuerza de trabajo de las empresas de propiedad extranjera, es decir, 10,9 y 12,2 puntos

porcentuales más, respectivamente, que la proporción correspondiente a las empresas de propiedad nacional y no vinculadas a CVM. En países como Marruecos, Rumania y Viet Nam, las mujeres representan el 50% o más de la fuerza laboral de las empresas exportadoras, que han creado empleo para más de 5 millones de mujeres, aproximadamente el 15% de la población femenina que trabaja en esos países.

- El comercio aumenta los salarios de las mujeres y promueve la igualdad económica. A escala mundial, las mujeres reciben una parte más pequeña de los salarios. Si los países en desarrollo duplican sus exportaciones de manufacturas—lo que suele ocurrir cuando se abren al comercio—, la proporción que corresponde a las mujeres en los salarios totales del sector manufacturero sube en promedio 5,8 puntos porcentuales, al combinarse un incremento del empleo y de los salarios. En África, un comercio más libre podría ayudar a eliminar la brecha salarial, en especial en el caso de las trabajadoras cualificadas. Un análisis sobre la aplicación de la Zona de Libre Comercio

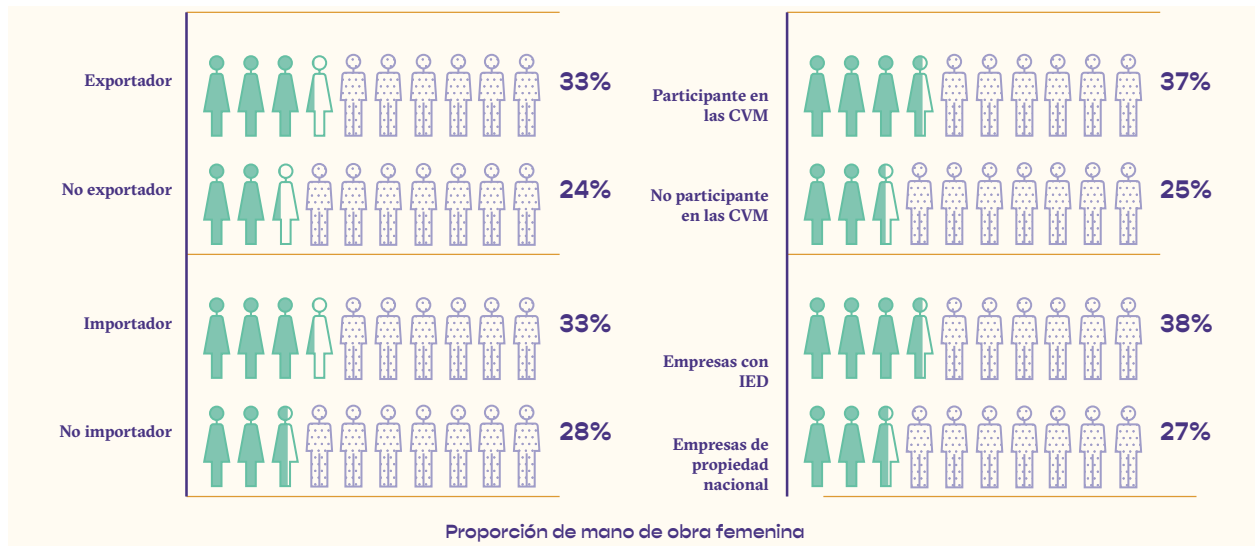
Continental Africana (AfCFTA) indica que, para 2035, los salarios de la mano de obra femenina cualificada y no cualificada serán, respectivamente, un 4,0% y un 3,7% más altos (en relación con los niveles de referencia), mientras que los salarios de los hombres aumentarán un 3,2% en todos los casos (Banco Mundial, de próxima publicación). Ese incremento corresponde aproximadamente a un sobresueldo de dos semanas al año, lo que basta para que una mujer que gana 5 dólares EE.UU. al día pague los artículos personales, el material escolar y los uniformes de un miembro de su familia durante un curso académico completo.

- El comercio crea mejores empleos para las mujeres. En las economías en desarrollo y emergentes, los trabajadores de sectores con niveles altos de exportación tienen más probabilidades de obtener empleos formales, lo que puede conllevar prestaciones, formación y seguridad en el trabajo. Para las mujeres, la probabilidad de tener un empleo informal va del 20% en sectores con niveles bajos de exportación al 13% en sectores con niveles elevados (gráfico O.2). Las tasas de empleo informal en



Fotografía: © Frame China/Shutterstock.com. Uso autorizado; se requiere autorización adicional para volver a utilizar la imagen.

Gráfico 0.1 La proporción media de mano de obra femenina es más elevada en las empresas manufactureras que están integradas en el comercio mundial



Nota: El gráfico muestra los promedios ponderados por tipo de empresa, utilizando el número de trabajadores permanentes como coeficiente de ponderación. Se entiende por exportador una empresa cuyas exportaciones (directas o indirectas) representan al menos el 10% de las ventas totales. Se entiende por importador una empresa cuyos insumos importados representan al menos el 10% de los insumos totales. Se entiende por participante en las CVM (cadenas de valor mundiales) una empresa clasificada como exportadora e importadora. Por empresa con IED (inversión extranjera directa) se entiende una empresa con una participación extranjera en su capital de al menos el 10%.

Fuente: Rocha y Winkler, 2019, basado en las encuestas de empresas del Banco Mundial.

Gráfico 0.2 Las mujeres tienen menos probabilidades de tener un empleo informal si trabajan en sectores integrados en el comercio



Nota: El gráfico muestra la probabilidad estimada de que una mujer tenga un empleo informal, donde la informalidad se define como un trabajador no remunerado. Los adjetivos calificativos bajo, medio y alto se refieren a las observaciones que se sitúan por debajo del percentil 25°, entre los percentiles 25° y 75°, y por encima del percentil 75°, respectivamente. Véase el anexo IA (capítulo I del presente informe).

Fuente: Encuestas de hogares del Banco Mundial correspondientes a los años más reciente para los que se dispone de datos, <https://www.enterprisesurveys.org/en/data>; base de datos del Banco Mundial sobre mano de obra desglosada por género, <http://datatopics.worldbank.org/gdld>.

Gráfico 0.3 La estructura arancelaria actual beneficia a los hogares encabezados por hombres en el 78% de los países evaluados



Nota: El sesgo de género entre hombres y mujeres se calcula como la diferencia entre el beneficio en términos de bienestar, medido en ingresos reales, derivado de la liberalización del comercio para los hogares encabezados por mujeres en comparación con los hogares encabezados por hombres. Para cada país, el índice combina la estructura de la protección con la estructura de la participación en el gasto y la participación en los ingresos. Las denominaciones de los países son las que utiliza el Banco Mundial.

Fuente: Basado en estimaciones de Depetris-Chauvin y Porto, de próxima publicación.

las mujeres también disminuyen más bruscamente que las de los hombres (una reducción global de 7 puntos porcentuales y de 4 puntos porcentuales, respectivamente).

- La apertura del comercio puede aumentar el bienestar de las mujeres. Datos de los Estados Unidos muestran que la carga arancelaria de los productos de consumo específicamente femenino es más elevada (Gales *et al.*, 2018). Ello se debe a que se aplican aranceles más altos y a que las consumidoras gastan más en bienes importados. En el sector textil, por ejemplo, la carga arancelaria sobre las prendas de vestir para mujeres fue 2.770 millones de dólares

EE.UU. mayor que sobre las prendas de vestir para hombres, y esta brecha de género creció un 11% en términos reales entre 2006 y 2016. Por lo tanto, la liberalización arancelaria reduciría los costos para las consumidoras y aumentaría su bienestar. Un reciente estudio de una muestra de 54 países en desarrollo revela que la eliminación de los aranceles de importación podría aumentar los ingresos reales de los hogares encabezados por mujeres en comparación con los encabezados por hombres en más de tres cuartas partes de los países estudiados. En comparación con los hogares encabezados por hombres, los encabezados por mujeres suelen gastar una proporción mayor en

bienes agropecuarios (alimentos), que normalmente están sujetos a aranceles más altos, y a tener una proporción menor de sus ingresos procedente de los salarios. Otras fuentes de ingresos de los hogares encabezados por mujeres proceden de la prestación de servicios domésticos para consumo propio (como cocinar, lavar la ropa o cuidar de los hijos), las transferencias sociales en especie y las transferencias corrientes

recibidas (distintas de las transferencias sociales en especie). Por lo tanto, podrían obtener hasta un 2,5% más de ingresos efectivos que los hogares encabezados por hombres gracias a la eliminación de los aranceles de importación (gráfico O.3). En países como Burkina Faso o el Camerún, eliminar ese sesgo en la política comercial se traduciría para las mujeres en beneficios equivalentes al gasto anual en educación o salud.

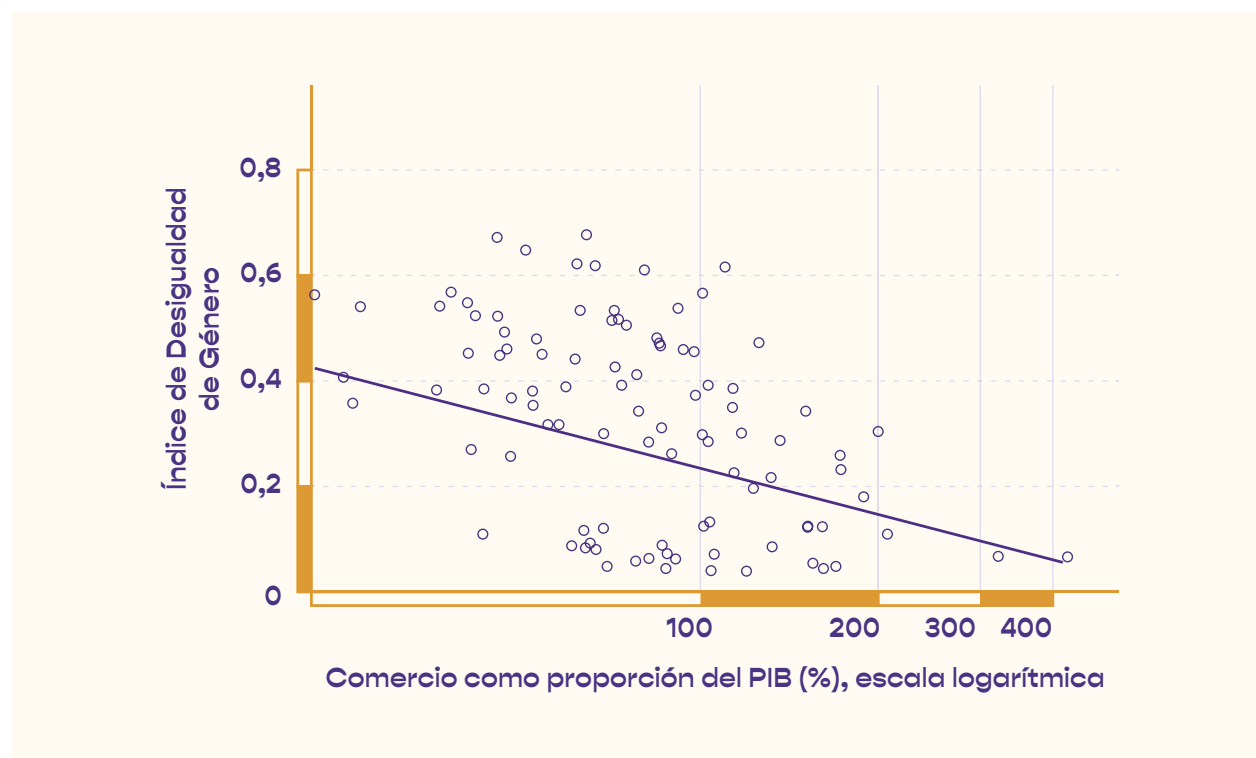
La constante evolución del comercio crea nuevas oportunidades para las mujeres

En la práctica, los países más abiertos al comercio, según la relación entre comercio y producto interior bruto, tienen niveles más elevados de igualdad de género (gráfico 0.4). La liberalización del comercio está vinculada a una mayor acumulación de conocimientos

y aptitudes (es decir, de capital humano) y a una mayor igualdad de género (Schultz, 2007). El comercio también puede crear incentivos para que los países amplíen los derechos jurídicos de las mujeres y su acceso a recursos esenciales, como la educación y la tecnología. La mejora de los derechos de la mujer también ha favorecido el desarrollo del comercio. Esto ha generado un círculo virtuoso entre crecimiento del comercio e igualdad de género. En cambio, una desigualdad de género acusada está relacionada con una menor diversificación de los productos y de las exportaciones. Esta situación se da sobre todo en países de ingreso más bajo, donde las brechas de género en materia de educación y en el mercado laboral reducen el potencial de innovación (Kazandjian *et al.*, 2019).

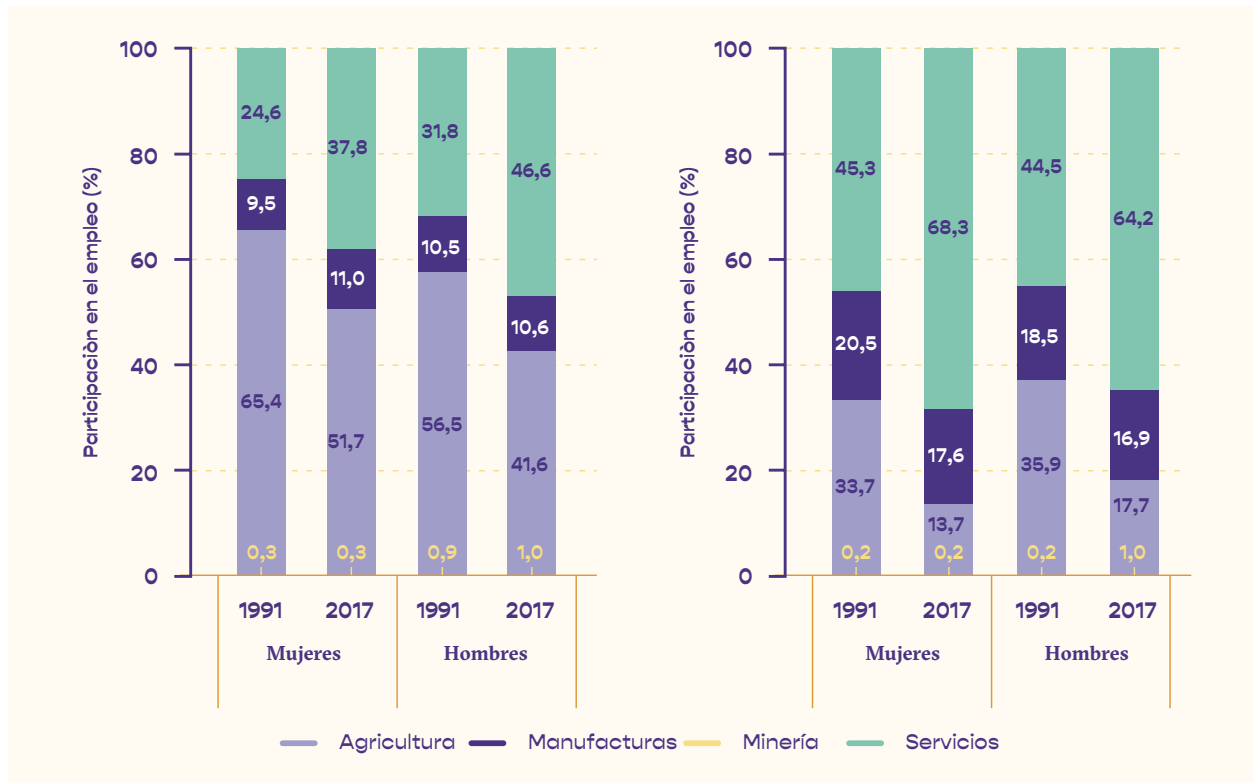
El creciente protagonismo de los servicios en la economía y el comercio mundiales, el auge de las CVM y la adopción de nuevas tecnologías digitales crean oportunidades

Gráfico 0.4 Los países que están más abiertos al comercio tienen niveles más altos de igualdad de género



Nota: El Índice de Desigualdad de Género mide las desigualdades de género en tres aspectos importantes del desarrollo humano: la salud reproductiva, medida por la tasa de mortalidad materna y las tasas de natalidad entre las adolescentes; el empoderamiento, medido por la proporción de escaños parlamentarios ocupados por mujeres y la proporción de mujeres y de hombres adultos de 25 años y más que han cursado al menos la enseñanza secundaria; y la situación económica, expresada como la participación en el mercado laboral y medida por la tasa de participación en la fuerza de trabajo de mujeres y hombres de 15 años o más. Fuente: Gráfico creado utilizando datos del Índice de Desigualdad de Género del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, <http://hdr.undp.org/en/data>, y los Indicadores del desarrollo mundial del Banco Mundial, <https://datacatalog.worldbank.org/dataset/world-development-indicators>.

Gráfico 0.5 El empleo femenino se ha desplazado a los servicios, comparación entre 1991 y 2017



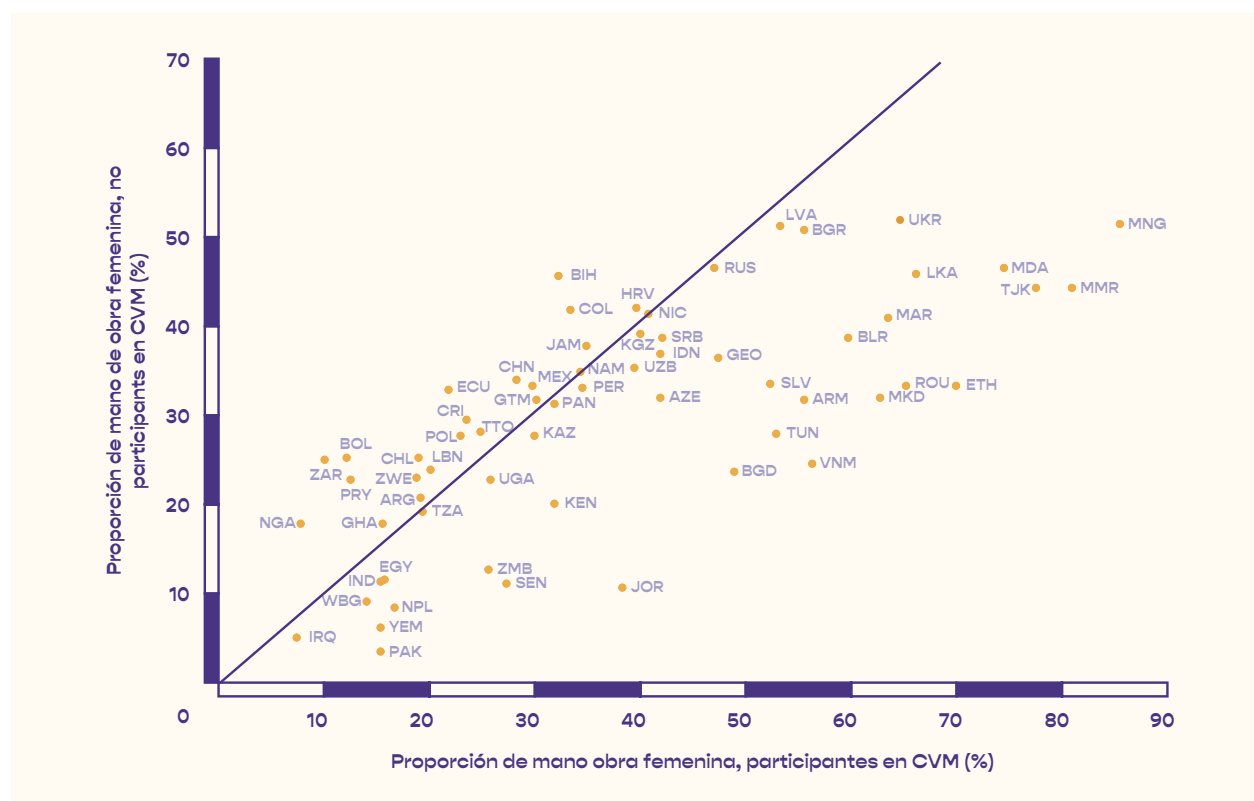
Nota: Empleo por sector según las estimaciones basadas en modelos de la Organización Internacional del Trabajo, mayo de 2018. La construcción y los servicios públicos se han incluido en Servicios.

Fuente: Departamento de Estadística de la Organización Internacional del Trabajo, https://www.ilo.org/shinyapps/bulkexplorer46/?lang=en&segment=indicator&id=EMP_2EMP_SEX_ECO_NB.



Fotografía: © Rawpixel.com/Shutterstock.com. Uso autorizado; se requiere autorización adicional para volver a utilizar la imagen.

Gráfico 0.6 Las empresas que participan en CVM emplean a más mujeres que las empresas que no participan en CVM



Nota: Cada punto representa una observación anual de un país. El eje x representa la proporción ponderada de empleo de trabajadoras respecto del total de trabajadores en las empresas que exportan e importan (participantes en CVM) de cada país y año. El eje y representa la proporción ponderada de empleo de trabajadoras respecto del total de trabajadores en las empresas que no exportan e importan (no participantes). Los códigos de los países se pueden consultar en <https://www.iso.org/obp/ui/#search/code>. CVM = cadena de valor mundial; GBM = Grupo Banco Mundial.

Fuente: Rocha y Winkler, 2019, a partir de datos de las encuestas de empresas del Banco Mundial correspondientes a los años más recientes para los que se dispone de datos. <https://www.enterprisesurveys.org/en/data>.

nuevas y excelentes para que las mujeres aprovechen mejor los beneficios del comercio. Mejorar la productividad de la mujer en estos sectores es esencial para salvar la brecha de género, especialmente en el caso de las mujeres más vulnerables.

La terciarización de la economía

Los servicios desempeñan un papel cada vez más importante en la creación de empleo, la producción económica y el comercio en países de todos los niveles de desarrollo. Actualmente, los servicios crean la mayoría de los empleos a nivel mundial y lo hacen en las primeras etapas del proceso de desarrollo. Esta tendencia puede denominarse terciarización. Desde 2005, el crecimiento medio del

comercio de servicios a nivel mundial ha sido un 17% superior al crecimiento medio del comercio de mercancías (OMC, 2019).

La economía de servicios, incluidos el comercio de servicios y la inversión, es una importante fuente de crecimiento inclusivo (Ngai y Petrongolo, 2017). Entre 1991 y 2017, la proporción del empleo en el sector de los servicios aumentó en 13 y 15 puntos porcentuales, respectivamente, para las trabajadoras y los trabajadores. Más de dos tercios de las mujeres de los países de ingreso mediano alto e ingreso alto trabajaba en el sector de los servicios en 2017, frente al 45% en 1991. En los países de ingreso bajo y de ingreso mediano bajo la proporción de mujeres en el sector de los servicios aumentó del 25% al 38% en el mismo período. En el caso de los trabajadores varones la tendencia fue similar, aunque menos drástica (gráfico 0.5).

Cuanto más aumenta el nivel de desarrollo de un país, más competencias se exigen en el sector de los servicios, lo que ha dado lugar a que las mujeres ocupen una proporción cada vez mayor de los empleos altamente cualificados en los servicios, como puestos en la dirección de empresas y profesionales de la salud y la enseñanza. En la actualidad, las mujeres representan casi el 40% de los trabajadores altamente cualificados del sector de los servicios en los países de ingreso alto, un aumento del 33% desde 1991. En los países de ingreso bajo, los empleos altamente cualificados ocupados por mujeres han aumentado un 11% en el sector de los servicios desde 1991. Aunque esta proporción representa únicamente el 3% de los trabajadores muy cualificados en los países de ingreso bajo, el potencial de crecimiento del empleo sigue aumentando.

El auge de la CVM

El comercio internacional está cada vez más dominado por las CVM, en las que las distintas etapas de producción se realizan en varios países. Las CVM pueden ofrecer oportunidades de mayores exportaciones, empleo, mayores ingresos y transferencia de conocimientos y tecnología. La probabilidad para las mujeres que trabajan en las CVM de ocupar un empleo formal es 10 puntos porcentuales superior a la de las mujeres que trabajan en sectores que no están muy integrados en las CVM.

En el mundo, las empresas que exportan e importan tienden a emplear a más mujeres que las empresas que no participan en CVM (gráfico O.6). Las empresas de propiedad extranjera, así como las empresas que exportan o importan, también tienen una mayor proporción de mano de obra femenina en promedio que las que no lo hacen. La relación es más directa para las empresas participantes en CVM. Los empleos en las CVM también pueden tener efectos positivos e indirectos en otros aspectos de la vida de las mujeres, como la educación. En Bangladesh, por ejemplo, las jóvenes de las aldeas que trabajan en el sector de las prendas de vestir—sector de gran actividad

exportadora—se casan y tienen hijos más tarde, y las niñas ganan un año y medio de escolaridad (Heath y Mobarak, 2015).

El reto que plantean las CVM es asegurar que las mujeres tengan un mayor acceso a tareas y ocupaciones que exigen una mejor cualificación. Las trabajadoras todavía tienden a concentrarse en empleos que exigen poca cualificación y que no están relacionados con la gestión. La difusión de prácticas de gestión más inclusivas brinda una oportunidad para que las mujeres puedan desempeñar más funciones en las CVM, en especial a medida que los países hacen ascender sus economías a segmentos industriales de alta tecnología y con un uso intensivo del capital para el mercado de exportación.

El auge de las tecnologías y el comercio digitales

La capacidad y la accesibilidad crecientes de las tecnologías digitales podrían ayudar a las mujeres a beneficiarse aún más del comercio. Las mujeres tienden a enfrentarse a obstáculos al comercio mucho mayores que los hombres. Además de la discriminación, las mujeres se enfrentan a mayores obstáculos a la financiación, costos operativos más elevados y un acceso más limitado a la información y los mercados. Las nuevas plataformas en línea dan a las mujeres la oportunidad de eludir esos obstáculos y ampliar sus capacidades empresariales, y asimismo les permiten una flexibilidad que puede ayudarles a gestionar el trabajo y otras responsabilidades.

La presencia de empresas propiedad de mujeres, en particular microempresas y pequeñas empresas, ha experimentado a lo largo de los años un fuerte aumento en las plataformas digitales, tanto de las economías desarrolladas como en desarrollo. Los servicios de enseñanza y de salud se comercializan cada vez más en línea; esto no solo mejora el acceso de las mujeres a esos servicios, sino que les brinda mejores posibilidades de empleo en los sectores en los que sufren menos discriminación.

Unas políticas mejores pueden ayudar a las mujeres a superar las dificultades que plantea el comercio y a maximizar sus beneficios

La mayor parte de los datos demuestra el efecto positivo que el comercio tiene en la igualdad de género. Sin embargo, para que las mujeres se beneficien de ello, los responsables de la formulación de políticas deben solventar activamente las dificultades que el propio comercio pueda plantear, introduciendo políticas complementarias que permitan a las mujeres participar plenamente en la economía.

Tres dificultades principales deben abordarse para asegurar que el crecimiento del comercio repercuta positivamente en las mujeres. Primero, aunque la correlación general entre ingresos nacionales, comercio e igualdad de género es alta, algunos países han demostrado que el crecimiento no depende necesariamente de la igualdad de género. Varios países ricos en recursos han pasado a ser países de ingreso alto sin haber integrado a las mujeres en la fuerza de trabajo. La igualdad de género puede aumentar los beneficios derivados del comercio, pero los países pueden beneficiarse del comercio aun manteniendo políticas

discriminatorias. Una mayor igualdad de género puede promover aún más el comercio y el crecimiento económico, incluso en esos países. Por consiguiente, la repercusión positiva del comercio en la igualdad de género depende de la voluntad política y el compromiso de los Gobiernos de promover la diversidad y la igualdad de género en la economía.

Segundo, aunque las ventajas del comercio son positivas en conjunto, los costos localizados pueden, a falta de políticas de reajuste pertinentes, influir negativamente en algunas mujeres en función del papel que desempeñen en la economía, sus aptitudes, los sectores donde trabajen y su zona geográfica. Dado que las mujeres ocupan una parte desproporcionada de empleos que requieren una menor cualificación, pueden ser especialmente vulnerables a las perturbaciones relacionadas con el comercio que exponen directamente a las industrias en que predominan las mujeres a la competencia extranjera o a despidos resultantes de la introducción de nuevas tecnologías. Las trabajadoras agrícolas son especialmente vulnerables frente a las importaciones porque las mujeres suelen practicar una agricultura de subsistencia menos productiva.

Tercero, las mujeres todavía se enfrentan a una gran variedad de obstáculos que les impiden disfrutar de más oportunidades comerciales. Estas dificultades abarcan desde obstáculos políticos y jurídicos y normas socioculturales sesgadas en cuanto al género hasta obstáculos arancelarios y no arancelarios más elevados y la falta de acceso a tecnología, financiación y educación.

Estas dificultades se amplifican debido a la falta de datos desglosados por género. Dada la complejidad y especificidad de la relación existente entre comercio y género, los datos desglosados por género son necesarios para evaluar de qué modo las diferentes políticas y obstáculos afectan a mujeres y a hombres de manera distinta. Aunque son necesarios más trabajo y recursos para disponer de más datos para el análisis, una mejor recopilación de datos sobre el

comercio y el género puede ayudar a los encargados de la formulación de políticas a elaborar y aplicar respuestas y políticas transparentes, eficaces y específicas.

Maximizar los beneficios que las mujeres pueden obtener del comercio mediante políticas que mejoren su acceso a los mercados

La propia política comercial es un factor determinante fundamental para reducir los costos del comercio que afrontan las mujeres y mejorar su acceso a los mercados internacionales. Están muy generalizadas las políticas comerciales discriminatorias que hacen que los sectores en los que predominan las mujeres sean menos competitivos y productivos que aquellos en los que predominan los hombres. El acceso de las mujeres al mercado puede mejorar analizando las medidas arancelarias y no arancelarias que perjudican a las mujeres comerciantes y consumidoras, mejorando las medidas de facilitación del comercio que permiten a las mujeres comerciar con la misma seguridad y facilidad que los hombres y ampliando el acceso a la financiación comercial que empodera a las mujeres para conectarse a los mercados internacionales.

Reducir los obstáculos arancelarios y no arancelarios

Aunque la mayoría de los aranceles aplicados son relativamente bajos, sobre todo en los países de ingreso alto, los aranceles sobre algunos productos que los Gobiernos consideran sensibles siguen siendo elevados. Las mujeres trabajadoras, en particular en economías en desarrollo, se ven afectadas por los aranceles persistentemente altos aplicados a los productos agropecuarios. Análogamente, los textiles están sujetos a aranceles superiores a los de otros productos manufacturados similares, lo que afecta doblemente a las

mujeres porque son las que más consumen esos productos y más a menudo trabajan en ese sector (Taylor y Dar, 2015). En un estudio sobre la India se pone de manifiesto que los productos producidos mayoritariamente por mujeres están sujetos a aranceles 6 puntos porcentuales superiores en promedio que los productos producidos mayoritariamente por hombres en los mercados de exportación (Mendoza, Nayyar y Piermartini, 2018).

De manera análoga, las medidas no arancelarias discriminatorias y no transparentes perjudican a las mujeres comerciantes. Las medidas no arancelarias aumentan los costos vinculados al cumplimiento de los procedimientos, los reglamentos y las normas, lo que puede ser especialmente gravoso para las pequeñas empresas con poca experiencia en el comercio, como ocurre en muchas empresas propiedad de mujeres. Eliminar las diferencias arancelarias relacionadas con el género (para los mismos productos) o reducir o suprimir completamente los aranceles aplicados pertinentes favorecería el acceso de las empresarias a más mercados y a mercados de mayor tamaño.

Reducir los obstáculos al comercio de servicios

Los costos del comercio de servicios prácticamente duplican los del comercio de mercancías, y una gran parte de estos costos son consecuencia de obstáculos normativos (OMC, 2019). Por lo tanto, una mayor apertura del sector de servicios al mercado ofrece grandes posibilidades de beneficios para un país, en general, y para las mujeres, en particular. La falta de competencia en los servicios reduce la productividad de las empresas de este sector y aumenta los costos de explotación de todas las empresas de la economía. Los servicios desempeñan una importante función como insumos de producción para los agricultores, las actividades manufactureras y otras empresas de servicios. Cuando servicios como el transporte, las finanzas y la energía están protegidos de la competencia, el crecimiento



Fotografía: © Syda Productions/Shutterstock.com. Uso autorizado; se requiere autorización adicional para volver a utilizar la imagen.

de la productividad (y, en consecuencia, de los ingresos) de toda una economía puede verse negativamente afectado. Este efecto negativo tiene graves consecuencias para las mujeres porque el sector de los servicios emplea a más mujeres que el manufacturero y porque unos servicios eficientes ayudan a eliminar algunas de las limitaciones que afrontan las mujeres. Por ejemplo, unos servicios de transporte y financieros más eficientes y menos costosos contribuyen a mejorar la movilidad de las mujeres, al tiempo que reducen sus limitaciones financieras.

Promover el comercio transfronterizo mediante la facilitación y financiación del comercio

Las mujeres que participan en el comercio transfronterizo de mercancías afrontan una serie de dificultades, como limitaciones de tiempo y aptitudes, trámites burocráticos gravosos, un acceso reducido a la financiación

del comercio y una mayor exposición a la extorsión y el acoso físico. Estas dificultades son especialmente importantes en el caso de las pequeñas comerciantes de las economías en desarrollo y menos adelantadas.

Para preparar y aplicar medidas de facilitación del comercio eficaces es preciso identificar las dificultades y los obstáculos concretos que afrontan los comerciantes transfronterizos, en particular las mujeres. La adopción e implementación de políticas nacionales en cumplimiento de los compromisos contraídos en virtud del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio (AFC) de la Organización Mundial del Comercio (OMC) pueden ser un catalizador para las mujeres comerciantes al crear procedimientos aduaneros previsibles y eficientes, reducir los plazos de despacho de aduana y los costos del comercio, mitigar las prácticas fronterizas fraudulentas y aumentar la participación de las mujeres en los mecanismos de decisión sobre facilitación del comercio.²

El acceso limitado a la financiación del comercio, en particular al crédito a corto plazo, es un problema global que afecta a las mujeres de manera desproporcionada y puede limitar las oportunidades de las comerciantes. Un mayor acceso de las mujeres a la financiación del comercio puede favorecer el empoderamiento de las empresas propiedad de mujeres y administradas por mujeres.

Aumentar la capacidad de las mujeres de participar en el comercio internacional

Las políticas comerciales no son el único factor determinante de los beneficios que pueden obtener las mujeres a través de las oportunidades comerciales. Las inversiones en educación, salud e infraestructura pueden proporcionar a las mujeres el capital humano que necesitan para beneficiarse del comercio, sobre todo como trabajadoras. La mejora del acceso a la educación, los recursos financieros, las tecnologías digitales y la información puede reducir aún más algunas de las limitaciones que afectan de manera desproporcionada a las mujeres. A nivel macro, el buen funcionamiento de los mercados de capital y trabajo, la estabilidad macroeconómica y la gobernanza efectiva, que incluye la reducción de los desequilibrios de género, son fundamentales para maximizar los beneficios del comercio.

Para que las mujeres se beneficien plenamente del comercio, se necesitan cambios socioculturales. Las políticas comerciales no pueden suprimir las barreras jurídicas y socioculturales discriminatorias que impiden a las mujeres abrir una cuenta bancaria, dirigir sus propios negocios, trabajar en determinados sectores o cruzar las fronteras. Esas barreras a menudo aumentan los

costos de la formalización para las mujeres comerciantes y emprendedoras, y les obliga a ganarse la vida en el sector informal. La informalidad reduce la seguridad laboral y el acceso a los recursos, en particular a la capacitación y el apoyo financiero.

Velar por que las mujeres vulnerables no queden rezagadas

Cuando los Gobiernos elaboren la política comercial, deberán velar por que algunos segmentos vulnerables de mujeres no queden atrás. Para poder beneficiarse del progreso económico, es necesario adaptarse a los cambios económicos y lo mismo ocurre para beneficiarse del comercio. Un aumento del comercio y de las innovaciones tecnológicas puede causar perturbaciones en algunos sectores, al desplazarse la actividad económica a esferas más productivas en las que un país tiene una ventaja comparativa. Las mujeres pueden ser especialmente vulnerables a este tipo de perturbaciones, ya que cuatro de cada cinco mujeres en el mundo ocupan empleos poco o medianamente cualificados que podrían estar más expuestos al riesgo de automatización.

Una asistencia para el reajuste comercial financiada debidamente y con objetivos bien definidos, prestada mediante una combinación de políticas de trabajo, competitividad y compensación, puede ayudar a los trabajadores a gestionar los costos del reajuste comercial y asegurar al mismo tiempo que la economía se beneficie lo más posible de esos cambios (Bacchetta, Milet y Monteiro, 2019; OMC, 2017). Además de mejorar la eficiencia económica, la política de reajuste permite compensar a quienes han salido perdiendo de la perturbación o mantener el apoyo político a la innovación y la apertura comercial.

Esfuerzos colectivos para fomentar el comercio y la igualdad de género

Con el tiempo, los Gobiernos, las organizaciones internacionales y algunas empresas del sector privado han incorporado cada vez más la perspectiva de género y comercio en sus actividades. Esta práctica se ha extendido, en parte, por la presión de la sociedad civil, especialmente las organizaciones de mujeres, que han manifestado activamente sus preocupaciones en materia de género y comercio a nivel nacional, regional e internacional.

Varios Gobiernos han adoptado políticas con más perspectiva de género. Al preparar las negociaciones comerciales, algunos Gobiernos nacionales, regionales y locales emplean un sistema de evaluación del impacto en función del género para determinar si es probable que un nuevo programa, ley o política tenga repercusiones en materia de igualdad entre mujeres y hombres. Algunos países se han servido de la cooperación internacional relacionada con el comercio para luchar contra la discriminación de género. Otros países han implantado esquemas comerciales preferenciales no recíprocos que imponen aranceles más bajos a las importaciones de una gran diversidad de productos procedentes de determinadas economías en desarrollo y menos adelantadas, que abarcan bienes producidos, exportados y consumidos principalmente por mujeres, como la ropa. Algunos de estos esquemas prevén la retirada de la reducción arancelaria en caso de violación de los convenios internacionales, algunos de los cuales tratan la situación de las mujeres.

Paralelamente, un número limitado, si bien cada vez mayor, de acuerdos comerciales preferenciales (ACPR)—a saber, 80 acuerdos, de los cuales 69 han sido notificados a la OMC y están en vigor—hace referencia explícita a las mujeres y a cuestiones relacionadas con el género (Monteiro, 2018). Como la mayor parte de las disposiciones de otra índole que figuran en los ACPR, las relativas al género varían mucho en cuanto a estructura, ubicación, redacción y alcance. El tipo más común de disposiciones relativas al género que figura en los ACPR fomenta la cooperación en cuestiones específicas relativas al género, como la discriminación laboral. Aunque han aumentado las referencias explícitas al género en los ACPR, se necesitan más esfuerzos para evaluar la eficacia de esas disposiciones en la promoción del empoderamiento económico de las mujeres.

Este empoderamiento no puede lograrse plenamente sin la colaboración del sector privado. Algunas empresas, en concreto algunos minoristas, marcas y proveedores, han tomado iniciativas voluntarias para la igualdad de género, que promueven el acceso de las mujeres a la capacitación para el desarrollo de aptitudes, los servicios de salud, las prestaciones de maternidad, la educación, el liderazgo y la gestión financiera. Algunas empresas han creado también listas de posibles empresas proveedoras certificadas propiedad de mujeres con el objetivo de diversificar su base de proveedores (Scott, 2017). Algunas de esas iniciativas del sector privado se enmarcan en alianzas gubernamentales o iniciativas internacionales.

Tanto el Banco Mundial como la OMC, a través de sus diferentes funciones y actividades, se ocupan de la promoción del comercio como instrumento para lograr una mayor igualdad de género. De cara al futuro, los Gobiernos, las empresas y las organizaciones internacionales pueden promover, de manera colectiva, un programa de comercio con perspectiva de género. En particular, las instituciones internacionales pueden apoyar el comercio y la igualdad de género contribuyendo a mantener y fortalecer un comercio abierto, basado en normas y transparente. Las negociaciones

e iniciativas conjuntas que está llevando a cabo la OMC en relación con los servicios, la agricultura, el comercio electrónico y las mipymes pueden impulsar el empoderamiento de las mujeres en la economía mundial.

Además, las evaluaciones del impacto de la asistencia internacional, incluida la Ayuda para el Comercio con un componente de género, pueden aportar información sobre el tipo de intervenciones que son más eficaces para promover la igualdad de género en el comercio. Debería proseguir la labor analítica y la asistencia técnica para aprovechar el creciente acceso a datos desglosados por género y determinar cuáles son los sectores, las aptitudes y los mercados prioritarios en los que las mujeres disfrutan de una ventaja comparativa.

Notas

- 1 Como parte de este proyecto, el Banco Mundial ha creado la base de datos sobre mano de obra desglosada por género que se ha utilizado para producir algunos de los datos expuestos en este informe. El conjunto de datos se puede consultar en <http://datatopics.worldbank.org/gldd>.
- 2 El AFC, que entró en vigor en 2017, tiene por objeto promover la facilitación del comercio mediante una mayor transparencia, procedimientos simplificados y automatizados, la gestión coordinada de las fronteras y mecanismos de consulta (OMC, 2015).

Bibliografía

- Adams-Prassl, Abi, Teodora Boneva, Marta Golin y Christopher Rauh. 2020. "Inequality in the Impact of the Coronavirus Shock: Evidence from Real Time Surveys". CESifo Working Paper N° 8265, Munich Society for the Promotion of Economic Research - CESifo GmbH, Múnich.
- Bacchetta, M., E. Milet y J.-A. Monteiro, editores. 2019. *Making Globalization More Inclusive: Lessons from Experience with Adjustment Policies*. Ginebra: Organización Mundial del Comercio.
- Banco Mundial. 2011. *World Development Report 2012: Gender Equality and Development*. Washington D.C.: Banco Mundial.
- . De próxima publicación. "Africa Continental Free Trade Area: Economic and Distributional Effects". Banco Mundial, Washington D.C.
- BoF (The Business of Fashion) y McKinsey & Company. 2020. "The State of Fashion 2020 Coronavirus Update". McKinsey. <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Retail/Our%20Insights/Its%2otime%2oto%2orewire%20the%2ofashion%2osystem%2oState%20of%2oFashion%2ocoronavirus%2oupdate/The-State-of-Fashion-2020-Coronavirus-Update-final.ashx>.
- Dennis, Steve. 2020. "Coronavirus Shutdowns Came at the Worst Possible Time for Fashion and Luxury Retail". *Forbes*, 21 de abril de 2020. <https://www.forbes.com/sites/stevendennis/2020/04/21/covid-19-and-fashion-and-luxury-retails-lost-season>.
- Depetris-Chauvin, N.D. y G. Porto. De próxima publicación. "The Gender Bias of Trade Policy in Developing Countries". Working Paper, Banco Mundial, Washington D.C.
- Devnath, Arun. 2020. "European Retailers Scrap \$1.5 Billion of Bangladesh Orders". *Bloomberg*, 22 de marzo de 2020 (actualizado el 23 de marzo de 2020). <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-03-23/europe-retailers-cancel-1-billion-of-bangladesh-garment-orders>.
- Gailes, A., T. Gurevich, S. Shikher y M. Tsigas. 2018. "Gender and Income Inequality in United States Tariff Burden". Economics Working Paper N° 2018-08-B, Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos, Washington D.C.
- Heath, R. y A.M. Mobarak. 2015. "Manufacturing Growth and the Lives of Bangladeshi Women". *Journal of Development Economics* 115 (C): 1-15.
- Kazandjian, R., L. Kolovich, K. Kochhar y M. Newiak. 2019. "Gender Equality and Economic Diversification". *Social Sciences* 8 (4): 118.
- Mendoza, A., G. Nayyar y R. Piermartini. 2018. "Are the 'Poor' Getting Globalised?". Policy Research Working Paper 8609, Banco Mundial, Washington D.C.
- Monteiro, J.A. 2018. "Gender-Related Provisions in Regional Trade Agreements". WTO Staff Working Paper N° ERSD-2018-15, Organización Mundial del Comercio, Ginebra.
- Ngai, L.R. y B. Petrongolo. 2017. "Gender Gaps and the Rise of the Service Economy". *American Economic Journal: Macroeconomics* 9 (4): 1-44.
- OMC (Organización Mundial del Comercio). 2015. *Informe sobre el comercio mundial 2015. Acelerar el comercio: ventajas y desafíos de la aplicación del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio de la OMC*. Ginebra: OMC.

- 2017. *Informe sobre el comercio mundial 2017: Comercio, tecnología y empleo*. Ginebra: OMC.
 - 2019. *Informe sobre el comercio mundial 2019: El futuro del comercio de servicios*. Ginebra: OMC.
 - 2020. “The Economic Impact of COVID-19 on Women in Vulnerable Sectors and Economies”. Nota informativa de la OMC, OMC. https://www.wto.org/english/tratop_e/covid19_e/covid19_e.htm.
- OMT (Organización Mundial del Turismo). 2020. “Las llegadas de turistas internacionales podrían caer un 20-30% en 2020”. OMT, Madrid. <https://www.unwto.org/es/news/omt-las-llegadas-de-turistas-internacionales-podrian-caer-2020>.
- Rocha, N. y D. Winkler. 2019. “Trade and Female Labor Participation: Stylized Facts Using a Global Dataset”. Policy Research Working Paper 9098, Banco Mundial, Washington D.C.
- Schultz, T.P. 2007. “Does the Liberalization of Trade Advance Gender Equality, in Schooling and Health?” En *The Future of Globalization: Explorations in Light of Recent Turbulence*, editado por E. Zedillo, 178-208. Londres: Routledge.
- Scott, L. 2017. “Private Sector Engagement with Women’s Economic Empowerment: Lessons Learned from Years of Practice”. Saïd Business School, Universidad de Oxford.
- Taylor, L.L. y J. Dar. 2015. “Fairer Trade, Removing Gender Bias in US Import Taxes”. *The Takeaway* 6 (3): 1-4.

Capítulo 1

IMPACTO DEL COMERCIO EN LAS *MUJERES* Y SUS DISTINTAS FUNCIONES

Principales mensajes

- El aumento del comercio desde los años noventa ha remodelado la economía mundial, mejorando el nivel de vida y reduciendo la pobreza—especialmente en los países en desarrollo—, pero ha entrañado algunos costos, como la pérdida de puestos de trabajo. Ha ampliado las oportunidades para las mujeres y ha propiciado cambios en el papel que estas desempeñan en la sociedad, pero no se sabe bien por qué canales el comercio incide en la desigualdad de género.
- La falta de datos desglosados por género ha entorpecido la investigación sobre los vínculos entre comercio y género. Habida cuenta de la complejidad y especificidad de estos vínculos, los datos desglosados por género pueden poner de manifiesto el impacto potencial de la política comercial en las mujeres y ayudar a los responsables de la formulación de políticas a elaborar respuestas y políticas adecuadas basadas en datos empíricos.
- Un nuevo análisis empírico realizado para el presente informe confirma que el comercio beneficia a las mujeres de diversas formas:
 - » Las empresas que participan en el comercio internacional emplean a más mujeres. En los países en desarrollo y emergentes, las mujeres representan en promedio el 33% de la fuerza laboral de las empresas que comercian a nivel internacional, pero solo el 24% en el caso de las empresas no exportadoras y el 28% en el de las empresas no importadoras. Las empresas de propiedad extranjera y aquellas que forman parte de las cadenas de valor mundiales también contratan a más mujeres. En países como Marruecos, Rumania y Viet Nam, las mujeres representan el 50% o más de la fuerza laboral de las empresas exportadoras, que han creado empleo para más de 5 millones de mujeres, aproximadamente el 15% de la población femenina que trabaja en esos países.
 - » El comercio aumenta los salarios de las mujeres y promueve la igualdad económica. A escala mundial, las mujeres reciben una parte más pequeña de los salarios totales. Si los países en desarrollo duplican sus exportaciones de manufacturas—lo que suele ocurrir cuando se abren al comercio—, la proporción que corresponde a las mujeres en los salarios totales del sector manufacturero sube en promedio 5,8 puntos porcentuales, al combinarse un incremento del empleo y de los salarios. Al analizar el establecimiento de la Zona de Libre Comercio Continental

Africana se observa que la apertura al comercio puede elevar los salarios de las mujeres en relación con los de los hombres, lo que ayuda a colmar la brecha salarial entre hombres y mujeres y a reducir la desigualdad de género. Para 2035, los salarios de la mano de obra femenina cualificada y no cualificada serán, respectivamente, un 4,0% y un 3,7% más altos (en relación con los niveles de referencia), mientras que los salarios de los hombres aumentarán un 3,2% en todos los casos. Ese incremento corresponde aproximadamente a un sobresueldo de dos semanas al año, lo que basta para que una mujer que gana 5 dólares EE.UU. al día pague los artículos personales, el material escolar y los uniformes de un miembro de su familia durante un curso académico completo.

- » El comercio crea mejores empleos para las mujeres. En las economías en desarrollo y emergentes, los trabajadores de sectores con niveles altos de exportación tienen un 50% más de probabilidades de obtener empleos formales, lo que puede conllevar prestaciones, formación y seguridad en el trabajo. La probabilidad de que las mujeres tengan un empleo informal va del 20% en sectores con niveles bajos de exportación al 13% en sectores con niveles elevados de exportación. Las tasas de informalidad también disminuyen más bruscamente en el caso de las mujeres que en el de los hombres (reducción global de 7 puntos porcentuales y de 4 puntos porcentuales, respectivamente).

- » La apertura del comercio puede aumentar el bienestar de las mujeres. El análisis de una muestra de 54 países en desarrollo y emergentes indica que, en más de tres cuartas partes de los países considerados, la eliminación de los aranceles de importación podría aumentar más los ingresos reales en los hogares encabezados por mujeres que en los hogares encabezados por hombres. Los hogares encabezados por mujeres suelen gastar una proporción mayor de los ingresos en bienes agropecuarios (alimentos), que normalmente están sujetos a aranceles más altos, y tener una menor proporción de ingresos procedentes de salarios. Por lo tanto, podrían obtener hasta un 2,5% más de ingresos efectivos que los hogares encabezados por hombres gracias a la eliminación de los aranceles de importación. En países como Burkina Faso o el Camerún, eliminar ese sesgo en la política comercial se traduciría para las mujeres en beneficios equivalentes al gasto anual en educación o salud.

Introducción

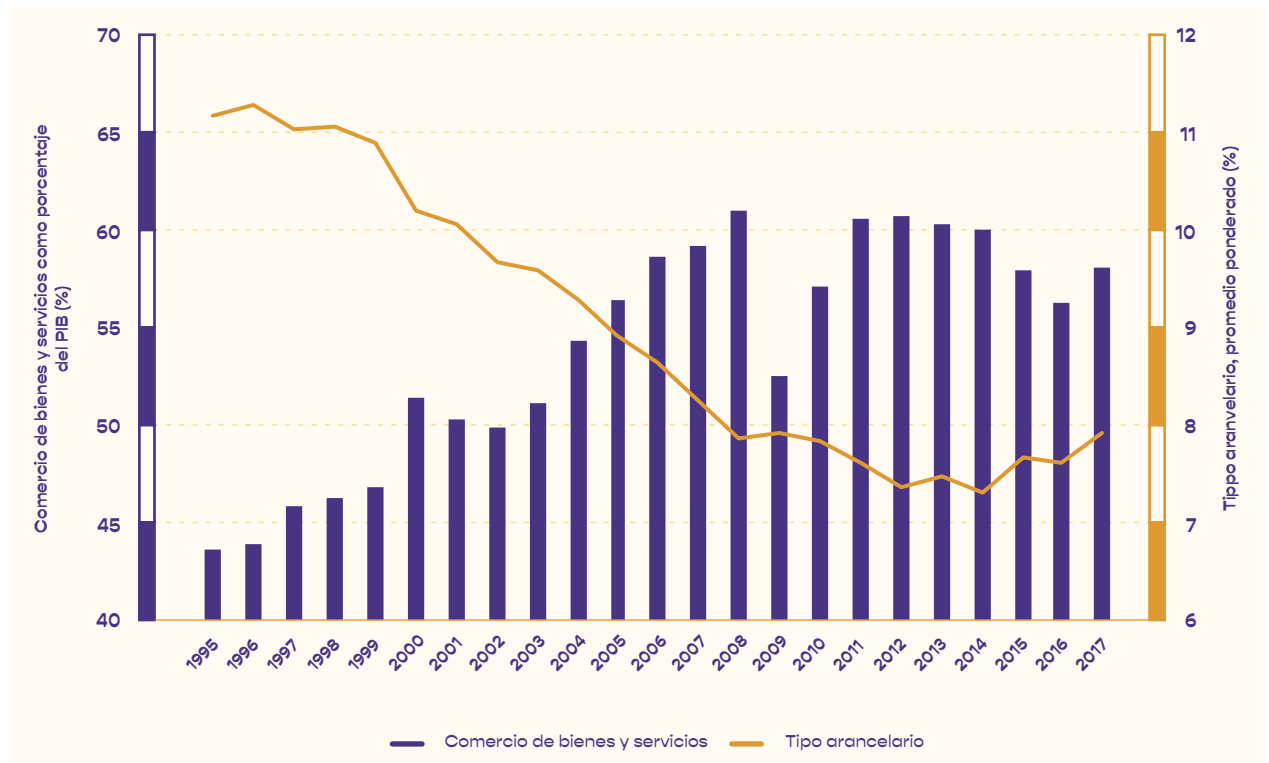
Desde hace tres decenios, el mundo está cada vez más integrado. El comercio de mercancías como proporción del producto interior bruto (PIB) aumentó de cerca del 43% en 1995 a casi el 60% en 2017. Asimismo, los aranceles han ido disminuyendo desde el establecimiento del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) en 1948. La liberalización unilateral y ocho rondas de negociaciones multilaterales han reducido considerablemente los aranceles aplicados por los Miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC). Los tipos de la nación más favorecida (NMF) aplicados han bajado de niveles superiores al 10% en 1995 a niveles ligeramente superiores al 7% en 2017 (gráfico 1.1). Los países que están abiertos al comercio

internacional suelen crecer más rápidamente, innovar, mejorar la productividad y ofrecer mayores ingresos y más oportunidades a sus habitantes.

La apertura del comercio también beneficia a los hogares de ingresos más bajos al ofrecer a los consumidores bienes y servicios más asequibles. La integración en la economía mundial a través del comercio y las cadenas de valor mundiales (CVM) ayuda a impulsar el crecimiento económico y reducir la pobreza, a nivel nacional y mundial.

El comercio internacional ha desempeñado a lo largo del tiempo un papel importante en la mejora de la igualdad de género a nivel mundial (véase el recuadro 1.1 en el que se

Gráfico 1.1 La apertura y la liberalización del comercio aumentaron en las décadas de 1990 y 2000



Nota: El comercio es la suma de las exportaciones e importaciones de bienes y servicios medida como porcentaje del producto interior bruto (PIB). A fin de evitar todo sesgo en la selección de la muestra, se han calculado los aranceles para una submuestra equilibrada de países y se han interpolado los datos que faltaban. La submuestra incluye 82 países que aplicaron tipos de la nación más favorecida durante al menos 15 años entre 1995 y 2017.

Fuente: Indicadores del desarrollo mundial del Banco Mundial, <https://datacatalog.worldbank.org/dataset/world-development-indicators>.

¿A qué llamamos igualdad de género?

El concepto de género hace referencia a los atributos, expectativas y normas sociales, de conducta y culturales asociados al hecho de ser mujer u hombre. La igualdad de género se refiere al modo en que esos aspectos determinan la manera en que las mujeres y los hombres se relacionan entre sí y las consiguientes diferencias de poder entre unos y otros (Banco Mundial, 2011). El presente informe se centra en tres aspectos fundamentales de la relación entre la igualdad de género y el comercio: las oportunidades económicas que tienen las mujeres gracias a su participación en la economía (empleo, espíritu empresarial), la generación y acumulación de ingresos (capital, activos, salarios) y el consumo y las decisiones conexas que afectan al bienestar individual y familiar.

¿Por qué es importante la igualdad de género?

Las mujeres y las niñas constituyen la mitad de la población mundial y, por lo tanto, representan la mitad de su potencial. La igualdad de género es fundamental para todos los ámbitos de una sociedad saludable, desde la reducción de la pobreza hasta la promoción de la salud, la educación, el bienestar general y, en particular, el de las niñas y los niños. La reducción de la brecha de género promueve el desarrollo económico. Las sociedades no pueden liberar su potencial y hacer frente a los desafíos que plantea el rápido cambio económico y tecnológico si no aprovechan las aptitudes e ideas de toda su población. Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas es el quinto Objetivo de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

¿Cómo se mide la igualdad de género?

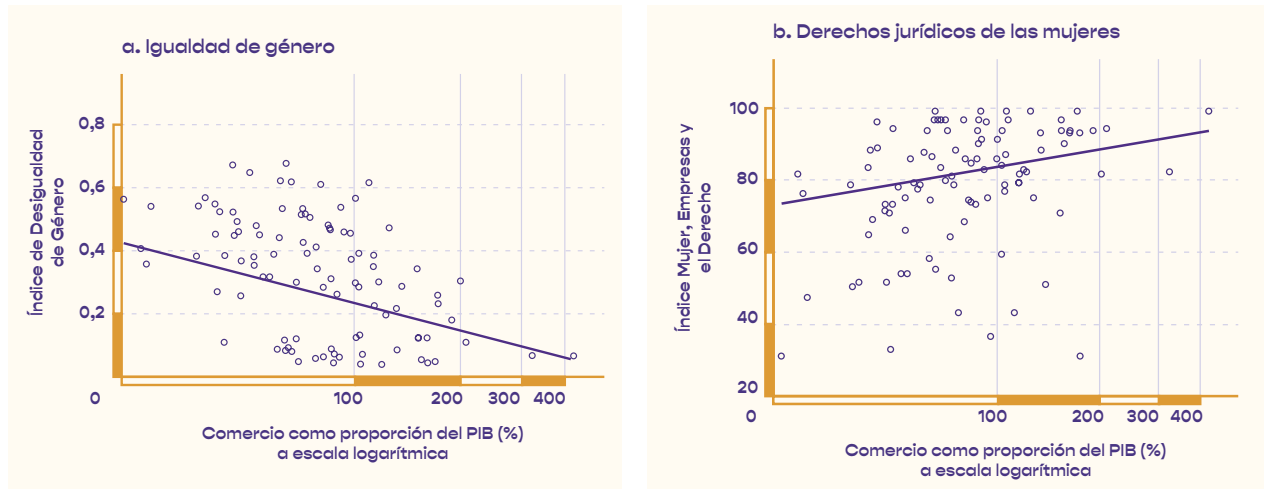
Hay muchas formas de medir la desigualdad de género, entre ellas el empleo, los salarios, la salud y la educación. Algunas de ellas combinan distintos aspectos de la desigualdad de género para evaluar de forma global la situación de las mujeres en comparación con la de los hombres, como el Índice de Desigualdad de Género del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo y el Índice Mujer, Empresas y el Derecho del Banco Mundial.^a Aunque el presente informe se refiere a ambos índices, su análisis se centra en aspectos específicos de la desigualdad que se ven directamente afectados por el comercio, como la brecha salarial, la brecha de empleo y la brecha de productividad. También aborda aspectos de la desigualdad de género, como la discriminación en materia de educación y la discriminación social contra las mujeres, que se producen fuera del lugar de trabajo y pueden determinar la medida en que las mujeres se pueden beneficiar del comercio.

¿Cuáles son las funciones económicas de las mujeres?

Las mujeres desempeñan una amplia gama de funciones económicas, que a menudo afectan directa o indirectamente al comercio o se ven afectadas por él. Como trabajadoras y empresarias, las mujeres son importantes participantes en el sector productivo de las economías en que incide el comercio internacional. Como consumidoras, se ven afectadas por los cambios de empleo, de sueldos y de precios derivados de la apertura del comercio. En su función de encargadas de la toma de decisiones, el comercio puede influir en la forma en que utilizan los ingresos y en las importantes decisiones de vida que toman para ellas mismas o para su familia, como por ejemplo matricularse en una institución de educación superior o tener hijos.

a. Para más información sobre el Índice de Desigualdad de Género, véase <http://hdr.undp.org/en/content/gender-inequality-index-gii>; para más información sobre el Índice Mujer, Empresas y el Derecho, véase <https://wbi.worldbank.org/es/wbi>.

Gráfico 1.2 Los países que están más abiertos al comercio tienen niveles más altos de igualdad de género, 2017



Nota: El Índice de Desigualdad de Género mide las desigualdades de género en tres aspectos importantes del desarrollo humano: la salud reproductiva, medida por la tasa de mortalidad materna y las tasas de natalidad entre las adolescentes; el empoderamiento, medido por la proporción de escaños parlamentarios ocupados por mujeres y la proporción de mujeres y de hombres adultos de 25 años y más que han cursado al menos la enseñanza secundaria; y la situación económica, expresada como la participación en el mercado laboral y medida por la tasa de participación en la fuerza de trabajo de mujeres y hombres de 15 años o más. El Índice Mujer, Empresas y el Derecho mide los progresos mundiales hacia la igualdad de género en el derecho.
Fuente: Gráficos creados utilizando datos del Índice de Desigualdad de Género del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, <http://hdr.undp.org/en/data>; datos del Índice Mujer, Empresas y el Derecho del Banco Mundial, <https://wbi.worldbank.org/en/resources/data>; y los Indicadores del desarrollo mundial del Banco Mundial <https://datacatalog.worldbank.org/dataset/world-development-indicators>.

explica la igualdad de género y otros términos clave empleados en el presente informe). La liberalización del comercio se ha vinculado a un incremento del comercio, a una mayor acumulación de conocimientos o aptitudes (es decir, de capital humano) y a una mayor igualdad de género (Schultz, 2007). La apertura de un país al comercio, medida por la relación entre su comercio y su PIB, está positivamente correlacionada con la igualdad de género (gráfico 1.2, panel a) y los derechos jurídicos de las mujeres (gráfico 1.2, panel b).

Cuanto mayor es la integración de un país a nivel mundial, más puede el comercio impulsar a ese país a mejorar los derechos de las mujeres y promover la participación femenina en la economía. La presión competitiva que ejerce el comercio hace que la desigualdad de género sea más costosa en un mundo integrado. Los países que discriminan a las mujeres trabajadoras son menos competitivos a nivel internacional, en especial los países cuyas industrias de exportación tienen altas tasas de empleo de mujeres (Banco Mundial, 2011). La desigualdad de género también se vincula con niveles más bajos de diversificación e innovación de los bienes producidos y exportados. Esta situación

se da sobre todo en países de ingreso más bajo donde las mujeres tienen normalmente un nivel educativo inferior y menos oportunidades de empleo que los hombres, lo cual reduce su potencial para generar ideas que se traduzcan en una mayor productividad y creación de empleo (Kazandjian *et al.*, 2019).

El sector de las prendas de vestir confeccionadas de Bangladesh muestra cómo el comercio ha transformado la vida de las mujeres en los últimos 30 años. El sector ha crecido en promedio un 17% al año desde 1980 y representa más de tres cuartas partes de los ingresos de exportación de Bangladesh. La razón por la que el sector de las prendas de vestir ha sido tan transformador es que, por primera vez, ofreció a las mujeres oportunidades de empleo formal fuera de sus casas, aumentando directamente sus ingresos y su participación en la fuerza laboral. El sector da empleo actualmente a 3,6 millones de trabajadores, de los cuales se estima que el 53% son mujeres (Moazzem y Radia, 2018). El comercio de prendas de vestir también ha aumentado indirectamente la igualdad de género. Los padres bengalíes que trabajan en fábricas de prendas de vestir son más

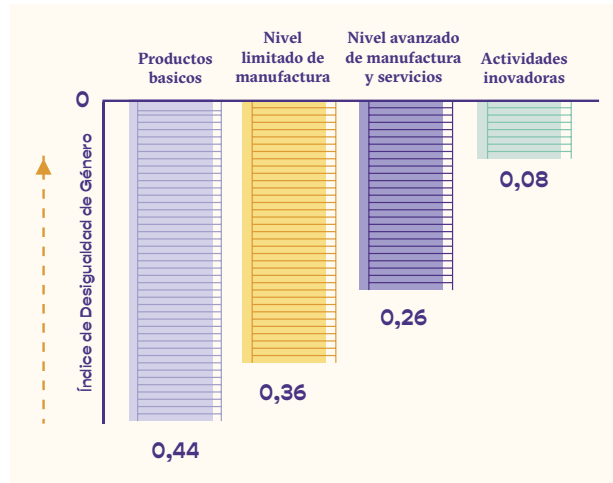
propensos a mantener a sus hijas menores en la escuela, porque la educación básica mejora la posibilidad de que en el futuro las jóvenes trabajen en una fábrica (Heath y Mobarak, 2015).

Datos recientes presentados sobre Indonesia también indican que las mujeres se benefician del comercio. La reducción de los aranceles sobre las importaciones coincidió con una mayor participación de las mujeres en la fuerza laboral y una distribución más equitativa de las tareas domésticas. Asimismo, se estableció una correlación entre los aranceles más bajos y el aumento de la edad media de matrimonio y la menor fertilidad de las trabajadoras menos cualificadas. La liberalización del comercio también dio lugar a una expansión de los sectores que empleaban a un número relativamente mayor de mujeres en la región (Kis-Katos, Pieters y Sparrow, 2018).

El comercio y, por ende, su impacto en las mujeres están cambiando. El comercio ya no se limita a la importación y exportación de bienes finales. El aumento de las CVM requiere la importación de bienes que se utilizan para la producción de bienes y servicios intermedios y finales para la exportación. Esta expansión ha aumentado enormemente la especialización: productos básicos (por ejemplo, la agricultura y la explotación de minas), nivel limitado de manufactura (por ejemplo, el ensamblaje de partes confeccionadas), nivel avanzado de manufactura y servicios (por ejemplo, los circuitos electrónicos y la robótica) y actividades innovadoras (por ejemplo, la investigación y el desarrollo). El tipo de especialización comercial influye en la desigualdad de género, porque a menudo mujeres y hombres tienen distintos niveles de cualificaciones, lo cual afecta a su competitividad en el mercado de trabajo. La especialización en un comercio más sofisticado se asocia con una menor desigualdad de género en cuanto a la salud reproductiva, el empoderamiento y la situación económica (gráfico 1.3).

A pesar de que la mayoría de los datos demuestran el impacto positivo del comercio en la igualdad de género, hay dos salvedades importantes. En primer lugar, el desarrollo en

Gráfico 1.3 La desigualdad de género disminuye a medida que los países se especializan en CVM más sofisticadas.



Nota: El gráfico muestra el promedio del Índice de Desigualdad de Género para 145 países en 2017 por nivel de especialización en la taxonomía de las cadenas de valor mundiales (CVM) (véase el gráfico 1.3 en Banco Mundial, 2019). Fuente: Gráfico creado utilizando datos del Índice de Desigualdad de Género del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, <http://hdr.undp.org/en/data>, y de Banco Mundial, 2019.

si no es un indicador de integración mundial ni de aumento de la igualdad de género. A pesar de la elevada correlación general entre ingresos e igualdad de género, algunos países han demostrado que la prosperidad no depende de la igualdad de género. Varios países ricos en recursos, así como algunas economías de Asia Oriental han pasado a tener ingresos altos sin integrar a las mujeres en la fuerza laboral.

En segundo lugar, la liberalización del comercio no es universalmente beneficiosa para las mujeres. Las ventajas agregadas del comercio son positivas, pero los costos localizados pueden influir negativamente en los medios de sustento de las mujeres. Dado que estas ocupan una parte desproporcionada de empleos que requieren una menor cualificación, pueden ser especialmente vulnerables a las perturbaciones relacionadas con el comercio; es el caso, por ejemplo de la liberalización comercial que expone directamente a las industrias en que predominan las mujeres a la competencia extranjera o a despidos resultantes de la introducción de nuevas tecnologías. Las trabajadoras agropecuarias son especialmente vulnerables frente a las importaciones

porque suelen practicar una agricultura de subsistencia menos productiva. Los efectos negativos del comercio en determinados grupos de mujeres demuestran que políticas comerciales aparentemente neutras en cuanto al género, como la reducción de un arancel, pueden afectar de distinta forma a hombres y mujeres, según la función que desempeñen en la economía, sus aptitudes, el sector donde trabajen y su región geográfica.

Como trabajadoras, productoras y consumidoras, las mujeres desempeñan una amplia gama de funciones económicas que determinan la repercusión que tiene en ellas el comercio internacional. Como empleadas y empresarias, las mujeres participan en el sector productivo de las economías en que incide el comercio. El comercio repercute directamente en su empleo, su salario y su productividad en función de las oportunidades de empleo que les ofrece, el nivel de competencia en los distintos sectores de la economía y la introducción de nuevas tecnologías que ahorran mano de obra. Como consumidoras, las mujeres se ven directamente afectadas, ya que el comercio reduce los precios de compra de las mercancías y aumenta la competencia en los sectores objeto de comercio, e indirectamente porque esos precios más bajos y esa mayor competencia inciden en las oportunidades de empleo y los ingresos de las mujeres. El comercio influye en las decisiones de vida de las mujeres en torno a la educación, el matrimonio y la fertilidad al incentivar la adquisición de competencias y modificar la dinámica económica dentro de las familias y las comunidades.

Tener un entendimiento más claro y cabal de los distintos canales a través de los cuales el

comercio y la política comercial afectan a las mujeres puede ayudar a los responsables de la formulación de políticas a elaborar políticas que reduzcan los efectos negativos en las mujeres y mejoren la igualdad de género. El presente informe utiliza un marco conceptual basado en las distintas funciones que desempeñan las mujeres en la economía para aclarar los efectos que tiene en ellas la política comercial.¹ El principal objetivo de este marco es ayudar a comprender mejor los diferentes canales por los que el comercio puede afectar a las mujeres y las diversas dimensiones de esta incidencia. Ilustra los distintos efectos que tiene la política comercial para las mujeres en cuanto a empoderamiento, propiedad de empresas, participación en los mercados laborales y consumo.² Proporciona nuevos datos sobre la relación entre el comercio y las mujeres en sus distintas funciones para fundamentar la elaboración de políticas comerciales más equitativas desde el punto de vista del género. Habida cuenta de las funciones simultáneas que desempeñan las mujeres, el marco ayuda a determinar de manera aislada la incidencia del comercio en la igualdad de género.

En la siguiente sección del presente capítulo se describe el impacto del comercio en cuanto a la participación de las mujeres en el mercado laboral. A continuación el capítulo se centra en las mujeres como productoras y empresarias a fin de examinar la dimensión de la productividad en la brecha de género. En la última sección se describen los posibles efectos del comercio en las consumidoras y las responsables de la toma de decisiones examinando la incidencia del comercio en las pautas de ingresos y gastos de las mujeres.

Cómo afecta el comercio a las trabajadoras

El comercio internacional tiene un efecto positivo en la igualdad de género, al ayudar a las mujeres a incorporarse a la economía formal y a conseguir empleos con mejores condiciones y prestaciones laborales. Las empresas que están más integradas en la economía mundial tienen mayores porcentajes de empleo femenino,

y las industrias que están más integradas en la economía mundial se caracterizan por una menor brecha salarial de género.

Pese a estos efectos positivos, la mayor apertura del comercio puede afectar de muy distintas maneras a las trabajadoras, según dónde trabajen, dónde vivan y sus características particulares. Las trabajadoras pueden perder su empleo si trabajan en industrias que hagan frente a la competencia extranjera. La mejora de la tecnología, impulsada por la competencia comercial, puede crear oportunidades de empleo para las mujeres en industrias anteriormente cerradas. Ahora bien, esa misma tecnología también puede reducir la demanda de mano de obra poco cualificada y, a menudo, femenina.

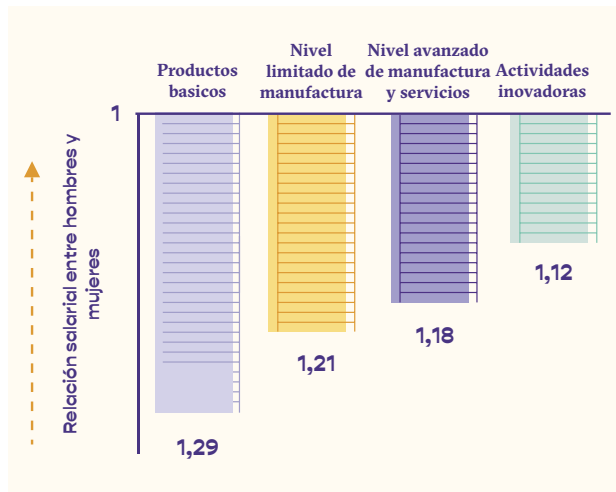
Gráfico 1.4 La proporción de mano de obra femenina aumenta a medida que los países se especializan en actividades comerciales y CVM más complejas



Nota: El gráfico muestra el promedio de la participación femenina en la fuerza de trabajo total en 2015 para 145 países, por nivel de especialización en la taxonomía de las cadenas de valor mundiales (CVM) (véase el recuadro 1.3 en Banco Mundial, 2019).

Fuente: Indicadores del desarrollo mundial del Banco Mundial, <https://datacatalog.worldbank.org/dataset/world-development-indicators>; Banco Mundial, 2019.

Gráfico 1.5 La relación salarial entre hombres y mujeres disminuye a medida que la participación en el comercio comprende actividades comerciales y CVM más complejas



Nota: El gráfico muestra el promedio de la relación salarial entre hombres y mujeres en 69 países según la taxonomía de las cadenas de valor mundiales (CVM) (véase el recuadro 1.3 en Banco Mundial, 2019).
Fuente: Base de datos del Banco Mundial sobre mano de obra desglosada por género <https://datatopics.worldbank.org/gldd>; Banco Mundial, 2019.

Una manera de determinar con mayor precisión cómo afecta el comercio a las mujeres es comparar las tasas de participación de las mujeres y los hombres en la fuerza de trabajo (es decir, la proporción de mano de obra femenina y masculina). La participación de las mujeres en la fuerza de trabajo aumenta a medida que los países se especializan en actividades comerciales más complejas. En 2015, la fuerza de trabajo femenina representaba por término medio tan solo el 39% de la fuerza de trabajo total en los países especializados en productos básicos, si bien ese porcentaje aumentaba ligeramente al especializarse los países en actividades comerciales más complejas. La proporción de mano de obra femenina era de más del 45%, por término medio, en los países especializados en actividades innovadoras, como muchos países de Europa Occidental, Israel, Singapur y los Estados Unidos, entre otros (véase el gráfico 1.4). Aun así, incluso Finlandia, el país con la mayor proporción de mano de obra femenina de este grupo (el 48%), no ha alcanzado todavía la paridad entre mujeres y hombres.

También hay una correlación entre la especialización en actividades comerciales más complejas y la mayor igualdad de remuneración entre hombres y mujeres. La brecha salarial de género se reduce fuertemente en el caso de los países especializados en un nivel limitado de manufactura o en un nivel avanzado de manufactura y servicios, en comparación con la diferencia registrada en los países especializados en productos básicos, y se reduce todavía más en el caso de los países incluidos en el grupo de actividades innovadoras (véase el gráfico 1.5). La fuerte disminución de la brecha salarial de género en los grupos especializados en productos básicos y en un nivel limitado de manufactura también podría estar relacionada con el nivel de empleo femenino en las actividades informales, que es mayor en aquellos países que se dedican a actividades comerciales menos complejas. Esta diferencia implica que la especialización de los países en un nivel limitado de manufactura crea más empleos formales, con una mayor remuneración de las mujeres en comparación con los hombres.

El empleo femenino ha evolucionado

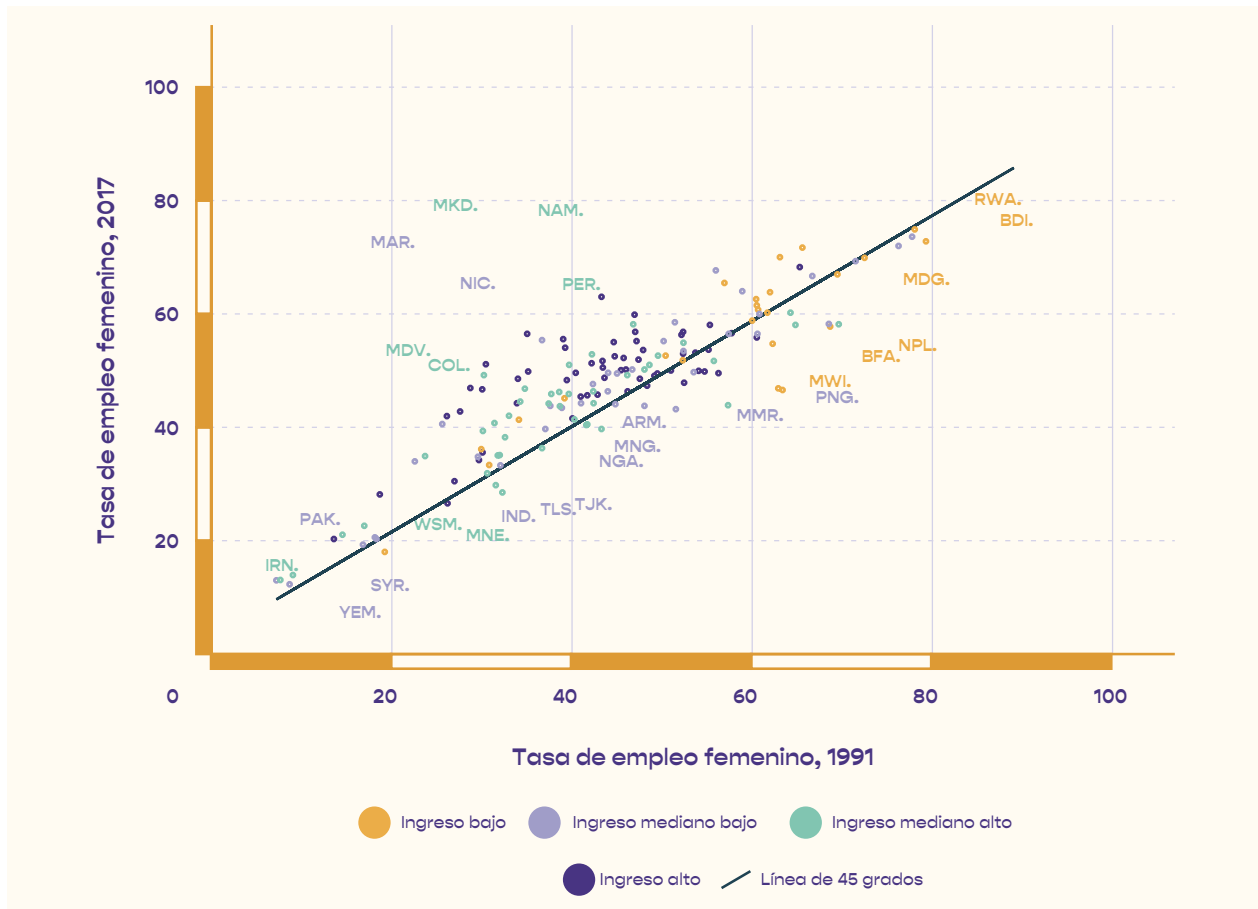
La industrialización y el incremento del comercio internacional se asocian con la incorporación de la mujer a la fuerza de trabajo. En los primeros años de la era industrial, el papel de las mujeres como trabajadoras consistía principalmente en la prestación de servicios generadores de capital humano, en sectores tales como la enseñanza o la sanidad. Al aumentar la especialización, las mujeres comenzaron a ejercer funciones tradicionalmente reservadas a los hombres, así como profesiones completamente nuevas basadas en las nuevas tecnologías.

Los últimos tres decenios, caracterizados por la rápida integración mundial, han acelerado la tendencia de que las mujeres asuman funciones cada vez más complejas en la economía. Actualmente el número de mujeres que participan en el mercado de trabajo es mucho más elevado, y es más

Fotografía: © FS Stock/Shutterstock.com.
 Uso autorizado; se requiere autorización adicional para volver a utilizar la imagen.

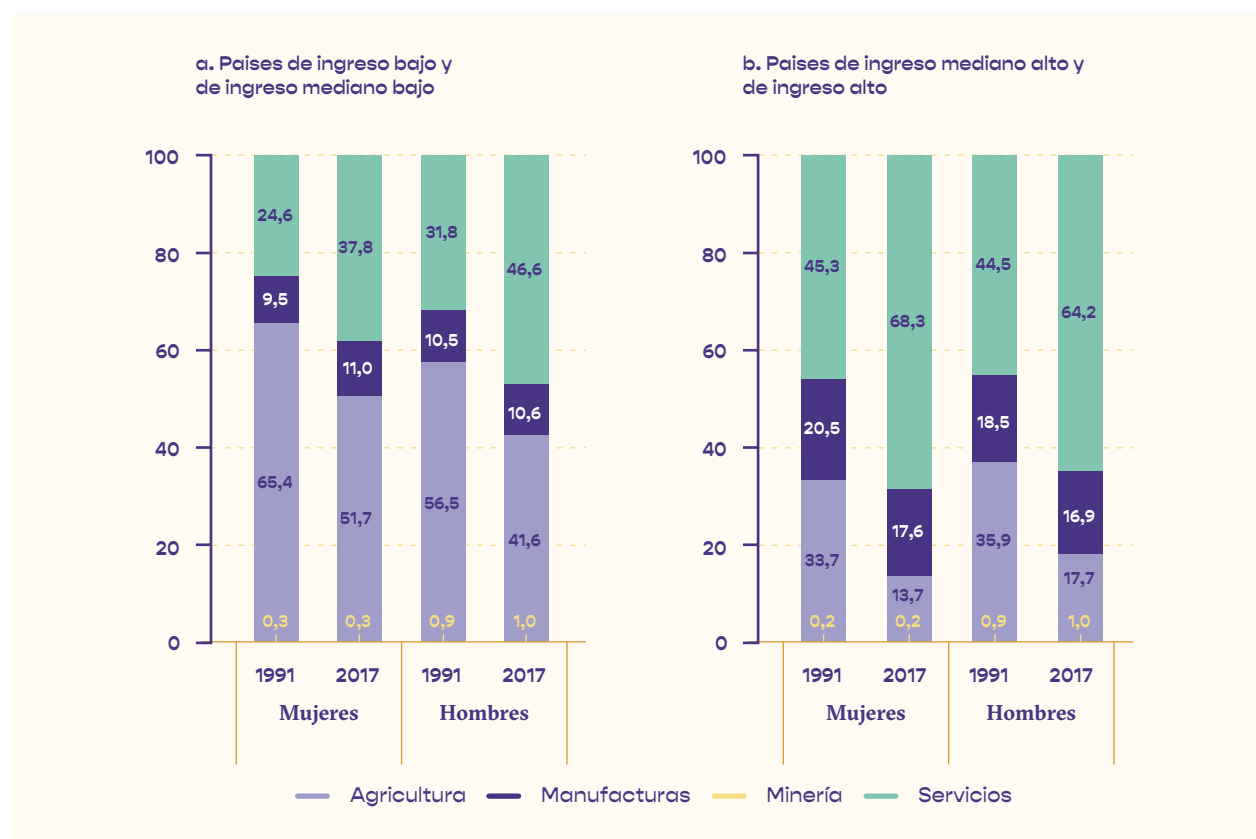


Gráfico 1.6 Entre 1991 y 2017, la tasa de empleo femenino aumentó en la mayoría de las economías



Nota: La tasa de empleo expresa el número de personas empleadas en porcentaje de la población total en edad de trabajar. Los grupos de países por ingresos se han determinado con arreglo a la clasificación en función de los ingresos de 2018 del Banco Mundial. Los códigos de los países se pueden consultar en <https://www.iso.org/obp/ui/#search/code>.
 Fuente: Departamento de Estadística de la Organización Internacional del Trabajo, https://www.ilo.org/shinyapps/bulkexplorer46/?lang=en&segment=indicator&id=EAP_2WAP_SEX_AGE_RT_A.

Gráfico 1.7 El empleo femenino se está desplazando de la agricultura a los servicios, comparación entre 1991 y 2017



Nota: Empleo por sector según las estimaciones basadas en modelos de la Organización Internacional del Trabajo, noviembre de 2018. La construcción y los servicios públicos se han incluido en Servicios.
Fuente: Departamento de Estadística de la Organización Internacional del Trabajo, https://www.ilo.org/shinyapps/bulkexplorer46/?lang=en&segment=indicator&id=EMP_2EMP_SEX_ECO_NB.

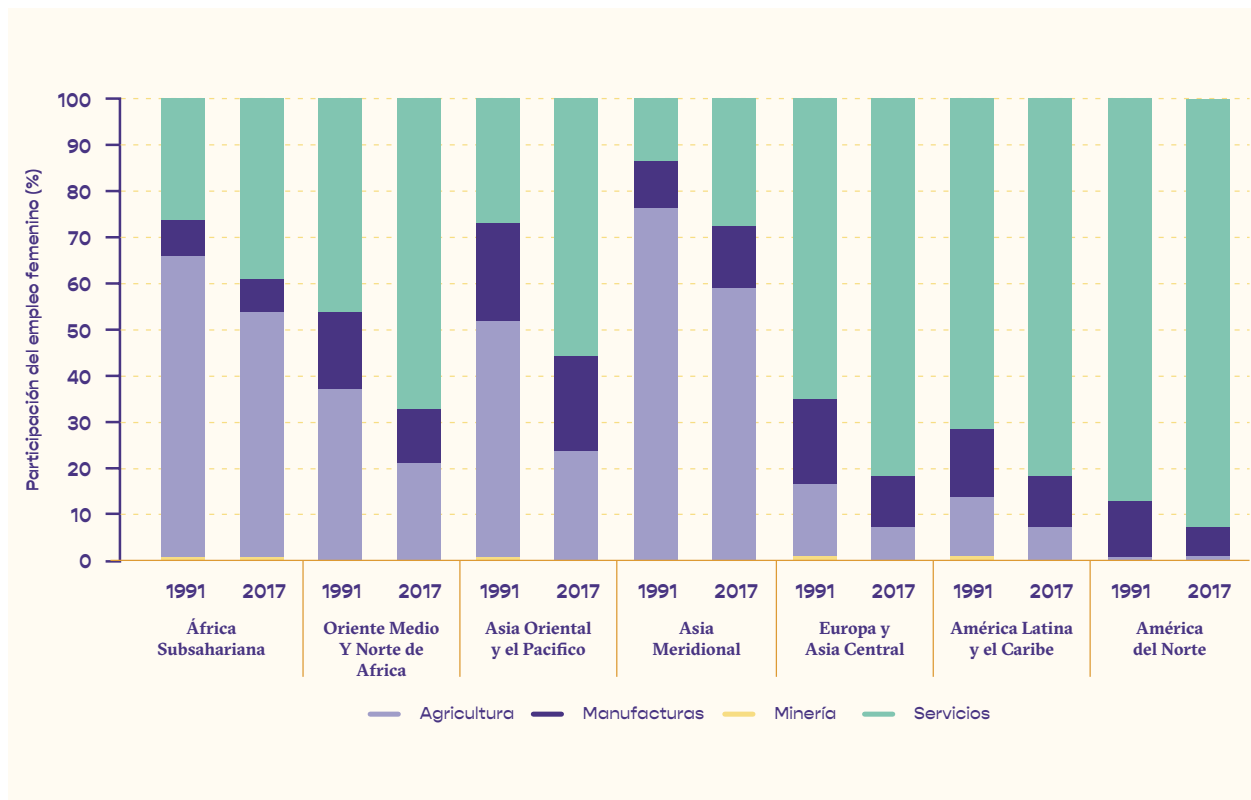
probable que estas ocupen mejores empleos en la industria manufacturera o el sector de los servicios. Entre tanto, las mujeres han dejado de desempeñar trabajos mal remunerados y menos productivos en el sector de la agricultura. Ahora bien, a pesar de que las mujeres ocupan, cada vez más, empleos altamente cualificados, cerca del 80% de las mujeres siguen desempeñando funciones que requieren un nivel de cualificación bajo o medio. Las mujeres también siguen estando excesivamente representadas en el trabajo informal, sobre todo en los países en desarrollo y en el sector de la agricultura. Además, existen pruebas bien documentadas de que en todas las sociedades adelantadas las mujeres, incluso aquellas que tienen un nivel de estudios y experiencia equivalente, ganan menos, por término medio, que los hombres.

El empleo femenino ha aumentado

Actualmente, el número de trabajadoras que participan en el mercado de trabajo es mayor, sobre todo en los países de ingreso alto y mediano. En 2017, las tasas de empleo femenino fueron más elevadas que en 1991 en la mayoría de los países, como indican los puntos situados por encima de la línea de 45 grados del gráfico 1.6. Los países de ingreso alto e ingreso mediano alto registraron el mayor aumento de las tasas de empleo femenino entre 1991 y 2017. En Marruecos y Macedonia del Norte, el incremento del empleo femenino fue notable, al aumentar en más de 50 puntos porcentuales, respectivamente.

A pesar del aumento de la participación de las mujeres en el mercado de trabajo a nivel

Gráfico 1.8 La agricultura sigue representando una gran parte del empleo femenino en determinadas regiones, comparación entre 1991 y 2017



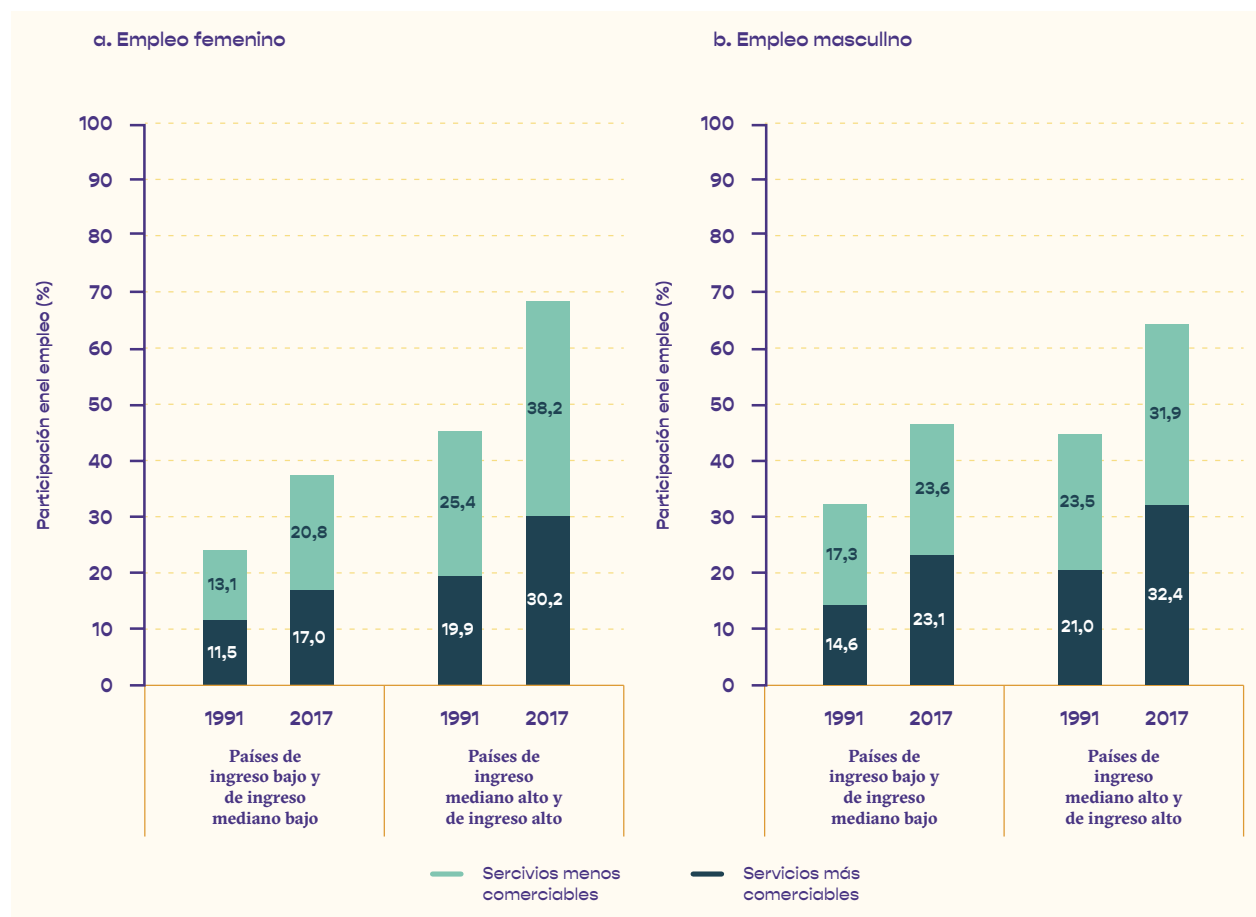
Nota: Empleo por sector según las estimaciones basadas en modelos de la Organización Internacional del Trabajo, noviembre de 2018.
Fuente: Departamento de Estadística de la Organización Internacional del Trabajo, https://www.ilo.org/shinyapps/bulkexplorer46/?lang=en&segment=indicator&id=EMP_2EMP_SEX_ECO_NB.

mundial en los últimos 25 años, menos de una de cada dos mujeres trabaja. La tasa de empleo femenino media a nivel mundial aumentó del 45,0% al 47,9% entre 1991 y 2017. Este aumento contrasta con la tasa de empleo masculino, que disminuyó del 71,0% al 67,8% durante el mismo período. El porcentaje de empleo femenino es asombrosamente bajo, sobre todo teniendo en cuenta que incluye a los agricultores de subsistencia y los empleos informales.³ Las ocho economías en las que las tasas de participación de las mujeres en la fuerza de trabajo son más bajas se encuentran exclusivamente en la región de Oriente Medio y Norte de África. La tasa de empleo femenino fue de tan solo el 10% o inferior en Jordania, la República Árabe Siria, la Ribera Occidental y Gaza, y la República del Yemen.

El empleo femenino se está desplazando de la agricultura a los servicios

En muchos países, las mujeres siguen estando empleadas principalmente en las actividades agropecuarias. Las trabajadoras agropecuarias figuran entre los grupos de trabajadores más pobres del mundo. Suelen dedicarse a la agricultura de subsistencia a fin de atender sus propias necesidades o las de sus familias. Este trabajo se concentra esencialmente en los países menos adelantados del mundo (véase el gráfico 1.7, panel a). En África Subsahariana, más de la mitad de la fuerza de trabajo femenina estaba empleada en la agricultura en 2017 (véase el gráfico 1.8), y casi una tercera parte de la fuerza de trabajo femenina de Asia Oriental y el Pacífico estaba empleada en

Gráfico 1.9 Los servicios más comerciables han generado el mayor crecimiento del empleo para ambos sexos, comparación entre 1991 y 2017



Nota: Empleo por sector según las estimaciones basadas en modelos de la Organización Internacional del Trabajo, noviembre de 2018. Los servicios más comerciables incluyen el comercio mayorista y minorista, el transporte y el almacenamiento, la información y las comunicaciones, las actividades financieras y de seguros, y los servicios empresariales y administrativos. Los niveles de ingresos se han definido con arreglo a la clasificación en función de los ingresos del Banco Mundial para 2018.

Fuente: Departamento de Estadística de la Organización Internacional del Trabajo, https://www.ilo.org/shinyapps/bulkexplorer46/?lang=en&segment=indicator&id=EMP_2EMP_SEX_ECO_NB.

ese sector. En 2017, más de las tres cuartas partes de la población femenina de Burundi, Camboya, la República Democrática Popular Lao, Madagascar, Nepal, Rwanda y la República Unida de Tanzania trabajaba en la agricultura.

Sin embargo, los empleos de las mujeres se están reorientando de la agricultura a las actividades manufactureras y los servicios, y están aumentando las oportunidades de empleo para las mujeres en el sector manufacturero y, sobre todo, en el sector de los servicios. La participación del empleo

femenino en la industria manufacturera en los países de ingreso bajo y de ingreso mediano bajo fue del 11% en 2017, lo que representa un aumento de 1,4 puntos porcentuales con respecto a 1991 (véase el gráfico 1.7, panel a). En África Subsahariana, Asia Oriental y el Pacífico, Oriente Medio y Norte de África, y Asia Meridional, el empleo femenino en la agricultura ha disminuido en más de 15 puntos porcentuales desde 1991 (véase el gráfico 1.8). En el sector de los servicios, las nuevas oportunidades de empleo han sido aún mayores, tanto para las trabajadoras como

para los trabajadores. Entre 1991 y 2017, la proporción del empleo en el sector de los servicios en los países de ingreso bajo y de ingreso mediano bajo aumentó en 13 y 15 puntos porcentuales, respectivamente, para las trabajadoras y los trabajadores (véase el gráfico 1.7). Si bien Asia sigue la tendencia mundial de transformación estructural hacia los servicios, sus progresos siguen estando por detrás de los alcanzados en las regiones de Oriente Medio y Norte de África, América Latina y el Caribe, Europa y Asia Central y, sobre todo, América del Norte, donde el empleo femenino en el sector de los servicios oscila aproximadamente entre el 80% y el 90% (véase el gráfico 1.8).

En los países de ingreso mediano alto y de ingreso alto, la proporción del empleo femenino ha disminuido tanto en el sector agropecuario como en el sector manufacturero a lo largo de los últimos 30 años, pero ha aumentado en el sector de los servicios. La proporción de trabajadoras en la agricultura se redujo del 34% al 14% durante el período 1991-2017. La proporción de trabajadoras en el sector manufacturero también se redujo en 3 puntos porcentuales, hasta situarse por debajo del 18%. En cambio, el empleo femenino en el sector de los servicios aumentó del 45% al 68%. En el caso de los trabajadores varones de los países desarrollados, la tendencia fue similar, aunque menos drástica. Su participación en el empleo en el sector manufacturero se redujo en tan solo 1,6 puntos porcentuales mientras que, en el sector de los servicios, esta aumentó en 20 puntos porcentuales (véase el gráfico 1.7, panel b).

Tanto en los países de ingreso bajo como en los países de ingreso alto, el aumento de los empleos en el sector de los servicios fue mayor en el caso de los servicios más comerciables, como los servicios mayoristas y minoristas, los servicios financieros y empresariales, y los servicios administrativos, por ejemplo las actividades de alquiler y arrendamiento, de las agencias de viajes o de los operadores turísticos (véase el gráfico 1.9).

Gráfico 1.10 La presencia de las mujeres en puestos altamente cualificados ha aumentado, comparación entre 1991 y 2017



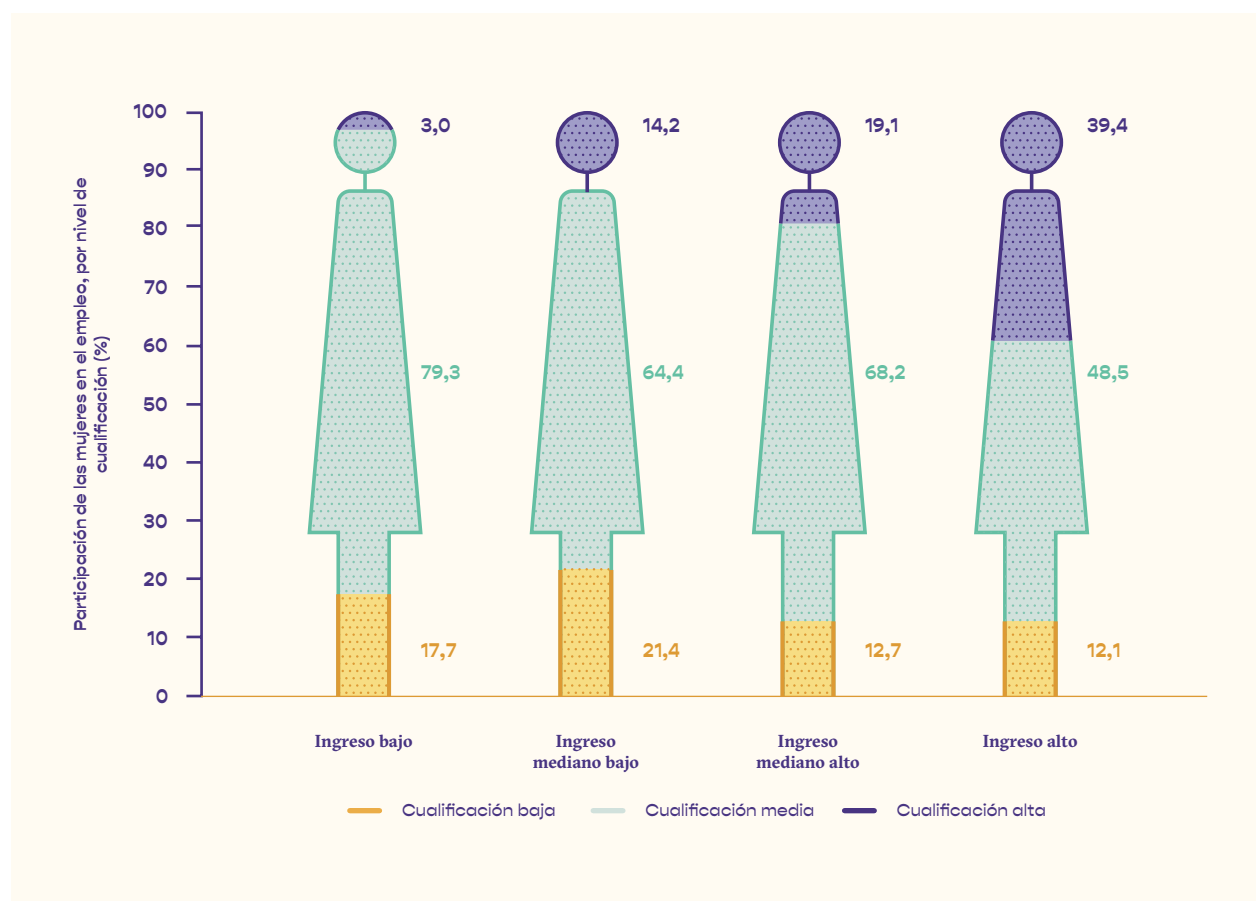
Nota: Empleo por sexo y ocupación según las estimaciones basadas en modelos de la Organización Internacional del Trabajo, mayo de 2018. Los datos presentados por ocupación se basan en la Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones (CIUO) y se han clasificado en tres grandes niveles de cualificación. Cualificación baja se refiere a las ocupaciones elementales. Cualificación media se refiere a ocupaciones como las que desempeñan el personal de apoyo administrativo; los trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados; los agricultores y trabajadores cualificados agropecuarios, forestales y pesqueros; los oficiales, operarios y artesanos de artes mecánicas y de otros oficios, y los operadores de instalaciones y máquinas y ensambladores. Cualificación alta se refiere a los directores y gerentes, los profesionales científicos e intelectuales, y los técnicos y profesionales de nivel medio.
Fuente: Departamento de Estadística de la Organización Internacional del Trabajo, https://www.ilo.org/shinyapps/bulkexplorer11/?lang=en&segment=indicator&id=EMP_2EMP_SEX_OCU_NB_A.

¿Dónde trabajan las mujeres?

Las mujeres trabajan principalmente en ocupaciones poco cualificadas o medianamente cualificadas

Cada vez más, las mujeres están pasando de ocupar empleos medianamente cualificados a ocupar empleos altamente cualificados (véase el gráfico 1.10). A pesar de esta tendencia al alza, el 80% de las mujeres a nivel mundial siguen ocupando empleos medianamente o poco cualificados. La proporción de trabajadoras cualificadas aumenta con el nivel de ingresos y fue de casi el 40% en los países de ingreso alto en 2017, pero solamente del 3% en los países de ingreso bajo ese

Gráfico 1.11 Los países de ingreso bajo emplean a muy pocas mujeres en puestos de trabajo altamente cualificados



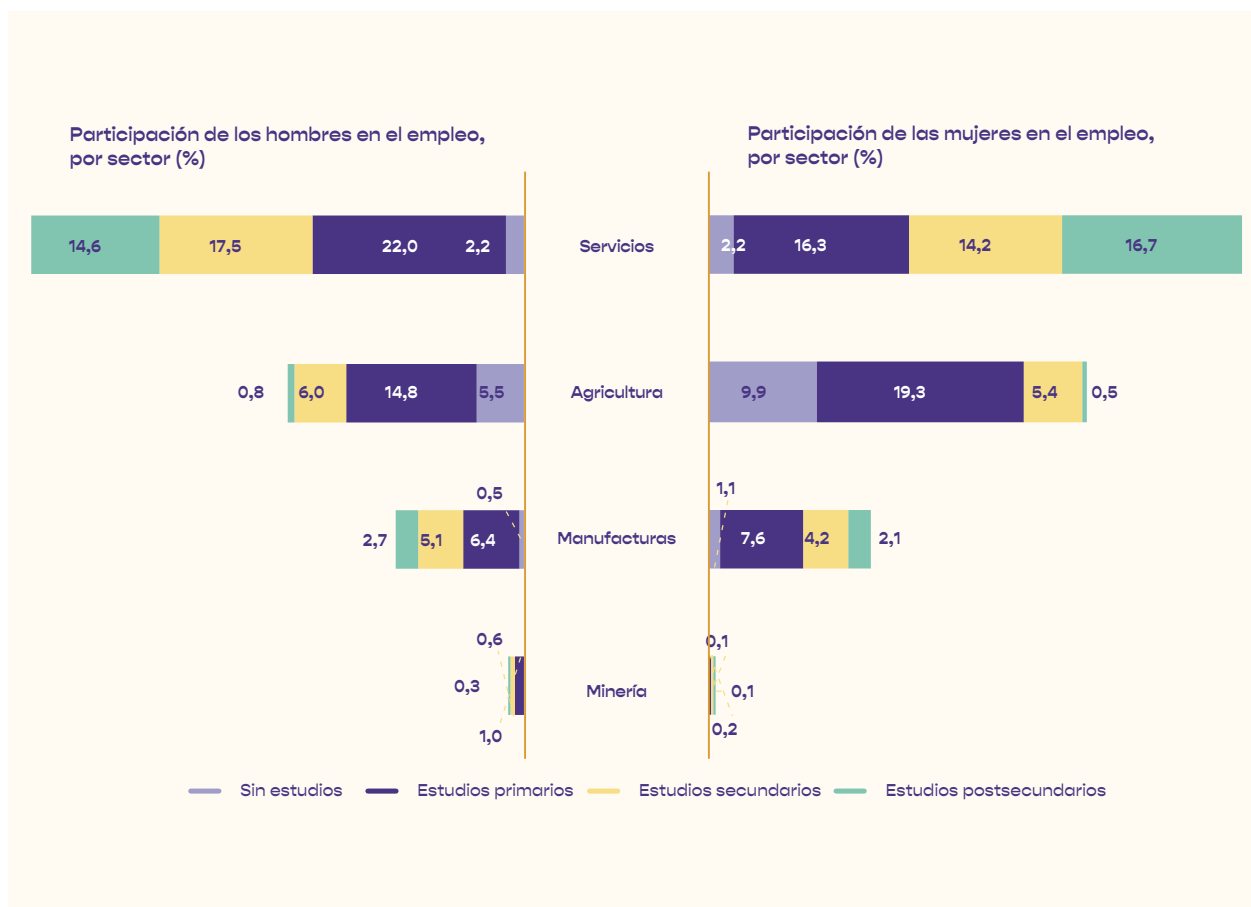
Nota: Empleo por sexo y ocupación según las estimaciones basadas en modelos de la Organización Internacional del Trabajo, mayo de 2018. Los datos presentados por ocupación se basan en la Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones (CIUO) y se han clasificado en tres grandes niveles de cualificación. Cualificación baja se refiere a las ocupaciones elementales. Cualificación media se refiere a ocupaciones como las que desempeñan el personal de apoyo administrativo; los trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados; los agricultores y trabajadores cualificados agropecuarios, forestales y pesqueros; los oficiales, operarios y artesanos de artes mecánicas y de otros oficios, y los operadores de instalaciones y máquinas y ensambladores. Cualificación alta se refiere a los directores y gerentes, los profesionales científicos e intelectuales, y los técnicos y profesionales de nivel medio.
Fuente: Departamento de Estadística de la Organización Internacional del Trabajo, https://www.ilo.org/shinyapps/bulkexplorer11/?lang=en&segment=indicator&id=EMP_2EMP_SEX_OCU_NB_A.

mismo año (véase el gráfico 1.11). En todos los grupos de países, pero sobre todo en los países de ingreso bajo, la mayor parte de la fuerza de trabajo femenina ocupa empleos medianamente cualificados. El sector de los servicios, con independencia del género, tiende a emplear a trabajadores con un mayor nivel de educación, si bien su participación en el empleo es más baja en los países en desarrollo. Más del 14% de los empleados y del 16% de las empleadas que trabajan en el sector de los servicios tienen estudios

postsecundarios, en comparación con tan solo el 2,7% y el 2,1%, respectivamente, en el sector manufacturero (véase el gráfico 1.12).

En los países de ingreso bajo e ingreso mediano bajo, las mujeres ocupan menos empleos altamente cualificados, en comparación con las mujeres de los países de ingreso mediano alto e ingreso alto. Las mujeres con un mayor nivel de educación suelen estar empleadas como trabajadoras en el sector de los servicios, vendedoras en

Gráfico 1.12 Los empleos del sector de los servicios requieren niveles de educación superior tanto en el caso de las mujeres como en el de los hombres



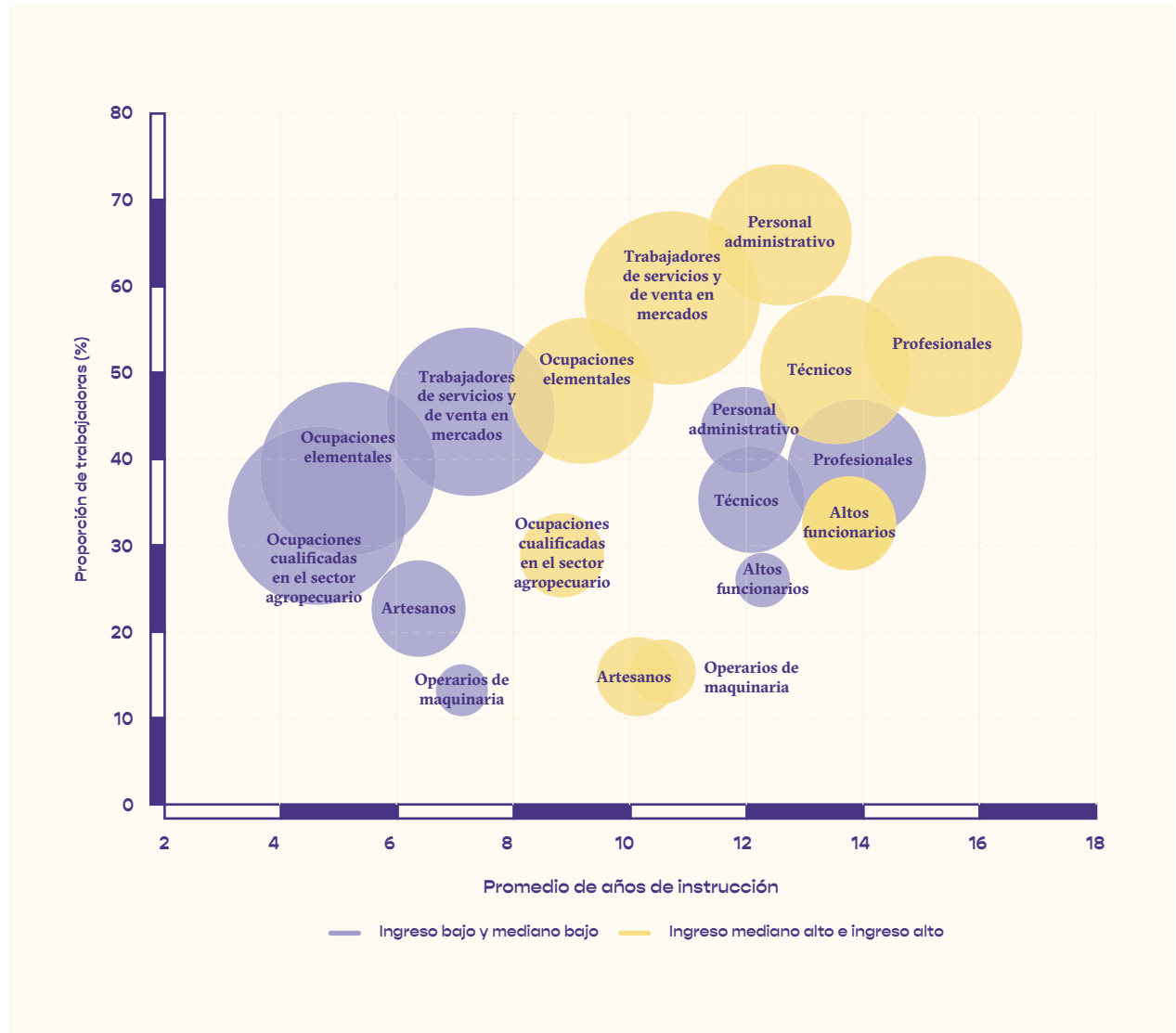
Fuente: Encuestas de hogares del Banco Mundial correspondientes a los años más recientes para los que se dispone de datos.

mercados, personal administrativo o técnico y profesionales.⁴ En los países de ingreso bajo, a las trabajadoras en el sector de los servicios y a las que se dedican a la venta en mercados solo se les exige 7 años de instrucción por término medio, mientras que en los países de ingreso alto se les exige más de 10 años de instrucción. Las ocupaciones cualificadas en el sector agropecuario y las ocupaciones elementales (por ejemplo, las ocupaciones que implican tareas sencillas y rutinarias) emplean a la mayor proporción de mujeres en los países en desarrollo, y solo requieren entre 4 y 5 años de instrucción por término medio (véase el gráfico 1.13).⁵

El comercio está vinculado a un aumento de los empleos formales para las mujeres

Se ha demostrado que el comercio puede ayudar a las mujeres a incorporarse a la economía formal y ofrecerles mejores condiciones de trabajo, un mayor acceso a las prestaciones sanitarias o de jubilación, y mejores normas en materia de seguridad y salud en el trabajo. Las mujeres que ocupan empleos formales también están más protegidas contra la extorsión, el soborno y el acoso. La capacidad de los trabajadores del sector formal de organizarse en sindicatos refuerza todavía más sus posiciones en muchos

Gráfico 1.13 Las ocupaciones calificadas en el sector agropecuario y las ocupaciones elementales concentran la mayor proporción de mujeres en los países de ingreso bajo y de ingreso mediano bajo



Nota: El tamaño del círculo indica la proporción de empleo femenino. La clasificación de las ocupaciones se basa en la Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones (CIUO). Las ocupaciones elementales implican la realización de tareas sencillas y rutinarias que pueden hacer necesario el uso de herramientas manuales y exigen un esfuerzo físico considerable. La mayoría de las ocupaciones incluidas en este gran grupo requieren escasas cualificaciones (cualificaciones del primer nivel de cualificación de la CIUO). Los profesionales aumentan el acervo de conocimientos, aplican teorías y conceptos científicos o artísticos, imparten formación a este respecto de manera sistemática, o realizan cualquier combinación de estas actividades. La mayor parte de las ocupaciones de este gran grupo requieren un nivel de cualificaciones alto para poder desempeñarse de manera competente (cuarta posición en la escala de cualificaciones de la CIUO: CIUO-08). Los niveles de ingresos se han definido con arreglo a la clasificación en función de los ingresos del Banco Mundial para 2018.

Fuente: Departamento de Estadística de la Organización Internacional del Trabajo, https://www.ilo.org/shinyapps/bulkexplorer11/?lang=en&segment=indicator&id=EMP_2EMP_SEX_OCUNB_A.

países. Además, las empresas del sector formal ofrecen empleos caracterizados por una mayor productividad y calidad, lo que se debe en gran parte al acceso de los trabajadores a la tecnología, la educación, la información relativa al mercado de trabajo y la formación (OIT, 2006).

Las trabajadoras tienen menos probabilidades de verse abocadas a la informalidad si trabajan

en sectores que comercian más o están más integrados en las CVM. De un análisis realizado a nivel de los hogares en una muestra de 31 países desarrollados y emergentes se desprende que unos valores más elevados en materia de exportación y una mayor integración en las CVM (tanto regresiva como progresiva) se relacionan con una menor probabilidad de trabajar en el sector informal, y que este efecto

Fotografía: ©ProStockStudio/Shutterstock.com. Uso autorizado; se requiere autorización adicional para volver a utilizar la imagen.



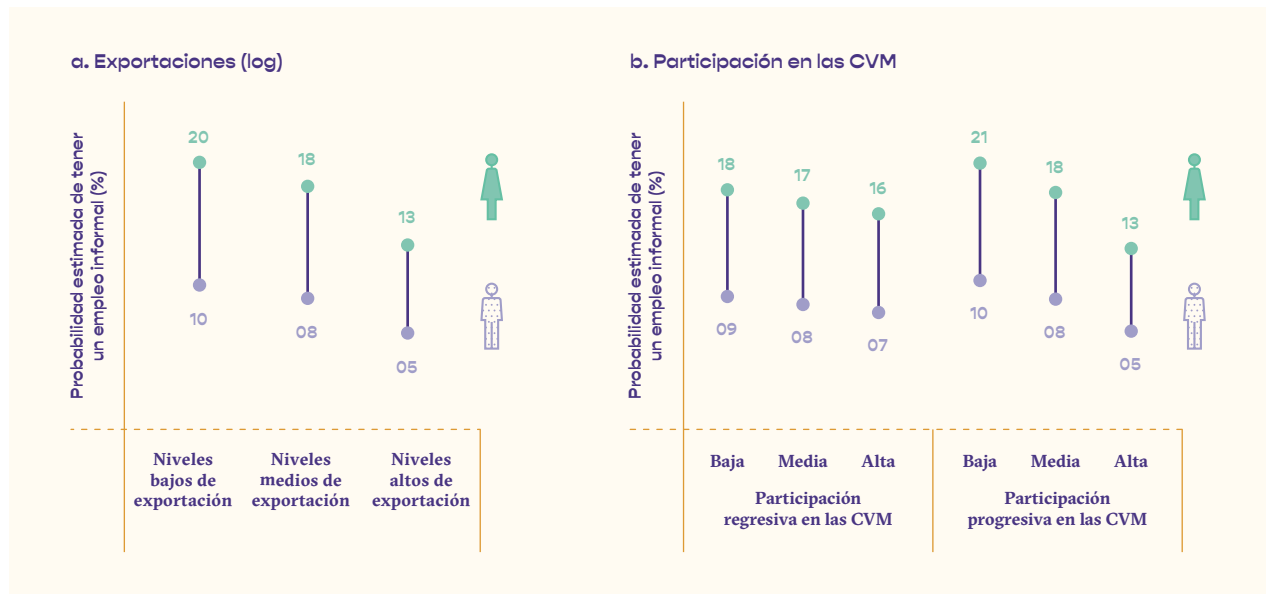
es mayor para las mujeres, en comparación con los hombres (véase el gráfico 1.14).⁶ Las conclusiones se mantienen para dos tipos de informalidad: i) la no remuneración y ii) el trabajo sin contrato, una vez controlados los otros determinantes de la informalidad de los trabajadores, como la edad, el nivel de educación, el estado civil y la ocupación (véase el método descrito en el anexo 1A)⁷. La probabilidad de que las mujeres tengan un empleo informal va del 20% en sectores con niveles bajos de exportación o con una integración baja en las CVM al 13% en sectores con niveles elevados de exportación o una integración importante en las CVM. Las tasas de informalidad de las mujeres también disminuyen de manera más pronunciada que las de los hombres (una reducción global de hasta 7 puntos porcentuales para las mujeres y de hasta 4 puntos porcentuales para los hombres) (véase el gráfico 1.14).⁸

Las regiones que están menos integradas en las CVM, en particular África Subsahariana y Asia Meridional, registran unas tasas más elevadas de empleo informal para las mujeres.

La proporción del empleo informal en África Subsahariana es del 86,4% para los hombres y del 92,1% para las mujeres. La proporción del empleo informal en Asia Meridional, que es muy similar, se eleva al 86,8% y al 90,7% para los hombres y las mujeres, respectivamente. En América Latina y el Caribe, la proporción de trabajadores en el sector informal también es ligeramente inferior en el caso de los hombres (el 52,3%), en comparación con las mujeres (el 54,3%) (véase el gráfico 1.15). Las mujeres están más expuestas al empleo informal en más del 90% de los países de África Subsahariana, el 89% de los países de Asia Meridional y casi el 75% de los países de América Latina y el Caribe (OIT, 2018). Estas regiones también suelen estar especializadas en el comercio de productos básicos, a diferencia de otras regiones en las que la participación en el comercio es más compleja (véase la primera parte de esta sección, titulada “Cómo afecta el comercio a las trabajadoras”).

De un análisis referente a México realizado entre 1993 y 2011 se desprende que las reducciones arancelarias que entraron en vigor a principios de 1993 en virtud del Tratado

Gráfico 1.14 Las mujeres tienen menos probabilidades de tener un empleo informal si trabajan en sectores integrados en el comercio



Nota: El gráfico muestra la probabilidad estimada de que una mujer tenga un empleo informal, donde la informalidad se define como un trabajador no remunerado. Los adjetivos calificativos bajo, medio y alto se refieren a las observaciones que se sitúan por debajo del percentil 25°, entre los percentiles 25° y 75°, y por encima del percentil 75°, respectivamente. En todas las regresiones se han controlado los determinantes comunes de la informalidad, como la edad, el nivel de educación, el estado civil y la ocupación. El modelo también incluye los efectos fijos de país y de sector a fin de controlar las perturbaciones no observables, según se detalla en la ecuación (IA.1) del anexo IA. Todos los resultados mostrados son significativos al nivel del 10%. Se entiende por exportador una empresa cuyas exportaciones (directas o indirectas) representan al menos el 10% de las ventas totales. CVM = cadena de valor mundial.
Fuente: Encuestas de hogares del Banco Mundial correspondientes a los años más recientes para los que se dispone de datos; base de datos del Banco Mundial sobre mano de obra desglosada por género. <http://datatopics.worldbank.org/gdld>.

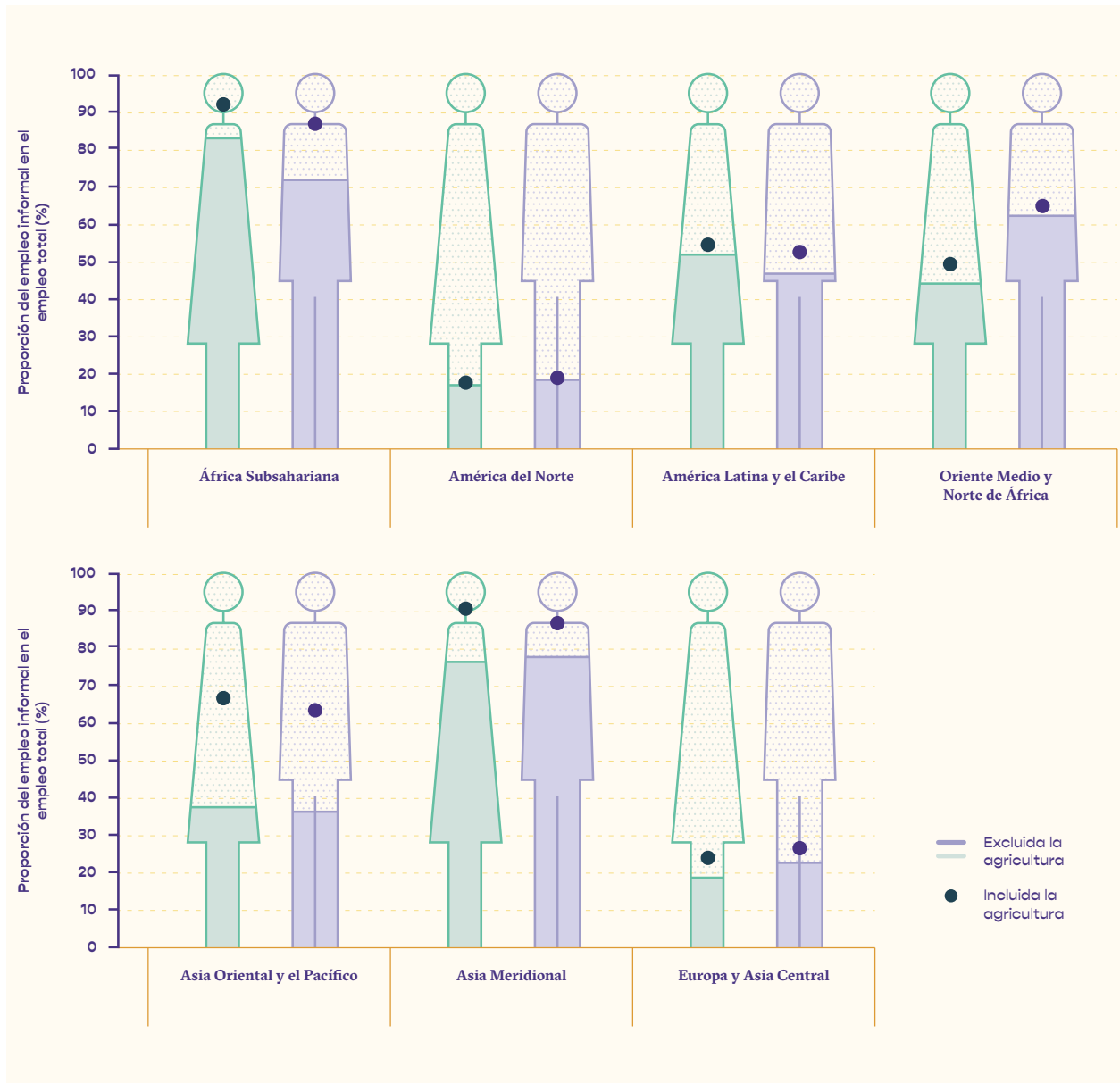
de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) aumentaron la probabilidad del trabajo informal en el sector manufacturero, tanto para las trabajadoras como para los trabajadores. Ahora bien, estos efectos no fueron uniformes. La formalidad aumentó para los trabajadores empleados por las grandes empresas, y disminuyó en las pequeñas empresas. En el sector de los servicios, el impacto de la liberalización del comercio en el empleo formal femenino fue negativo (Ben Yahmed y Bombarda, 2018). En el Brasil, las reducciones arancelarias aplicadas durante el período 1987-1994 redujeron las diferencias por razón de género en la participación en el empleo y la fuerza de trabajo. La liberalización del comercio en el sector comerciable, en el que la fuerza de trabajo es predominantemente masculina, dio lugar a una contracción y reducción del empleo total, que afectó en mayor medida a los trabajadores varones. Además, esta fomentó la reubicación de los trabajadores varones en el sector informal menos comerciable (Gaddis y Pieters, 2017).

El comercio y la tecnología influyen en las diferencias en materia de empleo

En los países en desarrollo, el comercio internacional aumenta la participación en la fuerza de trabajo y los salarios de las mujeres que consiguen empleos en las industrias exportadoras, lo que reduce la disparidad en el empleo y salarial con respecto a los hombres. Ahora bien, la repercusión global del comercio en las trabajadoras dependerá del sector donde estén empleadas y de la manera en que estas industrias se vean afectadas por el comercio.

Se obtienen beneficios del comercio mediante la reasignación de los recursos en una economía, incluido el desplazamiento de los trabajadores de un sector a otro.⁹ Esta reasignación sectorial afecta positivamente a las trabajadoras, que encuentran empleos en sectores comerciables que pagan salarios más altos (Bussolo y De Hoyos, 2009). Las

Gráfico 1.15 El empleo informal se mantiene en niveles elevados en varias regiones



Fuente: OIT, 2018.

industrias exportadoras, como las prendas de vestir, en las que los países en desarrollo tienen una ventaja comparativa, son un claro ejemplo de cómo la concentración de las mujeres en trabajos de bajo valor añadido, poco remunerados y de uso intensivo de mano de obra puede llevar a mujeres que anteriormente trabajaban en el sector informal o estaban desempleadas a incorporarse a la fuerza de trabajo (Otope, 2015).

La reasignación sectorial no está exenta de costos. Sin embargo, varios estudios empíricos muestran que los hombres y las mujeres se enfrentan a costos distintos al cambiar de empleo y pasar de un sector a otro porque no tienen la misma movilidad social, geográfica y en términos de cualificaciones. En los Estados Unidos, por ejemplo, es relativamente más costoso para los hombres pasar al sector de los servicios, mientras

que las mujeres se enfrentan a costos relativamente más elevados al trasladarse a los sectores de la agricultura, la minería y las manufacturas (Brusseovich, 2018). La liberalización del comercio puede aumentar la probabilidad de que las mujeres abandonen el mercado de trabajo en lugar de trasladarse a otro sector. Del análisis de los efectos de la competencia de las importaciones en las decisiones familiares en países como China se desprende que, aun cuando los hombres y las mujeres pueden verse igualmente afectados por las perturbaciones comerciales negativas en términos de pérdidas de ingresos o de puestos de trabajo, es más probable que las mujeres abandonen el mercado de trabajo y se centren en actividades familiares. Esa probabilidad se refleja en la disminución de la participación femenina en la fuerza

de trabajo y en el aumento de las tasas de natalidad y de las licencias parentales de las mujeres casadas (Keller y Utar, 2018).

Los cambios tecnológicos son otro canal de transmisión a través del cual el comercio afecta a las mujeres en el mercado de trabajo. La liberalización del comercio puede desencadenar la introducción de nuevas tecnologías por parte de las empresas como reacción a la competencia cada vez mayor de las empresas extranjeras. La facilitación del acceso a insumos de mejor calidad puede impulsar esta mejora tecnológica que, a su vez, podría afectar de manera distinta a los hombres y las mujeres en el lugar de trabajo. Los efectos dependerán de las tareas que realicen (por ejemplo, tareas de operario o de oficinista) y de si estas tareas tienen una

Fotografía: ©ProStockStudio/Shutterstock.
com Uso autorizado; se requiere
autorización adicional para volver a utilizar
la imagen.



relación complementaria con las nuevas tecnologías. La tecnología tradicional requiere, por lo general, tareas manuales que son más exigentes físicamente, mientras que la tecnología moderna se caracteriza por un mayor número de procesos de producción informatizados y por niveles más elevados de productividad. La introducción de tecnologías de producción modernas e informatizadas, que no se basan tanto en la fuerza física, hace que las trabajadoras manuales sean relativamente más productivas en comparación con la tecnología más tradicional.

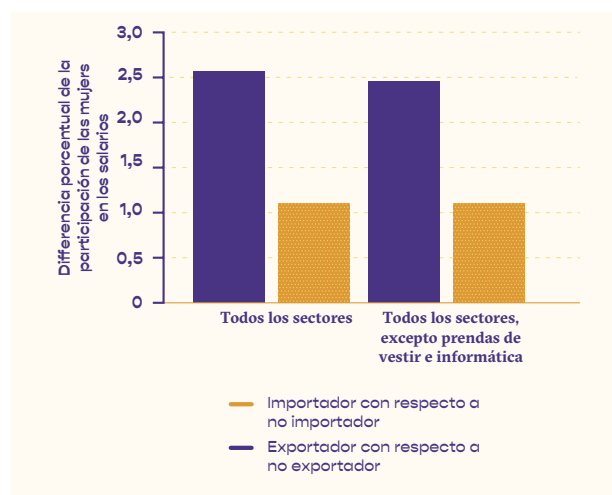
La adopción a mayor escala de nuevas tecnologías menos exigentes físicamente en un determinado país aumenta la proporción de mujeres empleadas en trabajos manuales y sus salarios relativos. Como se ha visto en el caso de México, a raíz de la entrada en vigor del TLCAN, los cambios tecnológicos que trae consigo el comercio repercuten positivamente en el empleo y los salarios de las trabajadoras manuales (Juhn, Ujhelyi y Villegas-Sánchez, 2014). Ahora bien, los efectos de la tecnología inducida por el comercio en los salarios y el empleo de las mujeres dependerán del tipo de tecnología (ya afecte a las ocupaciones de tipo rutinario o aumente la robotización o la adquisición de maquinaria y equipos informatizados). Si la mejora tecnológica aumenta la intensidad de capital de una empresa (es decir, su uso del capital por unidad de mano de obra), los gastos correspondientes a la mano de obra empleada representan una proporción menor de los costos, lo que disuade a las empresas de buscar mano de obra poco cualificada y barata. Por consiguiente, el empleo femenino, y posiblemente los salarios, disminuyen, ya que las mujeres tienden a tener menos cualificaciones y a costar menos que los hombres. Según un análisis realizado respecto de 16 países de Asia Meridional y América Latina y el Caribe entre 1985 y 2007, la productividad del sector manufacturero (un indicador aproximado de las condiciones tecnológicas de producción) se correlacionaba con una disminución de la proporción de empleo femenino en dicho sector (Tejani y Milberg, 2016).

Nuevos datos sobre el impacto del comercio en el empleo femenino

Las exportaciones de productos manufacturados se relacionan con una mayor participación salarial de las mujeres en los países en desarrollo

A escala mundial, las mujeres ganan menos que los hombres y reciben una parte más pequeña de los salarios totales. Esta desigualdad puede disuadir a las mujeres de incorporarse a la fuerza de trabajo, y limita su capacidad para tomar sus propias decisiones en la vida, como seguir estudiando, comprarse una vivienda o crear una

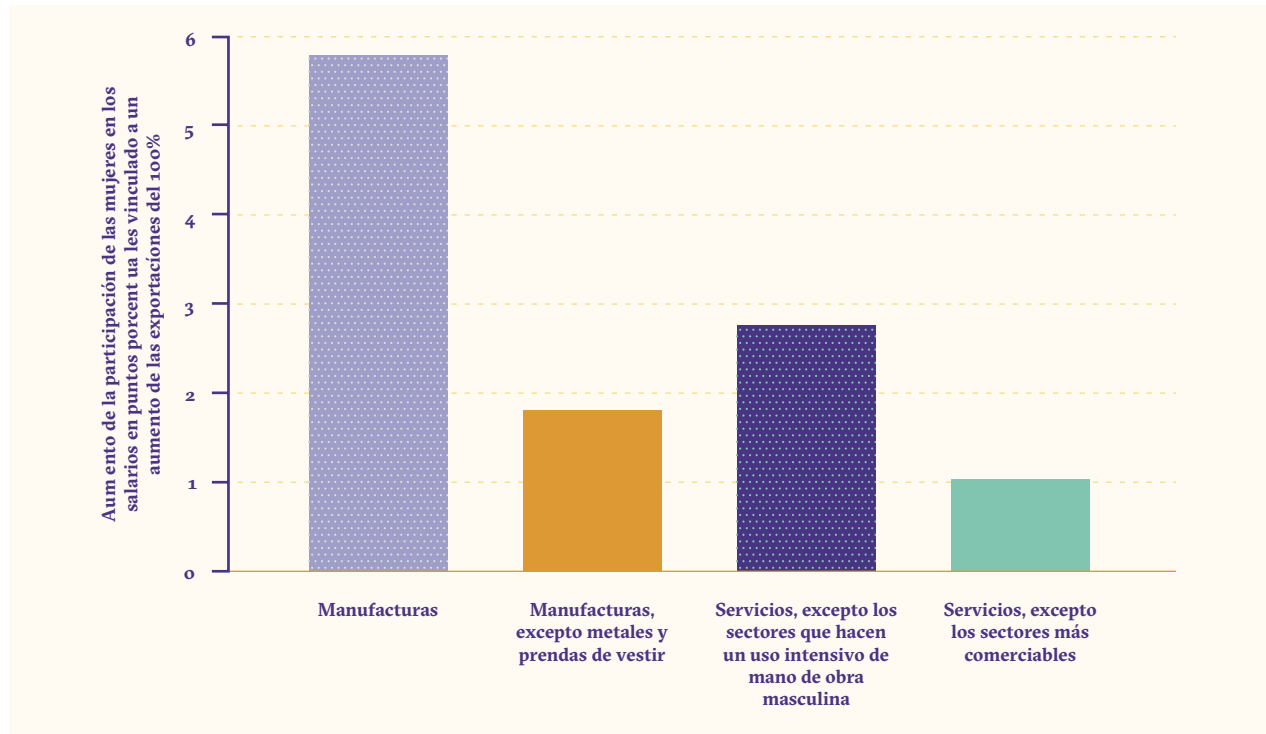
Gráfico 1.16 En las empresas manufactureras comerciantes de los países en desarrollo y emergentes, la participación de las mujeres en los salarios es considerablemente más elevada que en las empresas no comerciantes



Nota: El gráfico muestra la diferencia media entre exportadores y no exportadores y entre importadores y no importadores, y en él se utiliza la parte correspondiente a las mujeres en los salarios totales de la empresa como variable dependiente. Se entiende por exportador una empresa cuyas exportaciones (directas o indirectas) representan al menos el 10% de las ventas totales. Se entiende por importador una empresa cuyos insumos importados representan al menos el 10% de los insumos totales. En todas las regresiones se han controlado la producción de la empresa, la intensidad de capital, la productividad total de los factores y los salarios relativos a nivel de sector (en logaritmos naturales), así como los efectos fijos de país-sector, región subnacional y año, tal como se detalla en la ecuación (1B.1) del anexo 1B. Todos los resultados mostrados son significativos al nivel del 10%.

Fuente: Rocha y Winkler, 2019, basado en las encuestas de empresas del Banco Mundial correspondientes a los años más recientes para los que se dispone de datos, <https://www.enterprisesurveys.org/en/data>, y base de datos del Banco Mundial sobre mano de obra desglosada por género, <http://datatopics.worldbank.org/gdld>.

Gráfico 1.17 En los países en desarrollo, el aumento de las exportaciones de productos manufacturados está estrechamente vinculado al aumento de la participación de las mujeres en los salarios



Nota: Análisis de regresión transversal, que incluye a 50 países de ingreso bajo y mediano, y en el que la participación de las mujeres en los salarios se ha utilizado como variable dependiente y el valor de las exportaciones (en logaritmos naturales) como variable independiente, controlándose la producción, la proporción relativa que representan los salarios de los trabajadores y las trabajadoras, y los efectos fijos de año y de sector. Los sectores manufactureros abarcan 9 sectores de la base de datos Eora; los sectores de servicios abarcan 12 sectores de servicios. En el análisis solo se incluyen aquellos sectores en los que el valor de las exportaciones es de 1 millón de dólares EE.UU. como mínimo. El coeficiente de regresión para el total de los sectores de servicios no es significativo. Los sectores de servicios que hacen un uso intensivo de la mano de obra masculina incluyen el reciclaje, la construcción, el mantenimiento y la reparación, y el transporte. Los sectores de servicios más comerciables incluyen el comercio mayorista, el transporte, los servicios de correos y telecomunicaciones, y las actividades de intermediación financiera y empresariales.

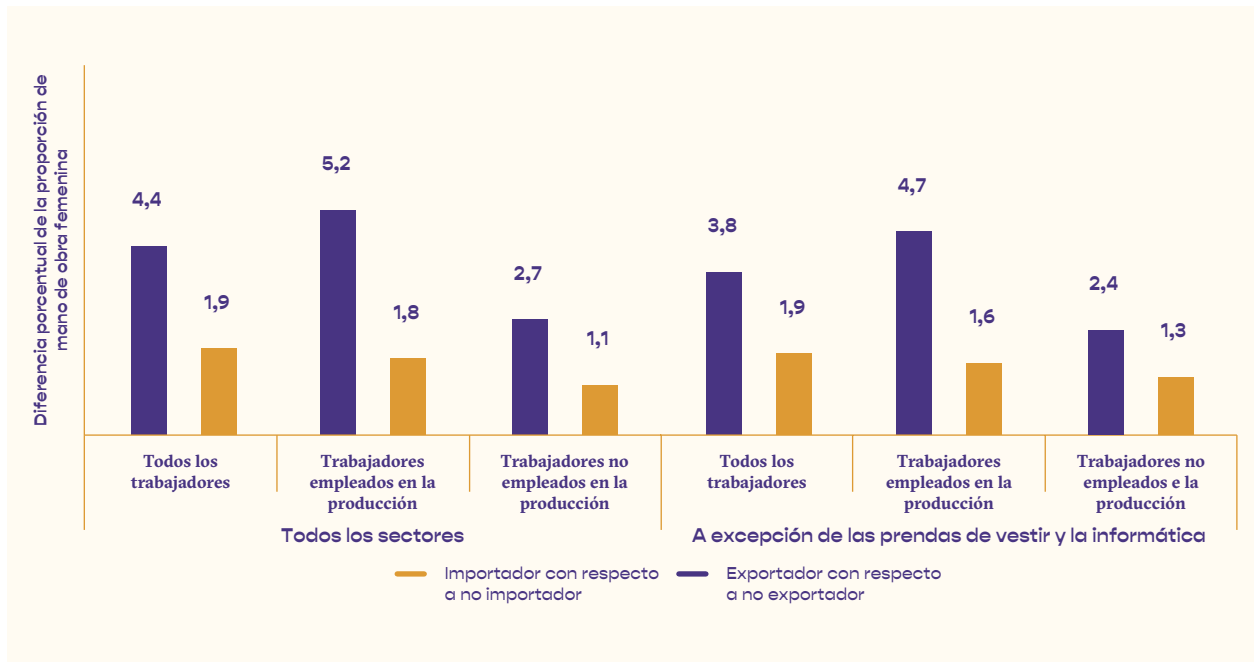
Fuente: Cálculos basados en Borin y Mancini, 2015, para los cuales se ha utilizado la base de datos Eora sobre las cadenas mundiales de suministro, <https://worldmrio.com>, y base de datos del Banco Mundial sobre mano de obra desglosada por género, <http://datatopics.worldbank.org/gdld>.

empresa. El comercio puede contribuir a reducir las desigualdades entre hombres y mujeres, al aumentar la participación femenina en los salarios. En los países en desarrollo, se observa que la participación femenina en los salarios totales en las empresas exportadoras es considerablemente más elevada que en las empresas no exportadoras.¹⁰ Los salarios de las mujeres representan el 23% del conjunto de los salarios de las empresas que exportan productos manufacturados, en comparación con tan solo el 15,5% en el caso de las empresas no exportadoras, según un análisis realizado en 30 países en desarrollo y emergentes a nivel de las empresas a partir de las encuestas de empresas del Banco Mundial.¹¹ En todas las empresas, la participación de las mujeres en los salarios es 2,5 puntos porcentuales más elevada en las empresas exportadoras que en las empresas

no exportadoras (véase el gráfico 1.16).¹² La participación de las mujeres en los salarios totales aumenta porque las empresas exportadoras pagan mejores salarios y hacen que aumente la demanda de mano de obra. La duplicación del valor de las exportaciones en el sector manufacturero de un determinado país haría aumentar la participación salarial media de las mujeres en 5,8 puntos porcentuales por término medio. Dicho de otro modo, un aumento del 100% del valor de las exportaciones de las empresas manufactureras incluidas en la muestra equivaldría a un aumento del salario medio que perciben las mujeres del nivel actual del 24% a aproximadamente el 30%.

Si bien el aumento de las exportaciones se acompaña de un aumento de la participación salarial media de las mujeres en todos los

Gráfico 1.18 En los países en desarrollo y emergentes, se observa que las empresas manufactureras comerciantes tienen una proporción de mano de obra femenina considerablemente mayor que las empresas no comerciantes



Nota: El gráfico muestra la diferencia media de la proporción de mano de obra femenina entre exportadores y no exportadores, y entre importadores y no importadores, para todos los trabajadores, los trabajadores empleados en la producción y los no empleados en la producción. Se entiende por exportador una empresa cuyas exportaciones (directas o indirectas) representan al menos el 10% de las ventas totales. Se entiende por importador una empresa cuyos insumos importados representan al menos el 10% de los insumos totales. En todas las regresiones se han controlado la producción, la intensidad de capital y la productividad total de los factores (en logaritmos naturales), así como los efectos fijos de país-sector, región subnacional y año, tal como se detalla en la ecuación (1B.2) del anexo 1B. Todos los resultados mostrados son significativos al nivel del 10%.

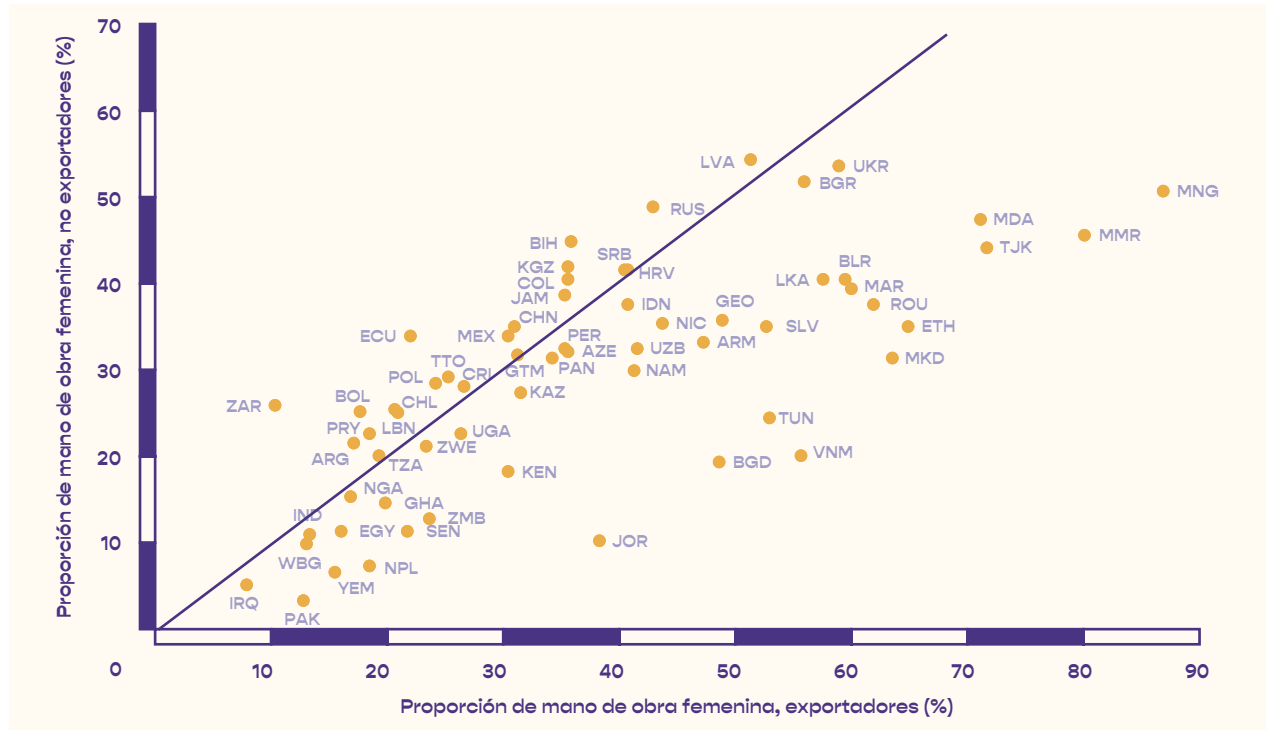
Fuente: Rocha y Winkler, 2019, basado en las encuestas de empresas del Banco Mundial correspondientes a los años más recientes para los que se dispone de datos, <https://www.enterprisesurveys.org/en/data>, y base de datos del Banco Mundial sobre mano de obra desglosada por género, <http://datatopics.worldbank.org/gdld>.

sectores, en el sector de las prendas de vestir se observa una relación positiva especialmente fuerte, debido a las oportunidades que ofrece a las mujeres ese sector.¹³ Se observa una tendencia similar en algunos sectores de servicios. La duplicación del valor de las exportaciones en los sectores de servicios que no hagan un uso intensivo de la mano de obra masculina (como la construcción y el transporte) aumentaría la participación femenina en los salarios en más de 2,7 puntos porcentuales, y esta participación pasaría del actual 34,8% al 37,5%. La exclusión de sectores más comerciables, como el comercio mayorista, el transporte, los servicios de correos y telecomunicaciones o las actividades de intermediación financiera y empresariales, de la muestra de servicios también indica que existe una relación positiva entre las exportaciones y la participación de las mujeres en los salarios (véase el gráfico 1.17).

El comercio se relaciona con una proporción de mano de obra femenina más elevada

Existe una correlación positiva y significativa entre el comercio y el aumento de la participación femenina en la fuerza de trabajo. En los países en desarrollo y emergentes, la proporción de mano de obra femenina con respecto al número total de trabajadores es aproximadamente 4 puntos porcentuales más elevada en las empresas exportadoras que en las empresas no exportadoras (véase el anexo 1B). En cambio, en las empresas importadoras, la proporción media de mano de obra femenina con respecto al número total de trabajadores tan solo es 2 puntos porcentuales más elevada que en las empresas no importadoras, lo que demuestra la importancia de la vía de la exportación, incluso cuando se tienen en cuenta los sectores que no hacen un uso

Gráfico 1.19 En los países en desarrollo y emergentes, la proporción media de mano de obra femenina es más elevada en las empresas manufactureras que exportan



Nota: El gráfico muestra los promedios ponderados por país, utilizando el número de trabajadores permanentes como coeficiente de ponderación. Se entiende por exportador una empresa cuyas las exportaciones (directas o indirectas) representan al menos el 10% de las ventas totales. Los códigos de los países se pueden consultar en <https://www.iso.org/obp/ui/#search/code>.
Fuente: Rocha y Winkler, 2019, basado en las encuestas de empresas del Banco Mundial correspondientes a los años más recientes para los que se dispone de datos, <https://www.enterprisesurveys.org/en/data>.

intensivo de la mano de obra femenina, como los sectores de las prendas de vestir y de la informática (véase el gráfico 1.18).¹⁴

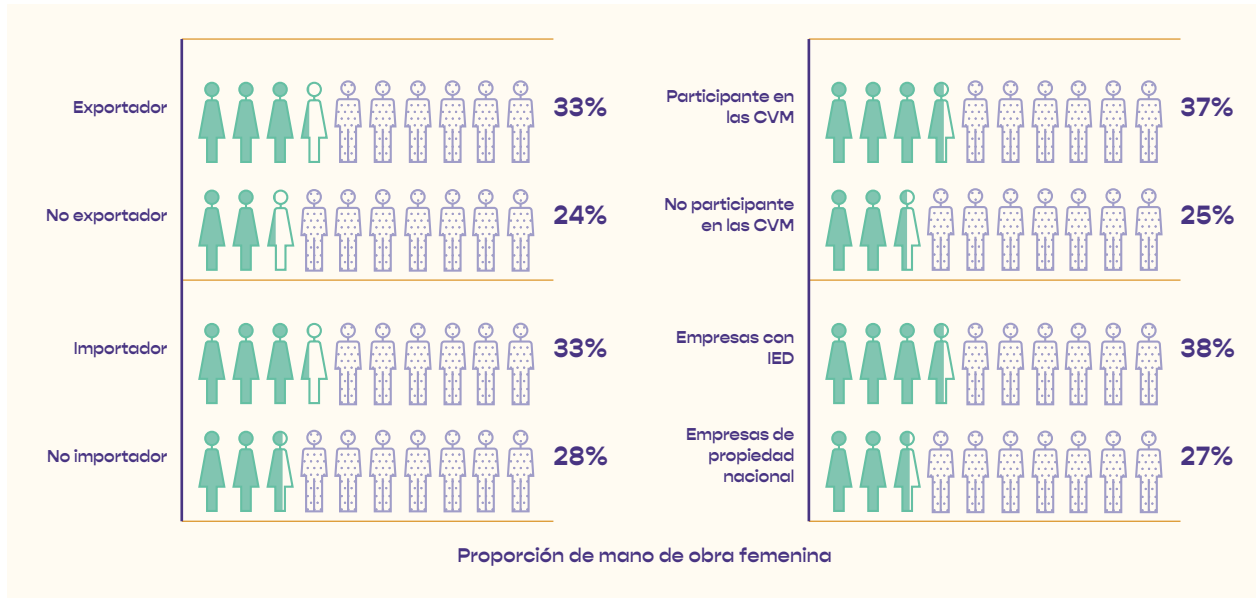
Las empresas que están más integradas en la economía mundial tienen mayores porcentajes de empleo femenino. Las mujeres representan el 33% de la fuerza de trabajo de las empresas exportadoras, en comparación con tal solo el 24% en el caso de las empresas no exportadoras y el 28% en las empresas no importadoras, según un análisis de 29.000 empresas manufactureras de 64 países en desarrollo y emergentes, en el que se utilizaron las encuestas de empresas del Banco Mundial. Esta constatación se aplica a la mayoría de los países (véase el gráfico 1.19), y las proporciones son más elevadas en los países de Europa Oriental y Asia Central, así como en los países que más comercian y que están más integrados en las CVM. Así, por ejemplo, en países como Marruecos, Rumania y Viet Nam, las mujeres

representan el 50% o más de la mano de obra empleada por las empresas exportadoras. Estas empresas han creado empleos para más de 5 millones de mujeres, aproximadamente el 15% de la población femenina que trabaja en esos países. Las mujeres representan el 36,7% de la fuerza de trabajo de las empresas vinculadas a CVM y el 37,8% de la fuerza de trabajo de las empresas de propiedad extranjera, es decir, 10,9 y 12,2 puntos porcentuales más, respectivamente, que la proporción de empresas de propiedad nacional no vinculadas a CVM (véase el gráfico 1.20).¹⁵

El nivel de empleo femenino varía en función de las cualificaciones

A escala mundial, la proporción de empleo femenino de los exportadores es relativamente más elevada que la de los no exportadores en

Gráfico 1.20 En los países en desarrollo y emergentes, la proporción media de mano de obra femenina es más elevada en las empresas manufactureras que están integradas en el comercio mundial



Nota: El gráfico muestra los promedios ponderados por tipo de empresa, utilizando el número de trabajadores permanentes como coeficiente de ponderación. Se entiende por exportador una empresa cuyas exportaciones (directas o indirectas) representan al menos el 10% de las ventas totales. Se entiende por importador una empresa cuyos insumos importados representan al menos el 10% de los insumos totales. Se entiende por participante en las CVM (cadenas de valor mundiales) una empresa clasificada como exportadora e importadora. Por empresa con IED (inversión extranjera directa) se entiende una empresa con una participación extranjera en su capital de al menos el 10%.

Fuente: Rocha y Winkler, 2019, basado en las encuestas de empresas del Banco Mundial correspondientes a los años más recientes para los que se dispone de datos. <https://www.enterprisesurveys.org/en/data>.

las industrias manufactureras que hacen un menor uso de la tecnología. Este fenómeno se conoce como diferencia de proporción de mano de obra femenina. En las industrias con un nivel bajo de tecnología, como los alimentos y las bebidas, o los textiles y las prendas de vestir, se observa la mayor correlación positiva entre la exportación y la participación femenina en el empleo. Los exportadores que llevan a cabo sus actividades en industrias con un nivel bajo de tecnología tienen una proporción de mano de obra femenina que es, por término medio, 5,7 puntos porcentuales más elevada que la de los no exportadores en las mismas industrias, manteniendo controlados otros factores a los que podría deberse esta diferencia. En las industrias con un nivel tecnológico medio, la diferencia de proporción de mano de obra femenina entre exportadores y no exportadores cae a 2,6 puntos porcentuales y, en las industrias con un nivel tecnológico de medio a alto, es incluso inferior (véase el gráfico 1.21). De estas constataciones se desprende que la correlación positiva entre

la exportación y la proporción de mano de obra femenina es más fuerte para aquellas tareas en las que parece haber una mayor demanda de trabajadores poco cualificados.¹⁶

La participación femenina en la titularidad y la dirección de empresas repercute positivamente en el empleo femenino

Las empresas exportadoras que son propiedad de mujeres o administradas por estas emplean a un mayor porcentaje de mujeres que las que son propiedad de hombres o administradas por ellos y que las empresas no exportadoras que son propiedad de un hombre o una mujer o administradas por uno de los dos sexos. En las empresas exportadoras cuyo administrador principal es una mujer, la proporción de trabajadoras es 8 puntos porcentuales más elevada que en las empresas no exportadoras y, en el caso de las empresas exportadoras cuyo

administrador principal es un hombre es de tan solo 4 puntos porcentuales más elevada (véase el gráfico 1.22). La correlación entre la importación y la proporción de mano de obra femenina es ocho veces más elevada para las empresas importadoras cuyo administrador principal es una mujer que para las empresas importadoras cuyo administrador principal es un hombre. Estos resultados ponen de relieve la importancia que tiene el liderazgo empresarial femenino para el empleo femenino (Foro Económico Mundial, 2017).

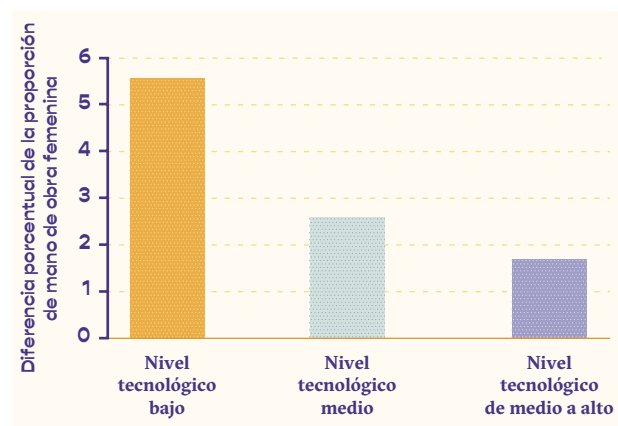
Un nuevo modelo de simulación muestra que la liberalización del comercio puede impulsar el empleo femenino en algunos países en desarrollo

Las reformas para la liberalización del comercio no solo aumentan las exportaciones, las importaciones y el PIB, sino que además, en los países en desarrollo que tienen una ventaja

comparativa en sectores donde se hace un uso intensivo de la mano de obra femenina, como el sector de los textiles y las prendas de vestir, aumentan el empleo femenino.¹⁷

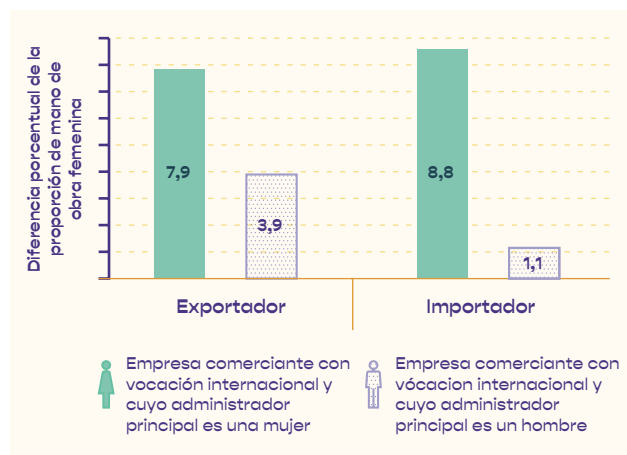
La aplicación del Acuerdo por el que se establece la Zona de Libre Comercio Continental Africana (AfCFTA), la mayor zona de libre comercio del mundo, que conecta a 54 países y a 1.300 millones de personas, permitiría crear empleos mejor remunerados para las trabajadoras, en particular para las trabajadoras cualificadas. Como consecuencia del aumento de la producción en sectores clave de todo el continente que hacen un uso intensivo de la mano de obra femenina, principalmente en el sector de los servicios (en el que el aumento de la producción se cifra en 149.000 millones de dólares EE.UU.), los salarios de las trabajadoras aumentarían más rápidamente en comparación con los de los trabajadores. En 2035, los salarios de la mano de obra femenina cualificada y no cualificada serían un 4,0% y un 3,7% más altos (en relación con los niveles de referencia),

Gráfico 1.21 La diferencia porcentual de la proporción de mano de obra femenina en las empresas exportadoras es más elevada en los sectores manufactureros con un bajo nivel de tecnología



Nota: El gráfico muestra la diferencia porcentual (diferencia media) entre los exportadores y los no exportadores según la intensidad tecnológica del sector, y en él se ha utilizado la proporción de mano de obra femenina en la empresa como variable dependiente. En todas las regresiones se han controlado la producción, la intensidad de capital y la productividad total de los factores (en logaritmos naturales), así como los efectos fijos de país-sector, región subnacional y año. Todos los resultados mostrados son significativos al nivel del 10%. Fuente: Rocha y Winkler, 2019, basado en las encuestas de empresas del Banco Mundial correspondientes a los años más recientes para los que se dispone de datos, <https://www.enterprisesurveys.org/en/data>, y base de datos del Banco Mundial sobre mano de obra desglosada por género, <http://datatopics.worldbank.org/gdld>.

Gráfico 1.22 En el sector manufacturero, las empresas comerciantes administradas por mujeres tienen una mayor proporción de mano de obra femenina que las empresas no comerciantes



Nota: El gráfico muestra la diferencia porcentual de mano de obra femenina (diferencia media) entre empresas exportadoras y no exportadoras, y entre empresas importadoras y no importadoras, cuando el principal administrador es un hombre o una mujer. En todas las regresiones se han controlado la producción, la intensidad de capital y la productividad total de los factores, así como los efectos fijos de país-sector, región subnacional y año. Todos los resultados mostrados son significativos al nivel del 10%. Fuente: Rocha y Winkler, 2019.



Fotografía: ©Monkey Business Images/Shutterstock.com. Uso autorizado; se requiere autorización adicional para volver a utilizar la imagen.

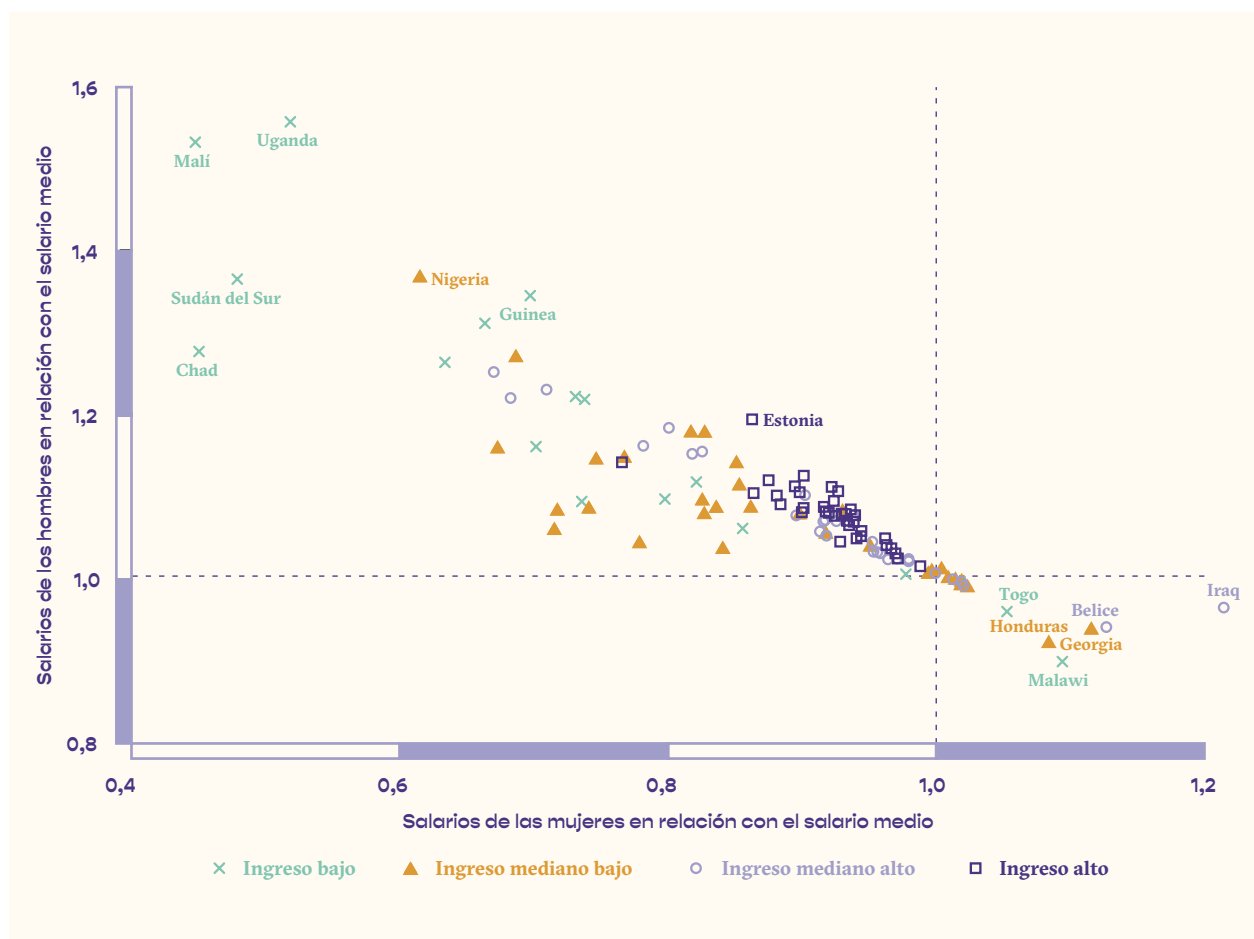
respectivamente, mientras que los salarios de los hombres, cualificados o no, aumentarían un 3.2%. Este aumento es suficiente para que una mujer que gana 5 dólares EE.UU. al día pueda pagar los artículos personales, el material escolar y el uniforme de otro miembro de la familia durante todo un curso académico. Ahora bien, los resultados varían de un país a otro, lo que refleja la heterogeneidad de la situación económica en África. En unos pocos casos seleccionados, ello podría incluso agravar la brecha salarial de género o de cualificación. En conjunto, estos resultados en lo que se refiere a los salarios son estimaciones del límite superior que sirven para poner de relieve la importancia de aplicar reformas de política

complementarias que fomenten la movilidad de la mano de obra y la igualdad de oportunidades (Banco Mundial, de próxima publicación).

Disminuye —pero persiste— la brecha salarial de género

Desde los años sesenta, la diferencia de remuneración entre mujeres y hombres se ha reducido considerablemente, en particular en los países desarrollados, pero no ha desaparecido (Cozzi *et al.*, 2018). Esta disminución de la brecha salarial de género a lo largo del tiempo se ha relacionado con

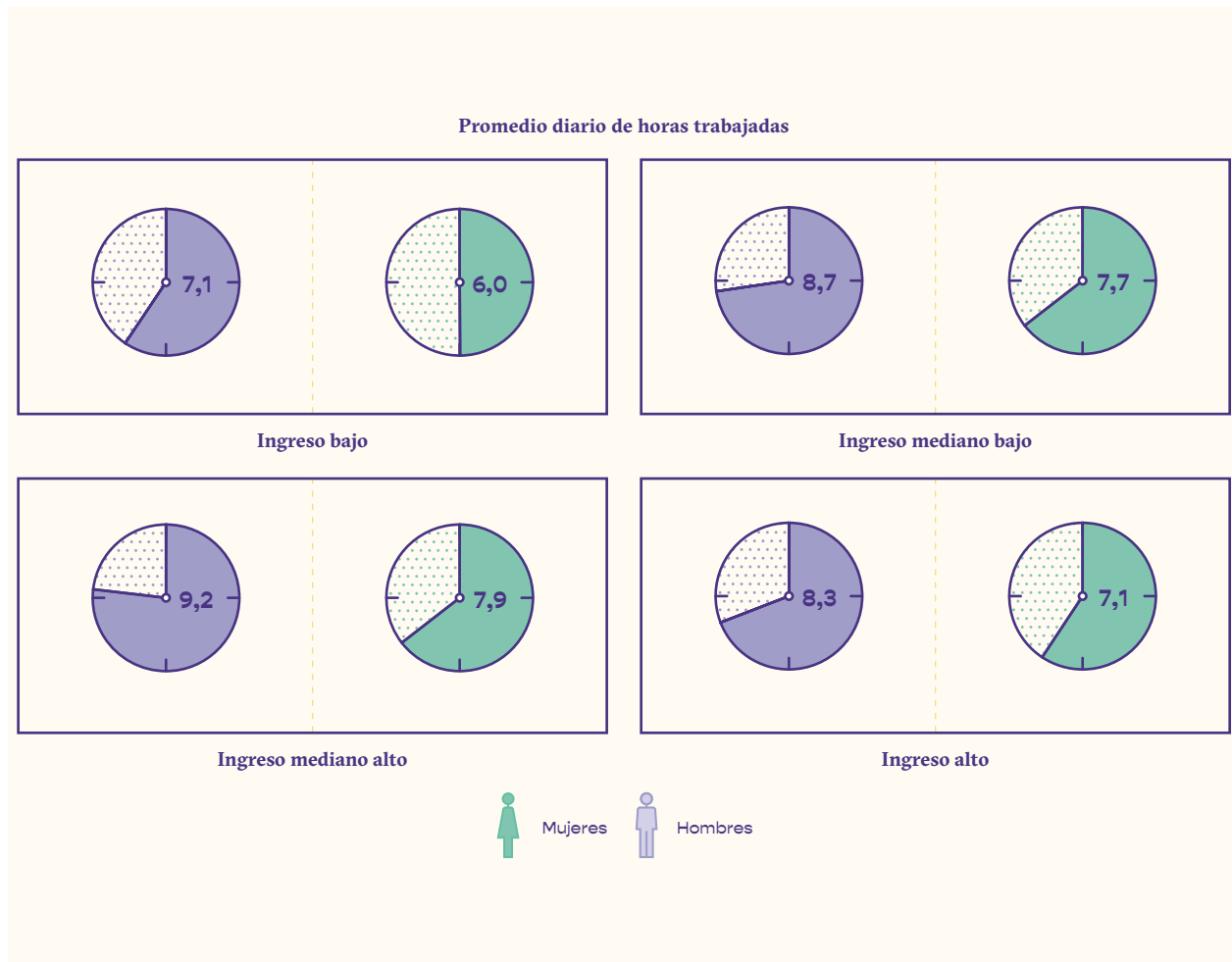
Gráfico 1.23 Persiste la brecha salarial entre mujeres y hombres



Nota: La información sobre los salarios de los hombres y las mujeres se proporciona con carácter semanal. Los salarios de los distintos individuos se han agregado utilizando el promedio aritmético. El gráfico muestra los datos más recientes disponibles por país (principalmente entre 2014 y 2016); en algunos casos excepcionales, se dispone de información entre 2001 y 2013.

Fuente: Departamento de Estadística de la Organización Internacional del Trabajo, https://www.ilo.org/shinyapps/bulkexplorer3/?lang=en&segment=indicator&id=EAR_4HRL_SEX_OCU_CUR_NB_A; encuestas de hogares del Banco Mundial correspondientes a los años más recientes para los que se dispone de datos.

Gráfico 1.24 Los hombres suelen trabajar más horas que las mujeres, sobre todo en los países de ingreso bajo



Nota: Número medio de horas trabajadas durante la última semana para una muestra de 65 países.
Fuente: Encuestas de hogares del Banco Mundial correspondientes a los años más recientes para los que se dispone de datos.

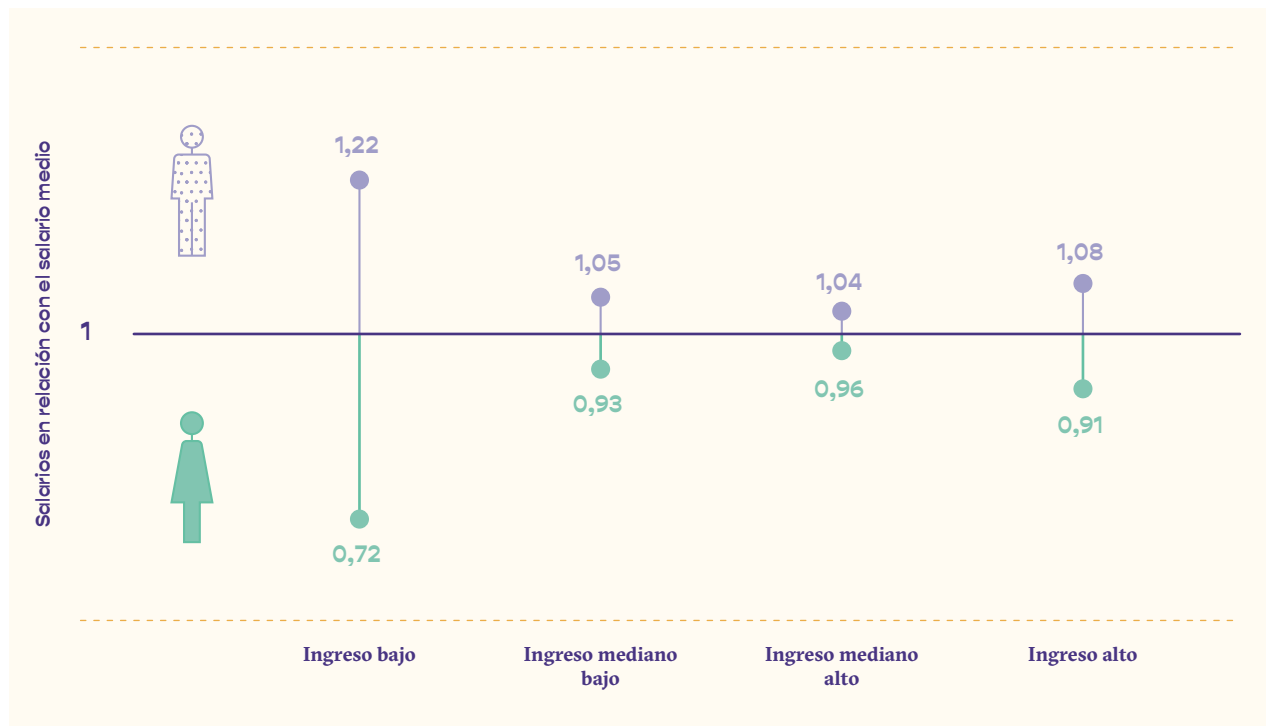
un aumento de la demanda de mano de obra femenina a raíz de la integración de los países en las CVM que hacen un uso intensivo de la mano de obra femenina, como la de las prendas de vestir, con un aumento del capital social, que tiene una relación complementaria con la mano de obra femenina, y con mayores facultades decisorias de las mujeres con respecto a su consumo.

En casi todos los países existen diferencias salariales, y los salarios medios de los hombres son más elevados que los salarios medios totales (véase el gráfico 1.23). La brecha salarial de género es especialmente elevada en Malí y Uganda, donde los hombres ganan entre un 50% y un 60%

más que el trabajador medio, así como en Guinea, Nigeria y Sudán del Sur, donde los salarios de los hombres son entre un 30% y un 40% superiores. Unos pocos países, principalmente en las regiones de América Latina y el Caribe y de África Subsahariana, pagan salarios medios más elevados a las trabajadoras. En Georgia, Iraq y Malawi, por ejemplo, hay más mujeres que hombres con un nivel de educación superior y, en Honduras y el Togo, las mujeres menos instruidas ganan más que los hombres con un nivel de instrucción similar.

Los valores indicados en el gráfico 1.23 se basan en salarios semanales medios (no se dispone de datos sobre la retribución por

Gráfico 1.25 En los países de ingreso mediano, la brecha salarial es menor que en los países de ingreso bajo



Nota: Promedio de horas semanales efectivamente trabajadas por empleado. El gráfico muestra los datos más recientes disponibles por país (principalmente entre 2014 y 2016); en algunos casos excepcionales, se dispone de información entre 2001 y 2013.

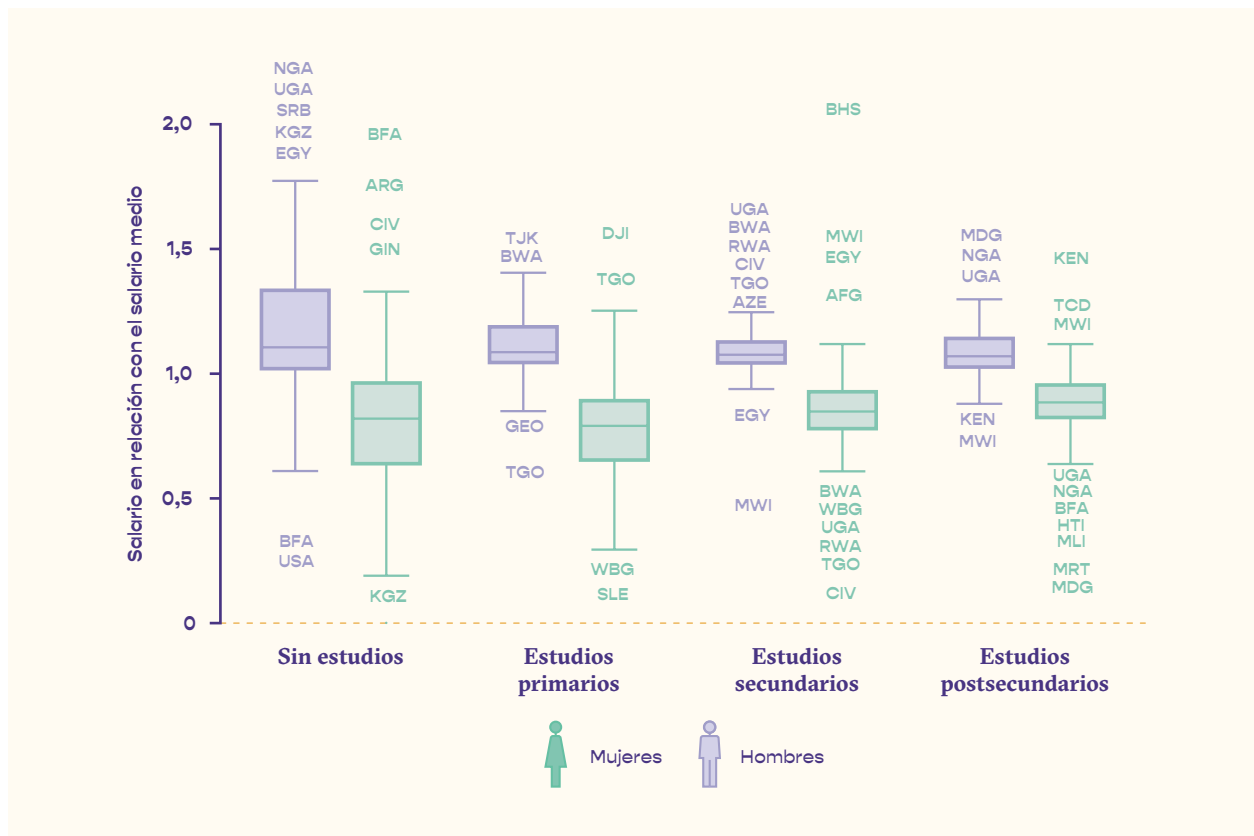
Fuente: Departamento de Estadística de la Organización Internacional del Trabajo, https://www.ilo.org/shinyapps/bulkexplorer3/?lang=en&segment=indicator&id=EAR_4HRL_SEX_OCU_CUR_NB_A, y encuestas de hogares del Banco Mundial correspondientes a los años más recientes para los que se dispone de datos.

hora). La principal explicación de la brecha salarial de género calculada en los distintos países podría ser el menor número de horas trabajadas por las mujeres en comparación con los hombres, sobre todo en los países de ingreso bajo (véase el gráfico 1.24). El tiempo que pasan los trabajadores varones en el trabajo es por término medio entre un 16% y un 21% más elevado, según una muestra de 65 países obtenida a partir de las encuestas de hogares del Banco Mundial. Una mayor brecha salarial de género también puede reflejar la ventaja comparativa de un país en la producción de uso intensivo de mano de obra. Los países en que las diferencias salariales entre hombres y mujeres son más grandes tienen una mayor ventaja comparativa en la producción de uso intensivo de mano de obra, según se desprende de una muestra de 40 países referente al período 1975-2000 (Busse y Spielmann, 2006). Esta constatación explicaría las diferencias salariales

considerablemente menores de los países de ingreso mediano, en comparación con los países de ingreso bajo (véase el gráfico 1.25).

La brecha salarial de género suele ser menor en los países con mayores niveles de educación, si bien algunos datos indican que esta puede aumentar en el caso de las personas más formadas. La brecha salarial de género es mayor en el caso de los trabajadores sin estudios, se reduce en el caso de los trabajadores con estudios primarios y secundarios, y es menor cuando se trata de trabajadores con estudios postsecundarios (véase el gráfico 1.26). Del mismo modo, el tiempo que pasan las mujeres en el trabajo en comparación con los hombres aumenta con el nivel de educación (véase el gráfico 1.27). Si bien los hombres sin estudios pasan un 33% más de tiempo en el trabajo que las mujeres sin estudios, esta diferencia se reduce al 17% y al 10% en el caso de los trabajadores con estudios secundarios y postsecundarios, respectivamente.

Gráfico 1.26 Las diferencias salariales entre mujeres y hombres se reducen con unos mayores niveles de educación



Nota: El diagrama de caja es una forma normalizada de mostrar la distribución de los datos sobre la base de un resumen de cinco cifras: el mínimo, el primer cuartil, la mediana, el tercer cuartil y el máximo. El rectángulo central abarca desde el primer cuartil hasta el tercer cuartil; el segmento en negrita situado dentro del rectángulo muestra la mediana, y los "bigotes" situados por encima y por debajo de la caja muestran dónde se sitúan el mínimo y el máximo. Los valores atípicos se representan como puntos individuales. Los códigos de los países se pueden consultar en <https://www.iso.org/obp/ui/#search/code>.

Fuente: Encuestas de hogares del Banco Mundial correspondientes a los años más recientes para los que se dispone de datos.

La discriminación de las mujeres y el comercio

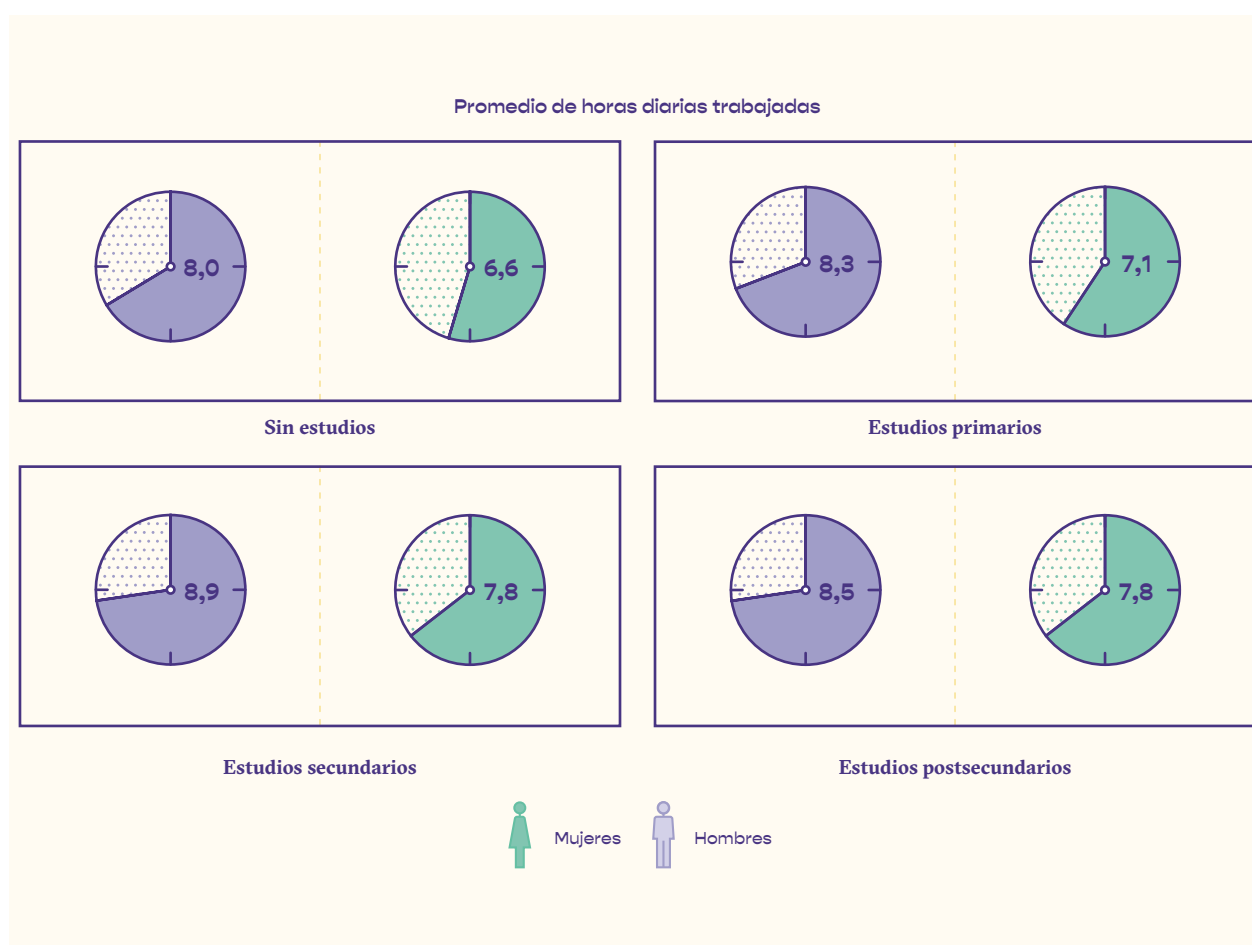
La discriminación de las trabajadoras es una práctica habitual, pero costosa

A pesar de la función cada vez más importante que desempeñan las mujeres en casi todas las economías, la discriminación y los sesgos de género siguen reduciendo su capacidad para beneficiarse del comercio. Según la Encuesta Mundial sobre Valores de 2013, el 39% de las personas encuestadas estaban de acuerdo en que, "cuando escasean los empleos, los hombres deberían tener más derecho a un empleo que las mujeres", y el 31% estaban de acuerdo en que "si una mujer gana más

dinero que su marido, es casi seguro que surgirán problemas" (véase el mapa 1.1).¹⁸

Sin embargo, los sesgos de género pueden ser muy costosos. Según el modelo canónico de Becker (1957) sobre la discriminación, los sectores que se enfrentan a mayores niveles de competencia tendrán, por lo general, una mayor proporción de trabajadoras (al ser menor la discriminación). La explicación de la conclusión de este modelo es que, en los mercados más competitivos, las empresas que aplican precios más elevados tenderán a perder cuota de mercado y se verán obligadas a abandonar el mercado. Al tratarse precisamente de empresas en que la proporción de empleo femenino es baja, la consecuencia necesaria es un aumento de la proporción de trabajadoras en el sector. En el contexto del comercio internacional, un incremento del comercio internacional

Gráfico 1.27 El tiempo que pasan las mujeres en el trabajo en comparación con los hombres aumenta con un mayor nivel de educación



Nota: Número medio de horas trabajadas durante la última semana para una muestra de 65 países.

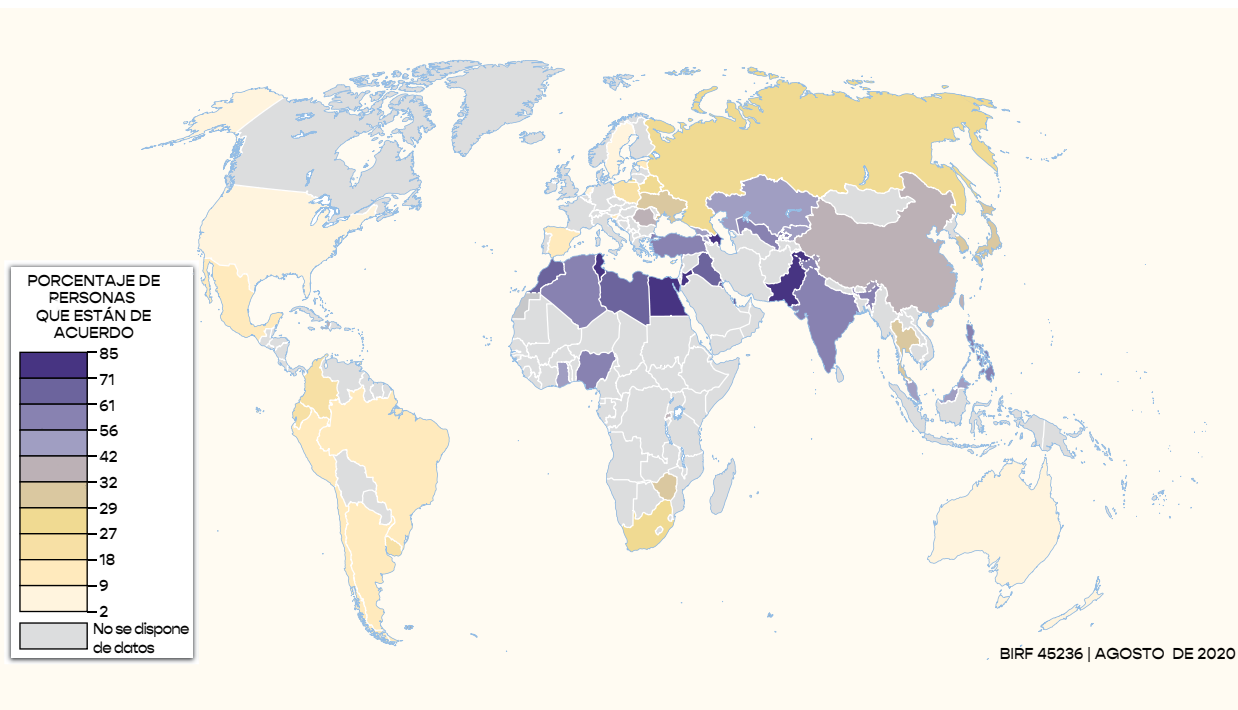
Fuente: Encuestas de hogares del Banco Mundial correspondientes a los años más recientes para los que se dispone de datos.

debería llevar a un aumento de la competencia. Se prevé que el impacto del comercio internacional en los niveles de competencia será mayor en los sectores más concentrados (es decir, los sectores que son menos competitivos), en comparación con los sectores con un menor grado de concentración. Por consiguiente, los sectores más concentrados que se beneficien de un mayor incremento del comercio internacional deberían registrar los mayores aumentos de la proporción de empleo femenino y las mayores reducciones de la brecha salarial de género.

El modelo de Becker ha sido confirmado en varios estudios empíricos que ilustran los efectos favorables de la liberalización del comercio en la competencia y en el tamaño del mercado. Los

datos empíricos indican que, para una amplia muestra representativa de países, la discriminación salarial por razón de género se reduce cuando el desarrollo económico y el comercio son mayores (Oostendorp, 2009). En los años noventa, el Uruguay abrió su economía al comercio internacional con la creación del Mercado Común del Sur (MERCOSUR) con la Argentina, el Brasil y el Paraguay. La reducción de los aranceles de importación se tradujo en una mayor competencia extranjera, y disminuyó la brecha salarial de género en los sectores afectados por el comercio. La mejora del acceso a los mercados también redujo la brecha salarial de género en sectores que ya eran competitivos o que se caracterizaban por un bajo nivel de concentración antes de la liberalización del comercio. En cambio, el

Mapa 1.1 En muchos países se sigue discriminando a las trabajadoras



Nota: El mapa muestra las respuestas a la pregunta V44 de la Encuesta Mundial sobre Valores, en la que se pregunta a los encuestados si están o no de acuerdo con la afirmación: "Cuando los empleos escasean, los hombres deberían tener más derecho a un empleo que las mujeres".
Fuente: Encuesta Mundial sobre Valores de 2013, <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV6.jsp>.

acceso a los mercados extranjeros permitió a las empresas de sectores dominados por unas cuantas (grandes) empresas aumentar la brecha salarial de género (Ben Yahmed, 2017).

En Colombia, la liberalización del comercio unilateral iniciada en 1984 y la adhesión a la OMC en 1995 llevaron a una modificación de las prácticas en materia de contratación de las empresas del sector manufacturero y a niveles más bajos de discriminación contra las mujeres. En las empresas afectadas por la mayor reducción de los aranceles, la participación de las mujeres en la fuerza de trabajo aumentó más que en las empresas de sectores en los que las reducciones arancelarias fueron mínimas o inexistentes. Concretamente, la liberalización del comercio aumentó el empleo femenino en casi un 7% en aquellos sectores expuestos a aranceles más bajos, en comparación con otros sectores no liberalizados. Además, la liberalización del comercio afectó en mayor medida a las empresas no exportadoras, por ejemplo a las empresas que en un principio tenían poca presión de la competencia (Ederington, Minier y Troske, 2009).

En los Estados Unidos, la mayor apertura comercial entre 1976 y 1993 redujo la brecha salarial de género, al tener las empresas manufactureras menos capacidad para discriminar a las mujeres.¹⁹ Se observó una pauta similar en el sector manufacturero alemán, con independencia del nivel de cualificación de las mujeres (Black y Brainerd, 2004).

El comercio también puede reducir la discriminación contra las mujeres, al promover la adopción de normas de reglamentación en materia de género. Las economías exportadoras que favorecen más a las mujeres podrían salir beneficiadas, gracias a la presión ejercida por los consumidores y las organizaciones no gubernamentales, que aumenta la competitividad de sus productos a escala internacional (Greenhill, Mosley y Prakash, 2009). La lógica subyacente es similar a la de los países y sectores que se han beneficiado de la adopción de normas fundamentales del trabajo o de prácticas comerciales equitativas. Los países que compiten por la inversión extranjera directa (IED) pueden aumentar su atractivo como posibles receptores de

Recuadro 1.2 Una política de contratación en favor de la igualdad de remuneración de las mujeres

La contratación pública representa el 10% del producto interior bruto de Suiza y el 25% de su gasto. El Gobierno suizo ha instaurado una política de contratación que da preferencia, en la adjudicación de sus contratos públicos, a las empresas que respeten el principio de igualdad de remuneración. A dicho efecto, Suiza creó una herramienta gratuita destinada a evaluar las políticas de las empresas en materia de igualdad de remuneración. Esta herramienta, denominada Logib, obliga a las empresas a facilitar información (no anterior a 36 meses), como los salarios o el sexo de sus empleados. Los requisitos se aplican a los licitadores que tengan 50 empleados o más.

Además, la Oficina Federal para la Igualdad de Género realiza investigaciones independientes a fin de verificar si las empresas cumplen los requisitos en materia de igualdad de

remuneración. Si se detecta discriminación salarial en una empresa, se puede revocar la licitación o se puede imponer una sanción. En 2018, el Gobierno efectuó 104 controles, los cuales revelaron que menos de la mitad de las empresas examinadas no discriminaban sistemáticamente, y que el 12,5% no cumplían las condiciones en materia de igualdad salarial exigidas para participar en la contratación pública federal. Suiza permite a aquellas empresas que no cumplan los requisitos en materia de contratación corregir sus políticas. Cabe señalar que el 50% de las empresas respecto de las cuales se constató que no cumplían los requisitos en materia de igualdad salarial pasaron revista a sus prácticas de remuneración y subieron los salarios de las mujeres. Esta herramienta fue galardonada con el premio a los servicios públicos de las Naciones Unidas en 2012 (der Boghossian, 2019).

Fuente: der Boghossian, 2019.

inversiones mejorando los derechos económicos de las mujeres, ya que esas mejoras suelen asociarse con una mayor oferta de mano de obra y con una mayor calidad del capital humano y productividad.

La adopción de políticas unilaterales para reducir la discriminación contra la mujer puede incitar a los países competidores a tomar iniciativas de política similares, lo que puede conducir a una convergencia al alza de las políticas relativas a los derechos económicos de las mujeres (Wang, 2018). Algunos Gobiernos han puesto en marcha programas de contratación pública en los que se adjudican contratos de servicios únicamente a las empresas que garanticen el cumplimiento del principio de igualdad de remuneración entre hombres y mujeres (véase el recuadro 1.2). Los consumidores y las organizaciones no gubernamentales de los países que ofrecen una mejor protección de los derechos económicos de las mujeres también pueden presionar a sus Gobiernos y al sector privado para que adopten normas más estrictas a fin de asegurarse de que las mercancías o los insumos importados

se rijan por las mismas prácticas éticas que las aplicadas en el país (Prakash y Potoski, 2007). Unas normas más estrictas pueden crear incentivos para que los países exportadores mejoren también la protección de los derechos económicos de las mujeres y garantizar así que los países no pierdan su acceso a los mercados (Neumayer y De Soysa, 2011).

De los análisis empíricos realizados para una muestra de países desarrollados y en desarrollo entre 1987 y 2007 se desprende que, cuando las mujeres de un país gozan de más derechos económicos y sociales, ello puede tener efectos indirectos en un país en el que estas gocen de menos derechos si los dos países están conectados por medio del comercio o de la IED (Neumayer y De Soysa, 2011). Otro análisis llevado a cabo entre 1999 y 2009 también confirma que los gobiernos tienden a promover la paridad entre los sexos protegiendo los derechos de las mujeres en respuesta a decisiones de política similares por parte de sus competidores económicos (Wang, 2018).

La liberalización del comercio no favorece necesariamente a todas las mujeres

No obstante los datos anteriores, también hay datos que indican que la liberalización del comercio puede reducir el poder de negociación de las mujeres para obtener aumentos salariales. La liberalización del comercio influye en la brecha salarial de género, pero el sentido dependerá del sector al que se atribuye la ventaja comparativa y de la especialización sectorial, así como del nivel de cualificación de las mujeres en relación con los hombres.²⁰ El aumento de la competencia puede reforzar la discriminación, al reducir el poder de negociación de las mujeres en el mercado de trabajo (Darity y Williams, 1985; Williams, 1987).

En la República de Corea, existe una correlación positiva entre la competencia del comercio extranjero en sectores concentrados, como la alimentación y las industrias químicas, y la discriminación salarial contra las mujeres (Berik, van der Meulen Rodgers y Zveglich, 2004). Este resultado es coherente con la teoría de que las empresas compiten para participar en mercados de exportación sobre la base de los costos de producción absolutos (en lugar de relativos). La liberalización del comercio fomenta la búsqueda de costos más bajos de la mano de obra, ya que las empresas compiten para reducir los costos unitarios absolutos. En ese caso, las empresas podrían sacar provecho de las desigualdades de género y contratar a mujeres (consideradas como una mano de obra barata y flexible) para reducir costos. De acuerdo con esta teoría, los salarios estarían determinados por el poder de negociación relativo de los grupos de trabajadores. Por lo tanto, aunque aumentara el empleo femenino, la remuneración de las mujeres no mejoraría necesariamente.

Las empresas exportadoras exigen a menudo que los trabajadores sean muy flexibles (para trabajar en horarios no convencionales, atender llamadas nocturnas y realizar viajes internacionales organizados en un plazo muy breve). Las mujeres corren un mayor riesgo de sufrir discriminación cuando se

las percibe como menos flexibles. Esta teoría se ve confirmada por un estudio realizado en Noruega, en el que se observó que la brecha salarial de género era mayor en las empresas exportadoras que en las empresas no exportadoras. Y, lo que es más interesante, este efecto se debe a los trabajadores con estudios universitarios, un resultado que indica que las mujeres están especialmente en desventaja cuando compiten con hombres por empleos con mayores niveles de responsabilidades (Bøler, Javorcik y Ulltveit-Moe, 2018). El estudio también muestra que, cuando Noruega introdujo disposiciones legislativas que permitían a los hombres alargar su licencia de paternidad, en apoyo del argumento de que la falta de flexibilidad constituye un importante obstáculo para las oportunidades de carrera de las mujeres, se redujo la brecha salarial. Del mismo modo, un análisis realizado recientemente sobre el sector manufacturero de Sudáfrica indica que existe una mayor brecha salarial de género entre los exportadores, que cabe atribuir a este factor de la falta de flexibilidad (Janse van Rensburg *et al.*, 2019).

Datos sobre el comercio, los salarios y la brecha salarial de género

Globalmente, el comercio aumenta los ingresos y el bienestar neto tanto para los hombres como para las mujeres; ahora bien, los datos indican que estos efectos varían considerablemente entre los distintos sectores y entre los distintos grupos de trabajadores. El hecho de que, en general, las mujeres ocupen empleos menos cualificados podría llevarlas a beneficiarse en menor medida del comercio en comparación con los hombres, que ocupan empleos más cualificados. Esta diferencia podría dar lugar a situaciones en que aumentan los salarios e ingresos de las mujeres, al tiempo que se agranda la brecha salarial entre hombres y mujeres.²¹

Como se ha señalado anteriormente, en las empresas que comercian mediante la exportación, la importación o su integración en las CVM, las diferencias en materia de

Gráfico 1.28 La relación negativa entre la proporción de mano de obra femenina y el índice salarial medio es menor en el caso de las empresas que comercian



Nota: La variación porcentual de los salarios refleja la variación relacionada con un incremento en 10 puntos porcentuales de la proporción de mano de obra femenina. El gráfico muestra los resultados del análisis de regresión descrito en el anexo IC, en el que se utiliza el índice salarial medio de la empresa (en logaritmos naturales) como variable dependiente y la proporción de mano de obra femenina como variable independiente. El modelo hace interactuar las variables binarias de los exportadores, importadores, participantes en las CVM (cadenas de valor mundiales) y la IED (inversión extranjera directa) con la variable de la proporción de mano de obra femenina a fin de evaluar la incidencia del comercio y de la IED. Se entiende por exportador una empresa cuyas exportaciones (directas o indirectas) representan al menos el 10% de las ventas totales. Se entiende por importador una empresa cuyos insumos importados representan al menos el 10% de los insumos totales. Se entiende por participante en las CVM (cadenas de valor mundiales) una empresa clasificada como exportadora e importadora. Por IED (inversión extranjera directa) se entiende una empresa con una participación extranjera en su capital de al menos el 10%. En todas las regresiones se han controlado la edad, el tamaño de la empresa, la intensidad de capital y la intensidad de uso de mano de obra cualificada, así como los efectos fijos de país-sector, región subnacional y año. Todas las regresiones son estadísticamente significativas al nivel del 5%.

Fuente: Encuestas de empresas del Banco Mundial correspondientes a los años más recientes para los que se dispone de datos, <https://www.enterprisesurveys.org/en/data>.

empleo y salarios son menores que en las empresas que no se dedican al comercio (véase el gráfico 1.28). Un análisis realizado a nivel de las empresas para una muestra de 64 países en desarrollo y emergentes a partir de las encuestas de empresas del Banco Mundial indica que la brecha salarial de género es menor para las empresas que comercian.²² En el caso de las empresas que participan en la IED, la relación entre la proporción de empleo femenino y los salarios medios se vuelve positiva. Dicho de otro modo, las empresas extranjeras que emplean

a una mayor proporción de mujeres pagan salarios medios más elevados, lo que podría estar relacionado con las normas culturales adoptadas en esas empresas. El aumento en 10 puntos porcentuales de la proporción de mano de obra femenina se asocia a un aumento del 2,6% de los índices salariales medios de las empresas extranjeras. Cabe señalar que la correlación entre la proporción de mano de obra femenina y los salarios medios es aún mayor en el caso de las empresas con IED que ofrecen formación a sus empleados, en comparación con las que no los forman.²³

Cómo afecta el comercio a las *mujeres* productoras y propietarias de empresas

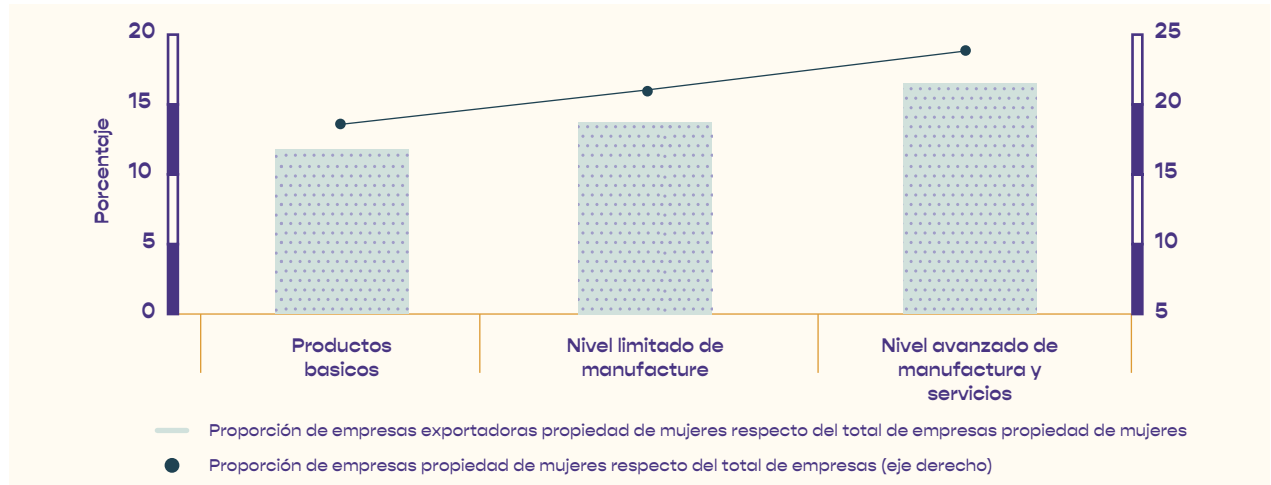
El auge de las CVM y el aumento de las tecnologías digitales han abierto oportunidades para que las empresas participen en el comercio y se beneficien de él. Los avances en la logística han hecho que sea más fácil para los pequeños productores hacer llegar sus productos a nuevos mercados, independientemente de su tamaño y su grado de especialización; asimismo, la difusión internacional de las tecnologías avanzadas ha permitido a los empresarios acceder a las oportunidades comerciales de otros países. Sin embargo, a menudo las productoras y propietarias de empresas se ven frenadas por diversas limitaciones que reducen su productividad. Las agricultoras y demás trabajadoras del sector agropecuario—que en términos numéricos representan el grupo de productoras más importante—siguen estando en situación de gran desventaja por las limitaciones de recursos a nivel nacional, por ejemplo en lo que se refiere al acceso a la financiación, y por el limitado acceso a los mercados internacionales como consecuencia del alto nivel de los aranceles.

Al igual que sucede con las trabajadoras, el comercio afecta a las productoras y propietarias de empresas a través de la redistribución sectorial y el cambio tecnológico. Las empresas propiedad de mujeres que se especializan en la producción de bienes o servicios en los que un país tiene una ventaja comparativa tienden a beneficiarse de la

liberalización del comercio (véase la sección “El comercio y la tecnología influyen en las diferencias en materia de empleo” *supra*). Asimismo, si las empresarias invierten en nuevas tecnologías para hacer frente al aumento de la competencia, pueden incrementar su productividad. Ambas dinámicas hacen que las mujeres propietarias de empresas puedan beneficiarse del comercio, a lo que hay que sumar las valiosas oportunidades de exportación que se derivan de la apertura de mercados en el extranjero. Las mujeres se benefician del comercio en mayor o menor medida en función de si se ven afectadas negativamente por la competencia de las importaciones y por la discriminación (ya sea esta explícita o bien se canalice mediante prácticas sociales establecidas), y dependiendo del tamaño de la empresa y del acceso de las productoras a la tecnología de la información.

La manera que tiene cada país de integrarse en el comercio del siglo XXI afecta a la participación de las mujeres en la propiedad de las empresas y a su participación en el comercio. La participación de las empresas cuya propiedad está mayoritariamente en manos de mujeres aumenta del 18% en el caso de los países especializados en productos básicos a más del 20% en el caso de los países con un nivel limitado de manufactura, y a más del 23% en el caso de los países con un nivel avanzado de manufactura y servicios (gráfico 1.29, eje derecho). En las empresas cuya propiedad está mayoritariamente en manos de mujeres crece también la proporción de exportadores a medida que se pasa de un grupo de países a otro. Aunque la proporción que representan las empresas exportadoras en el conjunto de las empresas propiedad de mujeres es solo del 12% en los países que se especializan en productos básicos, supera el 16% en los países con un nivel avanzado de manufactura y servicios (gráfico 1.29, eje izquierdo). Si bien la proporción de empresas en manos de mujeres aumenta a medida que lo hace la complejidad del comercio, no hay que pasar por alto que las empresas exportadoras propiedad de mujeres representan menos del 4% de las empresas de los países con un nivel avanzado de manufactura y servicios, frente al 20% que representan las empresas que no exportan.

Gráfico 1.29 La proporción de empresas en general y empresas exportadoras propiedad de mujeres aumenta en paralelo al nivel de especialización de los países en el contexto de un comercio más complejo



Nota: El gráfico muestra la proporción que representan como promedio las empresas exportadoras propiedad de mujeres respecto del total de las empresas propiedad de mujeres (eje izquierdo), así como la proporción que representan las empresas propiedad de mujeres respecto del total de las empresas (eje derecho), dentro de un conjunto de 1,5 millones de empresas de 69 países, según la taxonomía de las CVM (véase el recuadro 1.3 en Banco Mundial 2019). Se consideran empresas propiedad de mujeres aquellas en las que las mujeres poseen al menos el 50%.

Fuente: Encuestas de empresas del Banco Mundial correspondientes a los años más recientes para los que se dispone de datos, <https://espanol.enterprisesurveys.org/es/data>; Banco Mundial, 2019.

Las empresas de relevancia mundial que están en manos de mujeres son poco frecuentes y suelen dedicarse menos al comercio que las empresas propiedad de hombres

La proporción que representan los exportadores e importadores cuya propiedad mayoritaria está en manos de mujeres es muy inferior a la de las empresas comerciantes propiedad de hombres.²⁴ Un análisis de los datos de las encuestas de empresas del Banco Mundial, que abarcan más de 35.000 empresas manufactureras y más de 31.000 empresas de servicios de 76 países en desarrollo y emergentes, muestra que, en lo que respecta a las empresas exportadoras, los hombres poseen el 90% de las empresas manufactureras y el 88% de las empresas de servicios. Las empresas propiedad de mujeres también representan una proporción menor de las empresas integradas en CVM y de las empresas con IED (gráfico 1.30). La probabilidad

de que las empresas propiedad de mujeres se dediquen a la exportación, participen en CVM y sean de propiedad extranjera es menor que la de las empresas equivalentes que están en manos de hombres. La diferencia tiende a ser mayor en el caso de las empresas manufactureras.

Las empresas propiedad mayoritariamente de mujeres son menos activas en los mercados mundiales que sus equivalentes propiedad de hombres por tres razones, principalmente. En primer lugar, las empresas manufactureras propiedad de mujeres tienden a especializarse en sectores manufactureros relativamente más protegidos. Entre las empresas propiedad mayoritariamente de mujeres, el 55% de las empresas manufactureras se concentran en los sectores de textiles y prendas de vestir y de productos alimenticios y bebidas (gráfico 1.31, panel a). En el caso de los servicios, se concentran en la venta al por menor y la construcción, que, según estimaciones recientes, son sectores con costos comerciales medios y elevados (gráfico 1.31, panel b) (OMC, 2019).

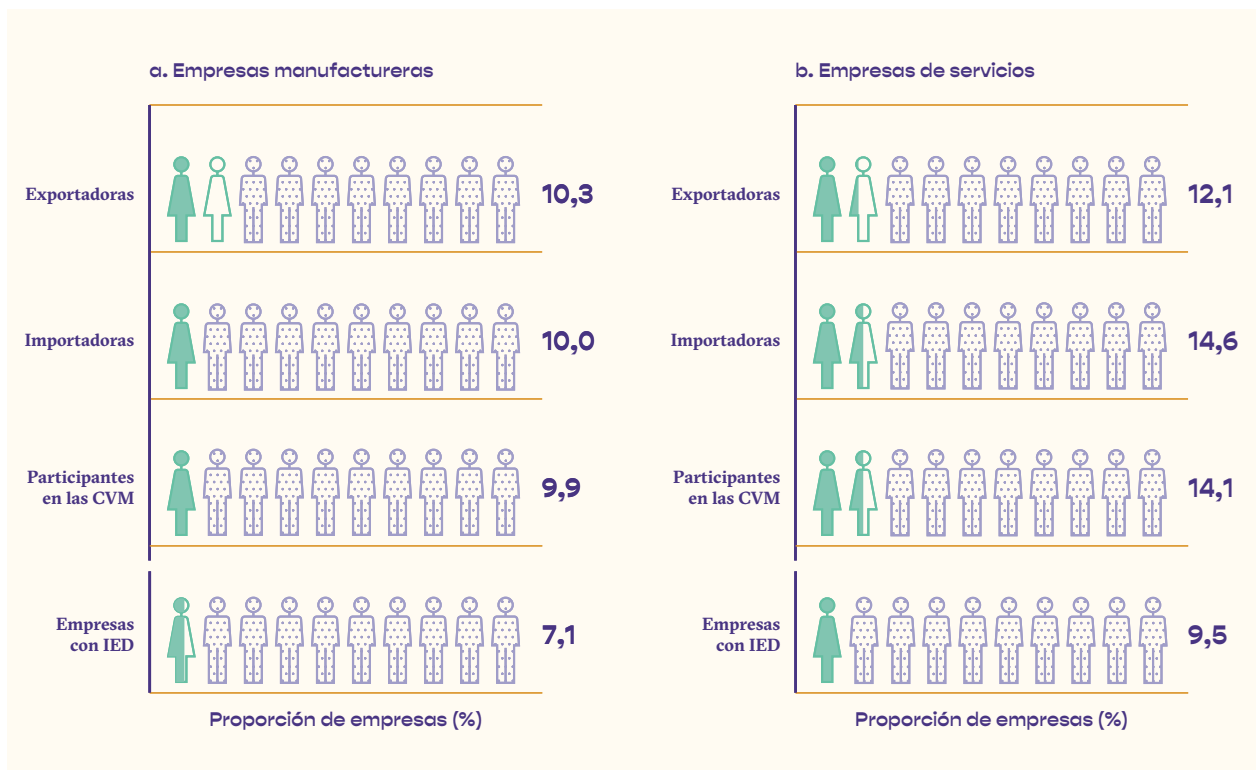
En segundo lugar, el tamaño, la productividad, la intensidad de uso de mano de obra cualificada

y la experiencia de las empresas propiedad de mujeres crean obstáculos adicionales a la exportación (véanse, por ejemplo, Aitken, Hanson y Harrison, 1997; Bernard y Jensen, 1999; Clerides, Lach y Tybout, 1998; Greenaway y Kneller, 2008; y Roberts y Tybout, 1997). Las empresas propiedad de mujeres tienden a pagar salarios más bajos (lo cual es un indicador de la intensidad media de uso de mano de obra cualificada), tener menos experiencia y ser significativamente más pequeñas, menos productivas y de menor antigüedad (gráfico 1.32, panel a). También es menos probable que utilicen Internet y el correo electrónico o que tengan su propio sitio web (gráfico 1.32, panel b). El análisis muestra también que estas diferencias de género son mayores en el caso de las empresas manufactureras, salvo en lo que se refiere a la productividad de la mano de obra y la antigüedad, en las que la diferencia es similar.²⁵ En el capítulo 2 se

examinan más a fondo las limitaciones que impiden a las empresas propiedad de mujeres participar en los mercados de exportación.

En tercer lugar, la infrarrepresentación de las empresas comerciantes en manos de mujeres podría deberse al bajo porcentaje de empresas propiedad de mujeres en general. La participación global de las empresas propiedad de mujeres en la muestra es de solo el 10,3% en el caso de las empresas manufactureras, y ligeramente superior (del 15,5%) en el de las empresas de servicios.²⁶ Por lo que respecta a las empresas de servicios, la proporción más elevada de exportaciones realizadas por pequeñas empresas propiedad de mujeres se registró en los servicios de turismo y relacionados con los viajes, como los servicios de agencias de viajes, operadores turísticos, hoteles y restaurantes, y transporte. Además de constituir una importante fuente de

Gráfico 1.30 El porcentaje de empresas de relevancia mundial propiedad de mujeres es bajo



Nota: Propiedad de al menos el 50%, por género. Se entiende por exportador una empresa cuyas exportaciones (directas o indirectas) representan al menos el 10% de las ventas totales. Se entiende por importador una empresa cuyos insumos importados representan al menos el 10% de los insumos totales. Se entiende por participante en las CVM una empresa clasificada como exportadora y como importadora. Por empresa con IED (inversión extranjera directa) se entiende una empresa con una participación extranjera en su capital de al menos el 10%.

Fuente: Encuestas de empresas del Banco Mundial correspondientes a los años más recientes para los que se dispone de datos. <https://espanol.enterprisesurveys.org/es/data>.

Gráfico 1.31 Más del 50% de las empresas propiedad de mujeres se concentran en sectores con elevados obstáculos al comercio transfronterizo, tanto de mercancías como de servicios



Nota: Se han agregado los sectores originales de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIUU) y la clasificación de sectores de la base de datos Eora sobre las cadenas de valor mundiales.

Fuente: Encuestas de empresas del Banco Mundial correspondientes a los años más recientes para los que se dispone de datos, <https://espanol.enterprisesurveys.org/es/data>.

empleo femenino, el turismo ofrece a las mujeres empresarias oportunidades concretas para comerciar internacionalmente.

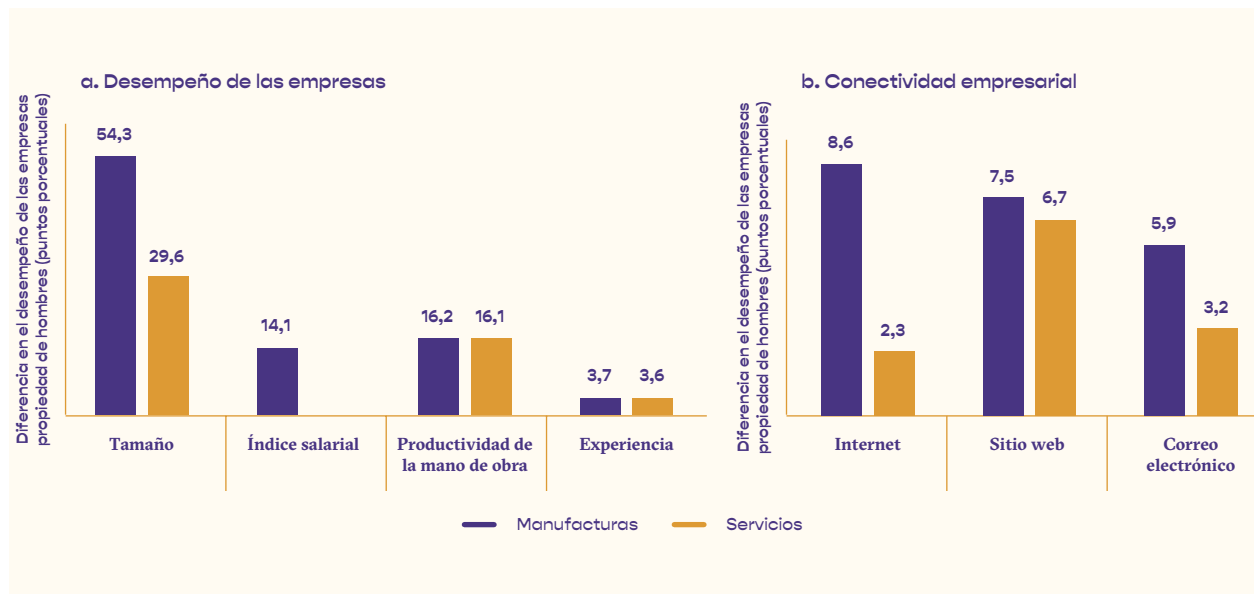
Papel del comercio en la reducción de la brecha de productividad de las mujeres agricultoras

Las mujeres representan el 43% de la mano de obra agropecuaria mundial. Este porcentaje asciende a más del 50% en África Subsahariana y Asia Oriental y el Pacífico; en países como Lesotho, Mozambique y Sierra Leona, las mujeres representan más del 60% de la mano de obra agropecuaria (FAO, 2011). La agricultura sigue siendo la principal fuente de empleo e ingresos de las mujeres en las zonas

rurales de los países en desarrollo. A pesar de la fuerte representación de las mujeres en la mano de obra agropecuaria, son muchos los estudios en los que se llega a la conclusión de que las explotaciones gestionadas por mujeres o los hogares agropecuarios encabezados por mujeres tienen una productividad menor que los de los agricultores hombres. Es menos probable que las mujeres agricultoras produzcan cultivos comerciales, es decir, cultivos que se venden para obtener un beneficio, en lugar de para su consumo.

Se estima que esta brecha de género en la productividad agropecuaria de los países en desarrollo es de entre el 20% y el 30%, y puede incluso llegar al 40% (Kilic, Palacios-López y Goldstein, 2013). El resultado se mantiene independientemente del producto y el país de que se trate. Por ejemplo, la productividad de la mano de obra agropecuaria en Malawi

Gráfico 1.32 Las empresas exportadoras propiedad mayoritariamente de hombres tienen un mejor desempeño y están más conectadas digitalmente que las empresas exportadoras propiedad de mujeres



Nota: El panel a muestra el diferencial medio de los indicadores de rendimiento (eje vertical) correspondiente a las empresas propiedad mayoritariamente de hombres en relación con las empresas propiedad de mujeres. En todas las regresiones se ha controlado la productividad total de los factores, así como los efectos fijos de país-sector, región subnacional y año. Los resultados que se muestran son significativos a un nivel del 1%, excepto en el caso de la antigüedad (en el sector manufacturero), que es significativa al nivel del 10%. No se dispone de índices salariales para las empresas de servicios. El panel b muestra los coeficientes (diferencias medias) de modelos de regresión separados utilizando los indicadores de resultados que figuran en el eje vertical como variables dependientes y la propiedad masculina de las empresas como variable independiente. Las variables indicadas se expresan en logaritmos naturales, excepto en el caso de Internet, los sitios web y el correo electrónico. No se dispone de índices salariales para las empresas de servicios. Un valor positivo refleja un desempeño menor de las empresas propiedad de mujeres en relación con las empresas propiedad de hombres. En todas las regresiones se ha controlado la productividad total de los factores, así como los efectos fijos de país-sector, región subnacional y año. Todos los resultados que se muestran son significativos a un nivel del 1%, excepto en el caso de la antigüedad (en el sector manufacturero) y de Internet (en el sector de los servicios), que son significativos al nivel del 10%.

Fuente: Encuestas de empresas del Banco Mundial correspondientes a los años más recientes para los que se dispone de datos, <https://espanol.enterprisesurveys.org/es/data>.

es, como promedio, un 44% inferior en las parcelas que pertenecen a hogares encabezados por una mujer que en las parcelas propiedad de hombres (Palacios-López y López, 2015). La reducción y eliminación de estas diferencias de rendimiento entre mujeres y hombres podría aumentar mucho la producción agropecuaria y reducir considerablemente la pobreza.

Diversos estudios muestran que el género del agricultor no explica directamente *per se* el hecho de que la productividad agropecuaria sea menor; antes bien, lo que explica las diferencias de productividad son las diferencias de género materia de igualdad de oportunidades: por ejemplo, el acceso a los insumos agropecuarios y su utilización; el tamaño de las parcelas y la propiedad de los terrenos utilizados para la agricultura; el acceso a los mercados y al capital humano y los equipos; y el papel de las instituciones (formales e informales) en lo que respecta a la gestión agropecuaria, la elección de cultivos y la comercialización de los

productos agropecuarios (véanse, por ejemplo, Horrell y Krishnan, 2007; Kilic, Palacios-López y Goldstein, 2013; Kinkingninhoun-Medagbe *et al.*, 2010). A menudo, estas cuestiones están interrelacionadas con la falta de acceso a la financiación, que afecta a la capacidad de adquirir tierras, lo cual, a su vez, significa que la falta de derechos de propiedad limita el incentivo para invertir en fertilizantes y semillas de mayor rendimiento. En la mayoría de los estudios se llega a la conclusión de que las agricultoras serían igual de productivas que los agricultores si tuvieran el mismo acceso a la tierra, los insumos y los servicios y recibieran el mismo trato de las instituciones. Las estimaciones realizadas en el caso de Etiopía muestran que la reducción de los costos logísticos de los fertilizantes podría aumentar la adopción de fertilizantes y la intensidad de su uso, lo que beneficiaría a la productividad agropecuaria, especialmente en el caso de las explotaciones gestionadas por mujeres (recuadro 1.3).

Recuadro 1.3 Reducción de los costos logísticos de los fertilizantes y de la brecha de género en la productividad agropecuaria en Etiopía

Etiopía tiene una brecha de género del 29,5% en lo que respecta a la productividad agropecuaria (gráfico Bl.3.1). En promedio, las mujeres que gestionan explotaciones utilizan menos insumos. Solo el 43% de las agricultoras utilizan fertilizantes químicos, frente al 53% de los agricultores. Además, la intensidad de uso de fertilizantes es menor en las explotaciones gestionadas por mujeres. Los resultados parecen indicar que un uso más intensivo de fertilizantes puede contribuir a reducir la diferencia de género en la productividad agropecuaria, ya que un aumento dado del volumen de fertilizante utilizado tendrá un efecto mayor en la productividad de las explotaciones gestionadas por mujeres.

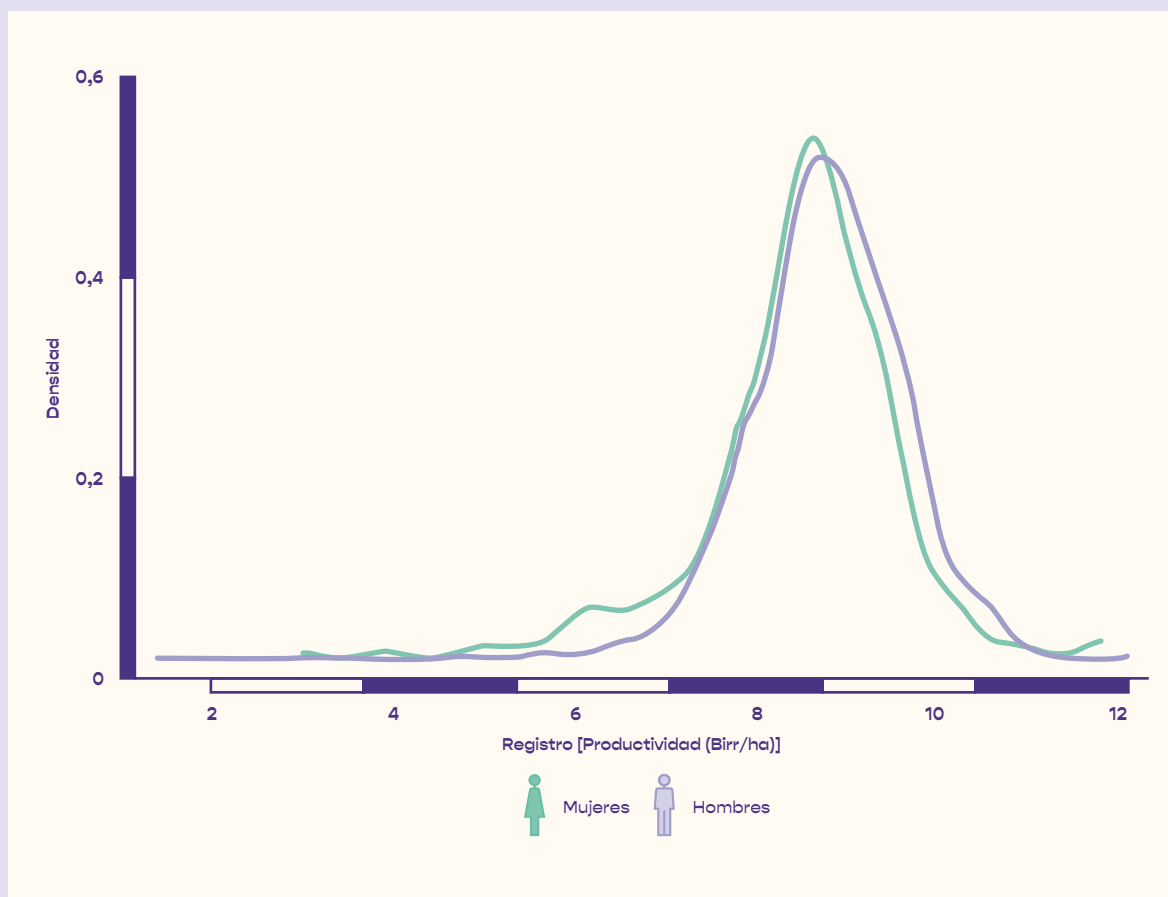
Según los datos del informe de la Encuesta Socioeconómica de Etiopía (ESS) 2013-2014, más de una tercera parte de los agricultores que viven en las provincias o estados etíopes de Benishangul-Gumuz, Dire Dawa, Gambella,

Harari y Somali no utilizaron fertilizantes por no disponer de ellos. La irregularidad e imprevisibilidad de la oferta de fertilizantes es especialmente problemática en las zonas remotas (Minten, Stifel y Tamru, 2014).

Los elevados precios de los fertilizantes parecen limitar la adopción y la intensidad de su uso. Según las estimaciones del Banco Mundial, por cada birr que disminuye el precio de un kilogramo de fertilizante, la probabilidad de adoptar el uso de fertilizantes aumenta un 0,77% y la intensidad de uso de fertilizantes aumenta 2,8 kg por hectárea. Asimismo, se considera que el acceso a los servicios de divulgación y el acceso al crédito son factores fundamentales que aumentan la probabilidad de que se adopte el uso de fertilizantes químicos y la intensidad de ese uso.

Los costos de transporte representan entre el 63% y el 75% de la diferencia entre los precios

Gráfico B1.3.1 Distribución de la productividad de los gestores de explotaciones agropecuarias, por género



Nota: ha = hectárea.

Fuente: Proyecto de Logística Comercial en Etiopía del Banco Mundial, <https://www.worldbank.org/en/news/loans-credits/2017/03/31/ethiopia-trade-logistics-project>.

de los fertilizantes pagados por los agricultores etíopes y los precios en el puerto de Djibouti (Rashid *et al.*, 2013). Por lo tanto, se estima que el aumento de la competencia en los servicios de transporte y la logística reduciría los precios de los fertilizantes y, en consecuencia, aumentaría la productividad agropecuaria, especialmente en las explotaciones gestionadas por mujeres. En particular, el aumento de la competencia en los servicios de transporte mediante la utilización de la línea ferroviaria a Djibouti, recientemente construida, podría reducir un 38% los costos de transporte en el corredor de Djibouti-Addis Abeba, lo que se podría traducir

en una reducción del 3% de los precios de los fertilizantes en las cooperativas. Esta reducción de los precios podría hacer que la adopción del uso de fertilizantes aumentase un 0,3% y la intensidad de ese uso, un 2%, lo que se espera que aumente la productividad agropecuaria en un 0,35% para el agricultor medio. La reducción de los precios de los fertilizantes tendrá un efecto mayor en la productividad de las mujeres (un aumento de casi el 1%). El Gobierno de Etiopía también ha decidido aumentar la competencia en el sector de la logística permitiendo la participación extranjera en el sector a través de empresas conjuntas.

Cómo afecta el comercio a las *mujeres* consumidoras y responsables de la toma de decisiones

La influencia del comercio en las pautas del consumo y en la toma de decisiones de los hogares está bien documentada. Al hacer bajar los precios, el comercio aumenta el poder adquisitivo de los hogares. Al incrementar la demanda de mano de obra, el comercio puede incidir en la decisión de los hogares de invertir en educación o de tener más hijos. Sin embargo, apenas se empieza a comprender la diferente incidencia que tiene el comercio en hombres y mujeres.

La dificultad analítica de esta cuestión radica en distinguir el consumo de las mujeres del consumo de los hogares, y en tener en cuenta otras variables que influyen en las decisiones relativas al consumo, como el poder de negociación que tienen las mujeres en el hogar. En esta sección se trata de ilustrar la incidencia del comercio en las pautas de consumo comparando datos sobre los hogares encabezados por mujeres y los hogares encabezados por hombres. A pesar de sus deficiencias, este indicador puede aportar algunas aclaraciones sobre la forma en que el comercio y la política comercial pueden afectar a las decisiones y preferencias de consumo de las mujeres, y a otras decisiones como la de continuar los estudios, contraer matrimonio o tener hijos.

La liberalización del comercio y las mujeres como consumidoras

Las pautas de consumo difieren entre hombres y mujeres

Si se exceptúan los alimentos básicos, hombres y mujeres consumen diferentes productos y, en promedio, las mujeres y los niños consumen una parte menor de los recursos de los hogares que los hombres. Es difícil reunir datos sobre los hábitos de consumo de las personas, como el número de veces que consumen alimentos juntos. Otros elementos, como la vivienda o los bienes de consumo, son objeto de un uso compartido entre los miembros del hogar y a menudo no se pueden asignar a individuos concretos, ni siquiera en principio. La recopilación de datos sobre el consumo a nivel individual es costosa y no siempre es factible en el contexto de grandes encuestas de los hogares. Incluso los conjuntos de datos especializados tienden a individualizar únicamente algunos componentes de la cesta global de consumo, por lo que ofrecen una imagen parcial de la distribución en el seno de los hogares. Además, basar la interpretación de las desigualdades de género en las diferencias en el consumo de determinados productos plantea problemas si las preferencias de consumo difieren de un miembro del hogar a otro. Por ejemplo, aunque el consumo de alcohol y tabaco es muchísimo mayor entre los hombres, las mujeres pueden gastar más en otros productos, por lo que ningún subconjunto de productos puede ofrecer una imagen completa (Tian, Yu y Klasen, 2018).

Otra metodología para identificar las pautas de consumo por géneros es comparar los hogares encabezados por mujeres con los hogares encabezados por hombres. Sin embargo, incluso esta metodología plantea problemas en relación con la composición de esos hogares y el reflejo de las normas sociales de los diferentes países.²⁷ Para superar estas dificultades, se están proponiendo nuevos modelos que estiman las

diferencias que se dan dentro del hogar en lo que respecta a la asignación de recursos.²⁸

El análisis de los diferentes países indica que, si las mujeres tienen dinero propio y libertad para gastarlo, proporcionan mejores alimentos a sus hogares y apoyan la educación de sus hijos (UNICEF, 2007). Las pruebas obtenidas en la India y Nepal demuestran que la participación de la mujer en las decisiones de los hogares disminuye los retrasos del crecimiento y la mortalidad infantil.²⁹ Un estudio realizado entre hogares pobres del Brasil pone de manifiesto que las niñas que viven con madres que han recibido educación y que son responsables de la toma de decisiones tienen más probabilidades de matricularse en la escuela y no tener que recurrir al mercado laboral informal. Las pruebas obtenidas en las zonas rurales de Bangladesh indican que la incidencia de la desnutrición en niños menores de cinco años era significativamente menor en todos los quintiles de renta en los hogares encabezados por mujeres, en comparación con los hogares encabezados por hombres. En China, el aumento de los ingresos de las mujeres se tradujo en mayores niveles de gasto en educación de la población infantil (Qian, 2008). En este contexto, el comercio, al influir en la capacidad negociadora de las mujeres y en las pautas de consumo, podría afectar significativamente no solo al bienestar de las mujeres, sino también al del hogar en su conjunto.

La apertura del comercio puede aumentar los ingresos y el consumo de las mujeres

El comercio puede afectar directamente a las mujeres como consumidoras, al alterar los precios relativos de las mercancías importadas, e indirectamente, a través de sus efectos en el mercado laboral (por ejemplo, cambios en los salarios), lo cual puede influir en su poder de negociación en el seno del hogar y, por tanto, en su empoderamiento. En general, se ha constatado que la apertura del comercio tiene una repercusión positiva en los

consumidores, tanto hombres como mujeres, ya que facilita el acceso a bienes y servicios más baratos y amplía la gama de productos consumidos. Sin embargo, la repercusión del comercio y la política comercial en los consumidores, ya se trate de mujeres o de hombres, depende de las diferentes pautas de consumo y de la estructura de los ingresos, así como del contexto nacional de que se trate.

Según un estudio reciente de una muestra de 54 países en desarrollo, la eliminación de los aranceles de importación parece haber dado lugar a un aumento de los ingresos reales de los hogares encabezados por mujeres, en comparación con los hogares encabezados por hombres, en más de tres cuartas partes de los países analizados. La mayor diferencia, lo que se conoce también como el sesgo de género en la política comercial, se observa en Burkina Faso, el Camerún, Gambia, Malí y Nicaragua, donde los hogares encabezados por mujeres pudieron obtener de media más de un 2% adicional de ingresos reales en comparación con los hogares encabezados por hombres gracias a la eliminación de los aranceles de importación (gráfico 1.33). Estos resultados reflejan la estructura actual de la protección comercial de los países y la estructura de los gastos e ingresos de sus hogares.

La reducción de los aranceles puede dar lugar a nuevos impuestos, ya que los Gobiernos tratarán de compensar las pérdidas de ingresos, y puede hacer que disminuyan los ingresos reales, en función de los nuevos impuestos aplicados. Este resultado es especialmente importante para los países de ingreso bajo y mediano, que suelen depender mucho de los aranceles (Lahey, 2018). Una estrategia utilizada por los Gobiernos en los países de ingreso bajo y mediano es sustituir los aranceles por impuestos sobre el valor añadido (IVA). Por ejemplo, en el caso del Pakistán se introdujo un impuesto general sobre las ventas del 12%, que grava las importaciones y los productos nacionales para compensar la pérdida de ingresos arancelarios debida a las políticas de liberalización del comercio a finales del decenio de 1980 (Siddiqui, 2009). Desde una

Gráfico 1.33 La estructura arancelaria actual beneficia a los hogares encabezados por hombres en el 78% de los países evaluados



Nota: El sesgo de género entre hombres y mujeres se calcula como la diferencia entre el beneficio en términos de bienestar, medido en ingresos reales, derivado de la liberalización del comercio para los hogares encabezados por mujeres en comparación con los hogares encabezados por hombres. Para cada país, el índice combina la estructura de la protección con la estructura de la participación en el gasto y la participación en los ingresos. Las denominaciones de los países son las que utiliza el Banco Mundial.

Fuente: Basado en estimaciones de Depetris-Chauvin y Porto, de próxima publicación.

perspectiva de género, la cuestión principal está por tanto relacionada con el sesgo de género de los diferentes sistemas impositivos, si bien hay pocos datos empíricos sobre el efecto del comercio en las mujeres como contribuyentes, principalmente porque faltan datos sobre el consumo de los individuos.³⁰

El comercio y las mujeres como responsables de la toma de decisiones

El comercio modifica la renta de las mujeres y sus oportunidades de empleo, por lo que afecta a las decisiones que adoptan las

mujeres en lo que respecta a sus familias. Las decisiones de los hogares son en general el resultado de un proceso de deliberación entre el padre y la madre. Sin embargo, no cabe partir de la base de que ambos tienen el mismo poder de negociación. Diversos estudios han demostrado que los ingresos que aporta cada una de las partes afectan a la dinámica intrafamiliar, y que la participación de la mujer en el empleo remunerado aumenta su control sobre la forma en que se gasta el presupuesto del hogar. Estos modelos de negociación ponen de relieve que las mujeres se pueden empoderar si se mejora su capacidad de acción, medida por el nivel de bienestar que podrían conseguir por sí mismas independientemente de

sus cónyuges. Por lo tanto, si el comercio aumenta las oportunidades de empleo de las mujeres y reduce la brecha salarial de género, el resultado podría ser un aumento de la proporción de gasto correspondiente a los productos preferidos por las mujeres.

Una de las principales dificultades a las que se enfrentan estos estudios es la dificultad de observar el proceso de negociación. Hasta la fecha, la investigación de los efectos de la liberalización del comercio en el poder de negociación de las mujeres consiste esencialmente en estudios de casos de países. Se constató que la liberalización del comercio había mejorado los ingresos relativos de las mujeres en México durante el decenio de 1990, lo que se tradujo en cambios en el gasto, de modo que los productos ligados a preferencias masculinas (prendas de vestir masculinas y tabaco y alcohol) cedieron terreno frente a los gastos ligados a las preferencias de las mujeres (ropa de mujer y educación de hijos e hijas). Asimismo, se constató que el aumento de las oportunidades del mercado de trabajo en México a principios del decenio de 2000 mejoró la capacidad de decisión de las mujeres, especialmente en lo relativo a elegir su situación laboral o al dinero que daban a sus progenitores, independientemente de los cambios en la exposición a la competencia china de la mano de obra femenina y masculina (Majlesi, 2016).

Cuando las mujeres pueden trabajar de manera independiente, aumenta su capacidad para tomar decisiones dentro de la familia. Este aumento del poder de negociación puede permitir que las mujeres retrasen el matrimonio o los embarazos o aumenten la inversión en educación, en particular la educación de las niñas. La influencia exacta puede variar entre países y regiones.

El comercio influye en las decisiones acerca del matrimonio y la descendencia

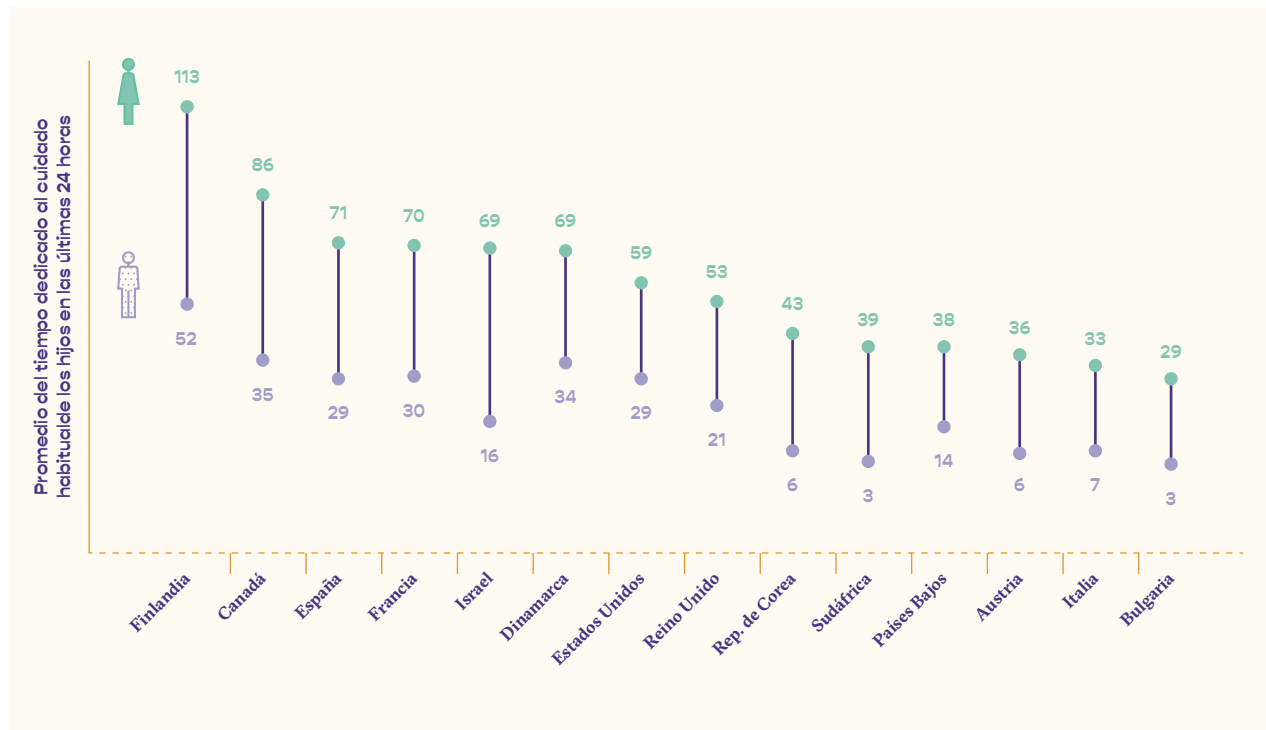
El comercio afecta a las decisiones familiares, como la de tener hijos. Cuando hay más demanda de mujeres en el mercado de

trabajo, la tasa de fecundidad se reduce. El análisis de 146 países a lo largo de 50 años indica que los países con una ventaja comparativa en los productos que demandan mucha mano de obra femenina presentan tasas de fecundidad más bajas. La liberalización del comercio induce un aumento de los salarios relativos de las mujeres y, al aumentar el costo de la crianza, disminuye la tasa de fecundidad (Do, Levchenko y Raddatz, 2016).

En la decisión de tener hijos influye el costo de oportunidad del tiempo de las mujeres, que engloba, entre otras cosas, el bienestar que proporciona tener un hijo y el tiempo que requiere la crianza (Becker, 1960). Aunque las percepciones han cambiado, sigue estando muy extendida la idea de que la crianza es responsabilidad de la mujer, por lo que se produce una disyuntiva entre tener hijos y trabajar (véase el gráfico 1.34).

El análisis de los efectos del impresionante crecimiento de la industria manufacturera orientada a la exportación en la vida de las mujeres de Bangladesh muestra que las niñas que trabajan en el sector de las prendas de vestir han retrasado la edad a la que tienen hijos y se casan. Este retraso se debe a que es más probable que las niñas más jóvenes se matriculen en la escuela, ante la expectativa de un mayor rendimiento del capital humano, y también es más probable que las niñas de más edad trabajen fuera del hogar en las aldeas próximas a instalaciones productoras de ropa, en consonancia con la teoría de la negociación (Heath y Mobarak, 2015). En la India, las repercusiones de la liberalización del comercio iniciada en 1991 difieren de un estrato socioeconómico a otro. Las tasas de natalidad aumentaron entre las mujeres con bajo nivel socioeconómico, pero disminuyeron entre las mujeres con un alto nivel socioeconómico. Esta diferencia se explica porque se considera que las hijas de familias de posición social más baja ofrecen una “rentabilidad indirecta” (por ejemplo, ofrecen asistencia en la vejez), mientras que las hijas de familias de elevada posición aportan una “rentabilidad directa” (Anukriti y Kumler, 2019).

Gráfico 1.34 Las mujeres dedican mucho más tiempo que los hombres al cuidado de los hijos en todos los países



Fuente: Basado en el *Multinational Time Use Study (MTUS)*, <https://www.timeuse.org/mtus>.

En los países industrializados también se confirman los efectos que tienen las perturbaciones del comercio en el poder de negociación y las decisiones de los hogares. En los Estados Unidos, una conmoción que afectó negativamente al empleo en sectores principalmente de mano de obra masculina aumentó el porcentaje de mujeres jóvenes solteras y redujo el de jóvenes casadas o que habían estado casadas; las conmociones que afectaron negativamente al empleo en sectores principalmente de mano de obra femenina redujeron el porcentaje de mujeres jóvenes solteras y elevaron el de mujeres divorciadas, viudas o separadas (Autor, Dorn y Hanson, 2018). En un estudio realizado en Dinamarca se constata que la competencia de las importaciones procedentes de China redujo las oportunidades del mercado de trabajo, lo que dio lugar a un incremento del número de matrimonios, de la tasa de fertilidad y del número de licencias parentales, así como a una disminución del número de divorcios.

Este efecto se atribuye principalmente a las mujeres (Keller y Utar, 2018).

El comercio también puede influir en la decisión de formarse

El comercio puede influir a la hora de tomar decisiones sobre la formación (e influir indirectamente en la fecundidad) a través de tres mecanismos fundamentales. En primer lugar, el comercio puede alterar el costo de oportunidad de la educación, un concepto que se refiere a los beneficios que dejan de obtenerse cuando se opta por invertir en educación. En particular, el comercio puede elevar el costo de oportunidad de la educación al aumentar los salarios en los sectores de bajo nivel de cualificación, lo que perjudica más a los niños o las niñas en función del sector afectado y del nivel medio de educación. En México, por ejemplo, se ha constatado que el crecimiento de las

exportaciones de manufacturas entre 1986 y 2000 dio lugar a una reducción del nivel de instrucción: por cada 25 puestos de trabajo creados, un estudiante—atraído por la perspectiva de un salario relativamente alto—abandonaba la escuela secundaria y optaba por entrar en el mercado laboral. Aunque la escolarización de hombres y mujeres disminuyó considerablemente al surgir nuevos puestos de trabajo ligados a la exportación, la escolarización de las mujeres disminuyó menos que la escolarización de los hombres (Atkin, 2016). Es importante que las políticas gubernamentales tomen en consideración el posible riesgo de pérdida de escolarización si aumentan las oportunidades de comercio y empleo.

En segundo lugar, al interactuar con la productividad y la modernización tecnológica, a menudo el comercio aumenta la demanda de conocimientos más avanzados, tanto en las economías desarrolladas como en las economías en desarrollo, lo que da lugar a salarios más altos para los trabajadores cualificados y ofrece un incentivo para que el individuo siga formándose y adquiera más capacidades. Dependiendo de los sectores en los que se concentre la ventaja comparativa de un país, el hecho de que la educación ofrezca un mayor rendimiento puede beneficiar más a las mujeres. Así sucede especialmente en el caso del comercio de servicios, en el que en general los puestos de trabajo requieren más capacidades. El crecimiento del sector de la externalización de procesos empresariales en la India, por ejemplo, ha generado nuevas oportunidades de empleo bien remuneradas

para las jóvenes que hablan inglés y tienen conocimientos informáticos. Las nuevas oportunidades de empleo en este sector, en el que las mujeres representan casi el 50% del empleo, constituyó un incentivo para que las familias invirtiesen en el capital humano de las niñas ante la expectativa de futuros beneficios en el mercado laboral (Jensen, 2012). Del mismo modo, un análisis reciente de la India indica que la liberalización de los sectores de servicios está vinculada al aumento de la duración media de la escolarización y a la disminución de la brecha de género en educación (es decir, la diferencia en la educación entre mujeres y hombres) a nivel de distrito (Nano *et al.*, 2019).³¹ El análisis de los efectos de la apertura de las fábricas de prendas de vestir confeccionadas en Bangladesh en el nivel educativo de las mujeres también indica que las niñas de menor edad que viven cerca de las aldeas en las que han abierto fábricas de prendas de vestir tienen más probabilidades de estar inscritas en la escuela desde que se instaló el sector de las prendas de vestir (Heath y Mobarak, 2015). En este caso, el nivel educativo aumenta ante la expectativa de que sigan surgiendo vacantes y de que los nuevos empleos compensen suficientemente la adquisición de la escolarización.³²

Por último, el comercio aumenta los ingresos y puede hacer que el costo de la enseñanza sea más asequible, lo que puede beneficiar a más niñas. Por ejemplo, tras la reforma arancelaria de 1991, las zonas rurales de la India experimentaron un importante aumento de la escolarización y una disminución del trabajo infantil (Edmonds, Pavcnik y Topalova, 2010).³³

Anexo 1A

Análisis econométrico de los factores determinantes de la informalidad, datos y metodología

El presente análisis, basado en las encuestas de hogares que realiza el Banco Mundial, aporta pruebas a escala de los individuos a partir de una sección transversal de 32 países para el período 2010-2017. Se cuantifican las estructuras de la informalidad de la mano de obra en función de diferentes medidas de integración comercial, teniendo en cuenta los factores que suelen determinar la informalidad, como la edad, el nivel educativo, el estado civil y la ocupación.

Para obtener más información sobre los factores determinantes o los correlatos de la informalidad, en el presente análisis se evalúa la informalidad mediante un análisis de regresión utilizando un modelo de regresión probit. La variable dependiente del modelo

de regresión es una variable binaria que tiene un valor de 1 si el trabajador está empleado en el sector informal (es decir, si el trabajador es un empleado no retribuido o carece de contrato) o de 0 en el caso de que no sea así. Hay regresiones separadas para la muestra completa y para los trabajadores de sectores distintos de la agricultura. Las principales variables independientes utilizadas son: i) una variable binaria que refleja el carácter rural (*rural*), ii) características demográficas del trabajador (una variable binaria que refleja el estado civil casado o no casado (*married*), así como la edad del trabajador (*age*)), iii) el nivel educativo más elevado alcanzado por el trabajador (*edu*), iv) la ocupación (*occup*), v) el género (*gender*), y vi) el sector económico amplio en el que está empleado el individuo (*broadSector*).

El modelo es el siguiente:

$$\text{inf} = \alpha + \beta_1 \text{rural} + \beta_2 \text{age} + \beta_3 \text{married} + \beta_4 \text{edu} + \beta_5 \text{occup} + \beta_6 \text{broadSector} + \beta_7 \text{lnOutput} + \beta_8 \text{trade} + \beta_9 \text{gender} + D_c + D_s + \epsilon_{cs}$$

(1A.1)

La variable *gender* (género) es una variable binaria que tiene el valor de 1 para las mujeres y 0 para los hombres. *Rural* es una variable binaria que tiene el valor de 1 si el trabajador vive en una zona rural, y 0 si vive en una zona urbana, dado que el empleo rural está asociado al empleo agropecuario informal. *Married* (casado) es una variable binaria que tiene el valor de 1 si el trabajador está casado o vive con

su pareja, y 0 si no es el caso. La producción del país o sector (*lnOutput*, expresada en logaritmos naturales) sirve para tener en cuenta las condiciones de determinados países o sectores. La variable *trade* (comercio) se refiere a diferentes mediciones de la integración de un país o sector con el resto del mundo: las exportaciones (expresadas en un logaritmo natural), el peso de las

exportaciones en relación con la producción, el peso de las exportaciones e importaciones en relación con la producción del sector, la integración regresiva de las CVM (contenido de importaciones de las exportaciones en relación con las exportaciones) y la integración progresiva de las CVM (valor de la producción interna reexportada por los interlocutores bilaterales en relación con las

exportaciones). Las medidas de integración en las CVM siguen el desglose de Borin y Mancini (2015). El modelo incluye además los efectos fijos por países y sectores para tener en cuenta las perturbaciones no observables.

Habida cuenta de que los datos abarcan varios sectores, los resultados no deben interpretarse de manera causal.

Anexo 1B

Análisis econométrico del comercio y la demanda de mano de obra, datos y metodología

Este capítulo, basado en las encuestas de empresas del Banco Mundial, proporciona pruebas a nivel de empresa basadas en una sección transversal de aproximadamente 29.000 empresas manufactureras de 64 países en desarrollo y emergentes para el período 2010-2017.³⁴ Las encuestas de empresas representan una amplia fuente de datos a nivel de empresas en los mercados emergentes y en las economías en desarrollo. Una de las principales ventajas de las encuestas de empresas es que las preguntas de la encuesta son las mismas en todos los países. Además, las encuestas de empresas representan una muestra aleatoria estratificada de empresas en la que se utilizan tres niveles de estratificación: sector, tamaño de la empresa y región. Los sectores se determinan sobre la base de la clasificación del principal producto o servicio de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU) Rev. 3.1.

$$S^F = \alpha + \beta_1 \ln Y + \beta_2 \ln(w^M/w^F) + \beta_3 \ln k + \gamma_1 \ln tfp + \gamma_2 \text{ trade}$$

donde S^F es la proporción de los costos de L^F en los costos variables CV, y en este caso, la proporción que representan los salarios de las mujeres. Como w^F y w^M son los únicos costos variables, CV está determinado por la suma de los productos de los costos del factor variable con sus factores respectivos, $CV = w^F L^F + w^M L^M = wL$, donde w designa el salario medio por factor de producción de mano de obra L , independientemente del género. Una disminución de S^F puede reflejar una caída de L^F o una caída de w^F (o ambas cosas), lo cual implica un aumento de S^M y por tanto un aumento de L^M , de w^M o de ambos.

La función de costo unitario variable CV se especifica de la siguiente manera:

$$CV = CV(Y, w^F, w^M, k, T),$$

donde Y se refiere a la producción y w^F y w^M son los salarios exógenos para los factores de producción variables que son la mano de obra femenina L^F y la mano de obra masculina L^M . El capital se considera un factor de producción cuasi fijo en forma de intensidad de capital k . El transformador tecnológico $T = T(tfp, trade)$ se define como una función de la productividad total de los factores (*tfp*) y del comercio (*trade*).

Si se utiliza la forma logarítmica trascendente (*translog*) de una función de costo unitario variable introducida por Brown y Christensen (1981) y se aplica el lema de Shephard, cabe derivar la siguiente función de demanda de los factores:

Por lo tanto, cabe considerar que el término compuesto $S^F = w^F L^F / wL$ es la demanda relativa de mano de obra altamente cualificada.

Entre las variables de control figura la producción, Y . El signo del coeficiente de la producción Y , β_1 , no se puede prever con certeza. Un aumento de Y suele dar lugar a un aumento de la masa salarial global y, por lo tanto, a un aumento de los costos variables CV. Si el aumento de los costos se distribuye por igual entre la mano de obra femenina y la masculina, S^F no debería verse afectado. Si la masa salarial de la mano de obra masculina aumenta de manera

más que proporcional—por ejemplo, debido a su mayor poder de negociación—, el resultado es un aumento de L^M , de w^M o de ambos, al tiempo que cabe esperar que S^F disminuya ($\beta_1 < 0$).

Cabe esperar un S^F inferior, y por tanto que L^F represente una parte menor de los costos en los costos variables CV, cuando aumentan los salarios relativos de la mano de obra masculina, w^M/w^F , dentro del aumento de CV ($\beta_2 < 0$). Un aumento de la intensidad de capital, k , aumentará S^F si el capital es un sustituto de la mano de obra masculina ($\beta_3 > 0$), pero reducirá S^F si el capital es un sustituto de la mano de obra femenina ($\beta_3 < 0$).

Una *tfp* superior podría aumentar la demanda de mano de obra en favor de las trabajadoras ($\gamma_1 > 0$) o los trabajadores ($\gamma_1 < 0$). La influencia del comercio en S_{HS} no es

fácil de predecir, ya que el comercio podría aumentar la demanda relativa de mano de obra femenina ($\gamma_2 > 0$) o masculina ($\gamma_2 < 0$).

Si las encuestas de empresas no desglosan los datos salariales en función del género, el modelo se modifica de dos maneras. En primer lugar, el análisis del comercio y la demanda relativa de trabajadoras (o de la parte de los salarios que perciben las mujeres) combina el conjunto de datos de las encuestas de empresas con datos salariales sectoriales por género, que se pueden obtener de las encuestas de los hogares. Al proceder de esa forma, se parte del supuesto de que los salarios relativos son iguales en todas las empresas de un sector. Las encuestas de empresas proporcionan datos sobre salarios de 30 países. Se estima que la ecuación de la participación de las mujeres en los salarios es la siguiente:

$$S^F_{isrt} = \alpha + \beta_1 \ln Y_{isrt} + \beta_2 \ln(w^M/w^F)_{st} + \beta_3 \ln k_{isrt} + \gamma_1 \ln tfp_{isrt} + \gamma_2 \text{trade}_{isrt} + D_{cs} + D_r + D_t + \epsilon_{isrt} \quad (1B.1)$$

En segundo lugar, el análisis del comercio y la participación de la mujer en la mano de obra parte de la base de que $w^F = w^M = w$. Como $S^F = w^F L^F / wL$, la variable dependiente pasa a ser la proporción de la mano de obra femenina en el empleo total (*femsh*), $femsh = L^F / L$. Análogamente, el modelo ya no tiene en cuenta los salarios relativos, ya que partimos de la base de que $\ln(w^M/w^F) = \ln 1 = 0$. Aunque

partir de la base de que los índices salariales son iguales entre mujeres y hombres es un supuesto un tanto discutible, consideramos que los efectos fijos de país-sector incluidos en el modelo corrigen parcialmente posibles desviaciones. Este enfoque tiene la ventaja de incluir a los 64 países en el análisis. La participación femenina en el trabajo se plasma en la siguiente ecuación:

$$fem_sh_{isrt} = \alpha + \beta_1 \ln Y_{isrt} + \beta_2 \ln k_{isrt} + \gamma_1 \ln tfp_{isrt} + \gamma_2 \text{trade}_{isrt} + D_{cs} + D_r + D_t + \epsilon_{isrt} \quad (1B.2)$$

Ambos modelos toman en consideración cuatro tipos de empresas dedicadas al comercio. Se entiende por exportador una empresa cuyas exportaciones (directas o indirectas) representan al menos el 10% de las ventas totales. Se entiende por importador una empresa cuyos insumos importados representan al menos el 10%

de los insumos totales. Los participantes en las CVM son empresas consideradas a un tiempo exportadoras e importadoras. Las empresas con IED son aquellas en las que la participación extranjera es de al menos el 10%. En el modelo también se han controlado los efectos fijos de país-sector, región subnacional y año.

Anexo 1C

Análisis econométrico de la brecha salarial de género, datos y metodología

Este capítulo, basado en las encuestas de empresas del Banco Mundial, proporciona pruebas a nivel de empresa basadas en una sección transversal de aproximadamente 29.000 empresas manufactureras de 64 países en desarrollo y emergentes para el período 2010-2017 (véase el anexo 1B). A falta de datos que conecten a empleadores y empleados y permitan analizar explícitamente la existencia y la dirección de una brecha salarial de género, en este capítulo se sigue el planteamiento de Chen, Lai y Wan (2013), quienes analizan de manera implícita la correlación entre la

participación en el empleo de una empresa y sus salarios medios. Una relación negativa (o positiva) entre la participación de la mujer en la mano de obra y los salarios medios indica la existencia de una brecha salarial de género. El papel del comercio se evalúa por medio de la interacción entre la participación de la mujer en el trabajo y la clasificación de la empresa en lo que respecta al comercio.

Siguiendo el modelo de Chen, Lai y Wan (2013), el índice salarial medio de una empresa, *wage*, se calcula del siguiente modo:

$$\ln wage = \alpha + \beta_1 \ln age + \beta_2 \ln emp + \beta_3 \ln k + \beta_4 \text{ skillsh} + \beta_5 \text{ femsh} + \gamma \text{ femsh} * \text{trade}$$

(1C.1)

La variable *age* (antigüedad) indica el número de años que lleva una empresa en funcionamiento (expresado en logaritmos naturales) para medir la experiencia. La siguiente variable es el empleo, *emp* (expresado en logaritmos naturales), que permite tener en cuenta el tamaño de las empresas. La variable *k* indica la intensidad de capital, medida como el valor de sustitución de la maquinaria en la empresa dividida por la producción (expresado en logaritmos naturales); *skillsh* es la proporción de trabajadores de producción cualificados en el total de los trabajadores dedicados a la producción; y *femsh* es la proporción de mujeres empleadas respecto del empleo total (véase el anexo 1B).

Cabe esperar que una mayor experiencia ($\beta_1 > 0$), un mayor tamaño de la empresa ($\beta_2 > 0$) y una mayor proporción de trabajadores de producción cualificados ($\beta_3 > 0$) estén positivamente correlacionados con los salarios medios. Una mayor intensidad de capital puede estar asociada positivamente ($\beta_4 > 0$) o negativamente ($\beta_4 < 0$) a la demanda de mano de obra y, por lo tanto, a los salarios medios, en función de si el capital y la mano de obra se complementan o se sustituyen entre sí. Como la mano de obra femenina está menos cualificada, se supone que una mayor proporción de mano de obra femenina está relacionada negativamente con los salarios medios ($\beta_5 < 0$).

El elemento más importante es el término de interacción de la proporción de mano de obra femenina con la variable *trade* (comercio). Debido a su mayor productividad y, posiblemente, a que sus normas laborales son más estrictas, cabe esperar que las empresas que se dedican al comercio muestren una diferencia salarial menor en comparación con las empresas que no se dedican al comercio ($\gamma > 0$). La vinculación entre la participación de la mujer en la mano de obra y el salario medio de las empresas que se

dedican al comercio viene dada por la suma de $\beta_5 + \gamma$, mientras que la correlación en el caso de las empresas que no se dedican al comercio viene dada únicamente por β_5 .

El modelo toma en consideración cuatro tipos de empresas comerciantes: exportadoras, importadoras, participantes en CVM y empresas con IED (véase el anexo 1B para las definiciones). En el modelo también se han controlado los efectos fijos de país-sector, región subnacional y año.

Notas

- 1 El análisis de los vínculos entre el comercio y el género se basa en una selección de modelos teóricos y estudios econométricos. Los estudios de casos prácticos sobre comercio y género, que componen una tercera tendencia de la bibliografía, son numerosos y pueden aportar ideas sobre sectores concretos de un país; sin embargo, al tratarse de estudios específicos, es difícil extraer conclusiones de carácter general. Para un examen detallado de la bibliografía (incluidos los estudios de casos) relativa al impacto de la expansión del comercio en el empleo femenino, la brecha salarial entre hombres y mujeres y la toma de decisiones por las mujeres en los países en desarrollo, véase, por ejemplo, Fontana (2009).
- 2 La visión general que presentamos aquí de las posibles conexiones entre las reformas comerciales y el género no tiene carácter exhaustivo, y se centra en los principales mecanismos identificados en las aportaciones teóricas y empíricas de los estudios económicos.
- 3 Los datos de la Organización Internacional del Trabajo se basan en estudios de la fuerza de trabajo que abarcan toda la población no institucional de un país determinado, de todos los sectores de la actividad económica, todos los sectores de la economía y todas las categorías de trabajadores, incluidos los trabajadores autónomos, los trabajadores familiares auxiliares, los trabajadores ocasionales y los trabajadores pluriempleados.
- 4 Los profesionales aumentan el acervo de conocimientos, aplican teorías y conceptos científicos o artísticos, imparten formación a este respecto de manera sistemática, o realizan cualquier combinación de estas actividades. Para poder desempeñarse de manera competente, la mayor parte de las ocupaciones de este gran grupo requieren cualificaciones del cuarto nivel de cualificación de la CIUO (CIUO-08).
- 5 Las ocupaciones elementales implican la realización de tareas sencillas y rutinarias que pueden hacer necesario el uso de herramientas manuales y exigen un esfuerzo físico considerable. La mayoría de las ocupaciones incluidas en este gran grupo requieren cualificaciones del primer nivel de cualificación de la CIUO (CIUO-08).
- 6 La participación regresiva en las CVM se refiere al contenido de importaciones incorporado en las exportaciones de un sector, mientras que la participación progresiva en las CVM mide la parte de valor añadido nacional de un sector que se utiliza en los países participantes en un acuerdo bilateral para la producción destinada a la exportación (es decir, excluye el valor añadido nacional que se consume en el país participante en un acuerdo bilateral). Ambas se miden como porcentaje de las exportaciones brutas del sector.
- 7 Por trabajo no remunerado se entiende la labor realizada por trabajadores familiares auxiliares en pequeñas empresas familiares, las actividades de mercado llevadas a cabo por mujeres por cuenta propia en su domicilio o desde su domicilio, el trabajo ocasional o atípico y las actividades orientadas a la producción de bienes para uso final de los propios hogares (OIT, 2013).
- 8 No obstante, los efectos medios de la liberalización del comercio en la informalidad pueden no ser uniformes en todos los sectores de una economía si las mujeres, por ejemplo, carecen de aptitudes para pasar de un sector a otro y aprovechar las oportunidades que ofrecen los sectores en expansión. Un estudio sobre el sector hortícola de Kenya, por ejemplo, indica que en ese país la liberalización del comercio no se tradujo en niveles más elevados de formalidad del empleo femenino en el sector hortícola. Por el contrario, los productores hortícolas redujeron el abastecimiento de productos de los pequeños agricultores en favor de explotaciones de gran tamaño e instalaciones de elaboración, y recurrieron más a mano de obra eventual (principalmente mujeres) para seguir siendo competitivos tras haber estado protegidos frente a la competencia internacional (Dolan, 2005).
- 9 Según la teoría neoclásica, el comercio internacional viene determinado por la ventaja comparativa derivada de las diferencias tecnológicas (Ricardo) o de la dotación de factores (Heckscher-Ohlin).
- 10 Análisis realizado en una muestra de 50 países en desarrollo para los que se dispone de datos salariales por género siguiendo la metodología descrita en el anexo IB y utilizando datos de Eora.
- 11 Para la lista de países incluidos en el análisis, véase el gráfico 1.19. El modelo de regresión modifica los modelos de Feenstra y Hanson (1995, 1997), centrados en la deslocalización y en la demanda relativa de mano de obra cualificada, que pueden derivarse de una función de costos unitarios. En lugar de centrarse en la mano de obra cualificada y no cualificada, los modelos de este análisis se centran en la mano de obra masculina y femenina. El análisis a nivel de empresa tiene además en cuenta la masa de capital por producto, algo que no es posible en las regresiones sectoriales que abarcan varios países. Para más información sobre las encuestas de empresas del Banco Mundial, véase <https://www.enterprisesurveys.org/es/data>.

- 12 Por tanto, la condición de exportador explica una tercera parte (2,5 puntos porcentuales de un total de 7,5) de la mayor participación de las mujeres en los salarios en las empresas exportadoras frente a las no exportadoras, mientras que otras características de las empresas y efectos fijos explican los otros dos tercios. La diferencia entre las empresas importadoras y las no importadoras en lo que respecta a la participación de las mujeres en los salarios es inferior, aproximadamente de 1 punto porcentual, lo que explica menos del 30% de la diferencia en la participación de las mujeres en los salarios entre las empresas importadoras y las no importadoras (23,0% frente a 19,5%). Las conclusiones se mantienen si se excluye de la muestra a los sectores de las prendas de vestir y la informática, que hacen un uso intensivo de mano de obra femenina.
- 13 Si se excluyen de la muestra de manufacturas los textiles y las prendas de vestir, así como el sector del metal (sectores en los que la participación de las mujeres en los salarios es extremadamente baja), el resultado es un aumento positivo mucho menor, de 1,8 puntos porcentuales. Duplicar las exportaciones de productos distintos de las prendas de vestir y los sectores manufactureros no metálicos en la muestra aumentaría la participación de las mujeres en los salarios del 22,6% actual al 24,5%.
- 14 Las constataciones indican que la condición de exportador de una empresa explica aproximadamente la mitad de la diferencia en la participación de la mano de obra femenina (4,4 de un total de 8,9 puntos porcentuales), y otros factores explican la otra mitad. Del mismo modo, la condición de importador explica cerca del 40% de la diferencia en la participación de la mano de obra femenina (1,9 de un total de 4,7 puntos porcentuales). Los resultados concuerdan con Shepherd (2018).
- 15 No se tienen en cuenta las características adicionales a nivel de empresa ni efectos fijos, que se indican más adelante y en la sección titulada "Cómo afecta el comercio a las mujeres productoras y propietarias de empresas".
- 16 Esta constatación no contradice necesariamente los estudios en los que se pone en relación el comercio y la mayor cualificación de la mano de obra en el nivel de las empresas (por ejemplo, OIT y OMC, 2017). Dichos estudios se centran en la intensidad de conocimientos de la empresa exportadora respecto de otras empresas del mismo sector, ya que los exportadores son más productivos y atraen mano de obra más cualificada, pero no respecto de otros sectores. La especialización sectorial de un país sigue estando determinada por su ventaja comparativa, que en un país en desarrollo tiende a residir en la mano de obra poco cualificada.
- 17 Recientemente, el Grupo Banco Mundial ha analizado las consecuencias de las reformas de liberalización arancelaria en el Pakistán y Sri Lanka. Los resultados indican que las reformas de la política comercial aumentarían las importaciones un 6%, las exportaciones un 10,6% y el PIB un 0,2%. Las ramas de producción de textiles y prendas de vestir serían las que más se beneficiarían al poder acceder a insumos importados más baratos, lo que daría lugar a un aumento de la competitividad y un incremento de las exportaciones. Este resultado aumentaría a su vez la demanda de mano de obra femenina, ya que la composición por género de la mano de obra de ambos sectores favorece considerablemente a las mujeres. Las simulaciones basadas en modelos indican que, para 2023, la creación de empleo aumentaría un 20% y un 12%, respectivamente, en el caso de los textiles y las prendas de vestir en la hipótesis conjunta en comparación con la base de referencia. Análogamente, la hipótesis de liberalización arancelaria en Sri Lanka también daría lugar a una expansión del empleo en el sector de los textiles y las prendas de vestir, en los que las mujeres representan más de la mitad de la mano de obra, a diferencia de otros sectores en 2016. En la hipótesis basada en los aranceles cabría esperar que para 2028 el empleo creciera un 12% y un 11%, respectivamente, y en el supuesto de una reforma integral el aumento sería del 13% y el 11% (véase Banco Mundial, de próxima publicación).
- 18 Para más información sobre la Encuesta Mundial sobre Valores, véase <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV6.jsp>.
- 19 Kongar (2006) muestra en un artículo inédito que las mujeres con salarios bajos sufrieron pérdidas de empleo desproporcionadas en el sector manufacturero estadounidense debido al aumento de las importaciones. En consecuencia, aumentó el salario medio de las mujeres que mantuvieron su empleo, lo que explica la reducción de la brecha salarial entre hombres y mujeres.
- 20 En los Estados Unidos, la participación de la mujer en la mano de obra disminuyó en las ramas de producción muy expuestas a la penetración de las importaciones procedentes de México tras el establecimiento del TLCAN (Sauré y Zoabi, 2014).
- 21 El nivel de intensidad de capital de una empresa —es decir, la utilización de más máquinas en relación con otros factores de producción, como la mano de obra, para producir una determinada mercancía— está también negativamente correlacionada con los salarios medios, lo que implica que el capital es un sustituto de la mano de obra femenina. Las empresas más antiguas y de mayor tamaño tienen índices salariales medios más elevados.
- 22 En este análisis se estudia la diferencia salarial entre hombres y mujeres indirectamente, al correlacionar la proporción de la mano de obra femenina con los índices salariales medios de una empresa. Una correlación negativa implica la existencia de una brecha salarial entre hombres y mujeres. Aunque este tipo de análisis solo puede realizarse con datos a nivel de empresa, no permite tener en cuenta las características de los trabajadores, que también pueden explicar parte de la diferencia salarial entre hombres y mujeres. Véase el anexo IC para la metodología.

- 23 Estas constataciones están en consonancia con los estudios sobre los efectos secundarios de la IED, que indican que los inversores extranjeros pueden ayudar a las empresas nacionales a mejorar sus capacidades tecnológicas directamente, mediante el intercambio de técnicas de producción y diseño de productos y ayudándolas a adquirir tecnología (Paus y Gallagher, 2008), e indirectamente, a través de la formación del personal, los pagos anticipados, el arrendamiento de maquinaria y el suministro de insumos, así como ayudándolas con la garantía de la calidad y la organización de líneas de productos (Crespo y Fontoura, 2007; Javorcik, 2008; Lall, 1980).
- 24 En las empresas propiedad mayoritariamente de mujeres, al menos el 50% de la propiedad está en manos de mujeres (y, a la inversa, las empresas propiedad mayoritariamente de hombres tienen una participación masculina en la propiedad de al menos el 50%).
- 25 La brecha de género es menor si se analiza la gestión en lugar de la propiedad de las empresas. Las empresas cuyos máximos directivos son mujeres solo se distinguen de las que tienen máximos dirigentes masculinos en algunas características. Suelen participar menos en las CVM, son de menor tamaño, pagan salarios más bajos y son menos productivas. Además, las empresas de servicios gestionadas por mujeres son más recientes y es menos probable que tengan su propio sitio web o utilicen el correo electrónico. Las conclusiones permiten deducir que las desigualdades de género en el desempeño de las empresas y los derechos son más pronunciadas cuando lo que se tiene en cuenta es la propiedad de las empresas.
- 26 Este resultado está en consonancia con el estudio elaborado por la OMC (OMC, 2019).
- 27 En primer lugar, las mujeres que son cabeza de familia pueden ser mujeres que nunca se han casado, mujeres viudas o divorciadas y algunas mujeres casadas. A esto hay que añadir que el concepto "cabeza de familia" puede combinar diferencias de género con diferencias que se deben a la composición demográfica. Por ejemplo, en muchos hogares encabezados por mujeres hay niños pero no adultos de sexo masculino, mientras que en la mayoría de los hogares en los que el cabeza de familia es un hombre hay mujeres y niñas. En segundo lugar, cuando es el propio encuestado el que declara quién es el cabeza de familia, se suelen reflejar normas y puntos de vista sobre a quién se considera cabeza de familia: por ejemplo, quién aporta la mayor parte del sustento, quién tiene más peso en la toma de decisiones, cuál es el varón de mayor edad, etc. Estas normas pueden variar de un país a otro, dentro de un mismo país o de un grupo de ingresos a otro, y pueden dar precedencia a un sexo frente al otro (Banco Mundial, 2018).
- 28 Si se utilizan restricciones semiparamétricas para las preferencias individuales dentro de un modelo colectivo, se puede identificar cómo se reparte el conjunto de los recursos de los hogares entre los miembros de la familia observando cómo varían los gastos de cada miembro de la familia en un solo producto privado, como las prendas de vestir, en función de los ingresos y el tamaño de la familia (Dunbar, Lewbel y Pendakur, 2013).
- 29 Los resultados se mantienen después de tener en cuenta las diferencias en el nivel educativo y la riqueza de los hogares examinados.
- 30 A falta de datos sobre el consumo individual, Casale (2012) propone estudiar los efectos distributivos de los impuestos indirectos o impuestos sobre el consumo en Sudáfrica clasificando los hogares como más femeninos o más masculinos en función de características demográficas y económicas (por ejemplo, hogares encabezados por una mujer o en los que solo trabajan mujeres).
- 31 Este resultado está en consonancia con el análisis de Jensen (2012), en el que se constata que las oportunidades de empleo que ofrece la externalización de los procesos empresariales en la India elevaron el nivel educativo de las niñas y retrasaron la edad de casarse y de tener hijos.
- 32 En el caso de Bangladesh, las necesidades de formación del sector de las prendas de vestir son superiores a las de otros sectores; los directivos prefieren trabajadores con formación, que desempeñan mejor labores como el mantenimiento de registros o pueden aprender nuevas tareas a partir de un modelo. En el estudio también se constató que el comercio tenía una repercusión mayor en las niñas que en los niños. Este resultado se explica por los elevados niveles de empleo femenino en este sector (aproximadamente el 80% de los trabajadores de las fábricas de prendas de vestir de Bangladesh son mujeres).
- 33 Sin embargo, en los distritos que dependían en gran medida del empleo en ramas de producción protegidas antes de la liberalización, el aumento de la escolarización y la disminución del trabajo de menores no fueron tan considerables como en las demás. Los datos indican que la relación entre la profundidad de las reformas comerciales en los distritos y la escolarización se vio impulsada por el efecto de la reducción de los aranceles en la pobreza. Hay otro estudio que también indica que las reducciones arancelarias en la India aumentaron la oferta de mano de obra masculina y femenina, así como el número de madres trabajadoras, y mejoró la probabilidad de escolarización infantil (Marchand, Rees y Riezman, 2013).
- 34 Gran parte de la información contenida en el presente anexo se ha tomado de Rocha y Winkler, 2019.

Bibliografía

- . 1960. "An Economic Analysis of Fertility". En *Demographic and Economic Change in Developed Countries*, editado por G. Becker. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- . 1997. "Foreign Direct Investment and Relative Wages: Evidence from Mexico's Maquiladoras". *Journal of International Economics* 42 (3-4): 371-393.
- . 2013. "Resolución 1: Resolución sobre las estadísticas del trabajo, la ocupación y la subutilización de la fuerza de trabajo". Resolución de la decimonovena Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo, Ginebra, OIT. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/--dgreports/--stat/documents/normativeinstrument/wcms_230304.pdf.
- . 2018. *Mujeres y hombres en la economía informal: Un panorama estadístico*, Tercera edición. Ginebra: OIT.
- . 2018. *Poverty and Shared Prosperity 2018: Piecing Together the Poverty Puzzle*. Washington D.C., Banco Mundial.
- . 2019. *World Development Report 2020: Trading for Development in the Age of Global Value Chains*. Washington D.C., Banco Mundial.
- . De próxima publicación. "Africa Continental Free Trade Area: Economic and Distributional Effects". Washington D.C., Banco Mundial.
- Aitken, B., G.H. Hanson y A.E. Harrison. 1997. "Spillovers, Foreign Investment, and Export Behavior". *Journal of International Economics* 43 (1-2): 103-132.
- Anukriti, S., y T.J. Kumler. 2019. "Women's Worth: Trade, Female Income, and Fertility in India". *Economic Development and Cultural Change* 67 (3): 687-724.
- Atkin, David. 2016. "Endogenous Skill Acquisition and Export Manufacturing in Mexico". *American Economic Review* 106 (8): 2046-2085.
- Autor, D., D. Dorn y G. Hanson. 2018. "When Work Disappears: Manufacturing Decline and the Falling Marriage-Market Value of Young Men". *American Economic Review: Insights* 1 (2): 161-178.
- Banco Mundial. 2011. *World Development Report 2012: Gender Equality and Development*. Washington D.C., Banco Mundial.
- Becker, G. 1957. *The Economics of Discrimination*. Chicago: University of Chicago Press.
- Ben Yahmed, S. 2017. "Gender Wage Discrimination and Trade Openness. Prejudiced Employers in an Open Industry". Documento de debate de ZEW N° 17-047, ZEW-Leibniz Centre for European Economic Research, Mannheim.
- Ben Yahmed, S., y P. Bombarda. 2018. "Gender, Informal Employment and Trade Liberalization in Mexico". Documento de debate de ZEW N° 18-028, ZEW-Leibniz Centre for European Economic Research, Mannheim.
- Berik, G., Y. van der Meulen Rodgers y J.E. Zveglic. 2004. "International Trade and Gender Wage Discrimination: Evidence from East Asia". *Review of Development Economics* 8 (2): 237-254.
- Bernard, A.B., y J.B. Jensen. 1999. "Exceptional Exporter Performance: Cause, Effect or Both?" *Journal of International Economics* 47 (1): 1-25.
- Black, S., y E. Brainerd. 2004. "Importing Equality? The Impact of Globalization on Gender Discrimination". *Industrial and Labor Relations Review* 57 (4): 540-559.

- Bøler, E.A., B. Javorcik y K.H. Ulltveit-Moe. 2018. "Working across Time Zones: Exporters and the Gender Wage Gap". *Journal of International Economics* 111 (March): 122-133.
- Borin, A., y M. Mancini. 2015. "Follow the Value Added: Bilateral Gross Export Accounting". Documento de trabajo del Banco de Italia N° 1026, Banco de Italia, Roma.
- Brown, R.S., y L.R. Christensen. 1981. "Estimating Elasticities of Substitution in a Model of Partial Static Equilibrium: An Application to U.S. Agriculture, 1947-1974". En *Modeling and Measuring Natural Resource Substitution*, editado por E. R. Berndt y B. C. Field, 209-229. Cambridge, MA: MIT Press.
- Brussevich, M. 2018. "Does Trade Liberalization Narrow the Gender Wage Gap? The Role of Sectoral Mobility". *European Economic Review* 109 (marzo): 305-333.
- Busse, M., y C. Spielmann. 2006. "Gender Inequality and Trade". *Review of International Economics* 14 (3): 362-379.
- Bussolo, M., y R.E. De Hoyos, editores. 2009. *Gender Aspects of the Trade and Poverty Nexus: A Macro-Micro Approach*. Washington D.C., Banco Mundial.
- Casale, D. 2012. "Indirect Taxation and Gender Equity: Evidence from South Africa". *Feminist Economics* 18 (3): 25-54.
- Chen, Z., Y. Ge, H. Lai y C. Wan. 2013. "Globalization and Gender Wage Inequality in China". *World Development* 44 (abril): 256-266.
- Clerides, S.K., S. Lach y J.R. Tybout. 1998. "Is Learning by Exporting Important? Micro-dynamic Evidence from Colombia, Mexico, and Morocco". *Quarterly Journal of Economics* 113 (3): 903-947.
- Cozzi, G., M. Francesconi, S. Lundberg, N. Mantovan y R.M. Sauer. 2018. "Advancing the Economics of Gender: New Insights and a Roadmap for the Future". *European Economic Review* 109: 1-8.
- Crespo, N. y M. Fontoura. 2007. "Determinant Factors of FDI Spillovers-What Do We Really Know?" *World Development* 35 (3): 410-425.
- Darity, W., y R. Williams. 1985. "Peddlers Forever? Culture, Competition, and Discrimination". *American Economic Review* 75 (2): 256-261.
- Depetris-Chauvin, N.D., y G. Porto. De próxima publicación. "The Gender Bias of Trade Policy in Developing Countries". Working Paper, Banco Mundial, Washington D.C.
- Der Boghossian, A. 2019. "Trade Policies Supporting Women's Economic Empowerment: Trends in WTO Members". Staff Working Paper ERSD-2019-07, Organización Mundial del Comercio, Ginebra.
- Do, Q.-T., A.A. Levchenko y C. Raddatz. 2016. "Comparative Advantage, International Trade, and Fertility". *Journal of Development Economics* 119 (marzo): 48-66.
- Dolan, C.S. 2005. "Benevolent Intent? The Development Encounter in Kenya's Horticulture Industry". *Journal of Asian and African Studies* 40 (6): 411-437.
- Dunbar, G.R., A. Lewbel y K. Pendakur. 2013. "Children's Resources in Collective Households: Identification, Estimation, and an Application to Child Poverty in Malawi". *American Economic Review* 103 (1): 438-471.
- Ederington, J., J. Minier y K.R. Troske. 2009. "Where the Girls Are: Trade and Labor Market Segregation in Colombia". IZA Discussion Paper N° 4131, Institute for the Study of Labor, Bonn.
- Edmonds, E.V., N. Pavcnik y P. Topalova. 2010. "Trade Adjustment and Human Capital Investments: Evidence from

- Indian Tariff Reform". *American Economic Journal: Applied Economics* 2 (4): 42-75.
- FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) 2011. *El estado mundial de la agricultura y la alimentación 2010-2011*. Roma: FAO.
- Feenstra, R.C., y G.H. Hanson. 1995. "Foreign Investment, Outsourcing and Relative Wages". NBER Working Paper N° 5121, Oficina Nacional de Investigaciones Económicas, Cambridge, MA.
- Fontana, M. 2009. "The Gender Effects of Trade Liberalization in Developing Countries: A Review of the Literature". En *Gender Aspects of the Trade and Poverty Nexus. A Macro-Micro Approach*, editado por M. Bussolo y R. E. De Hoyos, 25-50. Washington D.C., Banco Mundial.
- Foro Económico Mundial. 2017. *The Global Gender Gap Report 2017*. Ginebra: Foro Económico Mundial.
- Gaddis, I., y J. Pieters. 2017. "The Gendered Labor Market Impacts of Trade Liberalization: Evidence from Brazil". *Journal of Human Resources* 52 (2): 457-490.
- Greenaway, D., y R. Kneller. 2008. "Exporting, Productivity, and Agglomeration". *European Economic Review* 52 (5): 919-939.
- Greenhill, B., L. Mosley y A. Prakash. 2009. "Trade-Based Diffusion of Labor Rights: A Panel Study, 1986-2002". *American Political Science Review* 103 (4): 669-690.
- Heath, R., y A.M. Mobarak. 2015. "Manufacturing Growth and the Lives of Bangladeshi Women". *Journal of Development Economics* 115 (C): 1-15.
- Horrell, S., y P. Krishnan. 2007. "Poverty and Productivity in Female-Headed Households in Zimbabwe". *Journal of Development Studies* 43 (8): 1351-1380.
- Janse van Rensburg, C., C. Bezuidenhout, M. Matthee y V. Stolzenburg. 2019. "Exporters and the Gender Wage Gap: Evidence from South Africa". Documento presentado en la conferencia "Closing the Gender Gaps", Ginebra, 7 de diciembre de 2018.
- Javorcik, B. 2008. "Can Survey Evidence Shed Light on Spillovers from Foreign Direct Investment?" *World Bank Research Observer* 23 (2): 139-159.
- Jensen, R.T. 2012. "Do Labor Market Opportunities Affect Young Women's Work and Family Decisions? Experimental Evidence from India". *Quarterly Journal of Economics* 127 (2): 753-792.
- Juhn, C., G. Ujhelyi y C. Villegas-Sanchez. 2014. "Men, Women, and Machines: How Trade Impacts Gender Inequality". *Journal of Development Economics* 106 (enero): 179-193.
- Kazandjian, R., L. Kolovich, K. Kochhar y M. Newiak. 2019. "Gender Equality and Economic Diversification". *Social Sciences* 8 (4): 118.
- Keller, W., y H. Utar. 2018. "Globalization, Gender, and the Family". NBER Working Paper N° 25247, Oficina Nacional de Investigaciones Económicas, Cambridge, MA.
- Kilic, T., A. Palacios-Lopez y M. Goldstein. 2013. "Caught in a Productivity Trap: A Distributional Perspective on Gender Differences in Malawian Agriculture". Policy Research Working Paper 6381, Banco Mundial, Washington D.C.
- Kinkingninoun-Medagbe, F.M., A. Diagne, F. Simtowe, A.R. Agboh-Noameshie y P.Y. Adegbola. 2010. "Gender Discrimination and Its Impact on Income, Productivity, and Technical Efficiency: Evidence from Benin". *Agriculture and Human Values* 27 (1): 57-69.
- Kis-Katos, K., J. Pieters y R. Sparrow. 2018. "Globalization and Social Change: Gender-Specific Effects of Trade Liberalization in Indonesia". *IMF Economic Review* 66 (4): 763-793.

- Kongar, E. 2006. "Importing Equality or Exporting Jobs? Competition and Gender Wage and Employment Differentials in U.S. Manufacturing". Working Paper N° 436, Levy Economics Institute of Bard College, Annandale-on-Hudson, NY.
- Lahey, K. 2018. "Gender, Taxation and Equality in Developing Countries: Issues and Policy Recommendations". Discussion Paper, ONU Mujeres.
- Lall, S. 1980. "Vertical Inter-firm Linkages in LDCs: An Empirical Study". *Oxford Bulletin of Economics and Statistics* 42 (3): 203-226.
- Majlesi, K. 2016. "Labor Market Opportunities and Women's Decision Making Power within Households". *Journal of Development Economics* 119 (marzo): 34-47.
- Marchand, B.U., R. Rees y R.G. Riezman. 2013. "Globalization, Gender and Development: The Effect of Parental Labor Supply on Child Schooling". *Review of Economics of the Household* 11 (2): 151-173.
- Minten, B., D. Stifel y S. Tamru. 2014. "Structural Transformation of Cereal Markets in Ethiopia". *Journal of Development Studies* 50 (5): 611-629.
- Moazzem, K.G., y M.A. Radia. 2018. "Data Universe' of Bangladesh's RMG Enterprises: Key Features and Limitations". Centre for Policy Dialogue, Dhaka.
- Nano, E., G. Nayyar, S. Rubínová y V. Stolzenburg. 2019. "The Impact of Service Sector Liberalization on Education: Evidence from India". Exposición realizada en la Conferencia organizada por el FMI, el Banco Mundial y la OMC, 25 de junio. https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/s5_d_enriconanowto_imf_wb_india_250619.pdf.
- Neumayer, E., e I. De Soysa. 2011. "Globalization and the Empowerment of Women: An Analysis of Spatial Dependence via Trade and Foreign Direct Investment". *World Development* 39 (7): 1065-1075.
- OIT (Oficina Internacional del Trabajo) 2006. *Handbook on Decent Work in the Informal Economy in Cambodia*. Informal Economy, Poverty and Employment, Cambodia, Series Number 1, Bangkok, OIT.
- OIT y OMC (Oficina Internacional del Trabajo y Organización Mundial del Comercio). 2017. *Invertir en competencias para el comercio inclusivo*. Ginebra: OIT y OMC.
- OMC (Organización Mundial del Comercio). 2019. *Informe sobre el comercio mundial 2019: El futuro del comercio de servicios*. Ginebra: OMC. Oostendorp, R. H. 2009. "Globalization and the Gender Wage Gap". *World Bank Economic Review* 23 (1): 141-161.
- Otobe, N. 2015. *Export-Led Development, Employment and Gender in the Era of Globalization*. Sector del Empleo - Documento de Trabajo N° 197. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.
- Palacios-López, A., y R. López. 2015. "The Gender Gap in Agricultural Productivity: The Role of Market Imperfections". *Journal of Development Studies* 51 (9): 1175-1192.
- Paus, E., y K. Gallagher. 2008. "Missing Links: Foreign Investment and Industrial Development in Costa Rica and Mexico". *Studies of Comparative International Development* 43 (1): 53-80.
- Prakash, A., y M. Potoski. 2007. "Investing Up: FDI and the Cross-Country Diffusion of ISO 14001 Management Systems". *International Studies Quarterly* 51 (3): 723-744.
- Qian, N. 2008. "Missing Women and the Price of Tea in China: The Effect of Sex-Specific Earnings on Sex Imbalance". *Quarterly Journal of Economics* 123 (3): 1251-1285.
- Rashid, S., N. Tefera, N. Minot y G. Ayele. 2013. "Fertilizer in Ethiopia: An Assessment of Policies, Value Chain, and Profitability". IFPRI Discussion Paper

- Nº 01304, International Food Policy Research Institute, Washington DC.
- Roberts, M.J., y J.R. Tybout. 1997. "The Decision to Export in Colombia: An Empirical Model of Entry with Sunk Costs". *American Economic Review* 87 (4): 545-564.
- Rocha, N., y D. Winkler. 2019. "Trade and Female Labor Participation: Stylized Facts Using a Global Dataset". Policy Research Working Paper 9098, Banco Mundial, Washington D.C.
- Sauré, P., y H. Zoabi. 2014. "International Trade, the Gender Wage Gap and Female Labor Force Participation". *Journal of Development Economics* 111 (noviembre): 17-33.
- Schultz, T.P. 2007. "Does the Liberalization of Trade Advance Gender Equality, in Schooling and Health?" En *The Future of Globalization: Explorations in Light of Recent Turbulence*, editado por E. Zedillo, 178-208. Londres: Routledge.
- Shepherd, B. 2018. "Global Value Chains and Women's Labor: Firm-Level Evidence". Working Paper DTC-2018-6, Developing Trade Consultants.
- Siddiqui, R. 2009. "Modeling Gender Effects of Pakistan's Trade Liberalization". *Feminist Economics* 15 (3): 287-321.
- Tejani, S., y W. Milberg. 2016. "Global Defeminization? Industrial Upgrading and Manufacturing Employment in Developing Countries". *Feminist Economics* 22 (2): 24-54.
- Tian, X., X. Yu, y S. Klasen. 2018. "Gender Discrimination in China Revisited: A Perspective from Family Welfare". *Journal of Chinese Economic and Business Studies* 16 (1): 95-115.
- UNICEF (Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia). 2007. *The State of the World's Children 2007: Women and Children-The Double Dividend of Gender Equality*. Nueva York: UNICEF.
- Wang, Z. 2018. "Bringing the State Back In: Explaining Women's Economic Empowerment in an Era of Globalization". *Political Studies* 66 (4): 1043-1066.
- Williams, R. 1987. "Capital, Competition, and Discrimination: A Reconsideration of Racial Earnings Inequality". *Review of Radical Political Economics* 19 (2): 1-15.

Capítulo 2

CÓMO DETERMINAN LAS LIMITACIONES Y OPORTUNIDADES LA FUNCIÓN DE LAS *MUJERES* EN EL COMERCIO

Introducción

Las mujeres se podrían beneficiar del aumento del comercio, pero se enfrentan a obstáculos que les impiden o dificultan el acceso a esas oportunidades. Estas limitaciones explican en parte por qué las mujeres trabajan en determinados sectores, poseen y dirigen determinados tipos de empresas, consumen determinados tipos de productos o adoptan determinadas decisiones en el seno de sus familias, como se indica en el capítulo 1. El creciente protagonismo de los servicios en la economía y el comercio mundiales (en adelante, denominado *terciarización*), el auge de las cadenas de valor mundiales (CVM) y la

adopción de nuevas tecnologías crean nuevas y excelentes oportunidades para que las mujeres puedan comerciar más y aprovechar mejor los beneficios del comercio. Examinar estas tendencias desde una perspectiva de género permite ilustrar cómo pueden las mujeres obtener una mayor proporción de los beneficios que ofrece el comercio.

En el presente capítulo se examinan primero las limitaciones relacionadas con el comercio a las que se enfrentan las mujeres a lo largo de su vida, antes de analizar las nuevas oportunidades que han surgido para ellas.



Fotografía: © Jacob Lund/Shutterstock.com.
Uso autorizado; se requiere autorización adicional para volver a utilizar la imagen.

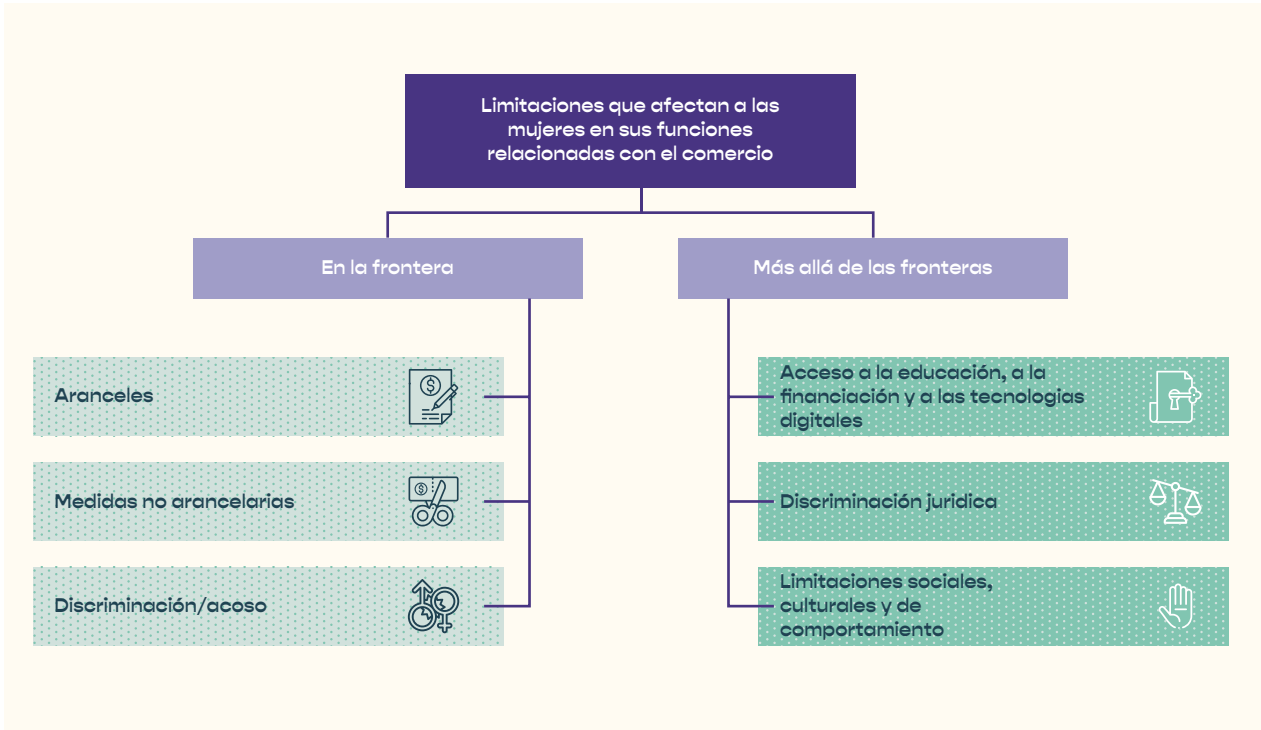
Obstáculos que reducen la participación de las mujeres en los beneficios que ofrece el comercio

Las mujeres se enfrentan a muchas limitaciones relacionadas con el comercio que ya sea no se aplican a los hombres o bien se les aplican en menor grado (gráfico 2.1). Estos obstáculos afectan a las

mujeres como trabajadoras, como consumidoras y como responsables de la toma de decisiones.

Algunos de estos obstáculos están directamente relacionados con la manera en que los bienes y servicios cruzan las fronteras internacionales: por ejemplo, a veces las mujeres tienen que hacer frente a unos costos comerciales más elevados y son objeto de discriminación en los puestos fronterizos. Sin embargo, “más allá de las fronteras” las limitaciones son igualmente importantes. El acceso limitado de las mujeres a la educación, por ejemplo, explica, en parte, por qué el empleo femenino se concentra en sectores poco cualificados como el de los textiles. Las empresarias también tienen más dificultades que los hombres para obtener financiación, especialmente para actividades de mayor riesgo como el comercio. El sesgo de género inherente a tareas domésticas como la crianza limita la flexibilidad y movilidad de las mujeres. Estas limitaciones pueden reducir drásticamente el acceso de las mujeres al empleo y a los

Gráfico 2.1 Las limitaciones que afectan a las mujeres en el comercio son diversas



Fuente: Gráfico original para la presente publicación.

Recuadro 2.1 Las mujeres comerciantes suelen verse más afectadas por los conflictos y la violencia

La fragilidad, los conflictos y la violencia reducen los beneficios del comercio. A menudo entorpecen directamente la capacidad de comerciar a través (y dentro) de las fronteras y pueden llevar a los comerciantes a adoptar decisiones subóptimas en materia de producción e inversión (Grupo Banco Mundial y OMC, 2015). La apertura del comercio puede reducir el riesgo de conflicto y apoyar el crecimiento y la estabilidad económicos después de un conflicto, ya que el comercio permite a los países volver a conectarse con el mundo y acceder a bienes y servicios que son fundamentales para su desarrollo económico y social. Además, genera solidaridad entre las comunidades, dado que personas de distintas etnias y procedencias interactúan unas con otras a través de las fronteras (Banco Mundial, 2015). En contextos en los que las actividades comerciales cuentan con una alta participación de mujeres (como el comercio agropecuario transfronterizo en África Subsahariana o la industria textil y de prendas de vestir en Asia Meridional), el efecto de prevención de conflictos y de violencia que tiene el comercio también puede contribuir a que no aumente el riesgo de violencia de género, a menudo asociado a las situaciones de fragilidad.

La fragilidad, los conflictos y la violencia afectan de forma diferente a hombres y mujeres, especialmente en el caso del comercio transfronterizo a pequeña escala. En varios países frágiles de África Subsahariana, ese comercio constituye una importante fuente de sustento para muchas mujeres, que suelen cruzar varias veces al día la misma frontera (Brenton *et al.*, 2014). Los repentinos cierres de fronteras provocados por conflictos ponen fin a menudo a las actividades comerciales de esas mujeres, lo

cual tiene graves consecuencias al impedirles satisfacer las necesidades básicas de sus familias. Si bien es difícil obtener datos fiables, hay pruebas circunstanciales que indican que, por ejemplo, el cierre de la frontera en Garoua-Boulaï (entre el Camerún y la República Centroafricana) tras un ataque de grupos rebeldes en diciembre de 2017 causó importantes perturbaciones en el comercio transfronterizo local, lo que afectó gravemente a las mujeres (Gaskell *et al.*, 2018). Las estimaciones del impacto económico del brote del Ébola de 2014 —que también provocó el cierre de varias fronteras en Guinea, Liberia y Sierra Leona— indican que la epidemia causó una pérdida de la actividad económica general del 10% y tuvo consecuencias especialmente negativas en los medios de sustento de los comerciantes de pequeña escala, entre los cuales las mujeres se vieron afectadas de manera desproporcionada (Grupo Banco Mundial, 2016).

La fragilidad, los conflictos y la violencia también agravan algunas de las limitaciones a las que se enfrentan las mujeres comerciantes en comparación con los hombres. Por ejemplo, la brecha de género en materia de educación y competencias puede aumentar a causa del colapso del sistema educativo durante un conflicto y la consiguiente fuga de cerebros. En Liberia, los largos años de conflicto llevaron a unas tasas de analfabetismo femenino más altas y a una mayor proporción de mujeres que carecían de competencias empresariales básicas y a menudo ocupaban empleos de baja productividad. La generación actual de empresarias no posee muchas de las competencias básicas necesarias para explotar con éxito un negocio (CFI 2014).

servicios relacionados con el comercio. Los efectos negativos que tienen los obstáculos en frontera y más allá de las fronteras para

las mujeres en sus distintas funciones se ven agravados en los países con altos niveles de conflicto y fragilidad (véase el recuadro 2.1).

Unos costos comerciales más elevados para las mujeres que para los hombres

Las políticas económicas pueden tener consecuencias imprevistas en la igualdad de género, que a menudo dificultan el acceso de las mujeres a las oportunidades. Estas consecuencias varían en función de los tipos de empleo que tienen las mujeres, las industrias en las que se concentran y las diferencias de género en el consumo.

La política comercial puede influir en todas las funciones que desempeñan las mujeres. Como trabajadoras y productoras de bienes y servicios, las mujeres se ven afectadas tanto por una política de comercio exterior que restrinja su acceso a los mercados extranjeros como por una política comercial interna que las proteja de la competencia extranjera pero limite su acceso a los materiales importados. La competitividad de las exportaciones depende de que el movimiento transfronterizo de mercancías y servicios sea rápido, barato y, sobre todo, previsible. Sin embargo, los comerciantes afrontan una serie de dificultades para lograr que los productos atraviesen las fronteras. Estas dificultades son mayores para las mujeres y pueden ser obstáculos al comercio tradicionales tales como medidas arancelarias y no arancelarias, requisitos aduaneros y trámites burocráticos gravosos, infraestructuras deficientes o incluso amenazas a la seguridad física. Por último, las mujeres como consumidoras se ven afectadas por la política comercial interna, ya que esta influye en los precios de los bienes y servicios.

Las mujeres como trabajadoras están sobrerrepresentadas en sectores con elevados obstáculos al comercio

El empleo de las mujeres tiende a concentrarse en sectores con altos costos comerciales. Los sectores que emplean a más mujeres tienen un menor acceso a los mercados internacionales, tanto en los países desarrollados como en desarrollo. En la India, las exportadoras han tenido que afrontar constantemente obstáculos

arancelarios en promedio más elevados que los hombres en los mercados extranjeros (Mendoza, Nayyar y Piermartini, 2018). En 2012, los bienes producidos por las mujeres estaban sujetos a un arancel medio del 13%, mientras que los producidos por los hombres estaban sujetos a un arancel del 7,8%, lo que representa un 67% menos. Esta diferencia de aranceles a la que se enfrentan las exportadoras indias se debe, en gran medida, a la elevada proporción de mujeres que trabajan en la agricultura. En países desarrollados como Alemania y los Estados Unidos, las mujeres están sujetas en promedio a aranceles un 25% y un 15% más elevados, respectivamente, que los hombres. En esos países, la brecha se debe a la elevada tasa de empleo de las mujeres en sectores como las industrias alimentaria, textil y del calzado.

Una explicación de las diferencias arancelarias entre hombres y mujeres en la exportación de mercancías es que los sectores que emplean a un número relativamente mayor de trabajadores de salarios bajos—entre los que están sobrerrepresentadas las mujeres—suelen estar sujetos a aranceles más altos (recuadro 2.2). Esto puede ser consecuencia de un problema de coordinación entre los países en materia de política comercial. Cada país aplica aranceles elevados a sectores que emplean a trabajadores de salarios bajos para protegerlos de la competencia extranjera; sin embargo, esto significa también que, como esos trabajadores suelen trabajar en los mismos sectores en todos los países, esos sectores tienen menos posibilidades de acceder a los mercados extranjeros. En consecuencia, los efectos potencialmente positivos de la protección nacional de los trabajadores de salarios bajos se ven contrarrestados por los efectos negativos de un acceso reducido a los mercados extranjeros (Mendoza, Nayyar y Piermartini, 2018).

Los sectores que emplean a más mujeres soportan aranceles más altos sobre los insumos que importan. Según los cálculos de la Organización Mundial del Comercio, hay una fuerte correlación positiva de 0,79 entre los aranceles sobre los insumos y la proporción de empleo femenino (gráfico 2.2). En el sector con la proporción más alta de empleo femenino—el sector de los alimentos y las bebidas—, los insumos están sujetos a aranceles de importación medios que duplican con creces los del sector con la

Recuadro 2.2 Las mercancías producidas por las mujeres están sujetas a aranceles más altos

Es fundamental contar con unas condiciones que permitan el acceso a los mercados internacionales a fin de garantizar que el comercio sea inclusivo, en particular para las mujeres. Sin embargo, datos empíricos recientes indican que se aplican aranceles más altos a los bienes producidos por las mujeres que a los producidos por los hombres.

El cuadro B2.2.1 muestra que, en la India, las trabajadoras soportan sistemáticamente aranceles más altos en todos los deciles salariales salvo en el superior, en el que los hombres hacen frente a unos aranceles que son de media un 1,0% superiores a los que afectan a las mujeres. La diferencia para cada decil salarial no es muy pronunciada y varía entre 0,3 y 5,0 puntos porcentuales. No obstante, el número de mujeres que integran los deciles de ingresos más elevados es muy inferior al número de hombres. Por ejemplo, en el décimo decil de ingresos, las mujeres representan solamente el 6% de los encuestados (esta tendencia también se refleja en el cuadro

B2.2.2 para Alemania y los Estados Unidos). Esta disparidad, junto con el hecho de que los aranceles son más altos para los deciles salariales más bajos, se traduce en una brecha media mucho más amplia entre los aranceles que se aplican a hombres y mujeres en la India (6 puntos porcentuales). La situación es similar en Alemania y los Estados Unidos. Por lo tanto, las diferencias arancelarias entre hombres y mujeres en la exportación de mercancías se deben en gran medida al hecho de que las mujeres tienen predominantemente empleos poco remunerados, en sectores que suelen soportar aranceles más elevados en los mercados internacionales.

Además, a los bienes producidos por los trabajadores pobres se les aplican más medidas no arancelarias (Mendoza, Nayyar y Piermartini, 2018). De media, las personas más pobres (deciles de ingresos 1 y 2) soportan unos 200 tipos diferentes de medidas no arancelarias, mientras que a los trabajadores que pertenecen al decil de ingresos superior solo les afectan 127 medidas de esa índole. A

Cuadro B2.2.1 Arancel aplicado en los principales mercados de destino, por género y decil salarial

Decil de ingresos	India, 2012			Alemania, 2015			Estados Unidos, 2015		
	Hombres	Mujeres	Diferencia	Hombres	Mujeres	Diferencia	Hombres	Mujeres	Diferencia
1	20,4	21,7	-1,3	5,82	8,42	-2,60 ⁺	5,68	5,73	-0,05
2	22,2	22,6	-0,4	5,56	8,58	-3,02 ⁺	5,79	7,11	-1,32 ⁺
3	19,9	21,5	-1,6 ⁺	7,45	8,18	-0,73	5,34	6,32	-0,98
4	19,9	20,2	-0,3	6,99	7,92	-0,93 ⁺	4,26	5,63	-1,37 ⁺
5	18,1	21,7	-3,6 ⁺	6,39	6,72	-0,33	4,72	4,76	-0,04
6	15,8	18,2	-2,4 ⁺	5,64	5,05	0,59	4,3	3,96	0,33
7	14,7	19,7	-5,0 ⁺	5,67	4,36	1,31	4,71	4,35	0,36
8	12,0	15,1	-3,1 ⁺	4,83	4,53	0,30	3,89	3,49	0,40
9	7,8	8,6	-0,8	4,51	5,01	-0,49	3,69	3,48	0,21
10	4,6	3,6	1,0 ⁺	4,31	4,68	-0,37	3,23	2,78	0,45

Nota: El signo + indica que la diferencia entre el arancel medio abonado por hombres y por mujeres es significativa (según la prueba estadística "t").
Fuente: Mendoza, Nayyar y Piermartini, 2018; cálculos de la Organización Mundial del Comercio basados en las bases de datos Panel Socioeconómico Alemán (SOEP) y Estudio del Panel de Dinámica de Ingresos (PSID) junto con los tipos arancelarios aplicados de la base de datos Solución Comercial Integrada Mundial (WITS).

Cuadro B2.2.2 Distribución de los ingresos entre mujeres y hombres

Decil de ingresos	India, 2012		Alemania, 2015	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
1	8,0	16,1	7,6	12,8
2	5,9	10,8	7,1	12,6
3	5,6	14,9	9,2	14,2
4	8,3	13,1	7,2	9,4
5	9,5	10,4	11,1	12,7
6	11,3	9,4	8,3	8,0
7	11,7	8,6	11,3	10,6
8	11,9	6,9	10,6	7,7
9	12,8	6,2	12,2	7,6
10	15,1	3,5	15,3	4,4

Fuente: Cálculos de la Organización Mundial del Comercio basados en las bases de datos Panel Socioeconómico Alemán (SOEP) y Estudio del Panel de Dinámica de Ingresos (PSID) junto con los tipos arancelarios aplicados de la base de datos Solución Comercial Integrada Mundial (WITS).

diferencia de los aranceles, que disminuyen en todos los deciles de ingresos, el número total de medidas no arancelarias aplicadas a los cinco deciles inferiores no varía significativamente.

Hay un salto significativo del 5° al 6° decil, del 7° al 8° y del 9° al 10°. Como en el caso de los aranceles, esta distribución de medidas no arancelarias entre los deciles de ingresos indica una mayor incidencia en las trabajadoras, que están

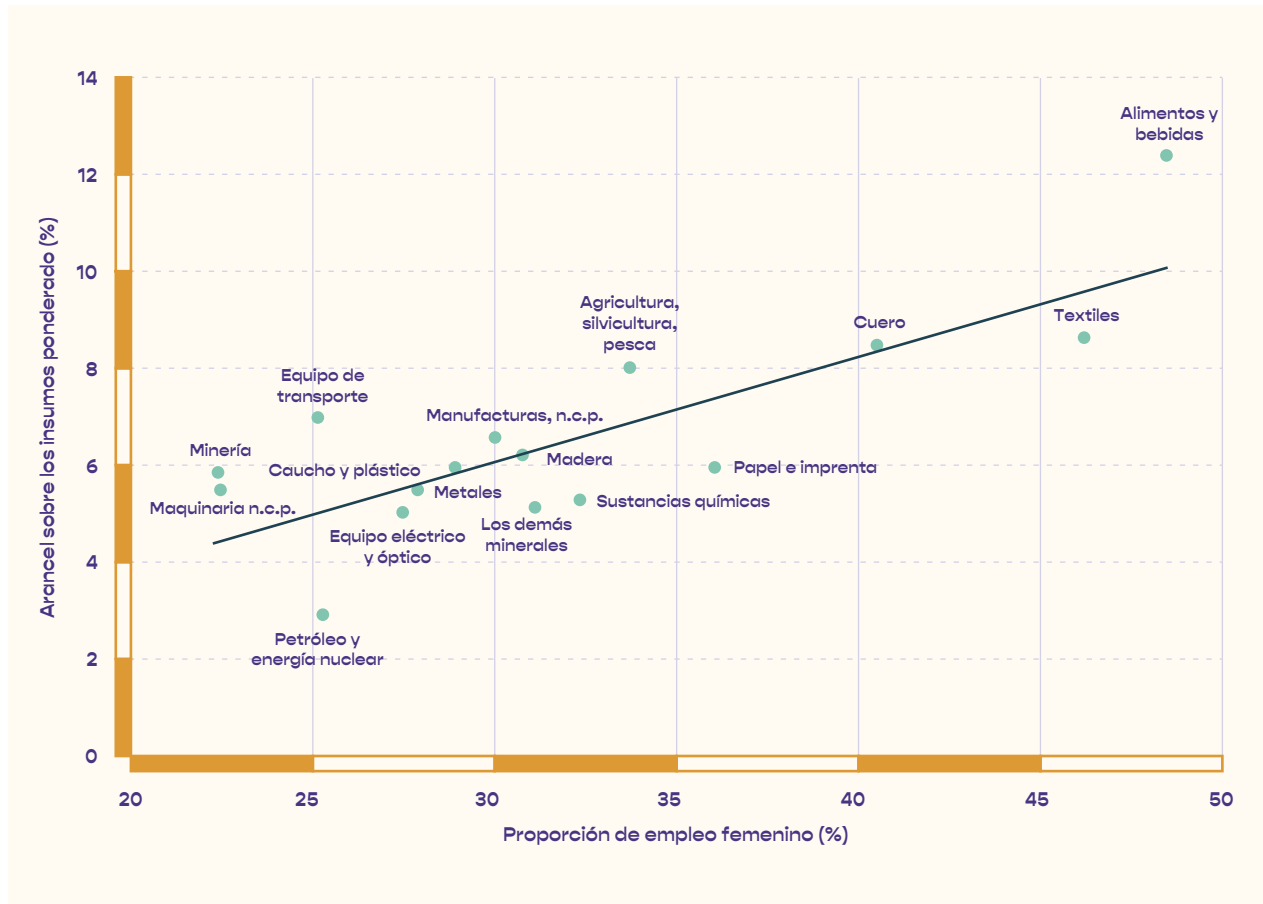
sobrerrepresentadas en el eslabón inferior de la distribución de ingresos. Un factor importante que explica este resultado es que muchas mujeres trabajan en el sector agropecuario, que está sujeto a aranceles más altos y a numerosas medidas no arancelarias relacionadas con las normas de producción e higiene. Además, se trata de un sector que está subvencionado en muchos países desarrollados, lo cual limita aún más el acceso a los mercados.

proporción más baja, a saber, el sector minero. Los elevados aranceles sobre los insumos son en parte fruto de los altos aranceles que se aplican en sectores que hacen un uso intensivo de mano de obra femenina, examinados anteriormente, porque la mayor parte de los insumos de un sector se obtiene dentro del propio sector. Los vínculos intersectoriales también contribuyen a este fenómeno porque algunos de los sectores que emplean a más mujeres obtienen insumos principalmente de otros sectores que hacen un uso intensivo de mano de obra femenina. Un ejemplo claro en este sentido es la fuerte dependencia que tiene el sector textil de los

insumos del sector agropecuario. Este tipo de relación da lugar a una difusión de los elevados obstáculos arancelarios entre los sectores que emplean a muchas mujeres. En consecuencia, en esos sectores se aplican aranceles altos tanto a los insumos como a los productos.

Por último, en muchos países las mujeres trabajan sobre todo en sectores de servicios que tienen una menor intensidad comercial, como la hostelería, la educación o la sanidad (gráfico 2.3). Estos sectores se enfrentan a obstáculos al comercio mucho mayores que los sectores manufactureros, donde trabaja la mayor parte de la mano de obra

Gráfico 2.2 Los sectores que emplean a más mujeres están sujetos a aranceles más altos sobre los insumos



Nota: Los aranceles sobre los insumos ponderados se calculan como un promedio ponderado de los aranceles sectoriales y el coeficiente de ponderación es la proporción de los insumos totales que suministra un sector. n.c.p = no clasificado en otra parte.

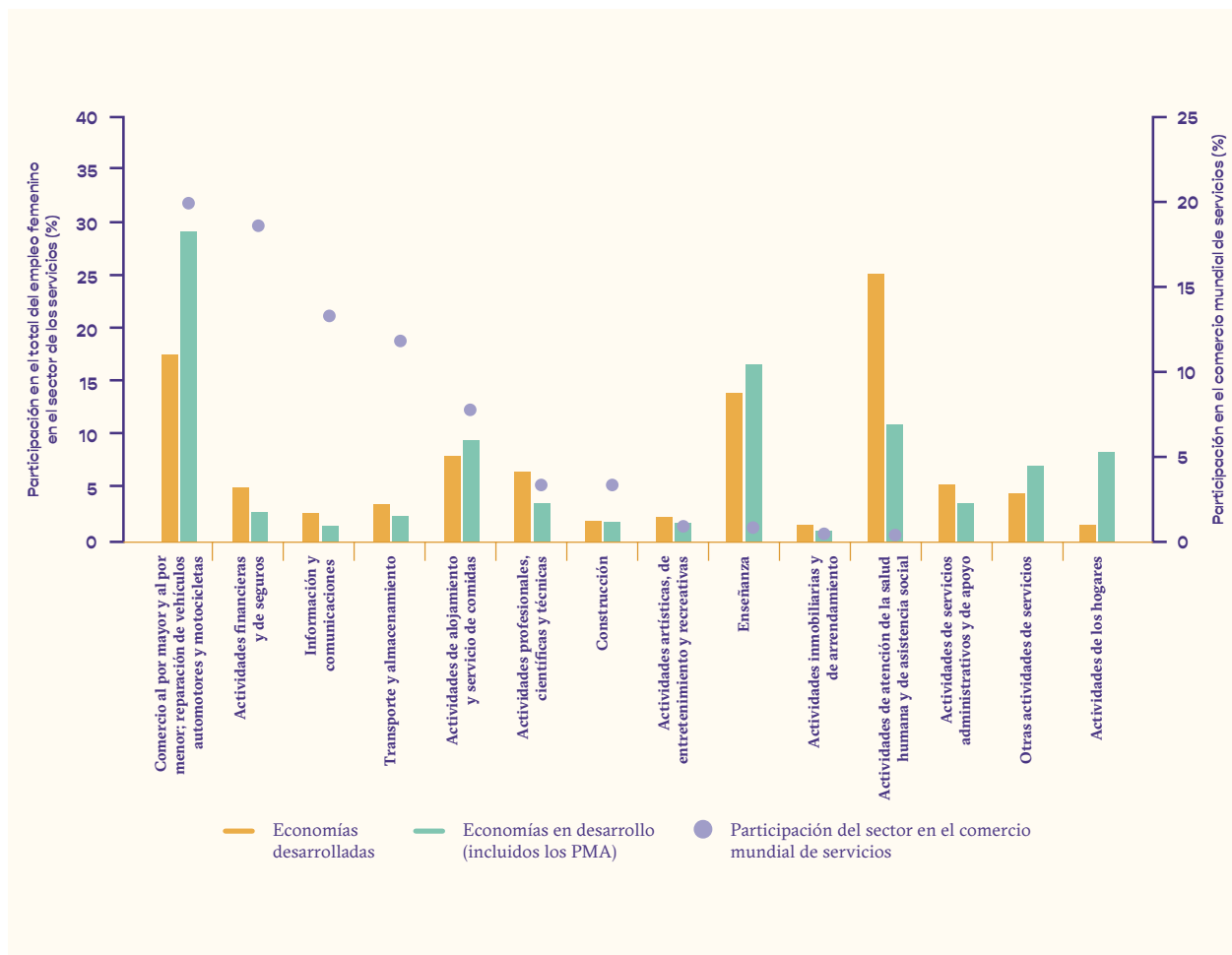
Fuente: Cálculos de la Secretaría de la Organización Mundial del Comercio (OMC) basados en los cuadros de insumo producto multirregional del Banco Asiático de Desarrollo, los datos arancelarios de la Base Integrada de Datos de la OMC y las encuestas de hogares del Banco Mundial correspondientes a los años más recientes para los que se dispone de datos.

masculina. Este factor puede limitar las ventajas que genera para las mujeres la terciarización en curso de las economías (véase más adelante la sección del presente capítulo titulada “Oportunidades que ofrece la terciarización para la participación de las mujeres en el comercio”).

Como se ha indicado anteriormente, en la mayoría de los países, las mujeres se enfrentan a mayores obstáculos al comercio que los hombres (gráfico 2.4). Estos obstáculos no solo consisten en obstáculos normativos, sino también otros imperativos, como la importancia del contacto directo, que hacen que sea más difícil vender servicios extranjeros que nacionales. La necesidad de una interacción directa para servicios como los de peluquería o asesoramiento, también conocida como imperativo de proximidad (Francois y Hoekman, 2010), imposibilita el

suministro transfronterizo de muchos servicios y requiere la presencia en el país importador del proveedor de servicios, que tiene que invertir en una presencia comercial o viajar al país importador. Ambos modos de suministro de servicios se enfrentan a elevados obstáculos al comercio, que suelen ser aún mayores para las mujeres, ya que estas a menudo carecen de acceso a la financiación necesaria para la inversión extranjera directa (IED) y tienen menos facilidad de movimiento.¹ Es importante añadir en este contexto que, gracias a los avances tecnológicos, el imperativo de proximidad se va flexibilizando, con lo cual los servicios se convierten en una oportunidad para la participación de las mujeres en el comercio (véase más adelante la sección del presente capítulo “Oportunidades que ofrece la tecnología digital para la participación de las mujeres en el comercio”).

Gráfico 2.3 En promedio, las mujeres trabajan en sectores de servicios con una menor intensidad comercial



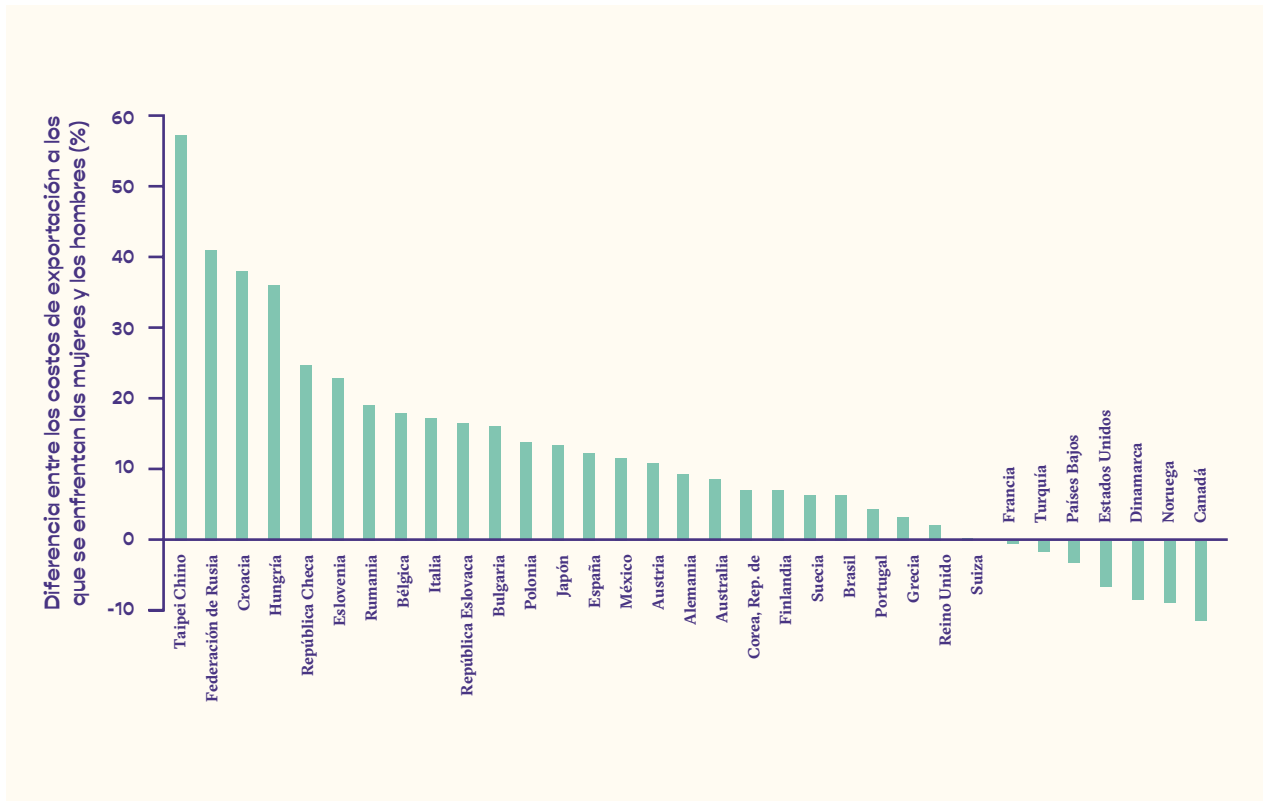
Nota: La participación del sector en el comercio mundial tiene en cuenta los cuatro modos de suministro de servicios definidos en el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS) de la Organización Mundial del Comercio, es decir, el comercio transfronterizo (modo 1), el consumo en el extranjero (modo 2), la presencia comercial (modo 3) y la presencia de personas físicas (modo 4). Obsérvese que el comercio al por mayor y al por menor son un caso atípico, dada la observación general de que las mujeres trabajan sobre todo en sectores con una menor actividad comercial. No obstante, para fusionar los datos sobre el comercio y el empleo, es necesario combinar el comercio al por mayor y al por menor en un solo sector. En promedio, las mujeres trabajan más en el sector del comercio al por menor que en el del comercio al por mayor, pero en este último la intensidad comercial es mucho mayor. Además, según datos más detallados, las mujeres son empleadas o propietarias de establecimientos más pequeños que comercian menos, lo que no aparece porque solo se muestran los promedios sectoriales. Por lo tanto, la intensidad comercial real del sector sería menor si solo se tuvieran en cuenta el empleo femenino y la propiedad empresarial femenina. PMA = país menos adelantado. Fuente: OMC, 2019.

Las medidas no arancelarias son más gravosas para las empresas exportadoras propiedad de mujeres

Las normas y los procedimientos de certificación de productos, los procedimientos aduaneros y burocráticos gravosos y la necesidad de obtener licencias de importación son ejemplos de medidas no arancelarias que hacen que exportar e importar sea costoso para las empresas. La carga que representan las medidas no arancelarias se multiplica en el contexto de las CVM, que abarcan el comercio en ambos sentidos y la

producción transfronteriza justo a tiempo (véase más adelante la sección del presente capítulo “Oportunidades que ofrecen las CVM para la participación de las mujeres en el comercio”). Dado que las medidas no arancelarias representan a menudo un costo comercial fijo, constituyen una carga más gravosa para las pequeñas y medianas empresas (pymes) que para las grandes empresas con un gran volumen de negocio, que pueden recuperar fácilmente esos costos. Los pequeños exportadores también carecen de personal especializado en la gestión del proceso comercial y, como exportan con poca frecuencia

Gráfico 2.4 En promedio, las mujeres se enfrentan a un costo de exportación un 13% más alto que los hombres



Nota: Los cálculos están basados en estimaciones del costo del comercio bilateral para 2016 en el marco del Proyecto de Costos Comerciales de la OMC y en estadísticas sobre empleo de la Organización Internacional del Trabajo, desglosadas por género y actividad económica. Los costos del comercio se estiman siguiendo la especificación del modelo de gravedad a nivel sectorial propuesta en Egger *et al.* (2018) a partir de una base de datos experimental de insumo producto multirregional del Banco Asiático de Desarrollo. En primer lugar, los coeficientes de las variables ficticias de las parejas de países se obtienen a partir de un modelo de gravedad totalmente saturado, aplicando las restricciones de parámetros pertinentes. En segundo lugar, estas estimaciones se transforman utilizando una elasticidad sectorial de sustitución estimada por Egger *et al.* (2018).

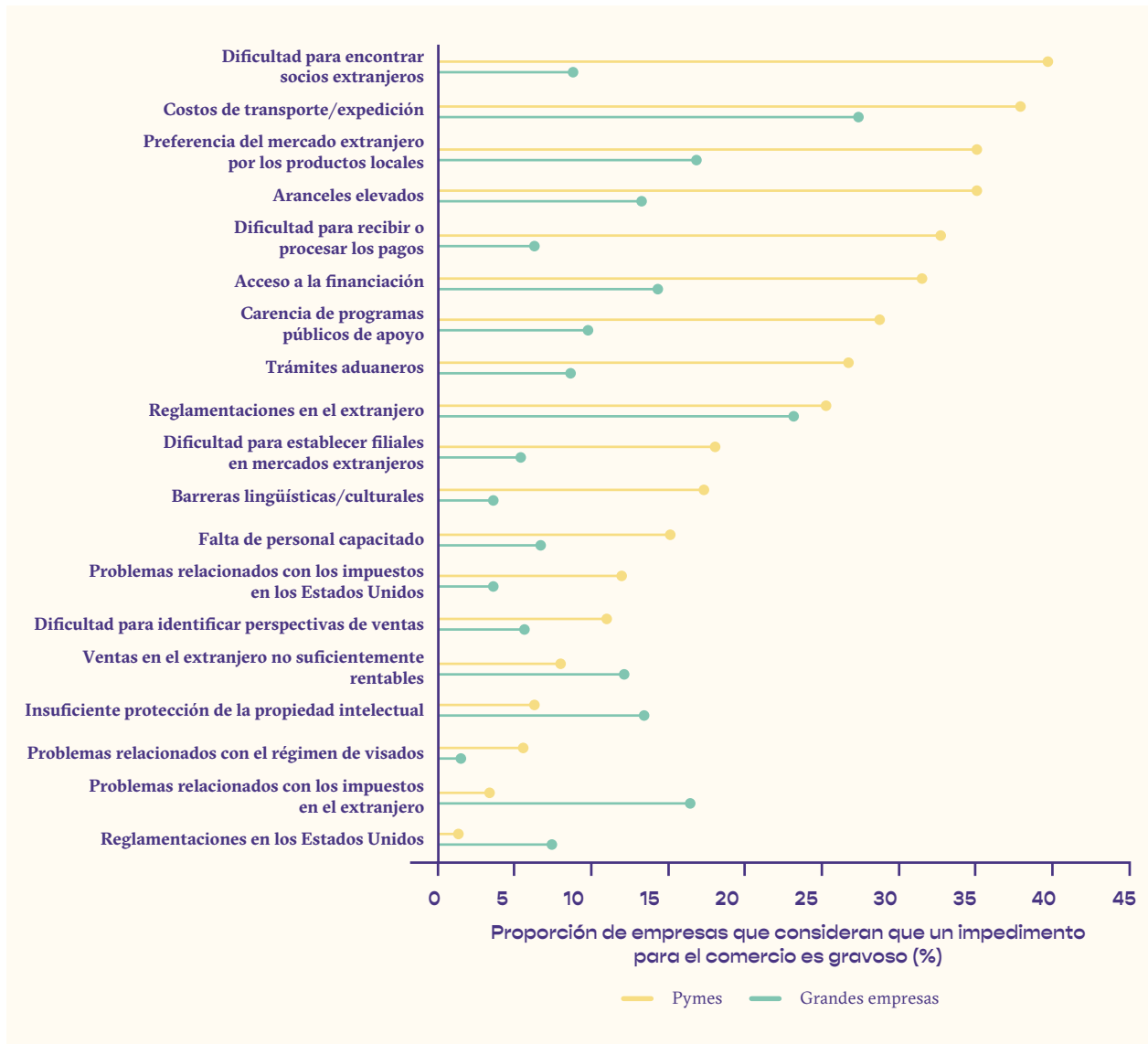
Fuente: Cálculos de la Secretaría de la Organización Mundial del Comercio (OMC).



Fotografía: © GaudiLab/Shutterstock.com. Uso autorizado; se requiere autorización adicional para volver a utilizar la imagen.

Gráfico 2.5 Los procedimientos y reglamentos aduaneros son más gravosos para las pequeñas empresas

a. Empresas manufactureras

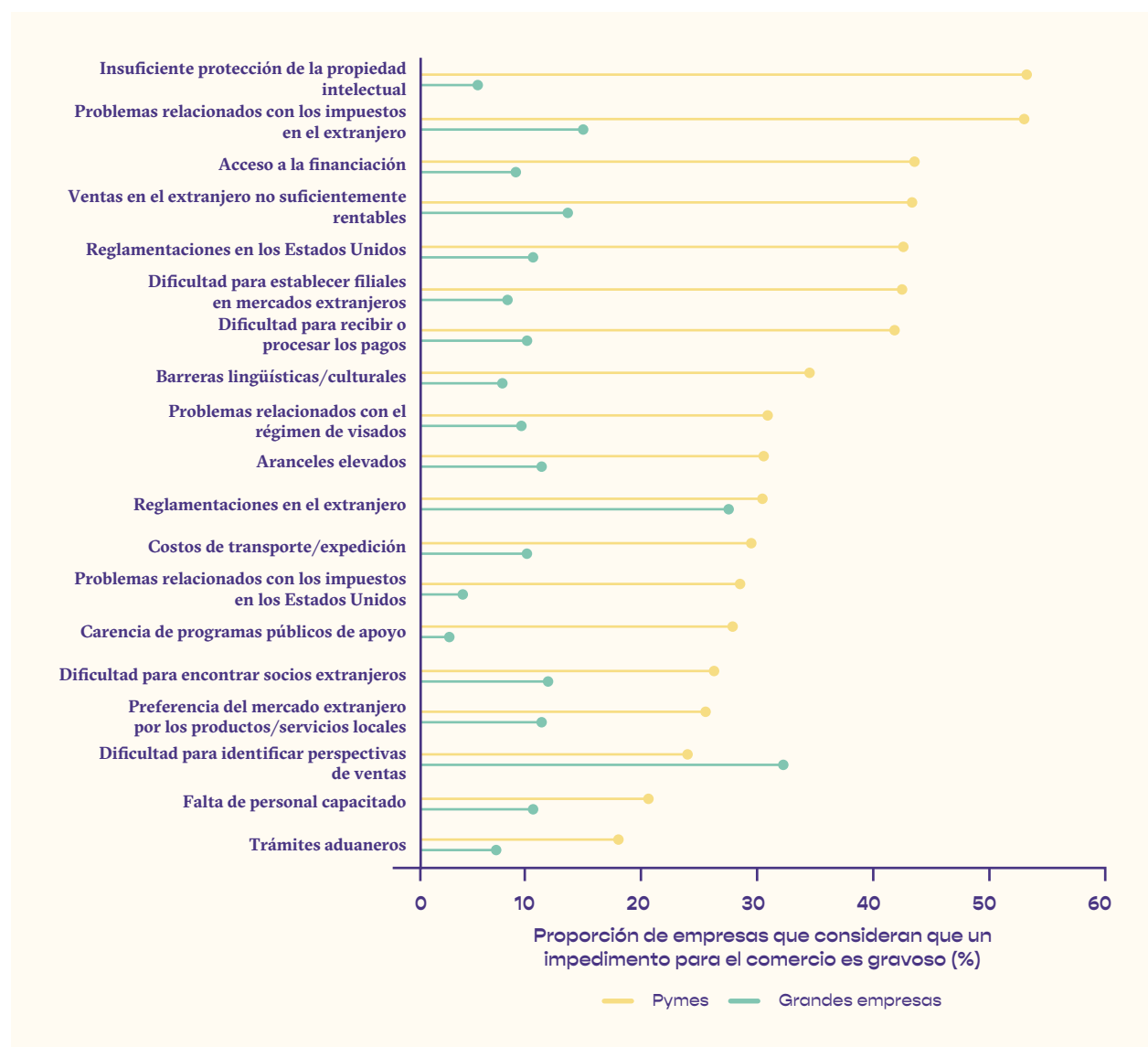


o en pequeños lotes, están particularmente expuestos a los costos derivados de procedimientos administrativos lentos y farragosos (Grupo Banco Mundial y OMC, 2018). Por lo tanto, si se tiene en cuenta que las mujeres suelen poseer y dirigir pymes más que grandes empresas y que a menudo exportan e importan una cantidad menor de bienes, se infiere que las medidas no arancelarias tienen consecuencias más graves para las empresarias que para los empresarios.

La diferencia en términos de obstáculos al comercio entre pymes y grandes empresas

se ilustra en el gráfico 2.5, que muestra los principales obstáculos al comercio percibidos en los sectores de las manufacturas y de los servicios, sobre la base de una encuesta realizada a empresas estadounidenses (OMC, 2016). En el sector de las manufacturas, estos obstáculos son principalmente los trámites aduaneros y los reglamentos extranjeros. Por ejemplo, casi el 30% de las pymes considera que los trámites aduaneros son gravosos, mientras que solo el 10% de las grandes empresas opina lo mismo. En el sector de los servicios, los obstáculos están

b. Empresas de servicios



Nota: Los resultados se basan en una encuesta realizada por la Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos entre más de 8.400 empresas estadounidenses. En los Estados Unidos, las empresas que tienen entre 0 y 499 trabajadores se clasifican como pymes; las que cuentan con 500 o más trabajadores se clasifican como grandes empresas. Las empresas que participaron en la encuesta clasificaron la importancia de 19 obstáculos en función de una escala de 1 a 5, en la que el 1 indicaba que el obstáculo en cuestión no representaba ninguna carga y el 5 que el obstáculo suponía una carga muy gravosa. Las cifras muestran el porcentaje de pymes y grandes empresas que contestaron 4 o 5, calificando así un obstáculo de gravoso. pyme = pequeña y mediana empresa.

Fuente: OMC, 2016.

relacionados con la reglamentación nacional, pero también con la necesidad de establecer filiales extranjeras y de obtener visados, políticas relacionadas con el suministro de servicios a través de la presencia comercial (modo 3) y la presencia de personas físicas (modo 4) (véase el gráfico 2.3).

Estas conclusiones son corroboradas por las encuestas de empresas realizadas en los países

en desarrollo como parte del Cuarto Examen Global de la Ayuda para el Comercio (OCDE y OMC, 2013). En el cuadro 2.1 se muestran las cinco mayores dificultades de las pymes de los países en desarrollo para ingresar, establecerse o avanzar en las cadenas de valor, así como de las empresas ya integradas en cadenas de valor en la industria agroalimentaria, el sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), el sector de los

Cuadro 2.1 Se considera que la falta de acceso a la financiación y los costos del transporte son limitaciones importantes para las pymes de los países en desarrollo

Sector agropecuario	Sector de las TIC	Sector de los textiles y las prendas de vestir
Falta de acceso a la financiación empresarial	Falta de acceso a la financiación del comercio	Falta de acceso a la financiación del comercio
Costos del transporte	Falta de transparencia del entorno reglamentario	Documentación o demoras aduaneras
Costos de certificación	Acceso a Internet poco fiable o lento	Costos de envío y demoras
Falta de acceso a la financiación del comercio	Inadecuación de las redes nacionales de telecomunicaciones	Problemas de gestión de la cadena de suministro (por ejemplo, prácticas contrarias a la competencia)
Documentación y demoras aduaneras	Documentación o demoras aduaneras	Otra documentación y demoras en los organismos que intervienen en la frontera

Nota: El cuadro se basa en una encuesta de 122 preguntas en la que participaron 524 empresas y asociaciones empresariales de países en desarrollo. La encuesta pone de manifiesto las principales limitaciones a las que se enfrentan esas empresas para ingresar, establecerse o avanzar en las cadenas de valor. Además, también respondieron al cuestionario 173 grandes empresas (la mayoría de ellas de países de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos que subrayaron los obstáculos que afrontan para integrar en sus cadenas de valor a empresas de los países en desarrollo. pyme = pequeña y mediana empresa. Fuente: OMC, 2016.

textiles y las prendas de vestir. Las pymes de estos sectores consideran que los costos de certificación, los trámites aduaneros y la falta de transparencia del entorno reglamentario son especialmente gravosos.

Por último, los resultados de las encuestas realizadas en el Pakistán indican que, aunque los tipos de medidas no arancelarias comunicadas como gravosas por las empresarias son similares a las comunicadas por los empresarios, las mujeres se ven más afectadas (ITC y Grupo Banco Mundial, 2020). En general, el 66% de las empresas exportadoras propiedad de mujeres indican tener dificultades con las medidas no arancelarias, en comparación con un 51% de empresas propiedad de hombres. Estas dificultades se deben a que la reglamentación es demasiado estricta o compleja para poder cumplirse o a que los obstáculos de procedimiento conexos dificultan el cumplimiento de determinadas normas (recuadro 2.3).

Las consumidoras pueden ser más vulnerables a la incidencia de los aranceles de importación

Los datos relativos a los Estados Unidos indican que las consumidoras están sujetas a aranceles más altos. En 2015, los productos de consumo específicamente femeninos presentaban una carga arancelaria más elevada (Gailes *et al.*, 2018), debido a la combinación de aranceles aplicados más altos y un mayor gasto de las consumidoras en bienes importados. En primer lugar, los tipos arancelarios medios aplicados a los productos específicos para mujeres son más altos que los aplicados a los productos específicos para hombres. Esta diferencia se explica sobre todo por las prendas de vestir, que suponen cerca del 75% de la carga arancelaria total que soportan los hogares estadounidenses. En segundo lugar, los consumidores estadounidenses gastan dos veces más en prendas de vestir de mujeres que de hombres y la gran mayoría de estas prendas se

Recuadro 2.3 Las empresarias pakistaníes se enfrentan a numerosos problemas como consecuencia de las medidas no arancelarias

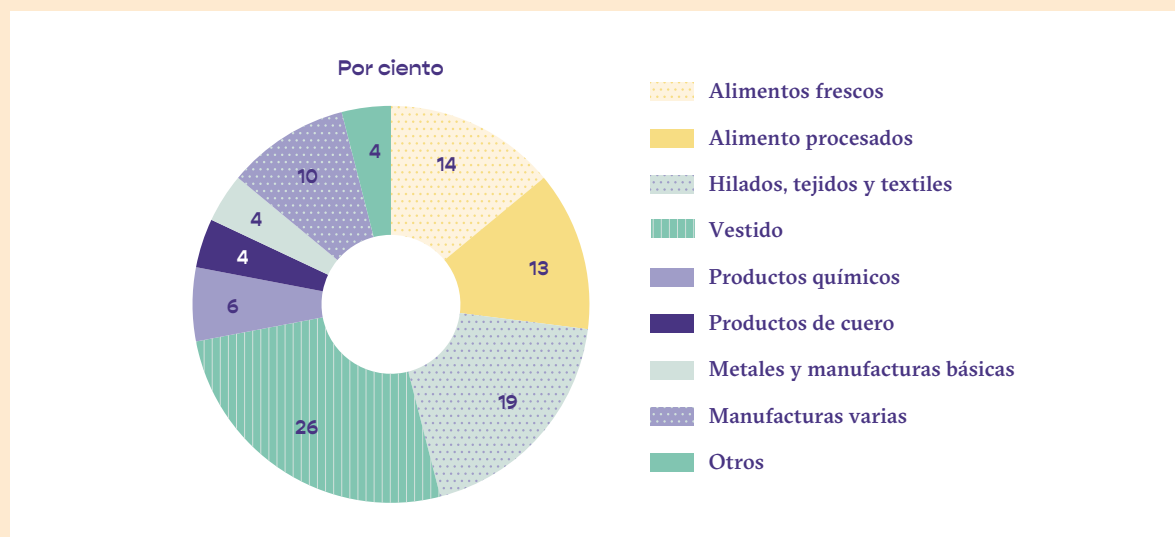
Las medidas no arancelarias son importantes obstáculos al comercio y a menudo tienen diferentes efectos en función del tamaño de las empresas. Una encuesta de empresas realizada en el Pakistán por el Centro de Comercio Internacional (ITC) identifica los principales obstáculos normativos y de procedimiento al comercio a los que se enfrentan los exportadores e importadores pakistaníes. En total, el ITC entrevistó a representantes de unas 1.200 empresas pakistaníes sobre los obstáculos a los que se enfrentan para realizar actividades de exportación o importación. El siguiente análisis presenta los principales obstáculos que afrontan las empresas gestionadas por mujeres o propiedad de mujeres.

El empleo femenino y la propiedad femenina de las empresas se concentran en unos pocos sectores. Casi la mitad de las empresas propiedad de mujeres o gestionadas por mujeres pertenecen al sector de los textiles y las prendas de vestir (45%), seguido por el

sector de los alimentos frescos y elaborados (27%). Otro 10% de las empresas pertenece al sector de manufacturas varias y exporta, por ejemplo, productos artesanales (gráfico B2.3.1).

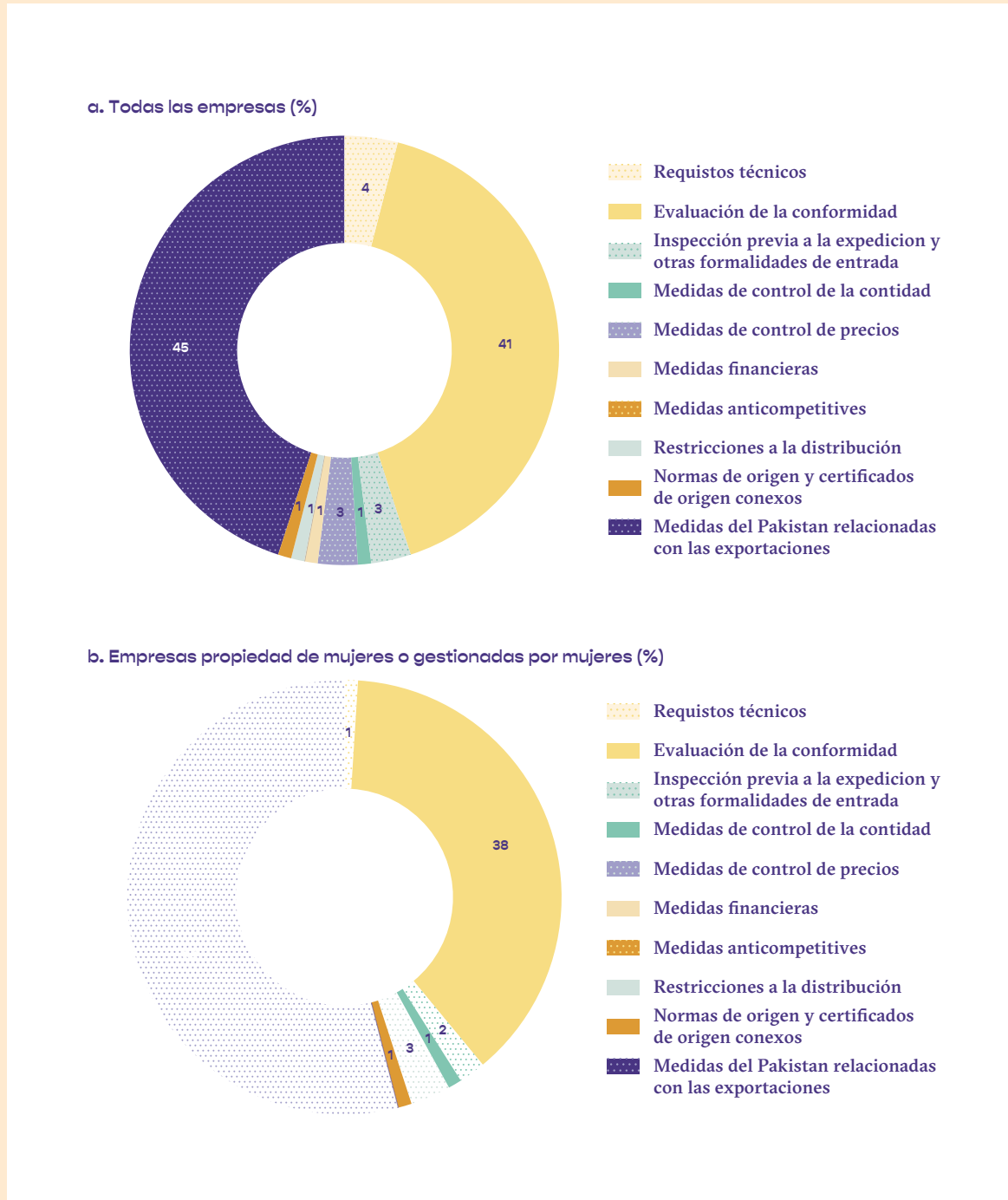
Más de la mitad (54%) de las dificultades relacionadas con las medidas no arancelarias a las que se enfrentan las empresas propiedad de mujeres o gestionadas por mujeres se deben a la reglamentación de exportación del Pakistán, que las empresas dirigidas por hombres consideran mucho menos problemática. Se trata en particular de los reglamentos de inspección del Pakistán, las restricciones a la exportación y otras dificultades relacionadas con las desgravaciones fiscales aplicadas a los productos exportados (gráfico B2.3.2). Los exportadores consideran gravosos los requisitos de inspección y procedimientos de despacho de aduana del Pakistán; los problemas que más habitualmente se citan son el comportamiento arbitrario de los funcionarios de aduanas, la manipulación imprudente de las mercancías

Gráfico B2.3.1 Las empresas dirigidas por mujeres pakistaníes operan principalmente en la industria textil y alimentaria



Nota: Las empresas dirigidas por mujeres son las que son propiedad mayoritariamente de mujeres o están gestionadas por mujeres.
Fuente: ITC y Grupo Banco Mundial, 2020.

Gráfico B2.3.2 Las medidas relacionadas con la exportación y los procedimientos de evaluación de la conformidad del Pakistán son los principales obstáculos a los que se enfrentan las empresas dirigidas por mujeres



Nota: Las empresas dirigidas por mujeres son las que son propiedad mayoritariamente de mujeres o están gestionadas por mujeres.
Fuente: ITC y Grupo Banco Mundial, 2020.

durante la inspección, demoras innecesarias durante la inspección, solicitudes de sobornos u otros pagos informales y la necesidad de presentar un gran número de documentos diferentes. En cuanto a las importaciones, casi la mitad de los problemas se relacionan con las restricciones a los pagos anticipados.

Además de los problemas de reglamentación nacional, las empresas dirigidas por mujeres tropiezan principalmente con dificultades relacionadas con los requisitos de evaluación de la conformidad (38%), como las pruebas y la certificación de los productos. De hecho,

los exportadores tienen más problemas para demostrar el cumplimiento de la reglamentación que para cumplirlos efectivamente. Esta conclusión coincide con los resultados de encuestas de otros países en desarrollo: es más complicado demostrar que un producto cumple determinados criterios que satisfacer esos criterios, debido a los elevados costos y obstáculos administrativos relacionados con la evaluación de la conformidad. Otros factores como unas infraestructuras limitadas y la falta de personal bien formado han dificultado también el cumplimiento de las normas de calidad en el Pakistán.

importa. El estudio constata que, para los hogares estadounidenses, la carga arancelaria sobre las prendas de vestir de mujeres fue 2.770 millones de dólares EE.UU. mayor que sobre las prendas de vestir de hombres, y esta brecha de género creció un 11% en términos reales entre 2006 y 2016.

En la mayoría de los países en desarrollo, los hogares encabezados por mujeres se beneficiarían más de la eliminación de los aranceles de importación que los encabezados por hombres. De manera similar a lo que ocurre en los Estados Unidos y como se indica en el capítulo 1, la carga de los aranceles de importación recae desproporcionadamente más en los hogares encabezados por mujeres (Depetris-Chauvin y Porto, de próxima publicación). Es difícil extraer conclusiones sobre la desigualdad de género a partir de las diferencias observadas en función del género del cabeza de familia, lo que subraya la necesidad de obtener mejores datos: en este contexto, datos sobre el consumo recabados a nivel individual más que a nivel de los hogares.

Efectos negativos del acceso limitado a la financiación, la educación y las tecnologías digitales para la participación de las mujeres en el comercio

Muchas limitaciones domésticas impiden que las mujeres participen también plenamente en el

comercio. Cabe citar la desigualdad en el acceso a la financiación, la educación y la infraestructura digital; el mayor riesgo de sustitución en el empleo; y la persistente discriminación y desigualdad por razón de género en la educación y la formación necesarias para la era digital. Estas limitaciones más allá de las fronteras perjudican a las mujeres al limitar su acceso a recursos que les permitirían desempeñar un papel más destacado en el comercio.

Las mujeres tienen un acceso limitado a la financiación

Es más difícil para las mujeres que para los hombres acceder a la financiación tanto en los países en desarrollo como desarrollados. Por acceso a la financiación se entiende la posibilidad de acceder a servicios financieros formales básicos, como tener cuentas bancarias o al menos acceso a instituciones de microcrédito no bancarias que permitan a los clientes realizar pagos formales, depositar dinero y solicitar préstamos. Sin este acceso, las mujeres tienen más dificultades para generar y ahorrar ingresos y para lograr que crezca su negocio.

En consecuencia, las mujeres en sus distintas funciones tienen menos acceso a los diversos beneficios que ofrece el comercio. Las empresarias se enfrentan a dificultades para financiar las transacciones de importación y

exportación, especialmente porque se considera que el comercio internacional conlleva más riesgos que las transacciones nacionales. Si tienen limitaciones de liquidez, las consumidoras no pueden beneficiarse de las importaciones de la misma forma que los hombres, y las mujeres trabajadoras y responsables de tomar decisiones pueden financiar menos actividades de formación y educación para ellas mismas o para sus hijos a fin de obtener las competencias que requieren las empresas comerciantes.

Las mujeres se enfrentan a obstáculos incluso para acceder a los instrumentos financieros básicos

Según estudios internacionales, las empresas dirigidas por mujeres tienen menos probabilidades de obtener préstamos y, cuando los obtienen, pagan por ellos un tipo de interés más alto (Muravyev, Schäfer y Talavera, 2009). También tienen un 30% más de probabilidades que los hombres de necesitar un avalista, aunque todos los demás criterios observables excepto el género sean idénticos (Brock y De Haas, 2019). Además, las empresas dirigidas por mujeres por lo general generan menos capital de riesgo formal e informal que las dirigidas por hombres (Carter *et al.*, 2003). Se ha constatado que incluso las instituciones de microfinanciación, muchas de las cuales explícitamente se centran en personas que no poseen suficiente financiación, mantienen e incluso acentúan la brecha de género en los préstamos que aprueban y la cantidad que desembolsan (Brana, 2013).

La Corporación Financiera internacional estima que hasta el 70% de las pymes propiedad de mujeres en los países en desarrollo no están atendidas o están subatendidas por las instituciones financieras, lo que se traduce en una brecha crediticia total de 287.000 millones de dólares EE.UU., es decir, un 30% de la brecha crediticia total para las pymes. Las diferencias de género en el acceso a los servicios financieros y en su utilización pueden tener ramificaciones negativas directas para el conjunto de la economía (Aterido, Beck e Iacovone, 2013), porque los obstáculos a la financiación entorpecen una asignación eficiente del capital y agravan las desigualdades en los ingresos (Beck, Demirgüç-Kunt y Levine, 2007).

Según datos basados en las medidas de inclusión financiera por género, en 2014 el acceso de las mujeres a los servicios financieros básicos fue inferior al de los hombres a nivel mundial en un 7% y en los países en desarrollo en un 9% (Banco Mundial, 2014a). Más de 1.000 millones de mujeres no tuvieron acceso al sistema financiero o no lo utilizaron. Además, en las economías en desarrollo había 200 millones más de hombres que de mujeres que poseían un teléfono móvil. Sin un acceso equitativo a la tecnología móvil, las mujeres quedan excluidas de los sistemas de pagos digitales seguros y prácticos, que han sido un medio importante para acceder a los pagos no bancarios, especialmente en los países en desarrollo. Esta falta de acceso limita la medida en que la adopción de tecnologías digitales puede beneficiar a las mujeres (véase más adelante la sección del presente capítulo “Oportunidades que ofrece la tecnología digital para la participación de las mujeres en el comercio”).

La inclusión financiera de las mujeres ha seguido el mismo ritmo que la de los hombres en los últimos años, aunque hay pocos indicios de que las mujeres estén colmando la brecha de género (Demirgüç-Kunt *et al.*, 2017). Por ejemplo, de 2014 a 2017 el número de hombres titulares de cuentas bancarias aumentó del 60% al 67%, y el de mujeres creció también del 52% al 59%. No obstante, esta tendencia general oculta los progresos alcanzados en la India y en algunas economías africanas. La brecha de género en la India disminuyó 14 puntos porcentuales (del 20% al 6%) en esos tres años, gracias en parte a los esfuerzos impulsados por el Gobierno para ayudar a las mujeres a tener cuentas bancarias básicas.

Debido al acceso limitado a la financiación, el crédito comercial queda fuera del alcance de las empresarias

La financiación del comercio es un concepto más limitado que la financiación. Se refiere a productos financieros especializados, como las cartas de crédito, destinados a mitigar los riesgos que conllevan las transacciones comerciales internacionales. En la mayoría de los casos, el acceso a la financiación básica es una condición previa para tener derecho a productos de financiación del comercio. Dado que la percepción del riesgo es mayor

Cuadro 2.2 Las solicitudes de financiación del comercio de empresas dirigidas por mujeres presentan tasas de rechazo más elevadas

	Empresas dirigidas por mujeres	Empresas dirigidas por hombres
Número medio de empleados	11 (55% mujeres)	16 (37% mujeres)
Tasas de rechazo de las solicitudes de financiación del comercio (autocomunicadas) (%)	21	14
Dependencia de la financiación del comercio (para las operaciones comerciales) (%)	50	43
Probabilidad de buscar alternativas (%)	41	35
Proporción de empresas que utilizan financiación digital (%)	26	6

en el comercio internacional que en el comercio nacional, los requisitos que aplican las instituciones financieras a los clientes en términos de solvencia, información sobre la debida diligencia, garantías y estados financieros son normalmente más estrictos que para acceder a servicios bancarios básicos.

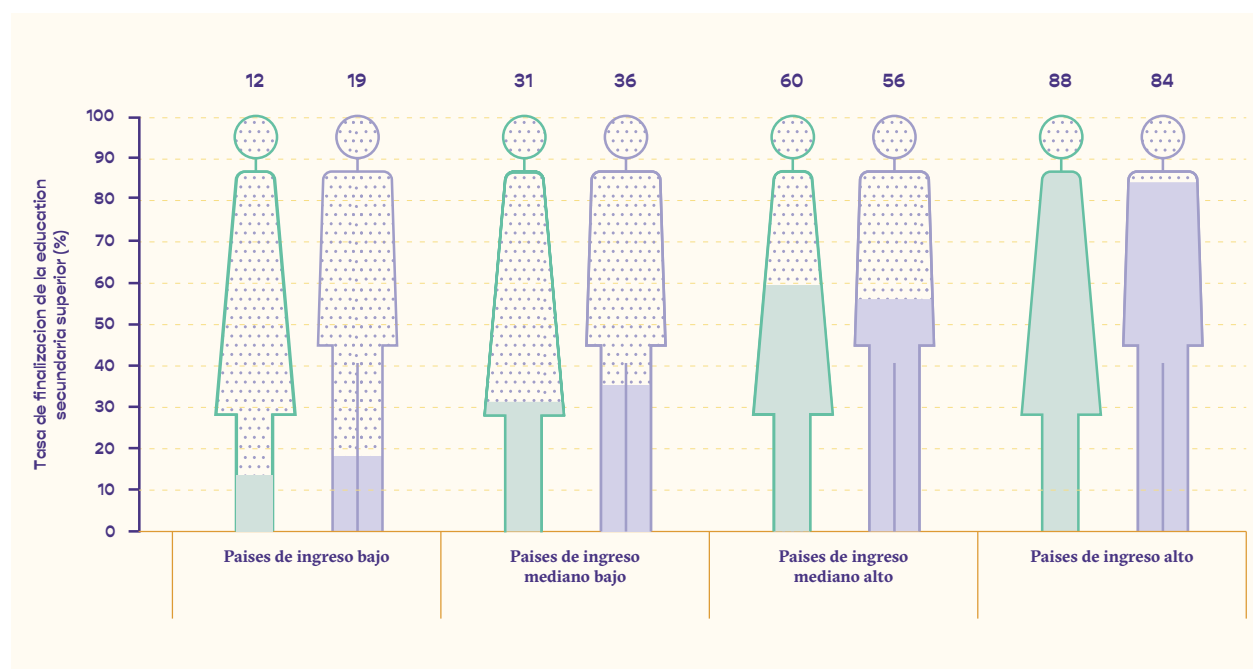
Según los datos de encuestas de que se dispone, aunque el 100% de las empresas dirigidas por mujeres que solicitan financiación del comercio tienen acceso a la financiación formal (por ejemplo, una cuenta bancaria), solo el 18% de ellas recibe suficiente financiación del comercio (cuadro 2.2) (BASD, 2016). Las empresas propiedad de mujeres que solicitan financiación del comercio suelen ser más pequeñas que el promedio de las empresas encuestadas. Su capacidad para comerciar también depende más de la financiación del comercio, pero es más probable que sus solicitudes sean denegadas por una institución financiera. También es mayor la probabilidad de que utilicen soluciones financieras digitales. Además, las solicitudes de financiación del comercio presentadas

por empresas propiedad de mujeres tienen un 50% más de probabilidades de ser denegadas que las presentadas por empresas propiedad de hombres. Una vez denegadas sus solicitudes, las empresas propiedad de mujeres tienden más a buscar financiación alternativa que las empresas propiedad de hombres (el 41% frente al 35%) (BASD, 2017).

Las mujeres tienen un acceso limitado a la educación

Existen brechas salariales notables y persistentes entre hombres y mujeres en todas las economías. En parte, esta tendencia persistente se debe a que las mujeres tienden a trabajar y dirigir empresas en sectores y profesiones donde los salarios son relativamente más bajos que los de sus homólogos masculinos. Esto se explica, entre otras cosas, por el hecho de que las diferencias de género existentes en materia de educación limitan el acceso de las mujeres a profesiones mejor remuneradas, que se concentran principalmente en sectores comerciales.

Gráfico 2.6 Las tasas de finalización de la educación secundaria superior de las mujeres son inferiores a las de los hombres en los países de ingreso bajo e ingreso mediano bajo



Nota: Porcentaje de personas de 20 a 29 años que han finalizado la escuela secundaria superior sobre la base de los datos correspondientes al año más reciente para el que se dispone de datos.

Fuente: Cálculos de la Secretaría de la Organización Mundial del Comercio basados en la Base de Datos Mundial sobre la Desigualdad en la Educación del Instituto de Estadística de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

Las mujeres de países de ingreso más bajo se enfrentan a más limitaciones en materia de educación

Con frecuencia las mujeres quedan excluidas de los beneficios del comercio porque no poseen las competencias o la formación necesarias, especialmente en los países en desarrollo. Si bien el nivel de educación de las mujeres ha aumentado y se ha reducido sustancialmente la diferencia de nivel educativo con los hombres, la escasa diferencia media oculta las grandes desigualdades existentes entre los grupos de ingresos (gráfico 2.6). Por una parte, las mujeres presentan tasas de finalización de estudios más altas que los hombres en los países de ingreso mediano alto e ingreso alto. Por otra parte, en los países de ingreso bajo la tasa de finalización de los hombres casi duplica la de las mujeres, y en los países de ingreso mediano bajo, es un 16% superior.

Las mujeres de países de ingreso bajo y de ingreso mediano bajo afrontan obstáculos

para acceder a la educación por diversas razones. Los datos demuestran que, cuando los padres no pueden financiar los costos de escolarización de todos sus hijos, tienden a no escolarizar a sus hijas. En muchas economías en desarrollo, en que las oportunidades del mercado laboral siguen siendo escasas para las mujeres, se considera que el costo de oportunidad de la escolarización excede el posible rendimiento de la educación. En cambio, los datos sobre la India muestran que un mayor rendimiento de la educación conlleva un aumento correspondiente del nivel educativo de las niñas. De forma similar, se ha demostrado que la reducción del costo de escolarización mediante transferencias de efectivo condicionadas ha colmado las desigualdades de género en materia de educación en varios países. También se ha demostrado que una mayor conectividad entre los pueblos y las escuelas acorta las desigualdades de género en materia de educación, ya que se considera que las niñas están más expuestas al riesgo de inseguridad

de camino a la escuela (Edmonds, Pavcnik y Topalova, 2010; Fiszbein *et al.*, 2009; Jensen, 2012; Muralidharan y Prakash, 2017; Song, Appleton y Knight, 2006).

Las mujeres están subrepresentadas en los ámbitos de la ciencia, la tecnología, la ingeniería y las matemáticas

En países de ingreso alto e ingreso mediano alto, las desigualdades de género en materia de educación son visibles en las tasas de matriculación en función de las disciplinas, a pesar de que se observa una reducción de la brecha de género en general. Las mujeres tienden a estar gravemente subrepresentadas en las carreras de CTIM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas), pese a que no existen diferencias en los resultados en esas materias entre alumnos y alumnas de cuarto grado en 47 países (OCDE, 2017). Mientras que el porcentaje de licenciadas de todos los programas de licenciatura en la mayoría de los países de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) es superior al 50%, solo llega al 31% en las disciplinas de CTIM.

Según datos de encuestas realizadas en Europa, las niñas tienden a perder interés en los ámbitos de CTIM en torno a los 15 años porque carecen de incentivos y asesoramiento, acceso a experiencia práctica y modelos. Esta conclusión es también la de un estudio realizado en 65 países desarrollados y en desarrollo, según el cual las niñas confían mucho menos que los niños en sus propias aptitudes para las matemáticas o las ciencias y que menos del 5% de las niñas contemplan la posibilidad de elegir una carrera de ingeniería o informática (Microsoft, 2017; OCDE, 2015).

Las diferencias de género en la educación impiden que las trabajadoras accedan a los beneficios derivados del comercio

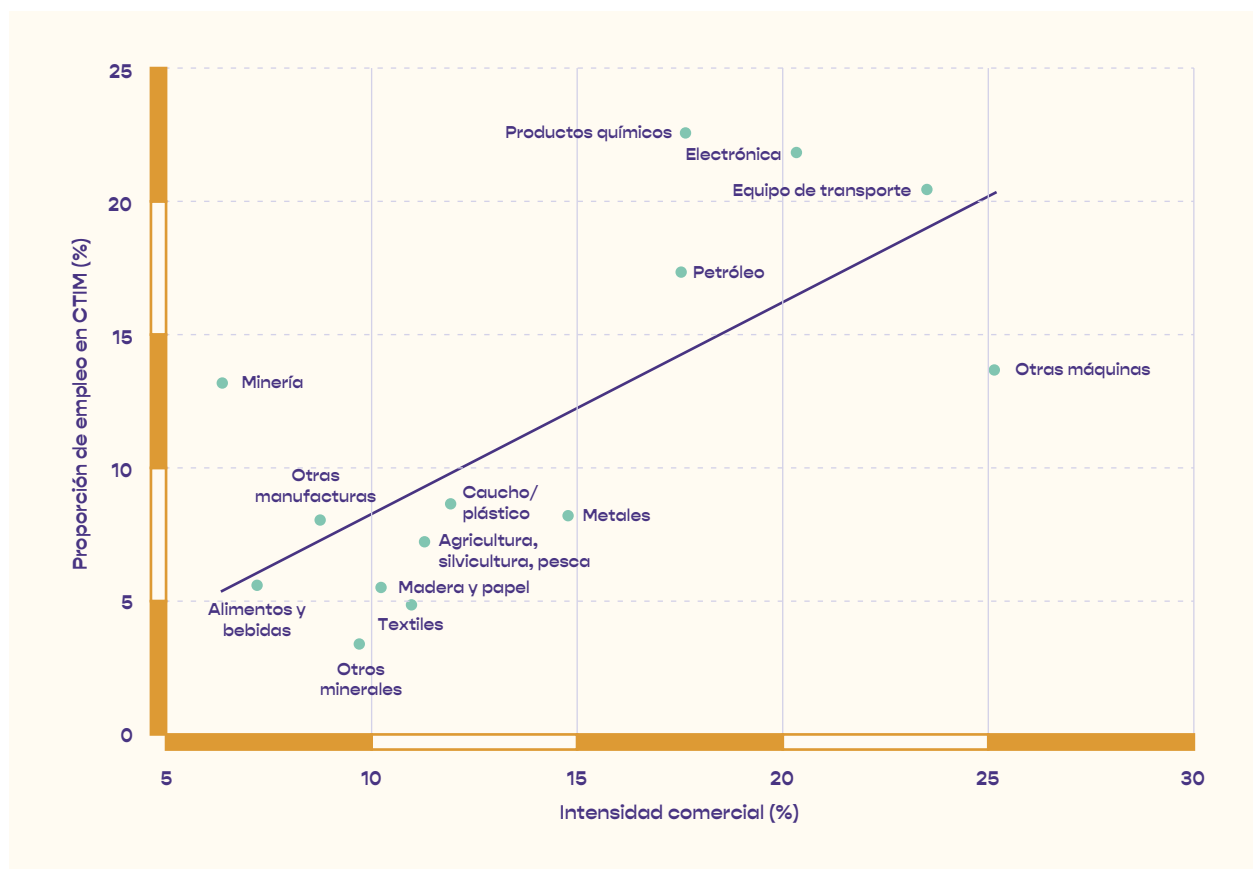
Las limitaciones educacionales a las que se enfrentan las mujeres reducen los salarios y oportunidades de empleo que estas puedan obtener de las nuevas

oportunidades comerciales, tanto en los países en desarrollo como desarrollados. Los beneficios que les aporta el comercio dependen en gran medida del enorme porcentaje de empleos que ocupan en profesiones poco cualificadas, como los sectores de las prendas de vestir y el vestido. Si no aumentan sus niveles de educación y cualificación, las mujeres no pueden elevar su participación en empresas que comercian a nivel internacional, cuya productividad es mayor y que pagan más. Estas limitaciones también reducen la posibilidad de que las mujeres se beneficien del ascenso en las CVM (véase más adelante la sección del presente capítulo “Oportunidades que ofrecen las CVM para la participación de las mujeres en el comercio”).

Las oportunidades que tienen las mujeres son limitadas por varios motivos. En primer lugar, muchos de los sectores comerciables más productivos tienen un alto coeficiente de mano de obra cualificada. El acceso a los mercados internacionales requiere a veces el conocimiento de otro idioma y de reglamentos y condiciones de mercado diferentes. Los datos de Noruega y Sudáfrica indican que, a diferencia de las empresas de ámbito nacional, las empresas que comercian a nivel internacional contratan a una proporción relativamente mayor de mujeres cualificadas que de hombres cualificados (Bøler, Javorcik y Ulltveit-Moe, 2018; Janse van Rensburg *et al.*, de próxima publicación), lo que significa que piden un nivel educativo y de competencias más alto de las trabajadoras que de los trabajadores. En segundo lugar, el comercio internacional parece recompensar determinados tipos de competencias. Los sectores con mayor intensidad comercial presentan también una tasa de empleo relativamente alta en los campos de CTIM, de modo que los obstáculos que impiden a las mujeres estudiar CTIM se convierten en un obstáculo a su participación en el comercio (gráfico 2.7).²

En tercer lugar, el comercio puede promover la especialización en etapas de producción

Gráfico 2.7 Los sectores de alta intensidad comercial emplean a más trabajadores de los ámbitos de la ciencia, la tecnología, la ingeniería y las matemáticas



Nota: El empleo en los campos de la ciencia, la tecnología, la ingeniería y las matemáticas se calcula siguiendo las definiciones O*NET (véase <https://www.onetonline.org>). La intensidad comercial es la proporción de las exportaciones brutas en la producción bruta por sector de 2 dígitos.
Fuente: Cálculos de la Secretaría de la Organización Mundial del Comercio basados en la encuesta comunitaria de los Estados Unidos de 2017 y en información correspondiente a 2015 de la base de datos sobre el comercio en valor añadido (TiVA) de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos.

en las que se hace un uso relativamente intensivo de mano de obra cualificada, así como una modernización tecnológica que favorezca determinadas competencias (Burstein y Vogel, 2017; Bustos, 2011; Feenstra y Hanson, 1995). En cuarto lugar, el comercio hace que algunos sectores y empresas se contraigan frente a la competencia de nuevas importaciones y otros crezcan gracias a la apertura de nuevos mercados. Por lo tanto, el comercio beneficia a los trabajadores que pueden adaptarse y desplazarse fácilmente entre empresas o sectores. Sin embargo, esta capacidad es mayor entre los trabajadores con un nivel educativo superior (Ruppert Bulmer *et al.*, 2014). Por lo tanto, los obstáculos a la educación reducen los beneficios que las mujeres obtienen del comercio.³

Las mujeres tienen un acceso limitado a la tecnología digital

El auge de las tecnologías digitales promete mejorar el acceso de las mujeres al comercio. La sección del presente capítulo “Oportunidades que ofrece la tecnología digital para la participación de las mujeres en el comercio” explica cómo las distintas nuevas tecnologías hacen que sea más fácil para las mujeres beneficiarse del comercio. Muestra, por ejemplo, que la tecnología puede mejorar el acceso de las empresarias a la financiación exterior y reducir la carga de tiempo de las mujeres trabajadoras o comerciantes agropecuarias de pequeña escala que tienen que compaginar tareas domésticas y trabajo. A pesar de estas



Fotografía: © Apiwat Tumanil/Shutterstock.com. Uso autorizado; se requiere autorización adicional para volver a utilizar la imagen.

posibles ventajas, las mujeres tienen menos acceso a las tecnologías digitales que los hombres. Según estimaciones recientes de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, la brecha digital de género es persistente y tiende a crecer con el tiempo. Por ejemplo, la brecha de género con respecto a los usuarios de Internet aumentó del 11% en 2013 al 12% en 2016, y hay ahora más de 250 millones menos de mujeres que hombres en línea en todo el mundo (UIT, 2016).

Si bien la brecha digital de género es grande en todo el mundo, su magnitud varía considerablemente de un país a otro y oscila entre el 2,3% en los países desarrollados y el 7,6% en los países en desarrollo. La tasa de presencia femenina en línea ha alcanzado el 80% en las economías desarrolladas, pero en los países en desarrollo se sitúa en el 37,4%, por debajo de la media mundial. Los países menos adelantados están aún más rezagados, con menos del 13% de mujeres en línea (gráfico 2.8). La falta de empoderamiento en línea de las mujeres en estos países podría obstaculizar aún más sus

esfuerzos por participar más activamente en la economía digital y en el comercio.

La brecha de género también es visible en las estadísticas relativas a la utilización de los teléfonos móviles. Las estimaciones más recientes indican que en los países de ingreso bajo y mediano, hay 184 millones menos de mujeres que poseen teléfono móvil que hombres, en parte debido a su costo y a las normas sociales (mapa 2.1). Aunque posean un teléfono móvil, las mujeres tienden a utilizarlo menos, especialmente cuando se trata de servicios que suponen un cambio mayor como los servicios de Internet móvil y de dinero móvil (GSMA, 2018). Esta conclusión no se aplica necesariamente a las mujeres empresarias o directivas; los datos indican que las empresas de economías en desarrollo en las que los altos puestos directivos son ocupados por mujeres utilizan herramientas y servicios TIC de manera tan intensiva—o en algunos casos incluso más—que las empresas en las que los altos puestos directivos son ocupados por hombres (BasD, 2019).

Gráfico 2.8 La brecha digital de género persiste



Nota: Las tasas de penetración representadas en este gráfico se refieren al número de mujeres y hombres que utilizan Internet como porcentaje del total de las poblaciones femenina y masculina respectivas. PMA = país menos adelantado.
Fuente: UIT, 2016.

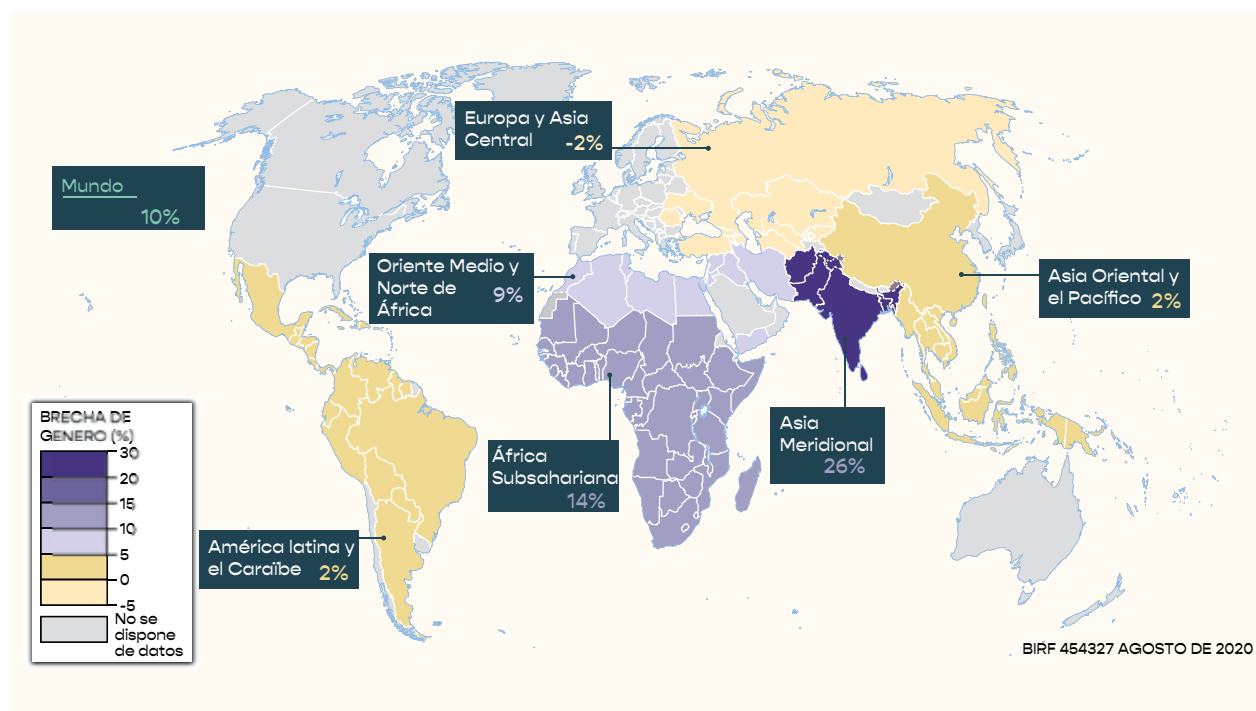
Obstáculos jurídicos a la participación de las mujeres en el comercio

Muchas leyes y reglamentos discriminan directamente a las mujeres, ya que les impiden incorporarse a la fuerza de trabajo, crear una empresa o tomar decisiones relativas al hogar (gráfico 2.9). Incluso en economías muy abiertas y avanzadas, la legislación limitaba la participación de las mujeres en la economía hasta hace poco. Por ejemplo, hasta los años sesenta o setenta, en muchos países desarrollados las mujeres no estaban autorizadas a trabajar sin el consentimiento de su esposo.

Las diferencias jurídicas por razón de género influyen en la participación de las mujeres en la economía. La cuestión es cómo puede afectar el marco jurídico más amplio a las elecciones económicas de las mujeres y su participación en el comercio, como empresarias y empleadas de industrias relacionadas con el comercio, pero también como responsables de la toma de decisiones en el hogar. En las economías en las que la ley garantiza la igualdad de oportunidades, hay más mujeres que trabajan y estas están mejor remuneradas (gráfico 2.10).

Muchas leyes imponen limitaciones básicas a la capacidad jurídica de las mujeres de tomar decisiones, lo cual puede reducir las oportunidades económicas que les

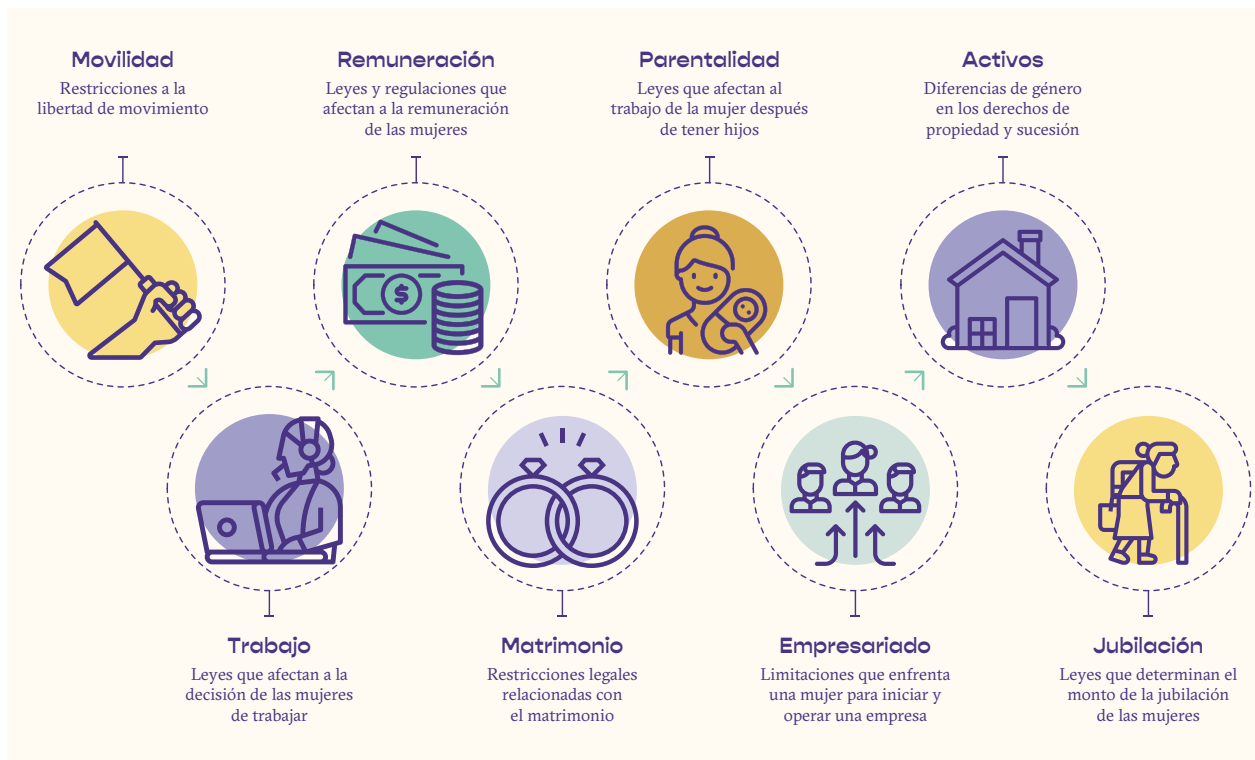
Mapa 2.1 La brecha de género en la propiedad de móviles es especialmente importante en África y en Asia Meridional



Fotografía: © sirtravelalot/Shutterstock.com.
 Uso autorizado; se requiere autorización adicional para volver a utilizar la imagen.

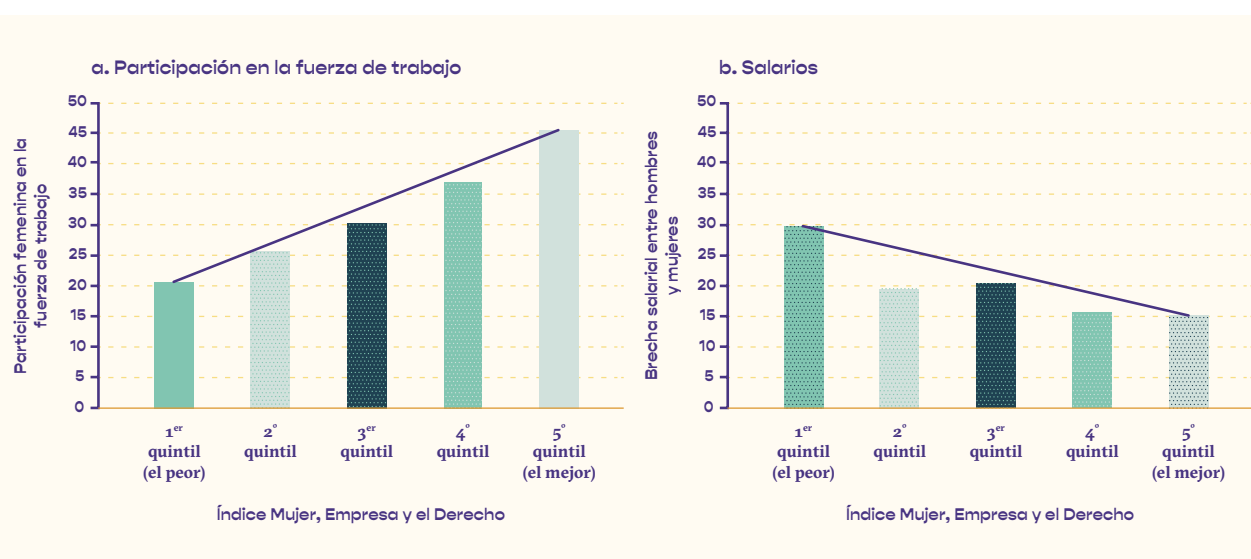


Gráfico 2.9 La legislación afecta a las mujeres durante toda su vida laboral



Fuente: Grupo Banco Mundial, 2018a.

Gráfico 2.10 Cuando hay mayor igualdad de oportunidades, más mujeres trabajan y sus salarios son más altos



Nota: La relación positiva entre el promedio decenal del índice Mujer, Empresa y el Derecho y el cociente entre las tasas de actividad de mujeres y hombres, y entre el promedio decenal del índice Mujer, Empresa y el Derecho y el cociente entre los ingresos estimados percibidos por las mujeres y los hombres, es estadísticamente significativa al nivel del 1% después de controlar el logaritmo de la renta nacional bruta per cápita. Esta relación sigue siendo estadísticamente significativa al nivel del 1% incluso después de controlar el cociente entre la tasa bruta de matriculación en la enseñanza secundaria de las mujeres y la de los hombres, el cociente entre la población femenina y masculina, la población urbana total (porcentaje) y la tasa de fecundidad total (nacimientos por mujer). Las fuentes para las variables de control incluyen la base de datos Indicadores del desarrollo mundial. Los análisis de regresión se basan en 161 y 138 economías para las que se dispone de datos, respectivamente. Estas relaciones estadísticas no deben interpretarse como causales.

Fuente: Bases de datos Mujer, Empresa y el Derecho e Indicadores del desarrollo mundial; Foro Económico Mundial.

brinda el comercio. Entre las restricciones a las que se siguen enfrentando las mujeres figuran las siguientes:

- Restricciones relativas al establecimiento de una empresa
 - » En algunos países, las mujeres aún no pueden abrir una cuenta bancaria como los hombres.
 - » Algunas economías imponen cargas jurídicas o administrativas adicionales a una mujer que registra una empresa, por ejemplo, el requisito de facilitar el nombre de su cónyuge, mientras que un hombre no tiene obligación de proporcionar esa información sobre su cónyuge (Grupo Banco Mundial, 2018a).
 - » Al solicitar el documento nacional de identidad, las mujeres deben presentar permisos o documentos adicionales que no se exigen a los hombres.

- Restricciones a la movilidad

- » Algunas leyes pueden restringir, y en algunos casos impedir, la movilidad de una mujer al obligarla a obtener el permiso de su cónyuge o tutor para viajar. Seis economías a nivel mundial impiden que las mujeres viajen fuera del país como lo hacen los hombres.
- » En muchas economías en desarrollo, las mujeres no pueden solicitar un pasaporte como los hombres. En algunas tradiciones jurídicas, las mujeres no poseen su propio pasaporte, sino que figuran en el pasaporte de su esposo y viajan con el mismo documento.
- » Varias economías restringen la capacidad de la mujer de dejar el hogar conyugal, por ejemplo, exigiendo que tenga el permiso de su cónyuge para hacerlo. Además, algunas economías restringen legalmente la decisión de una mujer de trabajar fuera de casa. En varias economías, las leyes exigen

que una mujer obtenga la autorización de su cónyuge para trabajar fuera de casa, y la mujer puede enfrentarse a consecuencias jurídicas si su trabajo es contrario al interés de la familia.

- Restricciones al trabajo en sectores relacionados con el comercio
 - » En muchas economías, aún no está permitido que las mujeres elijan libremente su profesión debido a restricciones jurídicas. Dichas restricciones pueden impedir a las mujeres trabajar en sectores o empresas relacionados con el comercio. Pueden aplicarse al empleo de las mujeres en determinados sectores como la minería, la manufactura, la construcción, la energía, la agricultura, el agua y el transporte.
 - » Las leyes también pueden limitar el trabajo de las mujeres en horario nocturno o en determinados empleos considerados peligrosos, arduos o moralmente inapropiados para las mujeres. Esas leyes impiden que las mujeres trabajen por turnos o interactúen con clientes y proveedores de husos horarios alejados.
- Restricciones a los derechos de propiedad
 - » Las mujeres, con mayor frecuencia que los hombres, carecen de garantías convencionales (como tierras), porque los sistemas de sucesiones y el derecho de familia desfavorecen a las mujeres en la distribución de los bienes. Por ejemplo, en muchas economías los hijos y las hijas no tienen los mismos derechos a la herencia de sus padres; y muchas economías limitan los derechos de sucesión de las viudas. Estos sistemas pueden afectar gravemente al acceso de las mujeres a la propiedad.
 - » En algunos países, los hombres y las mujeres no tienen los mismos derechos de propiedad sobre los bienes inmuebles, porque existen diferencias de género en cuanto a la asignación de los bienes conyugales o restricciones jurídicas a la propiedad aplicables a las mujeres.

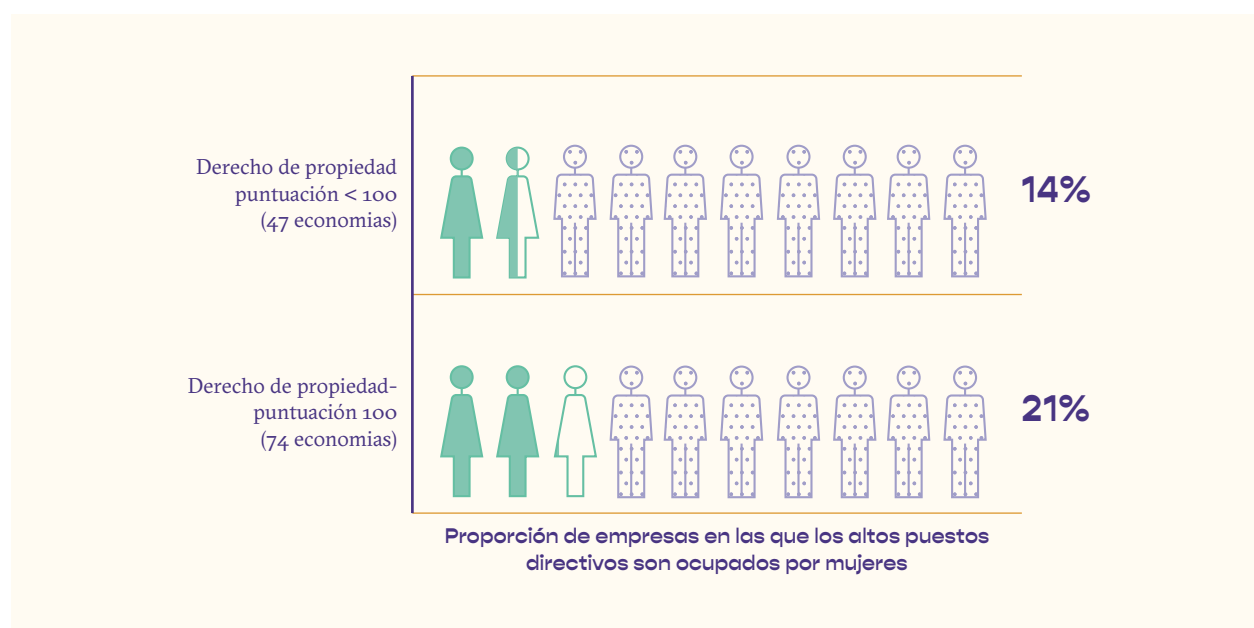
- » En algunas economías, los cónyuges no tienen la misma autoridad administrativa sobre los bienes durante el matrimonio, lo cual puede limitar la capacidad de las mujeres para beneficiarse del comercio como trabajadoras, consumidoras o responsables de la toma de decisiones. Por ejemplo, es menos probable que las mujeres ocupen puestos de dirección en las empresas cuando sus derechos de propiedad no están garantizados (gráfico 2.11).

Cuando las mujeres se enfrentan a más obstáculos que los hombres, las actividades empresariales y mercantiles se vuelven más difíciles. Por ejemplo, es menos probable que las mujeres soliciten préstamos a una institución financiera en economías en las que el proceso para obtener un documento nacional de identidad es diferente para hombres y para mujeres (Grupo Banco Mundial, 2018a). Esas diferencias jurídicas pueden afectar considerablemente a la participación de la mujer en las actividades empresariales y mercantiles internacionales. La movilidad es importante para que trabajadoras y empresarias puedan acceder a los mercados, y carecer de ella puede perjudicar más a las mujeres comerciantes que a las empresarias que trabajan en su propio hogar. El acceso a la financiación es fundamental para las mujeres comerciantes que tienen previsto crear o ampliar su empresa. Otro factor importante para determinar el acceso de una mujer a la propiedad es el régimen aplicable a los bienes matrimoniales. Es también fundamental eliminar el control exclusivo del esposo sobre la propiedad.

Limitaciones sociales, culturales y de comportamiento a la participación de las mujeres en el comercio

Aunque todas las leyes y prácticas discriminatorias se abordaran de la noche a la mañana, las mujeres seguirían teniendo dificultades para desempeñar un papel más activo

Gráfico 2.11 Las mujeres tienen menos probabilidades de ocupar puestos de dirección cuando carecen de derechos de propiedad



Nota: La diferencia en los porcentajes indicados es estadísticamente significativa al nivel del 10 % después de controlar el logaritmo de la renta nacional bruta per cápita (2015), el cociente entre los años de educación (promedio) de mujeres y hombres (de 25 años o más) (2015), la proporción de escaños ocupados por mujeres en los parlamentos nacionales (2016) y el estado de derecho (2016). El análisis de regresión se basa en 121 economías para las que se dispone de datos. Esta relación estadística no debe interpretarse como causal.

Fuente: Bases de datos Mujer, Empresa y el Derecho y encuestas de empresas; bases de datos Indicadores del desarrollo mundial y Rendimiento Académico Barro-Lee.

como comerciantes. Muchos de los obstáculos que les impiden acceder a los beneficios del comercio provienen de fenómenos sociales, culturales y de comportamiento en los que las reformas jurídicas y normativas solo pueden incidir con el tiempo.

La sociedad impone una carga injusta a las mujeres

Una razón importante por la cual las mujeres participan relativamente menos en los beneficios del comercio es que las tradiciones y normas establecidas les imponen limitaciones que son incompatibles con las exigencias de las empresas comerciantes, como los horarios irregulares o los viajes de negocios.

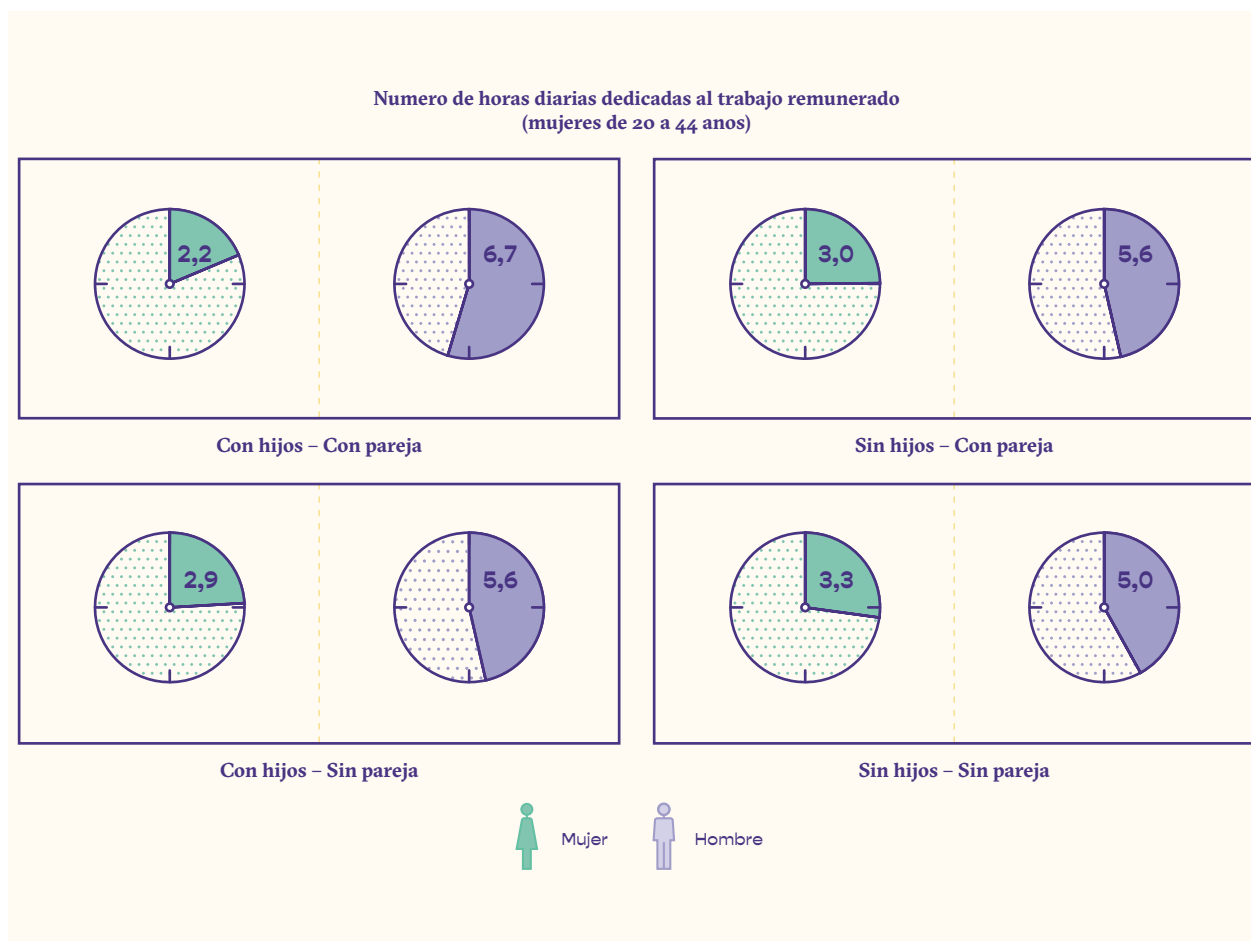
Las normas sociales y culturales limitan la flexibilidad, las competencias, la movilidad y las redes de las mujeres productoras

En la mayoría de las sociedades, las diferencias de género se deben, en parte, a una distribución desigual de las tareas domésticas y del

cuidado de los niños, lo que limita el tiempo de que disponen las mujeres para el trabajo remunerado. Como estas dedican más tiempo a las tareas domésticas, les queda menos tiempo para el trabajo remunerado, sobre todo cuando tienen hijos y pareja (gráfico 2.12).

Estas diferencias de uso del tiempo se deben tanto a las preferencias indicadas por las mujeres como a las normas sociales vinculantes, aunque estas últimas podrían, obviamente, condicionar las primeras (Fagan, 2001; Banco Mundial, 2012). Las diferencias pueden deberse a la evolución histórica, lo que significa que son difíciles de ajustar a corto plazo. Por ejemplo, se ha comprobado que las prácticas agropecuarias, en particular el uso del arado, han dado lugar a un bajo nivel de participación laboral femenina y a normas culturales en algunas sociedades que todavía pueden observarse en la actualidad, incluso entre los emigrantes de esas sociedades que viven en el extranjero (Alesina, Giuliano y Nunn, 2013). Como resultado de las diferencias de uso del tiempo, las mujeres, como trabajadoras, suelen obtener menores beneficios del comercio que los hombres.

Gráfico 2.12 Las mujeres dedican mucho menos tiempo que los hombres al trabajo remunerado



Nota: Basado en encuestas armonizadas sobre el uso del tiempo y los hogares de 19 países correspondientes al período 2006-2014.
Fuente: Rubiano-Matulevich y Viollaz (2019).

Como se ha comentado en el capítulo 1, el comercio a menudo requiere más tiempo que las actividades no comerciales. Los empleadores suelen considerar que las mujeres—al asumir un doble compromiso laboral y familiar—son menos fiables y menos comprometidas con su trabajo que los hombres. Esta desventaja se ve agravada por la liberalización del comercio que, al fomentar la competencia, suele generar una mayor exigencia de horas de trabajo y viajes por parte de las empresas exportadoras. También puede limitar el acceso de la mujer a los sectores de gran intensidad comercial. Por ejemplo, los datos de la industria turística de Kenya indican que la industria del *camping*, que genera grandes beneficios por tener una clientela extranjera, es gestionada casi exclusivamente por hombres, ya que la ubicación remota de

los *campings* supone una desventaja para las mujeres, que tienen responsabilidades en el hogar y de quienes se espera que permanezcan cerca de su familia (Homewood *et al.*, 2009).

Otro ámbito en el que las normas pueden suponer una desventaja para las mujeres es el de la educación. En parte, la brecha de género en lo que respecta a los estudios técnicos (véase la sección anterior sobre el acceso limitado de las mujeres a la educación) podría deberse a las actitudes de los padres (Microsoft, 2017). Las encuestas indican que los padres esperan que sus hijos varones, más que sus hijas, consigan empleos en CTIM, independientemente de los resultados que obtengan unos y otros. Los prejuicios del profesorado y las normas de género también pueden acrecentar las

diferencias en las tasas de matriculación en CTIM. Según un estudio realizado en escuelas primarias de Israel, las niñas obtienen mejores notas cuando se las califica de forma anónima, y peores notas cuando los profesores ven el nombre del alumno. También se constató que las niñas que eran calificadas de forma incorrecta tenían muchas menos probabilidades de cursar más adelante estudios avanzados en CTIM. Según un estudio basado en datos neerlandeses, es menos probable también que las chicas estudien CTIM cuando sus amistades siguen normas de género más tradicionales. Otros estudios han indicado que las diferencias de puntuación en matemáticas se reducen o desaparecen en sociedades más igualitarias (Guiso *et al.*, 2008; Lavy, 2008; Lavy y Sand,

2018; Pope y Sydnor, 2010; van der Vleuten, Steinmetz y van de Werfhorst, 2019).

La movilidad sectorial y geográfica es clave para que los trabajadores se beneficien de la liberalización del comercio, ya que las industrias en retroceso y las industrias en expansión tienden a estar ubicadas en regiones diferentes. Las normas sociales a menudo limitan la movilidad de las mujeres entre sectores al calificar de masculinos algunos sectores de gran intensidad comercial, como el del transporte (Brussevich, 2018). Los datos de una encuesta realizada en Ghana muestran que las mujeres tienen muchas menos probabilidades que los hombres de desplazarse por motivos económicos

Recuadro 2.4 La movilidad geográfica de las mujeres es más limitada que la de los hombres

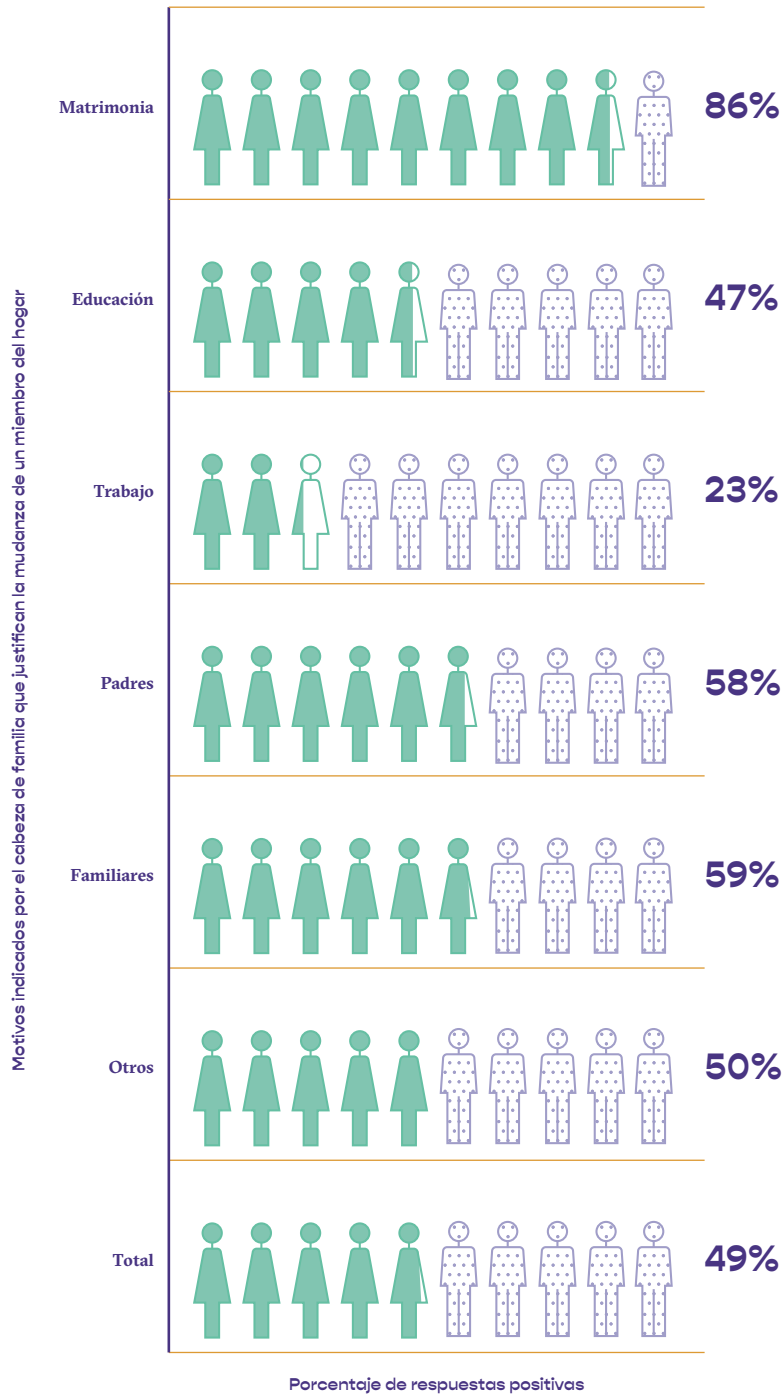
La movilidad geográfica es un importante elemento de ajuste del mercado laboral. La movilidad física y económica suelen ir de la mano: los individuos a menudo se trasladan a otra ciudad, región o país para encontrar mejores oportunidades económicas. En un estudio reciente se utilizaron datos de la encuesta sobre el nivel de vida en Ghana de 2017 para examinar si difiere entre hombres y mujeres la probabilidad de emigrar a otras regiones de Ghana o al extranjero (Orkoh y Stolzenburg, 2020). Se llegó a la conclusión de que, aunque hombres y mujeres tienen la misma probabilidad de emigrar, es mucho más probable que los hombres se desplacen por motivos económicos, lo que confirma resultados similares obtenidos de otras economías africanas (FAO, 2017). En cambio, las mujeres se desplazan sobre todo por razones sociales, como el matrimonio. Esta conclusión está respaldada tanto por los motivos indicados de la migración como por datos indirectos.

Por ejemplo, cuando se pregunta a las mujeres cuál es el motivo de su migración, estas indican el matrimonio seis veces más que los hombres (gráfico B2.4.1). También existe una brecha

de género de entre el 15% y el 20% en lo que respecta a la migración para cuidar de la familia o de los parientes. En cambio, los hombres dicen que se trasladan por motivos relacionados con el trabajo 3,5 veces más que las mujeres. Los motivos indicados para la migración se reflejan en la práctica. Los hombres tienen aproximadamente 1,5 veces más probabilidades que las mujeres de trabajar o buscar trabajo después de emigrar. También envían mayores remesas y con mayor frecuencia, lo que indica una mejor situación financiera.

Estas diferencias de movilidad geográfica hacen que los hombres estén en mejores condiciones para beneficiarse del comercio. Aunque es difícil establecer una causalidad directa, las normas culturales y las limitaciones jurídicas que existen en varios países están estrechamente correlacionadas con estas tendencias (véase la sección del texto principal sobre los obstáculos jurídicos). En cualquier caso, los datos muestran que la falta de movilidad geográfica constituye un obstáculo adicional para que las mujeres puedan aprovechar al máximo los beneficios económicos generados por el comercio.

Gráfico B2.4.1 Las mujeres suelen emigrar por motivos sociales, mientras que los hombres lo hacen por motivos económicos



Fuente: Orkoh y Stolzenburg (2020), a partir de datos de la encuesta sobre el nivel de vida en Ghana de 2017.



Fotografía: © Dragon Images/Shutterstock.com. Uso autorizado; se requiere autorización adicional para volver a utilizar la imagen.

(recuadro 2.4). Asimismo, según datos del Panel Socioeconómico Alemán, las tendencias migratorias familiares de las parejas “tradicionales” son condicionadas principalmente por las características laborales de los hombres, mientras que estos roles de género no están presentes en las parejas “igualitarias”, definidas en función de la parte de las tareas domésticas que realiza el marido en un domingo típico (Jürges 2006).

Por último, las mujeres no suelen tener el mismo acceso que los hombres a las redes profesionales y sociales que pueden apoyar el crecimiento y la competitividad de sus empresas. Al tener un acceso limitado a las redes de contactos del mercado y a los modelos de conducta, las mujeres tienden a quedar excluidas de las redes de distribución tradicionales dominadas por los hombres. Por ello, su contacto con la “cultura empresarial”, que sirve de base para muchas relaciones comerciales, suele ser limitado. El análisis de empresas propiedad de hombres y mujeres parece indicar que las empresas cuyos propietarios son hombres tienen más probabilidades de encontrar clientes a través de las redes de contactos tradicionales, mientras que las empresas de mujeres deben buscar otros medios para conseguirlo. A raíz de una campaña de contratación en Malawi, la marcada tendencia de los hombres a recomendar a otros hombres para un puesto de trabajo creó una considerable diferencia de género en cuanto al acceso al mercado laboral (Beaman, Niall y Magruder, 2017).

Las mujeres también usan sus redes de manera diferente (Grupo Banco Mundial, 2019).⁴ Las redes profesionales de las mujeres están compuestas en su mayoría por otras mujeres y son más pequeñas que las de los hombres. Disponen de menos recursos que las de los hombres y comprenden más relaciones familiares y de parentesco directas, que son menos útiles que los nuevos contactos para crear oportunidades de negocio. Esta diferencia de uso de las redes se debe principalmente a que las mujeres tienen más limitaciones de tiempo por ser a la vez cuidadoras y empresarias, lo que puede impedirles

recorrer distancias más largas para llegar a los mercados que ofrecen mejores precios o asistir a las reuniones de las redes.

El acoso y la violencia constituyen una carga considerable para las mujeres productoras

La experiencia del acoso o el miedo a sufrirlo disuaden a la mujer de trabajar, montar un negocio y comerciar. Más de un tercio de las mujeres de todo el mundo han sufrido violencia física o sexual por parte de su pareja o violencia sexual por parte de una persona que no era su pareja (OMS, 2013).

Se ha demostrado que el temor o la exposición al acoso limita el acceso de las mujeres a los mercados y al comercio transfronterizo (Banco Mundial, 2011). Las mujeres que comercian en los cruces fronterizos están particularmente expuestas al acoso porque están sujetas a controles físicos por los agentes fronterizos y otros funcionarios en posición de autoridad. Los datos de Camboya y la República Democrática Popular Lao indican que las mujeres pagan mayores impuestos aduaneros y tienen más probabilidades de ser controladas por los servicios de cuarentena que los comerciantes varones, y no porque haya una mayor probabilidad de comportamiento ilegal (Seror, Record y Clarke, 2018). Asimismo, las mujeres que participan en el comercio transfronterizo a pequeña escala en la Región de los Grandes Lagos de África suele ser objeto de extorsión, acoso físico y otras formas de abuso (Brenton *et al.*, 2011).⁵ Estas limitaciones aumentan los costos para los comerciantes y crean un entorno comercial impredecible e inseguro.

Debido a un entorno deficiente, ineficiente e inseguro para las gestiones y los trámites relacionados con mercancías y personas, no se está aprovechando plenamente el potencial del comercio transfronterizo a pequeña escala para impulsar el crecimiento de los ingresos y del empleo y reducir la pobreza. Estas limitaciones aumentan los costos para los comerciantes y crean un entorno comercial imprevisible e inseguro. La gestión deficiente, la falta de transparencia y la escasez de controles para vigilar y prevenir los abusos y la corrupción hacen que esos comerciantes a pequeña escala sean a menudo objeto de extorsión, acoso físico y otras formas de abuso (Brenton *et al.*, 2011).

El acoso en forma de trato diferenciado en la prestación de servicios públicos y la seguridad pública también restringe las actividades comerciales de las mujeres. Los datos de las encuestas realizadas a las empresas turísticas propiedad de mujeres en Ghana muestran que estas empresas se enfrentan a mayores dificultades que las empresas dirigidas por hombres. Por ejemplo, para obtener una conexión de agua, las empresas propiedad de mujeres tenían que esperar tres veces más que sus homólogos masculinos, y el 78% de las empresas propiedad de mujeres informaron de que se pedía o se esperaba un regalo informal por la prestación del servicio, frente a solo el 13% de las empresas propiedad de hombres. Para obtener una conexión telefónica, las mujeres tenían que esperar casi cuatro veces más que los hombres y el 66% de las mujeres informaron de que se esperaba de ellas un regalo informal. El 50% de todas las empresas propiedad de mujeres declararon haber sido víctimas de robo, frente al 17% de las empresas propiedad de hombres (Twining-Ward, 2019).

El acoso también puede impedir que las mujeres entren en ciertos sectores dominados por los hombres y relacionados con el comercio. Las mujeres comerciantes están particularmente expuestas al acoso sexual debido a la irregularidad de los horarios de trabajo en los sectores comerciales y a la necesidad de establecer constantemente nuevas relaciones con clientes. Un estudio

sobre las CVM del turismo reveló que, en algunos casos, las mujeres solo podían vender sus productos (como artesanías) a los hoteles si establecían relaciones amorosas con los principales intermediarios de los hoteles (Staritz y Reis, 2013).

Características (percibidas) que frenan a las mujeres empresarias

Ciertas características de comportamiento y estereotipos persistentes frenan a las mujeres en el comercio. Estas características suelen ser el resultado de un entorno en el que se asignan roles y valores diferentes a la mujer y al hombre (Booth, 2009). Los estereotipos implícitos se observan ya en niñas de primaria con baja autoestima respecto a sus destrezas matemáticas (Steffens, Jelenec y Noack, 2010). Estos estereotipos implícitos pueden afectar a las carreras de las mujeres más que los estereotipos explícitos de género de los profesores o los padres o la capacidad matemática real, especialmente en entornos competitivos como el comercio (Bordalo *et al.*, 2019; Kiefer y Sekaquaptewa, 2007).

Los estereotipos y los prejuicios perjudican a la mujer empresaria

Numerosos estudios sobre la economía del comportamiento señalan que, en promedio, las mujeres son más reacias a asumir riesgos



Fotografía: © vickydoc/Shutterstock.com.
Uso autorizado; se requiere autorización adicional para volver a utilizar la imagen.

Fotografía: © bongal965/Shutterstock.com.
Uso autorizado; se requiere autorización
adicional para volver a utilizar la imagen.



que los hombres, aunque la relevancia y la calidad de estos datos han sido cuestionados recientemente (Eckel y Grossman, 2008; Fellner y Maciejovsky, 2007; Nelson, 2018). Al margen de que las mujeres sean realmente o no más reacias a asumir riesgos, los datos empíricos indican que es la percepción que tienen de ellas, por ejemplo, los asesores financieros cuando preparan ofertas de crédito (Nelson, 2018). Como se destaca en la sección anterior del presente capítulo “Las mujeres tienen un acceso limitado a la financiación”, las empresarias se enfrentan, en promedio, a un menor acceso al capital, tanto en los países desarrollados como en los países en desarrollo. Los prejuicios y estereotipos implícitos pueden explicar parte de esta brecha de género en la financiación (Beck, Behr y Madestam, 2011). Por ejemplo, el tipo de preguntas que hacen las empresas de capital de riesgo a los empresarios y a las empresarias suele ser diferente: los capitalistas de riesgo, tanto hombres como mujeres, tienden a preguntar a las mujeres cuáles son las posibilidades de sufrir pérdidas y a los hombres cuáles son las posibilidades de obtener ganancias. Este prejuicio condiciona en gran medida la probabilidad de que los emprendedores obtengan financiación, así como la cuantía de la misma, y favorece a las nuevas empresas que son dirigidas por hombres frente a las que son dirigidas por mujeres (Kanze *et al.*, 2017).

Esta brecha de género en el trato por prejuicios implícitos y evaluaciones diferenciadas también se ha observado en los anuncios de puestos de trabajo y la contratación (Gaucher, Friesen y Kay, 2011), la formación, el empleo y la permanencia de mujeres en CTIM (Jackson, Hillard y Schneider, 2014), la entrada en el mundo académico y las decisiones en materia de orientación y contratación (Milkman, Akinola y Chugh, 2015; Moss-Racusin *et al.*, 2012). Es probable que esta brecha contribuya a la segregación ocupacional y mantenga a las mujeres al margen de las empresas o sectores de gran intensidad comercial.

La misma conclusión se aplica a los prejuicios sobre las capacidades de las mujeres, como lo confirman varios análisis de encuestas. Las mujeres se enfrentan a menudo a la discriminación de género basada en ideas erróneas, como que la mujer es menos apta para el emprendimiento, que es menos capaz de trabajar bajo presión o en equipo, que carece de conocimientos y aptitudes actualizados y de mentalidad innovadora, que es más reacia a asumir riesgos al buscar financiación, que dispone de menos tiempo para el aprendizaje y la creación de redes, o que tiene menos fuerza física (APWINC, 2018; Homewood, Chenevix Trench y Kristjanson, 2009; ITC, 2017). Estos prejuicios constituyen obstáculos que afectan negativamente a la credibilidad de las empresas propiedad de mujeres o dirigidas

por mujeres y merman su capacidad de obtener fondos iniciales, atraer clientes o socios comerciales y, en última instancia, exportar.

Un ejemplo ilustrativo es el sector del turismo en Kenya. El sector generó más de 1.600 millones de dólares EE.UU. en 2016, con una contribución del 8,3% al producto interior bruto y un apoyo directo a 451.000 puestos de trabajo. Aunque las mujeres están bien representadas en la población activa de Kenya (62,3% de participación laboral en 2017 según los indicadores de desarrollo mundial), hay muy pocas mujeres en la industria del turismo. Por ejemplo, de los 31 operadores turísticos de categoría A, los principales proveedores de servicios de excursiones, solo 2 son de propiedad y dirección femenina. Asimismo, en Kenya no hay ninguna guía turística con certificación de oro y solo hay seis guías con certificación de plata, lo que tiene que ver con la percepción de que las mujeres no poseen la fuerza física necesaria para dirigir excursiones de senderismo y manejar vehículos todoterreno (Homewood, Chenevix Trench y Kristjanson, 2009).

Ciertas características específicas de género limitan a la mujer empresaria

El exceso de confianza del hombre puede llevarle a ser, en promedio, más competitivo que la mujer, según estudios observacionales y de laboratorio (Niederle y Vesterlund, 2011). Los datos experimentales de Kenya indican, por ejemplo, que las mujeres tienen menos de la mitad de probabilidades de participar en una competición que los hombres, independientemente de su probabilidad de ganar o perder (Grupo Banco Mundial, 2019). Se ha constatado que esta reticencia afecta negativamente a los logros académicos de las mujeres y da lugar a una segregación

ocupacional de género por la que las mujeres están menos representadas en los sectores más competitivos (Kleinjans, 2009).

En cambio, se ha constatado que las mujeres son más cooperadoras y tienen una mayor aversión a la desigualdad (Carlsson, Daruvala y Johansson-Stenman, 2005; Croson y Gneezy, 2009; Eckel y Grossman, 1998). Estas cualidades pueden darles ciertas ventajas para establecer relaciones duraderas entre empresas, que son el núcleo de las CVM modernas (Banco Mundial, 2019). Sin embargo, la mayor preocupación de las mujeres por la equidad y la reciprocidad podría afectar negativamente a las empresas dirigidas por mujeres en las negociaciones sobre la forma de distribuir los beneficios a lo largo de la cadena de valor. El riesgo es que las mipymes dirigidas por mujeres que negocien contratos de abastecimiento con grandes multinacionales obtengan una parte menor de los beneficios si sus gerentes cooperan más de la cuenta.

Los hombres también son más propensos que las mujeres a tomar decisiones con resultados inciertos, como realizar adquisiciones, tomar decisiones de inversión, emitir deuda o acceder a mercados extranjeros (Barber y Odean, 2001; Felton, Gibson y Sanbonmatsu, 2003; Huang y Kisgen, 2013). Esta característica puede perjudicar a las mujeres, sobre todo a las empresarias, ya que, como se ha mencionado anteriormente, el comercio se considera más incierto que las transacciones internas. Por ejemplo, los datos del mercado de valores de los Estados Unidos muestran que las industrias más expuestas a la incertidumbre de la política comercial se caracterizan por una mayor prima de riesgo, por lo que obtienen mayores rendimientos de las acciones (Bianconi, Esposito y Sammon, 2019).

Nuevas oportunidades para que las mujeres se beneficien del comercio

Las mujeres podrían beneficiarse de varias tendencias que pueden aumentar su participación en los beneficios del comercio y reducir las limitaciones que afrontan. La terciarización, el auge de las CVM y la adopción de nuevas tecnologías ofrecen un inmenso potencial aún sin explotar, ya que cuentan con elementos que favorecen a las mujeres y les ofrecen formas de aumentar su participación en el comercio. Aunque estas

tres oportunidades comerciales clave pueden empoderarlas económicamente aún más, las mujeres también pueden sacar provecho de una mayor participación en sectores comerciales tradicionales, en particular la agricultura. Como se explica en el capítulo 1, las mujeres representan una gran parte de los trabajadores agropecuarios en muchos países en desarrollo y menos adelantados. Por tanto, una mayor apertura de los mercados agropecuarios puede incidir en gran medida en el empoderamiento de las mujeres (recuadro 2.5).

Oportunidades que ofrece la terciarización para la participación de las mujeres en el comercio

Los servicios desempeñan un papel cada vez más importante en el empleo, la producción económica y el comercio en países de todos los niveles de desarrollo. De hecho, ahora crean la mayoría de los puestos de trabajo a nivel mundial y lo hacen en las primeras etapas del proceso de desarrollo (Ghani y O'Connell, 2014; Rodrik, 2016). Esta

Recuadro 2.5 El comercio puede promover el desarrollo agropecuario y ayudar a cerrar la brecha de productividad entre hombres y mujeres

El comercio desempeña una función esencial para el desarrollo agropecuario. La igualdad de oportunidades para las mujeres en la agricultura puede contribuir a cerrar la brecha de productividad entre hombres y mujeres de las cuatro maneras siguientes:

1. Facilitando el acceso de los productos a los mercados y aumentando los ingresos de los agricultores. El comercio conecta a los agricultores con los mercados extranjeros y con las cadenas de valor regionales que suministran alimentos de las zonas de producción excedentaria de un país a los consumidores de las zonas deficitarias de alimentos (como las ciudades) de otro país. El comercio aumenta el rendimiento de los productos agropecuarios que el país produce

con ventaja y eleva el costo económico de la discriminación que da lugar a menores rendimientos para las agricultoras. La mejora del acceso a los mercados y el aumento de los precios gracias al comercio pueden incentivar a los agricultores a invertir para subir el rendimiento, a utilizar semillas modernas y a hacer un mayor uso de fertilizantes.

2. Mejorando el acceso a insumos y tecnología clave (semillas, fertilizantes, pesticidas, maquinaria y conocimientos/asesoramiento). El comercio puede reducir el costo y aumentar la calidad y la variedad de los insumos clave. A menudo, el uso de semillas de mayor rendimiento, como las variedades híbridas, requiere un uso cada vez mayor de fertilizantes especializados y, por tanto,

considerables inversiones iniciales por parte de los agricultores. Al aumentar los costos de los insumos, los obstáculos al comercio pueden agravar la brecha de género en cuanto al acceso a las semillas, los fertilizantes y la maquinaria al hacerlos inasequibles para las mujeres, que tienen un acceso más limitado a la financiación. La reducción del costo de estas inversiones mediante una mayor competencia en los mercados de insumos puede ser particularmente beneficiosa para las mujeres.

3. Aumentando la competencia entre proveedores de servicios esenciales a las comunidades rurales, en particular, los servicios de financiación, transporte y logística y los servicios de comercio mayorista. La falta de competencia en estos servicios esenciales puede significar que las comunidades rurales y los pequeños agricultores queden excluidos de los beneficios potenciales del comercio. Un problema recurrente que impide a las agricultoras aumentar su productividad y diversificar sus cultivos con otros de mayor valor es la falta de acceso directo al crédito y a los seguros. Por lo general, para afrontar este problema se necesitan nuevos productos y, sobre todo, mejores modelos de prestación de servicios a fin de superar las limitaciones a las que se enfrentan las mujeres para acceder a la financiación (Fletschner y Kenney, 2014).

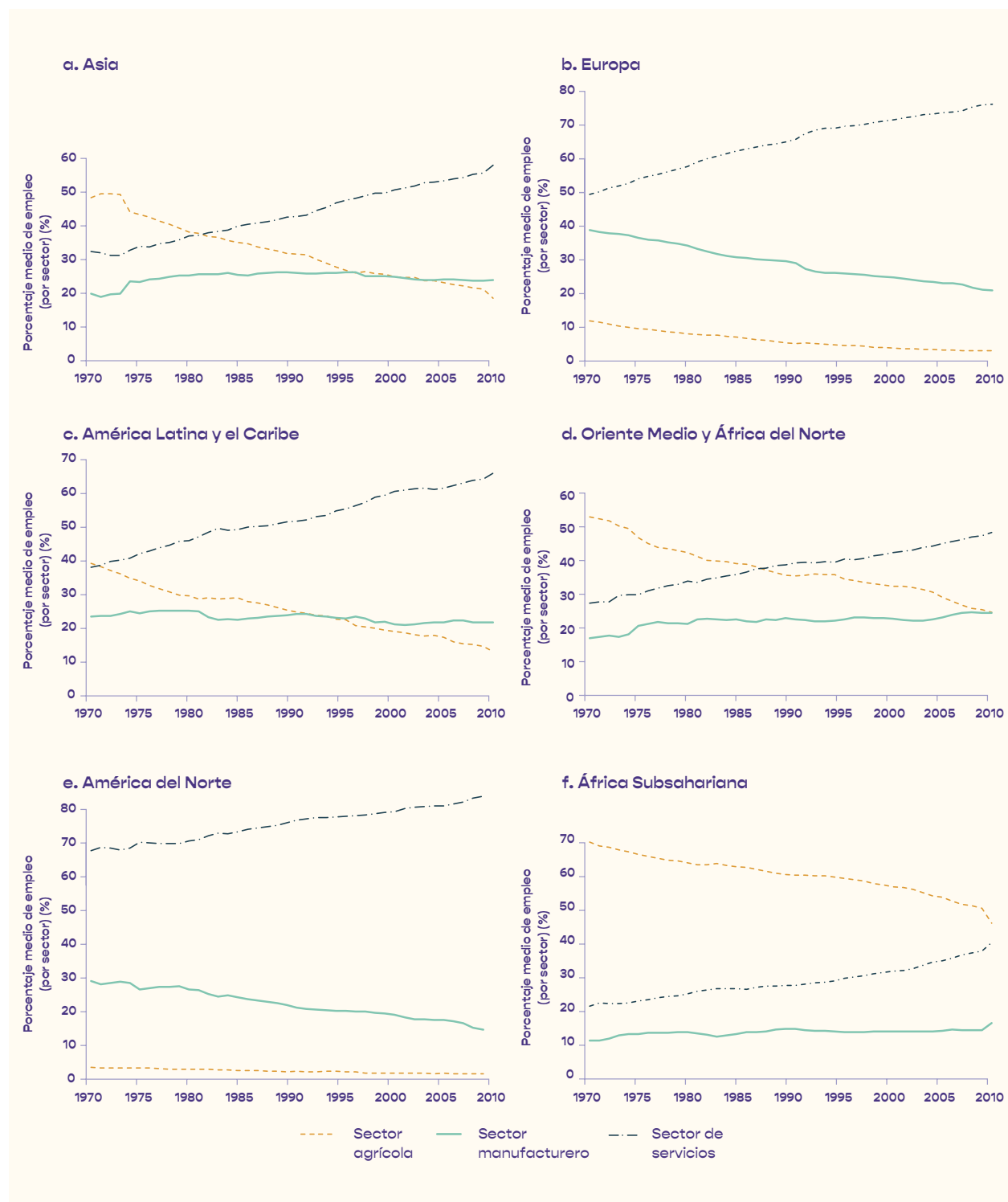
La apertura de los servicios a la competencia extranjera puede proporcionar un mecanismo para introducir nuevos productos y modos de prestación de servicios, mientras que la integración regional puede ofrecer un mercado más amplio para atraer IED. Por ejemplo, como las mujeres agricultoras tienen una productividad menor, son especialmente vulnerables a los fenómenos meteorológicos adversos. Estos riesgos también pueden impedirles diversificar sus cultivos con otros de mayor valor y rentabilidad para la exportación. Los seguros indexados contra riesgos meteorológicos pueden desempeñar un papel fundamental para estabilizar los ingresos y apoyar la diversificación, y pueden ser de especial importancia para las mujeres como parte de una estrategia de gestión

de riesgos. La oferta de seguros indexados contra riesgos meteorológicos resulta más viable si la entidad financiera puede ofrecer cobertura a los agricultores de una región extensa y cuenta con un régimen normativo común y predecible para esa zona.

4. Aumentando la producción de productos agropecuarios de gran valor añadido y las oportunidades de empleo no agropecuario para las mujeres. La creciente comercialización de la agricultura en las zonas rurales de los países pobres y el paso a la elaboración de productos agropecuarios y a los cultivos de mayor valor es fundamental para reducir la pobreza en muchos países. En algunos casos, las exportaciones —como las flores cortadas y los productos de la horticultura— a países ricos de Europa y a los Estados Unidos han impulsado esta comercialización. A esto se suma ahora la creciente demanda de productos agropecuarios de mayor valor en los países en desarrollo como consecuencia de la creciente urbanización y la emergencia de una clase media.

La expansión de las agroindustrias de alto valor orientadas a la exportación puede ofrecer mejores oportunidades a las mujeres como agricultoras y trabajadoras que el trabajo agropecuario tradicional. Por ejemplo, la producción de frutas y verduras requiere más intensidad de mano de obra que la producción de cereales. Debido a que estas actividades también ofrecen más oportunidades poscosecha para añadir valor mediante el empaquetado y la elaboración, el número de mujeres empleadas en el sector ha aumentado considerablemente (Bamber y Fernández-Stark, 2013). El crecimiento de la agroindustria está vinculado al surgimiento de la agricultura por contrato o de los programas de producción por contrata, mediante los cuales las grandes empresas que buscan una calidad y un volumen de suministro constantes pueden facilitar a los pequeños agricultores el acceso a los insumos y a los conocimientos que favorecen una mayor productividad.

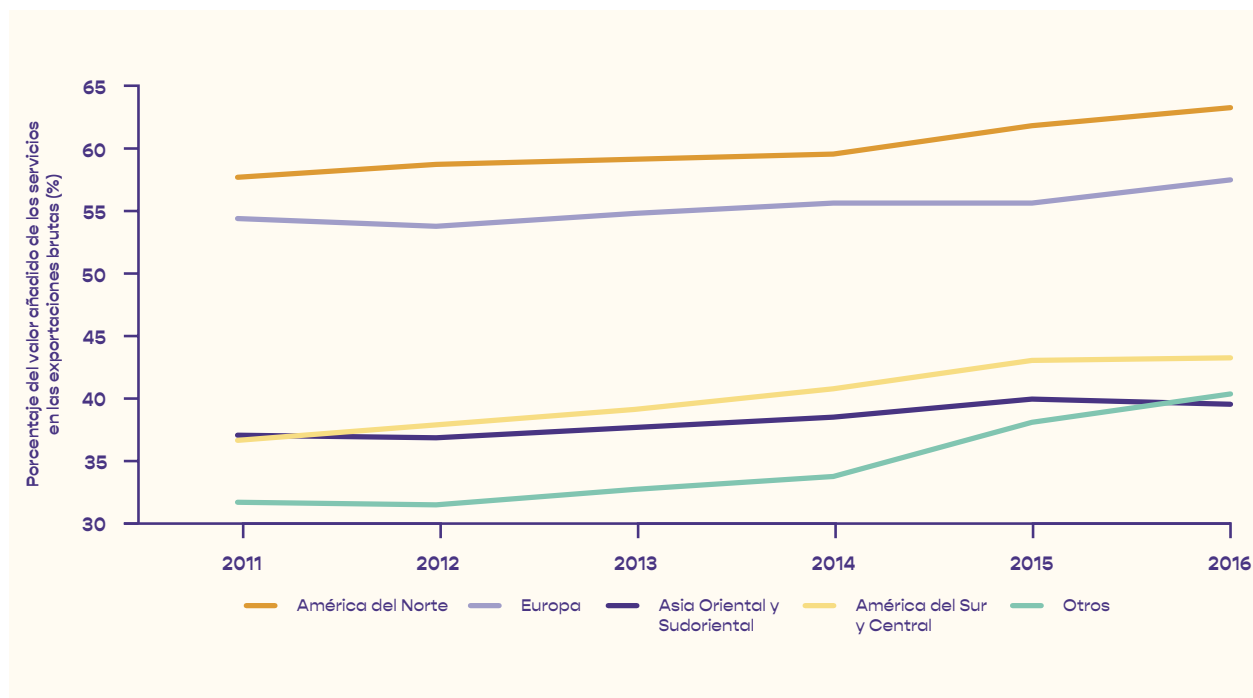
Gráfico 2.13 La cuota de empleo correspondiente a los servicios ha aumentado de forma constante entre 1970 y 2010



Nota: Este gráfico abarca 40 países: 10 desarrollados y 30 en desarrollo. El sector agropecuario consiste en la agricultura, la ganadería, la caza, la silvicultura y la pesca. El sector industrial abarca la explotación de minas y canteras, la manufactura, la construcción y los servicios públicos (electricidad, gas y agua). Los servicios consisten en las actividades restantes.

Fuente: de Vries, Timmer y de Vries, 2015.

Gráfico 2.14 Los servicios generan una parte creciente del valor añadido a los productos agropecuarios y manufactureros (2011-2016)



Fuente: Cálculos de la Secretaría de la Organización Mundial del Comercio a partir de la base de datos sobre el comercio en valor añadido (TiVA) de la OCDE.

tendencia, que puede denominarse *terciarización*, se pone de manifiesto en las estadísticas laborales, donde la proporción de servicios en el empleo ha aumentado de forma constante durante los últimos 40 años en todas las regiones (gráfico 2.13). Además, esta tendencia no se limita al propio sector de los servicios, ya que estos generan una parte creciente del valor añadido a la producción y el comercio de productos agropecuarios y manufacturados (gráfico 2.14). En algunas regiones, el valor añadido creado por los servicios supera al 50%.

Este cambio puede deberse a varios factores. El valor de los productos depende cada vez más de los programas informáticos que contienen, lo que ha dado lugar a una amplia gama de nuevos servicios, como los juegos en línea o la economía colaborativa, que constituyen una parte cada vez mayor de las cestas de consumo mundiales. El cambio tecnológico ha aumentado la calidad y la accesibilidad de los servicios por medios digitales. Los servicios meteorológicos y climáticos, por ejemplo, son factores

importantes para la productividad agropecuaria. El envejecimiento de las poblaciones y sus exigencias en materia sanitaria son otro factor importante que contribuye al aumento de los servicios. La Oficina de Estadísticas Laborales de los Estados Unidos prevé que hasta 2028 la atención sanitaria cree más puestos de trabajo que cualquier otro sector en los Estados Unidos.⁶ Por último, a medida que aumentan los ingresos de los hogares, el consumo se desplaza cada vez más hacia los servicios en las economías en desarrollo (Sachetti *et al.*, 2019; OMC, 2019).

La terciarización aumenta los beneficios del comercio para las mujeres trabajadoras

La terciarización implica cuestiones importantes cuando se considera desde el punto de vista del género. La economía de servicios, incluidos el comercio de servicios y la inversión en ellos, es una importante fuente de crecimiento inclusivo (Ngai

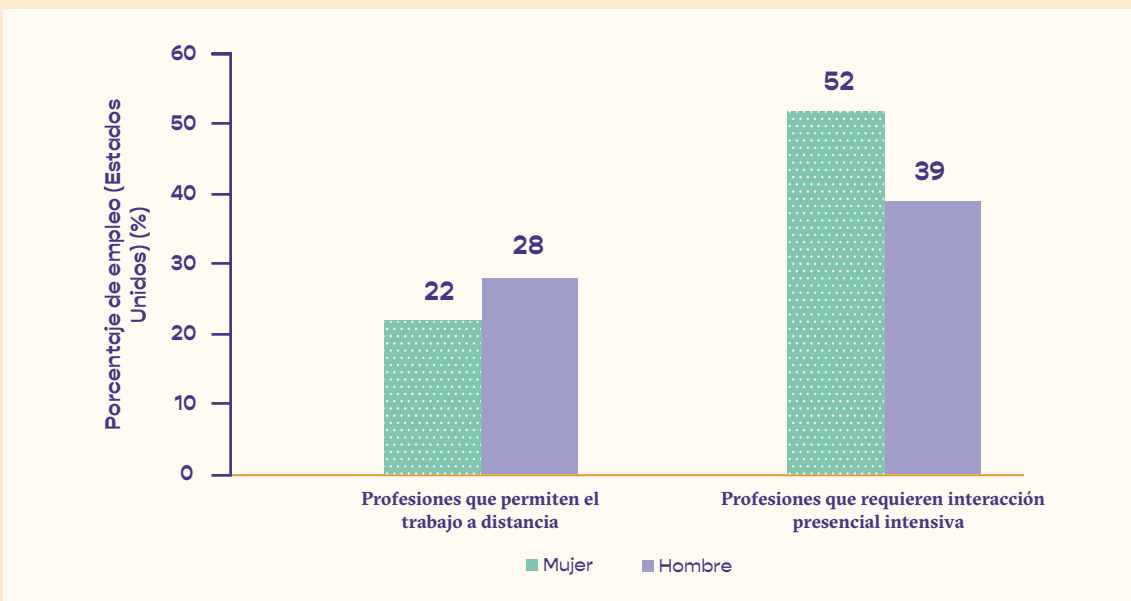
Recuadro 2.6 COVID-19: Cómo afectará la perturbación de los servicios a las mujeres

La gran perturbación sufrida por el sector de servicios durante la pandemia de COVID-19 ya está repercutiendo considerablemente en el empleo femenino, dada su proporción relativamente elevada en el sector. Si bien el empleo femenino está más concentrado que el masculino en sectores relativamente menos cíclicos, como el de la educación y la atención sanitaria, algunos servicios con una gran proporción de empleo femenino, como el comercio minorista y los servicios de hostelería y alimentación, se han visto afectados negativamente por las medidas de distanciamiento social y las restricciones a la movilidad impuestas por los Gobiernos para combatir la COVID-19 (Alon *et al.*, 2020). De hecho, muchas mujeres suelen trabajar en actividades que requieren interacciones presenciales, como las actividades sanitarias y de comercio minorista, que les impiden trabajar a distancia (gráfico B2.6.1) (Adams-Prassl *et al.*, 2020; Avdiu y Nayyar, 2020). Los informáticos, los financieros, los arquitectos y los ingenieros

son algunas de las profesiones más propicias al teletrabajo, pero también son actividades en las que las mujeres suele estar menos presentes. El problema es especialmente grave en los países en desarrollo, donde por lo general es menor el número de mujeres que ocupan puestos con posibilidad de teletrabajo. Por tanto, muchas mujeres no han podido trabajar y tener ingresos durante el confinamiento.

Las perturbaciones en el sector de servicios también han afectado a las mujeres empresarias. Las pymes, muchas de ellas propiedad de mujeres, constituyen una gran parte de los proveedores de servicios. Los problemas a que se enfrentan actualmente muchas pymes, como unos recursos financieros limitados y una escasa capacidad de endeudamiento, se han agravado por los efectos económicos de la pandemia de COVID-19. Los datos de las encuestas recientes corroboran que muchas pymes, tanto en economías desarrolladas como en desarrollo, se han enfrentado a una disponibilidad limitada de mano de obra, a

Gráfico B2.6.1 Las ocupaciones de las mujeres requieren más interacciones presenciales que las de los hombres y ofrecen menos oportunidades de teletrabajo



Fuente: OMC 2020a, a partir de datos sobre teletrabajo de Alon *et al.* (2020), datos sobre ocupaciones presenciales de Avdiu y Nayyar (2020) y datos laborales por ocupación del Departamento de Estadística de la Organización Internacional del Trabajo, <https://www.ilo.org/stat/lang--en/index.htm>.

interrupciones de los suministros y a cierres temporales —o, en algunos casos, permanentes— de empresas durante la pandemia.

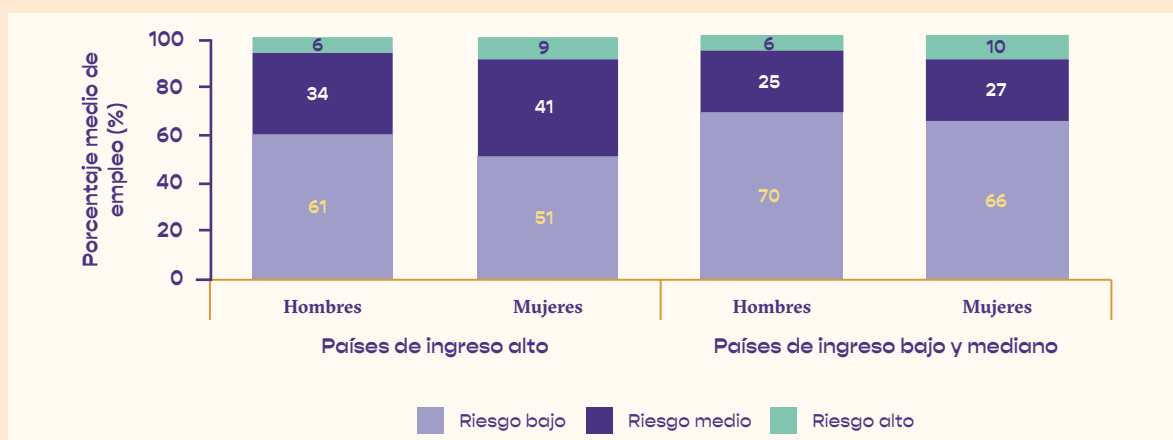
La pandemia ha obstaculizado gravemente el comercio de servicios que requieren proximidad física entre el proveedor y el consumidor (OMC, 2020b). Los servicios que se consumen en el extranjero, como el turismo, o que implican el desplazamiento temporal de los proveedores de servicios al extranjero, se han visto directamente afectados por las restricciones de viaje internacionales y regionales. Las mujeres suelen trabajar más que los hombres en el comercio de servicios que requieren proximidad física (gráfico B2.6.2). Es probable que los mayores costos económicos relacionados con el comercio generados por la pandemia de COVID-19 recaigan en las actividades de servicios de gran intensidad comercial que no son almacenables, como las de índole cultural y turística. Por su propia naturaleza, estos servicios no pueden compensar posteriormente las pérdidas económicas acumuladas durante la pandemia.

El sector del turismo, de personal mayoritariamente femenino, ha sufrido

los efectos directos de las restricciones a la movilidad nacional e internacional adoptadas para luchar contra la COVID-19. Por consiguiente, las actividades turísticas se han contraído considerablemente y se espera que la recuperación sea más larga debido a la menor confianza del consumidor y a la mayor probabilidad de que continúen las restricciones a la circulación internacional de personas (OMT, 2020). Otros sectores que dependen del turismo, como la artesanía y los servicios de alimentación, también se han visto afectados negativamente. Esta situación plantea dificultades especialmente para las mujeres con pocas cualificaciones o que trabajan de manera informal, en particular en economías muy dependientes del turismo y que ofrecen escasas oportunidades de empleo en otros sectores.

La crisis de COVID-19 ha llevado al consumidor y al proveedor a desplazarse y ampliar sus actividades en línea (Petro, 2020). Mientras que las compras en línea de algunos productos, como las prendas de vestir, disminuyeron, las de productos alimenticios, productos esenciales y productos de salud y seguridad aumentaron significativamente durante los confinamientos parciales o totales

Gráfico B2.6.2 Las mujeres suelen trabajar en sectores de servicios que sufren mayores perturbaciones comerciales



Nota: El índice de riesgo de perturbación del comercio de servicios clasifica los sectores de servicios según su grado de posible exposición a las restricciones de viaje y medidas de distanciamiento. Los servicios que se consumen en gran medida mediante el movimiento de consumidores en el extranjero (modo 2) o cuyo suministro requiere el movimiento de proveedores de servicios en el extranjero (modo 4) se clasifican como sectores de alto riesgo. Los servicios transfronterizos prestados mediante las tecnologías de la información (modo 1) se clasifican como sectores de riesgo relativamente bajo. Las actividades recreativas y los eventos se consideran de riesgo medio, pese a que se realizan principalmente mediante la presencia comercial (modo 3), ya que su consumo se ve a menudo limitado por las medidas de distanciamiento.

Fuente: OMC 2020a, basado en los datos sobre el comercio de servicios, por modo de suministro (TISMOS), https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/trade_datasets_e.htm.

Recuadro 2.6 (continuado)

(Nielsen, 2020), El comercio electrónico ha sido un medio importante para mitigar las repercusiones de la crisis en los sectores de distribución y servicios minoristas. Otros servicios, como la educación, las telecomunicaciones, los juegos y los servicios audiovisuales, también han ampliado sus operaciones en línea. Estos cambios en el comportamiento del consumidor pueden

contribuir a un cambio a largo plazo hacia los servicios en línea. Sin embargo, los limitados conocimientos en materia de tecnologías de la información pueden impedir que las mujeres empresarias y trabajadoras, en particular en las economías en desarrollo, hagan pleno uso de las tecnologías digitales para mitigar los efectos económicos adversos de la pandemia.

y Petrongolo, 2017). Muchos servicios requieren habilidades sociales o de creación de redes, en las que destacan las mujeres, y en cambio no requieren la fuerza física que a veces es necesaria en el sector agropecuario o manufacturero (Cortes, Jaimovich y Siu, 2018). Como se explica en el capítulo 1, el sector de servicios emplea

en promedio a más mujeres que el sector agropecuario o manufacturero, y esa proporción sigue aumentando, ya que las mujeres pasan de otros sectores al sector terciario a un ritmo más rápido que el hombre.⁷ Esta tendencia repercutirá considerablemente en la recuperación después de la pandemia de COVID-19, que ha afectado sobre

Gráfico 2.15 La proporción de mano de obra femenina en la industria y la agricultura es menor que en la mayoría de los servicios

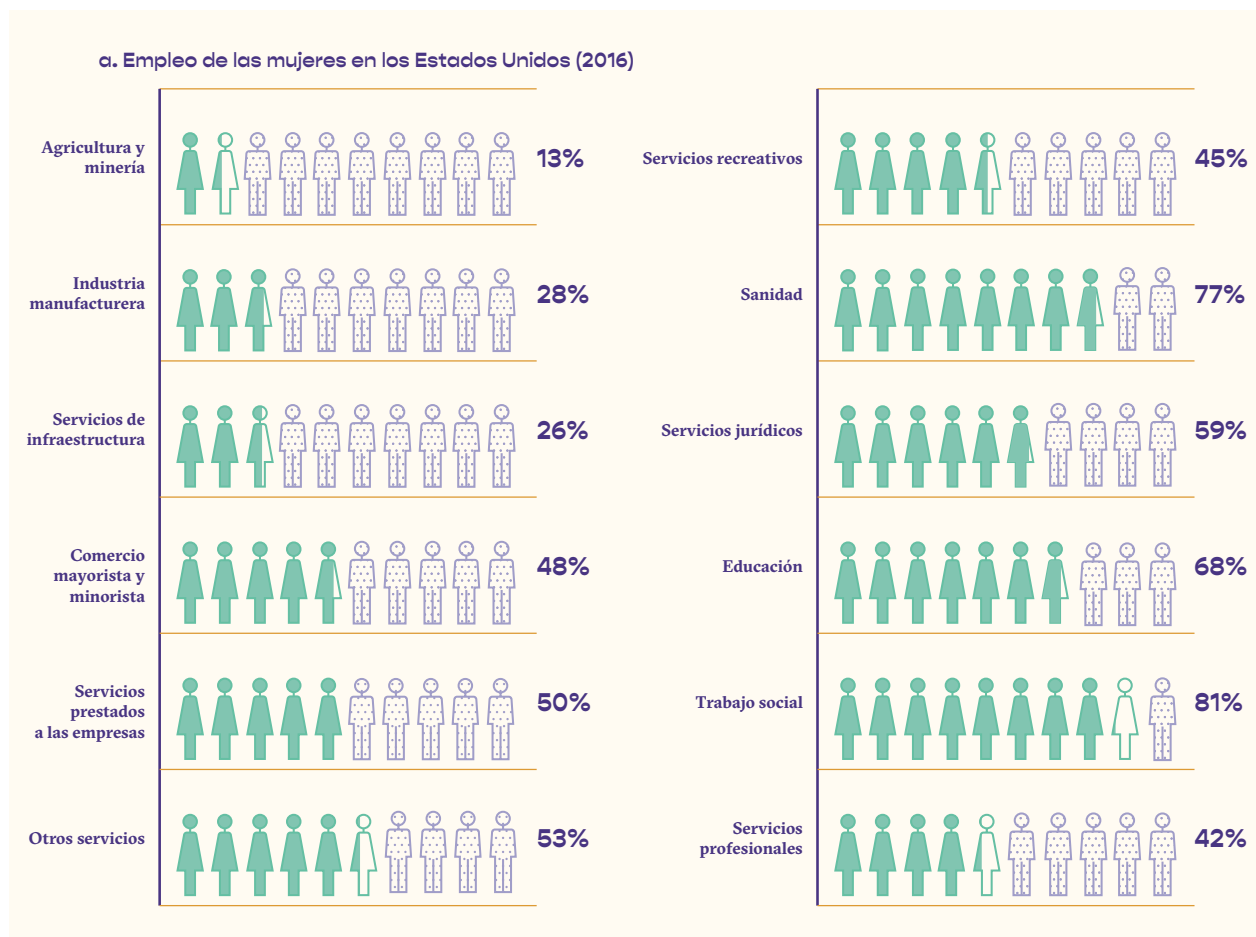
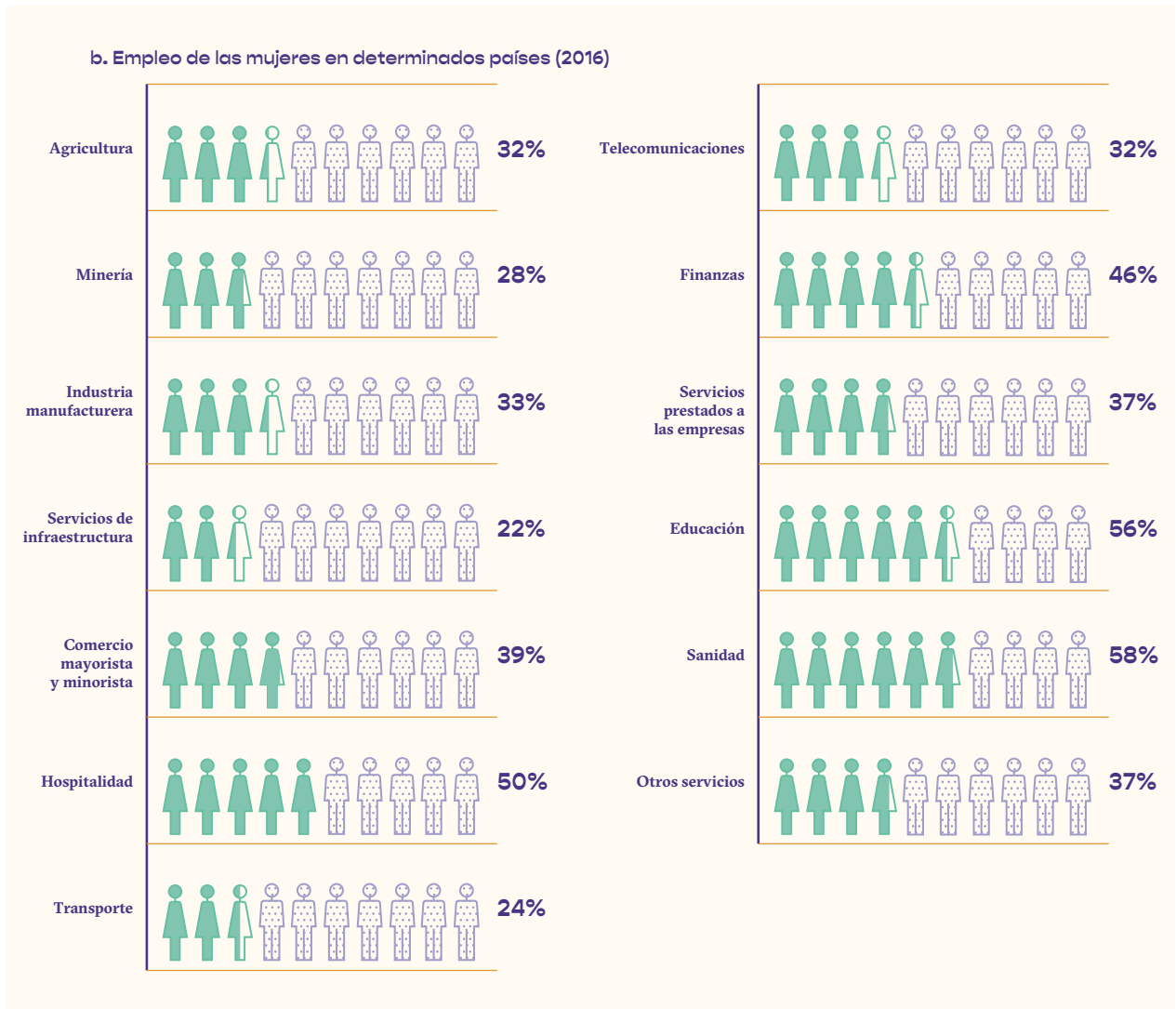


Gráfico 2.15 (continuado)



Nota: Debido a las diferencias en la clasificación industrial subyacente, las industrias no están definidas de forma idéntica en los dos paneles, aun cuando sus nombres así lo sugieran.

Fuente: Cálculos de la Secretaría de la Organización Mundial del Comercio basados en la encuesta comunitaria de los Estados Unidos de 2016 (panel a) y en las encuestas de hogares del Banco Mundial correspondientes a varios años para los que se dispone de datos sobre un conjunto de 72 países (panel b).

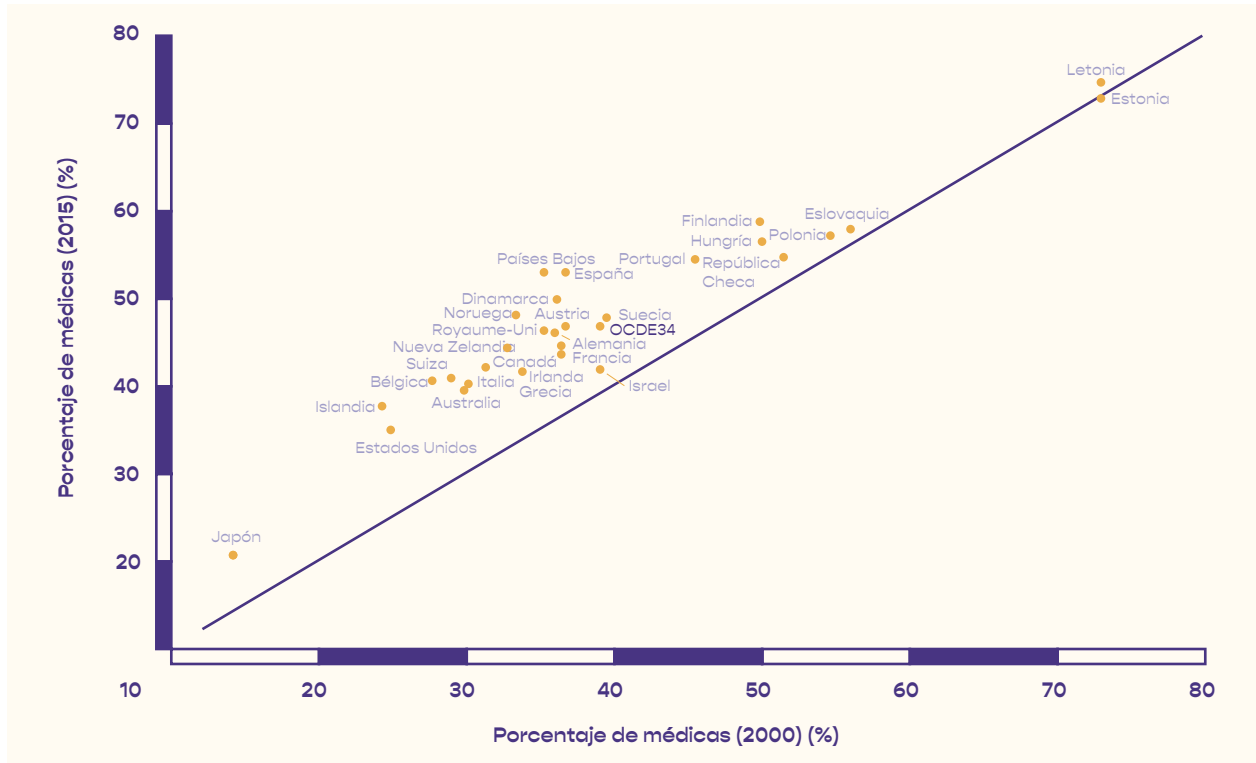
todo a algunos servicios con una gran proporción de personal femenino, como los viajes y el turismo (véase el recuadro 2.6). Dada esta proporción, es fundamental tener en cuenta los servicios al diseñar una política de crecimiento más inclusiva.

No solo hay mayor proporción de empleo femenino en sectores específicos de servicios, como la educación o la sanidad. De hecho, la proporción de empleo femenino es mayor en la mayoría de los sectores de servicios de los Estados Unidos, con la excepción de los servicios de infraestructura, manufactura y agricultura (gráfico 2.15, panel a). El examen de un conjunto más amplio de países, en su mayoría

en desarrollo, muestra que esta observación también es aplicable a esas economías (gráfico 2.15, panel b). Los sectores relativamente especializados y de gran intensidad comercial, como los servicios financieros o empresariales, cuentan con mayor personal femenino que la industria agropecuaria o manufacturera media. Contrariamente a los estereotipos tradicionales de género, la mujer ocupa cada vez más puestos especializados en los servicios. En las economías pertenecientes a la OCDE, el 46,5% de los médicos en 2015 eran mujeres (gráfico 2.16)

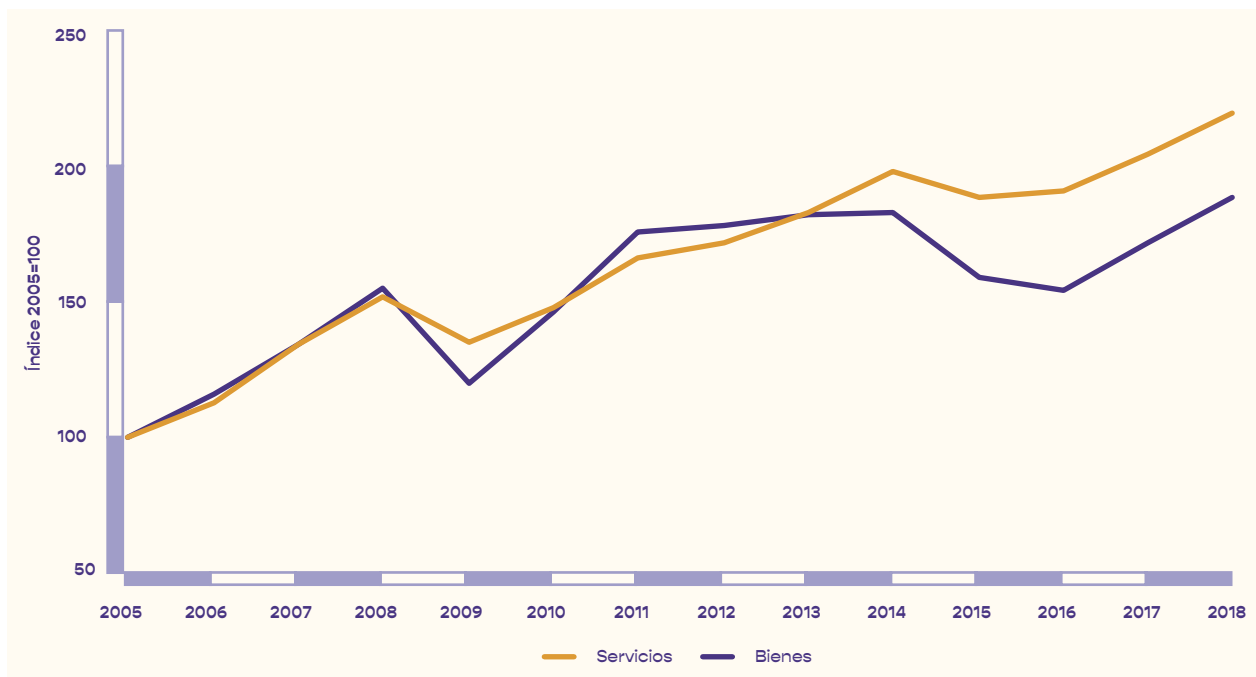
El comercio de servicios ha crecido más rápidamente que el de bienes (gráfico 2.17). Desde

Gráfico 2.16 Las mujeres representan una proporción importante y creciente de los médicos en los países de la OCDE, 2000 frente a 2015



Fuente: Estadísticas sanitarias de 2017 de la OCDE.

Gráfico 2.17 El comercio de servicios ha crecido más rápidamente que el de bienes



Nota: El comercio mundial se calcula como la media de las exportaciones e importaciones mundiales.
Fuente: OMC (2019).

2005, el crecimiento medio del comercio de servicios ha sido de aproximadamente 1 punto porcentual, esto es, un 17% más que el crecimiento medio del comercio de bienes. Este crecimiento aumenta el acceso de las trabajadoras al comercio. La terciarización está impulsada en parte por los cambios demográficos, que aumentan la demanda de servicios relacionados con la salud en los países desarrollados y con la educación en los países en desarrollo. Además, es promovida por los avances tecnológicos que requieren nuevas competencias, lo que aumenta aún más la demanda de servicios relacionados con la educación. Por tanto, el crecimiento del comercio de servicios es particularmente rápido en estos dos sectores que cuentan con una gran proporción de empleo femenino, aunque tradicionalmente han tenido una menor intensidad comercial (OMC, 2019).

La terciarización también amplía el acceso a los beneficios del comercio para las mujeres que no pertenecen al sector de servicios. Como el valor de los productos manufacturados y agropecuarios depende cada vez más de los insumos de servicios, el trabajo en las empresas manufactureras ha pasado de tareas físicamente exigentes (que suelen ser realizadas mayoritariamente por hombres) a tareas más creativas y abstractas.

La terciarización fomenta el espíritu empresarial femenino

Aunque el papel de liderazgo de las mujeres en las empresas sigue siendo, en general, reducido en todo el mundo, los recientes estudios empíricos indican que el panorama es más prometedor en los servicios que en la industria. La proporción de empresas de propiedad femenina y dirigidas por mujeres es, en promedio, mayor en el sector de servicios que en el de la industria manufacturera, una tendencia que prevalece en todas las regiones del mundo (gráfico 2.18) (OMC, 2019).

La proporción de empresas de propiedad femenina y dirigidas por mujeres ha aumentado a medida que aumenta el costo de la discriminación y que los países abordan progresivamente las desigualdades de género (Lan y Shepherd, 2018). La mayor proporción de esas empresas en el sector de los servicios se debe probablemente a que las barreras de entrada para las mujeres

son menores en el sector de servicios que en el de la industria manufacturera. En el sector de servicios, la proporción media de empresas dirigidas por mujeres es mayor en el comercio minorista, seguido del turismo, el transporte y los servicios relacionados con las TIC. El sector con el porcentaje más bajo de empresas dirigidas por mujeres es el de los servicios de construcción.

El hecho de que la proporción de comercio de las empresas propiedad de mujeres sea relativamente mayor en el sector de servicios que en el sector manufacturero se explica por los menores requisitos de capital y garantías para crear una empresa que existen en el sector de servicios en comparación con el sector manufacturero. El costo de financiación y almacenamiento de existencias es menor en la mayoría de las industrias de servicios. Por tanto, el predominio de las mipymes en el sector de servicios favorece ampliamente la propiedad femenina, ya que las empresas propiedad de mujeres suelen ser más pequeñas que las pertenecientes a hombres.

Dado que la brecha de género en la exportación es menor en el sector de servicios que en el sector manufacturero, la transición estructural de la manufactura a los servicios debería beneficiar relativamente más a las mujeres empresarias. Además, el tamaño de la empresa suele ser menos importante para la exportación de servicios que para la industria manufacturera, según indican datos de mipymes francesas. Por tanto, los factores por los que el tamaño de las empresas de propiedad femenina suele ser más pequeño que el de las de propiedad masculina tienden a ser menos restrictivos en los servicios que en la manufactura (Carranza, Dhakal y Love, 2018; Coste y Dihel, 2013; Lan y Shepherd, 2018; Lejarraga *et al.*, 2014; OMC, 2019).

La terciarización y el comercio de servicios benefician a las mujeres consumidoras y responsables de la toma de decisiones

La liberalización del comercio y de las inversiones en el sector terciario puede mejorar y ampliar el acceso a una gran cantidad de servicios al productor importados de menor precio y mayor calidad, como el transporte, la energía, las telecomunicaciones,

Gráfico 2.18 La proporción de empresas dirigidas por mujeres es mayor en el sector de servicios que en el sector manufacturero



Fuente: Lan y Shepherd (2018), y basado en las encuestas de empresas del Banco Mundial.

la financiación, la sanidad y la educación. Es probable que este acceso beneficie a las mujeres consumidoras más que a los hombres, ya que puede ayudarlas a superar los obstáculos expuestos anteriormente en el capítulo con respecto al acceso a la financiación o a las tecnologías digitales.

Una mayor competencia en el sector financiero aumenta el acceso al crédito con tipos competitivos. La mejora de los servicios de transporte e infraestructura puede beneficiar a las mujeres que tienen menos acceso al transporte privado y están a menudo más alejadas de los mercados, en particular las agricultoras de las zonas rurales. Los beneficios también son aplicables a los servicios al consumidor. Se ha demostrado que la entrada en el mercado de minoristas extranjeros mejora considerablemente el bienestar del hogar medio, sobre todo gracias a la reducción del costo de la vida. Puesto que los hogares encabezados por una mujer suelen gastar una mayor parte de sus ingresos en alimentos y artículos de comercio al por menor (véase *supra* en el capítulo), es probable que se beneficien más de la importación de servicios al consumidor (Atkin, Faber y González-Navarro, 2018).

Además, los efectos positivos del empleo formal creado por el comercio de servicios no se limitan a los ingresos financieros. Al aumentar la actividad económica y la independencia financiera de las mujeres, el comercio de servicios puede permitirles una mayor participación en la toma de decisiones económicas en el hogar. Los datos de la India muestran que las mujeres no solo han tenido mejores perspectivas de empleo, sino que también han aumentado su nivel educativo y han retrasado el matrimonio y la maternidad gracias a las oportunidades de trabajo en la industria de externalización de procesos empresariales y a la liberalización de los servicios en general (Jensen, 2012; Nano *et al.*, 2019).

Oportunidades que ofrecen las CVM para la participación de las mujeres en el comercio

Las CVM son ahora un componente importante de la economía mundial y ofrecen a las mujeres distintas oportunidades de participar en el

comercio internacional. Las cadenas de valor están constituidas por todas las personas y las actividades que intervienen en la producción de un bien o un servicio, y las actividades conexas de suministro, distribución y postventa. Estas actividades suelen realizarse en diferentes etapas que tienen lugar en distintos países gracias a los progresos en materia de información, comunicación y transporte, así como a la eliminación de los obstáculos al comercio.

La primera fase del desarrollo de las CVM, en los años noventa, estuvo acompañada de una alta participación de las mujeres, lo que dio lugar a teorías sobre la feminización del comercio. Sin embargo, en la segunda fase, esta participación fue muy inferior. Es fundamental comprender qué ha impulsado estas tendencias divergentes para entender mejor qué respuestas de política son necesarias para asegurar que las mujeres sigan teniendo la oportunidad de participar en las CVM. También ayudará a los Gobiernos a diseñar políticas que aseguren la resiliencia de las mujeres en un mundo post-COVID-19, en el que las trabajadoras han sido más vulnerables a los efectos de la pandemia en las CVM (véase el recuadro 2.7).

Las CVM generan más empleo y mayores salarios para las trabajadoras

La primera ola de participación en las CVM, centrada en el sector de las manufacturas ligeras y el sector agropecuario, parece haber impulsado el empleo femenino en los países en desarrollo. Las empresas recurrieron a las grandes bolsas de trabajadoras desempleadas (Barrientos, 2014; Kucera y Tejani, 2014; Pickles y Godfrey, 2012; Seguino, 2000). Gracias a las industrias que participan en CVM, muchas mujeres de economías en desarrollo tuvieron la primera oportunidad de pasar de un trabajo informal o a un empleo asalariado (Dolan y Sorby, 2003; Maertens y Swinnen, 2009; Pickles y Godfrey, 2012).

Las CVM de producción de prendas de vestir, horticultura y floricultura han sido importantes generadoras de empleo, de modo que en la industria de prendas de vestir por sí sola las mujeres representan entre el 60% y el 80% de la fuerza de trabajo (Barrientos, 2014; Christian,

Recuadro 2.7 Consecuencias de la COVID-19 para las trabajadoras en las cadenas de valor mundiales del sector manufacturero

La COVID-19 entrañó una fuerte caída del comercio en los sectores manufactureros asociados a una elevada participación en las cadenas de valor mundiales

La actual pandemia de COVID-19 ha provocado una doble perturbación en la oferta y la demanda a nivel mundial que afecta a la producción, el consumo y el comercio, ya que los Gobiernos están imponiendo medidas de cuarentena y

de distanciamiento social para reducir la propagación del coronavirus. El cierre de fábricas en China provocó, en un principio, una caída de la oferta de productos de exportación, acompañada de una perturbación de la demanda en los grandes mercados de consumo. Los consumidores han reducido sus gastos al perder su empleo, al ver reducidos sus ingresos o al temer por la estabilidad de sus empleos e ingresos (Muellbauer, 2020). En marzo de 2020,

Gráfico B2.7.1 La disminución de las importaciones estadounidenses fue acusada en muchos sectores manufactureros que participan de manera intensiva en las CVM, primer trimestre de 2020



Nota: El crecimiento de las importaciones se calcula sobre la base del valor de las importaciones del sector entre enero y marzo de 2020 en relación con el valor durante el mismo período de 2019. CVM = cadena de valor mundial; n.c.p. = no clasificado en otra parte.

Fuente: Cálculos del personal del Banco Mundial a partir de los datos mensuales sobre las importaciones estadounidenses de mercancías tomados de la Oficina del Censo de los Estados Unidos.

los gastos de consumo personales en los Estados Unidos disminuyeron un 7,5% en relación con el mes anterior (Oficina de Análisis Económico de los Estados Unidos).

La crisis también ha afectado a la demanda de bienes de consumo, que suelen producirse en CVM. Aunque, durante el primer trimestre de 2020, las importaciones a los Estados Unidos se redujeron en la mayoría de los sectores manufactureros, varios sectores que participan de manera intensiva en las CVM se vieron más afectados (gráfico B2.7.1). Se registró una disminución de entre el 10% y el 12% en todas las importaciones de cueros y calzado; prendas de vestir; productos de radio, televisión y comunicaciones; textiles; equipo de transporte; muebles; y maquinaria y equipo. Varios de estos sectores manufactureros — en particular, los de las prendas de vestir, el calzado y la electrónica— también se caracterizan por tener una alta proporción de mano de obra femenina en los países en desarrollo y emergentes.

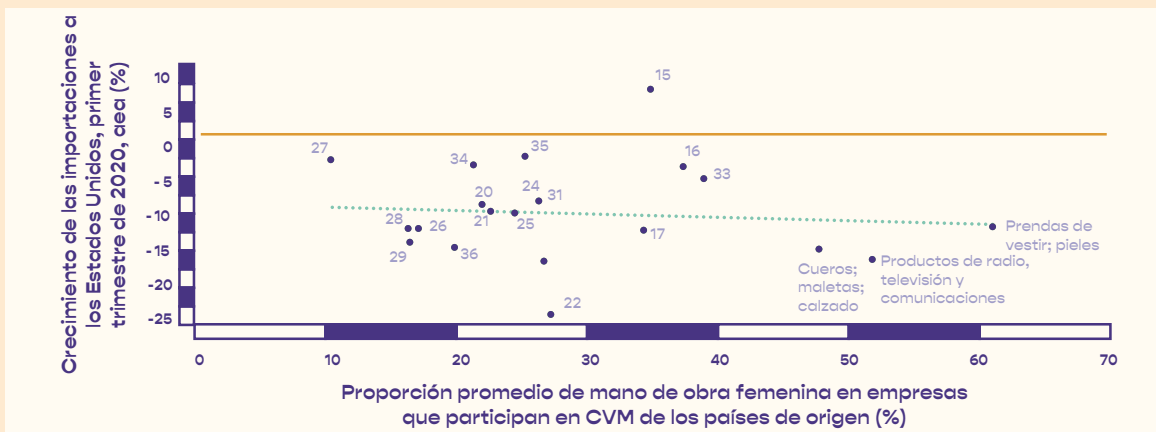
Las perturbaciones comerciales derivadas de la COVID-19 exponen a las mujeres de los países en desarrollo a un riesgo mayor

Dado que las mujeres que trabajan en las CVM ocupan un porcentaje desproporcionado de empleos menos cualificados con salarios bajos, pueden ser especialmente vulnerables a las perturbaciones de la demanda y la oferta relacionadas con el comercio. Desde la perspectiva de la demanda, el descenso de las importaciones a los Estados Unidos procedentes de determinados países en desarrollo y emergentes fue ligeramente mayor en sectores que dan empleo a una gran proporción de mujeres en empresas que participan en CVM (gráfico B2.7.2); los tres sectores en los que se hace un mayor uso intensivo de mano de obra femenina —prendas de vestir; productos de radio, televisión y comunicaciones; y cueros y calzado— experimentaron una fuerte caída de las importaciones a los Estados Unidos procedentes de estos países.



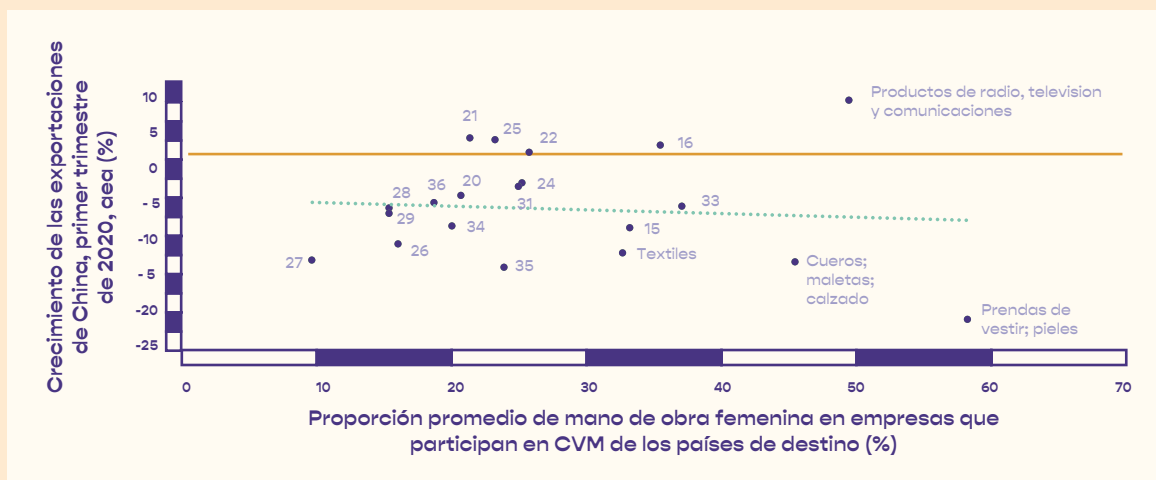
Fotografía: ©Sk Hasan Ali/Shutterstock.com. Uso autorizado; se requiere autorización adicional para volver a utilizar la imagen.

Gráfico B2.7.2 Las importaciones a los Estados Unidos de productos manufacturados procedentes de determinados países registraron descensos ligeramente mayores en sectores que emplean a una gran proporción de trabajadoras de CVM en los países de origen, primer trimestre de 2020



Nota: Análisis basado en las importaciones a los Estados Unidos procedentes de determinados países. En el análisis se excluyen el coque y los combustibles, y los alimentos y las bebidas, pero la correlación negativa sigue siendo válida cuando se incluyen. CVM = cadena de valor mundial; aea = año en año.
Fuente: Personal del Banco Mundial.

Gráfico B2.7.3 Las exportaciones chinas de productos manufacturados a determinados países descendieron acusadamente respecto de los insumos de los sectores de las prendas de vestir y del calzado que emplean a una gran proporción de trabajadoras de CVM en los países de destino, primer trimestre de 2020



Nota: En el análisis se excluyen el coque y los combustibles, y los alimentos y las bebidas, pero la correlación negativa sigue siendo válida cuando se incluyen. Análisis basado en las exportaciones de China a determinados países. CVM = cadena de valor mundial; aea = año en año.
Fuente: Cálculos del personal del Banco Mundial basados en los datos mensuales sobre las exportaciones de China obtenidos de la Autoridad Aduanera de China mediante el programa Solución Comercial Integrada Mundial (WITS).

Desde la perspectiva de la oferta, la contracción de las exportaciones de China durante el primer trimestre de 2020 fue acusada con respecto a los insumos de los sectores de las prendas de vestir y el calzado, que dan empleo a una gran proporción de

trabajadoras de CVM en los países de destino (gráfico B2.7.3). La consiguiente escasez de la oferta afectó directamente a la producción de empresas que participan en CVM en países que intervienen en las fases iniciales y las fases posteriores del proceso productivo

Recuadro 2.7 (continuado)

en la cadena de valor y, en última instancia, afectó al empleo femenino. Las exportaciones chinas de prendas de vestir y pieles, cueros y calzado, y textiles disminuyeron entre un 13% y un 22% en comparación con 2019. Tanto las perturbaciones de la oferta como de la demanda afectaron a las trabajadoras del sector de las prendas de vestir, que perdieron un gran número de empleos en Bangladesh y Viet Nam, como ya se ha documentado (Nilsson y Terazono, 2020; Paton, 2020).

La acumulación de tres efectos podría intensificar la posible repercusión negativa de la COVID-19 en las trabajadoras de las CVM. En primer lugar, los efectos directos de las perturbaciones comerciales pueden

penetrar en las cadenas de suministro y afectar más a las mujeres tanto dentro de los países como entre ellos. En segundo lugar, los descensos del comercio también afectan a las mujeres que trabajan en servicios de logística u otros servicios a las empresas incorporados en los bienes y a las mujeres que trabajan en la distribución al por menor en los mercados de consumo. Por último, la vulnerabilidad de las mujeres puede quedar más desprotegida a largo plazo si las grandes empresas deciden trasladar partes de su producción más cerca de los mercados de consumo mayores o automatizar determinadas tareas que permiten ahorrar mano de obra en las cadenas de suministro (Seric y Winkler, 2020).

Evers y Barrientos, 2013; López-Acevedo y Robertson, 2016). En muchas cadenas de valor agropecuarias las mujeres trabajan en las fases iniciales del proceso productivo, realizando labores de producción, elaboración y comercialización nacional a pequeña escala (Grupo Banco Mundial, 2018b). En Papua Nueva Guinea, las mujeres participan directamente

en etapas esenciales de la producción y la elaboración de café y cacao. En cuanto a los productos frescos, las mujeres predominan en la producción, la recolección, la clasificación, el envasado y el transporte a los mercados locales y, en algunos casos, en las primeras etapas del transporte hasta la carretera o a mercados más lejanos (Banco Mundial, 2014b). En Viet

Recuadro 2.8 Empleos e ingresos de las mujeres relacionados con la exportación en Viet Nam

Viet Nam se ha integrado con éxito en la economía mundial y hoy es una de las economías del mundo más abiertas al comercio. Además, la economía vietnamita se ha integrado con éxito en varias CVM, muy particularmente en los sectores de los vehículos automotores, las prendas de vestir, la tecnología de la información y la comunicación, y la agroindustria. Esta integración ha sido importante para el crecimiento económico, la creación de empleo y la mitigación de la pobreza. El aumento de las exportaciones de Viet Nam también ha dado cabida a las mujeres, por lo que se refiere al empleo y los ingresos.

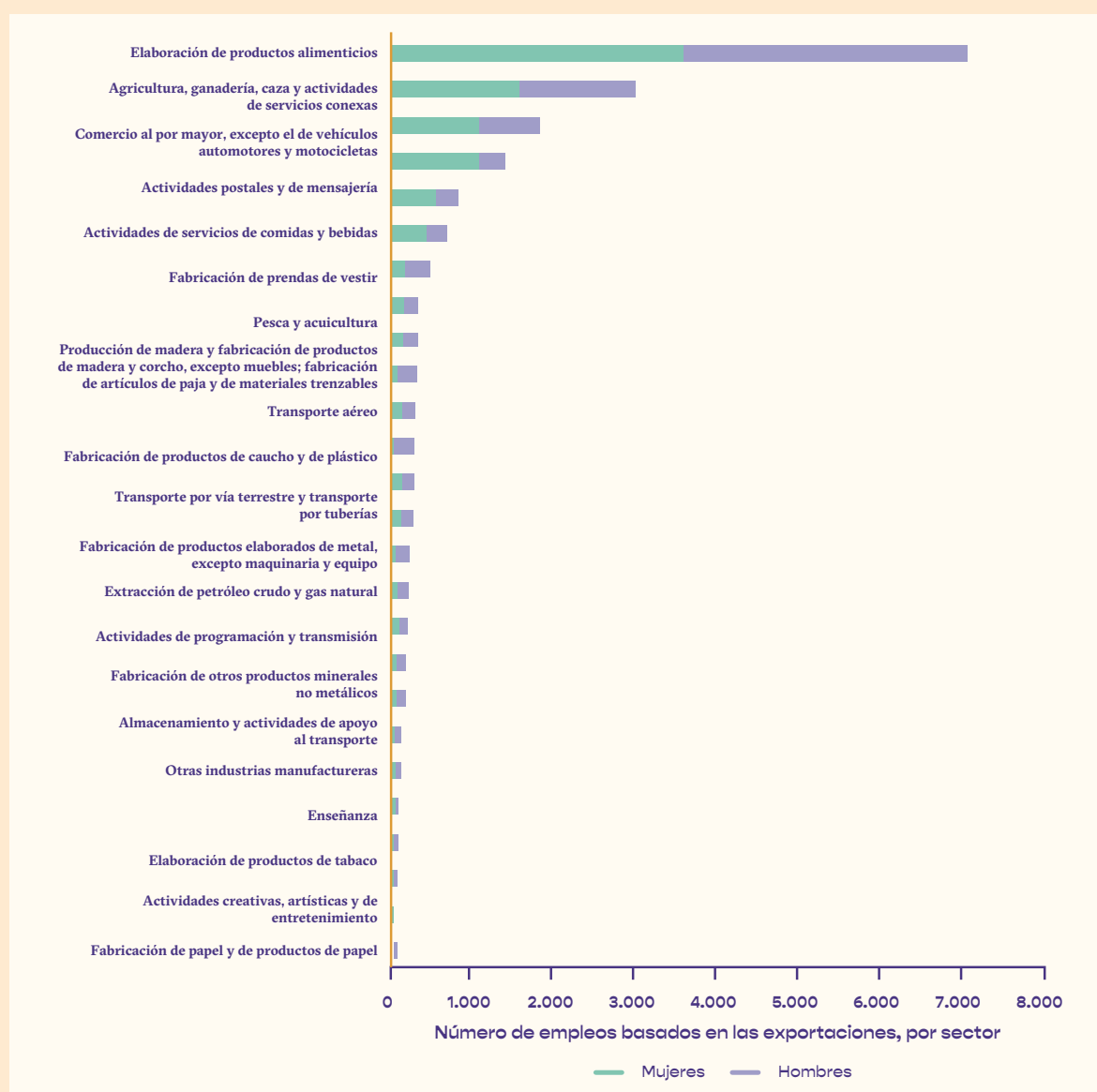
Las actividades de exportación en las que se hace un mayor uso intensivo de mano de obra femenina —medido como la proporción de empleo femenino respecto del total de los empleos relacionados con la exportación— son los servicios: las actividades postales y de mensajería, la enseñanza y los servicios de comidas y bebidas. Las mujeres representan más del 65% de los empleos basados en las exportaciones de estos sectores. En casi un tercio (28%) de los sectores de exportación, la intensidad de empleo femenino es superior al 50%. En la exportación de actividades de transporte terrestre, extracción de minerales metálicos y fabricación de muebles es donde se hace un uso menos intensivo de empleo femenino.

El empleo femenino creció a un ritmo más rápido que el empleo masculino en las provincias vietnamitas donde aumentó la participación en las CVM, sobre todo en los sectores de las prendas de vestir y la electrónica, donde deben montarse manualmente muchas piezas pequeñas. Dentro de las provincias, un aumento de 1 punto porcentual en la proporción de empresas que participan en CVM va acompañado de un aumento del 3,2% en el

empleo femenino y un aumento del 2,1% en el empleo masculino (Banco Mundial, 2019).

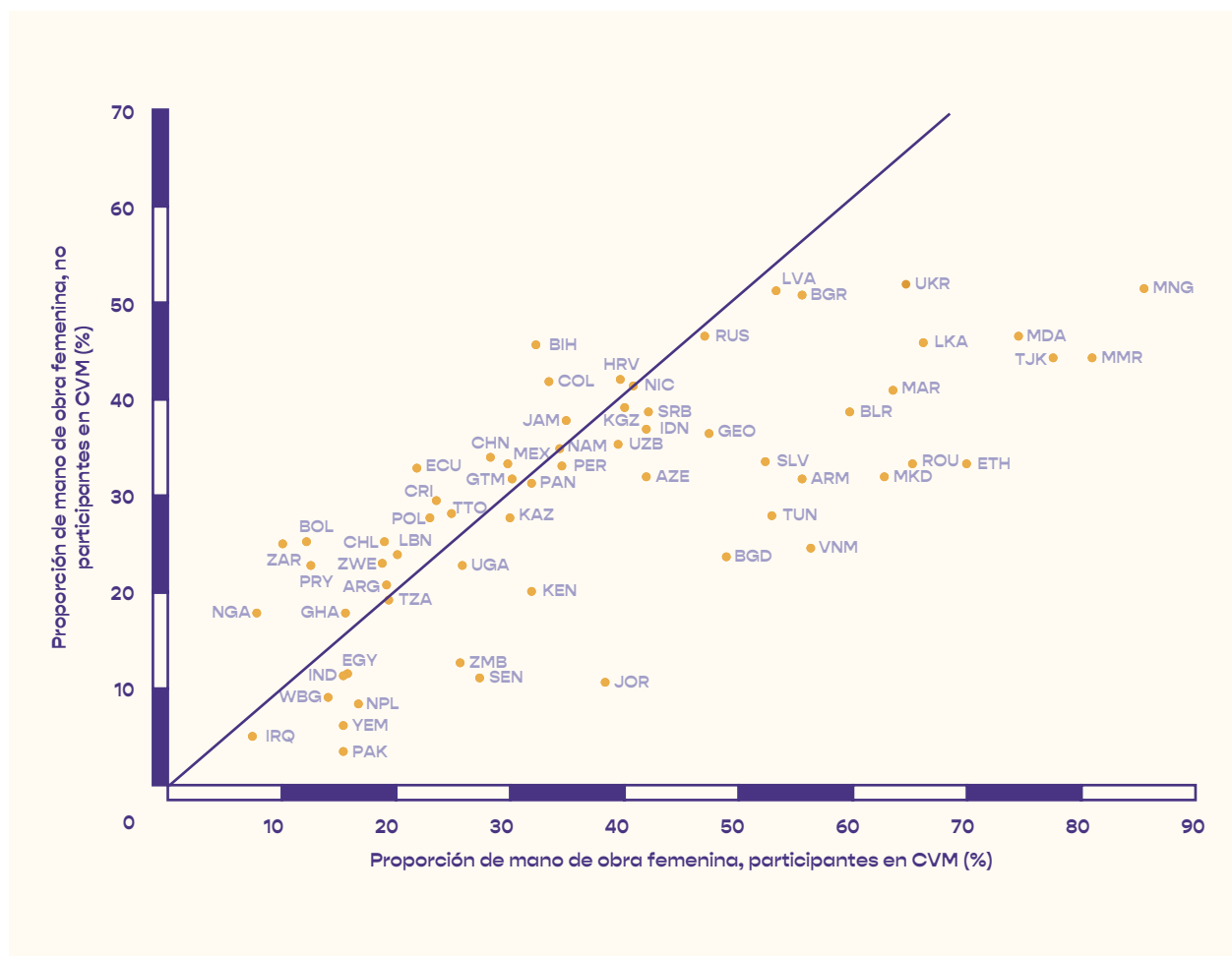
En términos de empleo total, los sectores de exportación más importantes para el empleo femenino en 2012 fueron la elaboración de productos alimenticios y bebidas y la venta al por mayor (gráfico B2.8.1). La agricultura y la ganadería también son importantes para el empleo femenino no cualificado.

Gráfico B2.8.1 Empleo femenino basado en las exportaciones de Viet Nam



Nota: El gráfico muestra el análisis de 2012 basado en los códigos de 2 dígitos de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), Rev.4. Fuente: Hollweg 2017, a partir de cuadros sobre insumos y productos y datos de encuestas sobre la fuerza de trabajo de 2012 de Viet Nam.

Gráfico 2.19 Las empresas que participan en CVM emplean a más mujeres que las empresas que no participan en CVM



Nota: Cada punto representa una observación anual de un país. El eje x representa la proporción ponderada de empleo de trabajadoras respecto del total de trabajadores en las empresas que exportan e importan (participantes en CVM) de cada país y año. El eje y representa la proporción ponderada de empleo de trabajadoras respecto del total de trabajadores en las empresas que no exportan e importan (no participantes). Los códigos de los países se pueden consultar en <https://www.iso.org/obp/ui/#search/code>.
Fuente: Rocha y Winkler, 2019, a partir de datos de las encuestas de empresas del Banco Mundial.

Nam, las cadenas de valor de prendas de vestir y electrónica emplean cada vez más a mujeres (véase el recuadro 2.8). El empleo de mujeres en las CVM no se limita al sector manufacturero. Por ejemplo, en todos los segmentos de la cadena de valor hotelera de Georgia, la participación femenina es elevada (Grupo Banco Mundial, 2017).

Las empresas que tienen más probabilidades de participar en las CVM presentan una mayor intensidad de empleo femenino. En el mundo, las empresas que exportan e importan tienden a emplear a más mujeres que las empresas que no participan en CVM (gráfico 2.19). Las empresas de propiedad extranjera, así como las empresas que exportan o importan, también tienen una mayor

proporción de mano de obra femenina en promedio que las que no lo hacen, pero la relación es más directa respecto de las empresas participantes en CVM. En términos más generales, las empresas que importan y exportan y son de propiedad extranjera suelen tener una mayor proporción de trabajadoras (Shepherd y Stone, 2012).

Los empleos relacionados con las CVM también pueden tener efectos positivos e indirectos en las mujeres a la hora de tomar decisiones. En Bangladesh, por ejemplo, las jóvenes de las aldeas que participan en cadenas de valor textiles se casan y tienen hijos más tarde. Además, las niñas ganan un año y medio de escolaridad (Health y Mobarak, 2015).

La IED relacionada con las CVM suele beneficiar a las trabajadoras

La IED es un aspecto clave de las CVM. Las mujeres pueden beneficiarse del desarrollo de CVM impulsadas por IED, entre otras maneras, por la mejora de las condiciones laborales. La IED puede reducir las brechas de género porque las empresas extranjeras tienen la posibilidad de aplicar su cultura empresarial nacional en las empresas adquiridas. Si las entradas de inversión extranjera proceden de países con brechas de género menos profundas, la transferencia de la cultura empresarial y de los programas de prestaciones pueden reducir dichas brechas en el país receptor.

Datos del Japón indican que las filiales extranjeras que operan en ese país tienen una mayor proporción de empleadas y es más probable que ofrezcan modalidades de trabajo flexible, teletrabajo y ayudas para el cuidado de los hijos que sus equivalentes japonesas (Kodama, Javorcik y Abe, 2018). Datos de China indican además que este efecto se debe a las filiales extranjeras de países con brechas de género menos profundas e incluso constatan efectos secundarios positivos para las empresas de la misma rama de producción o ciudad (Tang y Zhang, 2017). Sin embargo, un estudio sobre Estonia constata que en las multinacionales, como las empresas comerciantes, existe una mayor brecha de género salarial (Vahter y Masso, 2019).

Las propietarias de pequeñas empresas pueden beneficiarse de las CVM

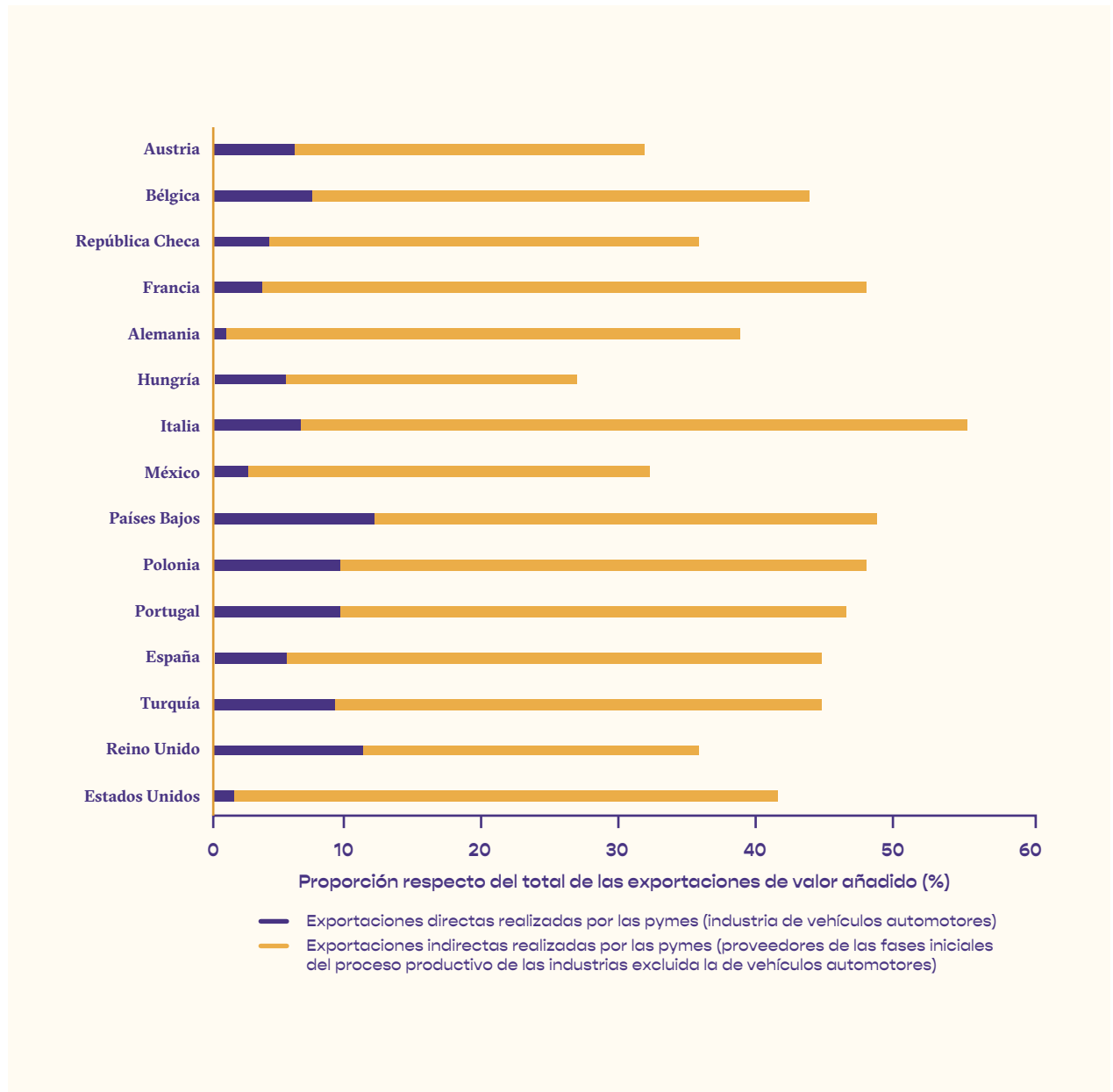
Las CVM permiten a las mipymes propiedad de mujeres acceder indirectamente a los mercados extranjeros mediante el suministro de bienes y servicios a exportadores nacionales, lo que ayuda a reducir los costos fijos de exportación. Las mipymes constituyen una gran parte de la actividad económica tanto en los países desarrollados como en los países en desarrollo y se estima que representan más de la mitad de todo el empleo formal del mundo (OCDE y Grupo Banco Mundial, 2015; OMC, 2016). Dado que las mujeres tienden a dirigir empresas más pequeñas, las CVM pueden serles beneficiosas en particular por medio de la integración de las mipymes en las cadenas de suministro de los países desarrollados y en desarrollo.

Las mipymes participan en las CVM en gran medida contribuyendo de manera indirecta a las exportaciones, más que a través de la exportación directa (gráfico 2.20) (OCDE y Grupo Banco Mundial, 2015). La empresa multinacional estadounidense típica compra más de 3.000 millones de dólares EE.UU. en insumos nacionales a más de 6.000 mipymes, o casi el 25% de los insumos totales comprados por esas empresas (Slaughter, 2013). Unas estimaciones correspondientes a los Estados Unidos muestran que en 2007 la participación de las mipymes en



Fotografía: © fizkes/Shutterstock.com.
Uso autorizado; se requiere autorización adicional para volver a utilizar la imagen.

Gráfico 2.20 Las pymes participan de manera significativa en las CVM a través de exportaciones indirectas y grandes empresas



Nota: Estimaciones para 2009 basadas en la industria de vehículos automotores. pyme = pequeña y mediana empresa.

Fuente: OMC, 2016, a partir de la base de datos de Estadísticas estructurales y demográficas sobre empresas de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos.

las exportaciones aumentó aproximadamente del 28% (en exportaciones brutas) al 41% (en exportaciones de valor añadido) si se tienen en cuenta esas exportaciones indirectas (USITC, 2010).

Las mipymes en los países menos adelantados operan principalmente en la economía informal y su participación en las CVM se concentra en

el sector agropecuario y en las actividades de manufactura y servicios de uso intensivo de mano de obra y muy bajo valor añadido, en el que los costos de entrada son más bajos. En los países de ingreso mediano o más alto, las mipymes operan tanto en el extremo del espectro de actividades de bajo valor añadido como en actividades que exigen mayor cualificación y más especializadas.

La integración en las CVM también ayuda a las mipymes a superar las limitaciones financieras. Como las mujeres hacen frente a mayores restricciones de crédito, la integración es un canal más a través del cual las CVM pueden beneficiar en mucha mayor medida a las mujeres. Datos empíricos recientes revelan que las pymes italianas participan en las cadenas de suministro para sobreponerse a la escasez de liquidez, especialmente las empresas más expuestas al racionamiento del crédito bancario o con relaciones más débiles con los bancos. Los beneficios son aún mayores cuando estas pymes tienen relaciones con interlocutores comerciales importantes e internacionales que pueden proporcionarles créditos mediante, por ejemplo, sistemas de aplazamiento de pago (Minetti *et al.*, 2019).

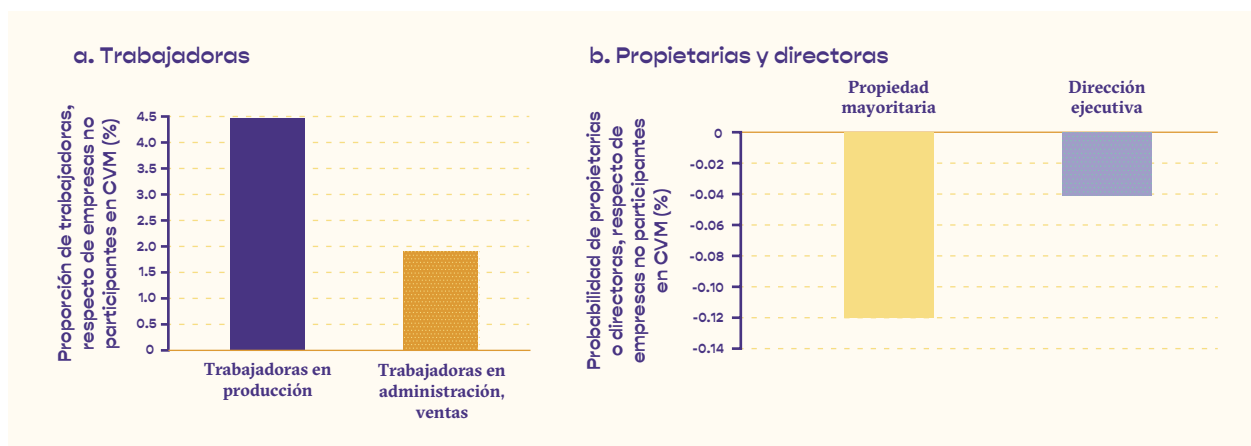
Las CVM ponen en contacto a las pequeñas agricultoras con mercados extranjeros

Al poner en contacto a los pequeños agricultores con las cadenas de valor regionales, las cadenas de valor agropecuarias pueden ayudar a que el desarrollo económico beneficie igualmente a hombres y mujeres. En las cadenas de valor agropecuarias regionales de África

Meridional, tanto el empleo masculino como el femenino es en su mayor parte informal, pero la proporción de mujeres con empleos informales es mayor en comparación con la de los hombres, según datos de Madagascar, Sudáfrica y Zimbabwe. En muchas cadenas de valor agropecuarias las mujeres trabajan en las fases iniciales del proceso productivo, realizando labores de producción, elaboración y comercialización nacional a pequeña escala.

La integración en las cadenas de valor puede ser importante para que cambien los incentivos a la producción de cultivos comerciales al permitir el acceso a mercados extranjeros y el establecimiento de relaciones con grandes empresas que aumentan la disponibilidad de los insumos, como semillas de mayor rendimiento, abonos y plaguicidas. Los insumos de mayor calidad facilitan el cambio a una agricultura comercial, en beneficio de las mujeres que, por lo general, tienen menos acceso a esos insumos (véase el recuadro 2.5). La transición del maíz a la soja en Zambia a través de la integración en las cadenas de valor regionales en África Meridional ejemplifica esa oportunidad. Si bien los grandes agricultores fueron los principales productores de soja en Zambia durante el período 2006-2017, los pequeños propietarios, que en gran parte son

Gráfico 2.21 Las mujeres tienen más probabilidades de trabajar en labores de producción y menos probabilidades de ser propietarias o directoras de empresas que participan en las CVM



Nota: Se entiende por exportador una empresa cuyas exportaciones (directas o indirectas) representan al menos el 10% de las ventas totales. Se entiende por importador una empresa cuyos insumos importados representan al menos el 10% de los insumos totales. Se entiende por participante en las CVM (cadenas de valor mundiales) una empresa clasificada como exportadora e importadora. El panel a representa el coeficiente de las estimaciones de la proporción de mano de obra femenina (trabajadoras dedicadas a la producción y no dedicadas a la producción) de una variable binaria si la empresa participa en las CVM teniendo en cuenta la intensidad de capital, las ventas y la productividad total de los factores, así como los efectos fijos de país-sector, región subnacional y año. El panel b representa el coeficiente de las estimaciones de si una empresa es de propiedad mayoritariamente femenina o tiene una directiva ejecutiva de una variable binaria si la empresa participa en las CVM teniendo en cuenta los efectos fijos de país-sector, región subnacional y año.

Fuente: Rocha y Winkler, 2019, a partir de datos de las encuestas de empresas del Banco Mundial.

mujeres, aumentaron enormemente su producción y pasaron a representar aproximadamente el 43% de la producción total en 2017, frente a menos del 5% de mediados de la década de 2000.

El ascenso en las CVM puede beneficiar a las mujeres que trabajan en estas cadenas

Muchos países en desarrollo esperan ascender en las CVM pasando a realizar actividades de alto valor añadido. Dadas las brechas de género existentes en estos segmentos, este cambio podría tener consecuencias para la participación de las mujeres.⁸ Según el análisis de género, en general, a medida que los países hacen ascender sus economías a segmentos industriales de alta tecnología y con un uso intensivo del capital para el mercado de exportación, la intensidad de mano de obra femenina tiende a disminuir.⁹ Esta pauta refleja que las mujeres suelen trabajar en componentes de las cadenas de valor que se encuentran en las fases iniciales del proceso productivo y que tienen menos valor añadido. Se da una relación positiva entre la participación en las CVM y la proporción de mano de obra femenina en empleos de producción (gráfico 2.21, panel a), mientras que los hombres tienden a predominar en los empleos de segmentos más técnicos y en la propiedad y la dirección de las CVM (gráfico 2.21, panel b).

Varios factores contribuyen a que se dé esta tendencia. Por ejemplo, en el caso de los centros de llamadas de la República Árabe de Egipto, el acceso limitado a la educación, la formación, las promociones y las redes hace difícil que las mujeres puedan beneficiarse de la creciente demanda de capacidades técnicas más avanzadas (Ahmed, 2013). El ascenso en los productos en esferas que requieren capacidades técnicas más avanzadas dificulta el progreso de las mujeres debido a las diversas limitaciones que afrontan. Aunque, en general, la concentración de mujeres en los centros de llamadas de Egipto es elevada, estas se ocupan en su mayor parte de actividades de menor valor, en una proporción del 40% al 69%. En las esferas más calificadas de la cadena de valor de los centros de llamadas, la proporción del empleo femenino se reduce a un porcentaje del 10% al 38%.

Los ejemplos de Costa Rica y la República Dominicana, sin embargo, ponen de manifiesto que esta tendencia no tiene por qué darse siempre. El ascenso en el sector de los dispositivos médicos no perjudicó a la participación femenina y dio lugar a empleos de mejor calidad. La entrada en el sector de los dispositivos médicos y otros sectores de alta tecnología desde sectores de bajo valor como el de las prendas de vestir y el agropecuario ha permitido beneficiarse de mayores ingresos de exportación. Mientras que los sectores de las prendas de vestir y agropecuario se caracterizan por una alta intensidad de mano de obra femenina, pero con empleos de baja calidad y mal pagados, las CVM de dispositivos médicos permitieron crear empleos mejores para las mujeres en las industrias exportadoras con salarios más altos y una mayor seguridad laboral en una industria que recibe unos ingresos de exportación muy superiores (recuadro 2.9).

En los países especializados en etapas más sofisticadas de las CVM, la discriminación jurídica y la desigualdad de género general es menor (gráfico 2.22; y véase el gráfico 1.3). Aunque se trata solo de una correlación, esta conclusión podría indicar que el ascenso en las CVM da lugar a una mayor demanda de trabajadores cualificados. Por lo tanto, la discriminación por razón de género resulta más costosa, porque limita artificialmente la oferta de personal cualificado en la economía.

Oportunidades que ofrece la tecnología digital para la participación de las mujeres en el comercio

La tecnología digital aporta al comercio mundial fuerzas transformadoras que pueden beneficiar a las mujeres. Las tecnologías digitales pueden empoderar a las mujeres social y económicamente creando nuevos empleos y oportunidades empresariales, eliminando los obstáculos al comercio que afrontan las mujeres, mejorando el acceso a la financiación y la educación, liberando tiempo para las mujeres y dando a las mujeres más voz y poder.

Las propietarias de empresas tienen más dificultades que los propietarios de empresas

para acceder a los servicios de apoyo que necesitan para crecer, como el acceso a las redes, la formación, la financiación y los mercados (ITC, 2017; OMC, 2018). Las tecnologías digitales, como las plataformas de comercio electrónico, tienen la posibilidad de subsanar esta brecha, al acercar a las mujeres productoras y comerciantes a los mercados, ofrecer a las consumidoras una mayor variedad de productos a costos más bajos y facilitar el préstamo a las empresarias. Las tecnologías digitales, como las plataformas en línea, pueden mejorar la educación de las mujeres y lograr que aprovechen sus ventajas comparativas y superen varios obstáculos presentes en los modos tradicionales de comercio. Concretamente, las tecnologías aumentan la participación de las mujeres en

el comercio reduciendo el costo del comercio, abriendo nuevas oportunidades al comercio de servicios, posibilitando que las mujeres aprovechen sus capacidades y facilitando el acceso de las mujeres a la financiación. Las nuevas tecnologías también aumentan la demanda de mujeres cualificadas y reducen las limitaciones de tiempo y de movilidad.

Las tecnologías digitales empoderan a las propietarias de empresas

La tecnología reduce los costos de información y operativos relacionados con el comercio transfronterizo. El acceso más fácil a la información sobre el mercado mediante una

Recuadro 2.9 El empleo femenino y el ascenso en la cadena de valor mundial de dispositivos médicos en Costa Rica y la República Dominicana

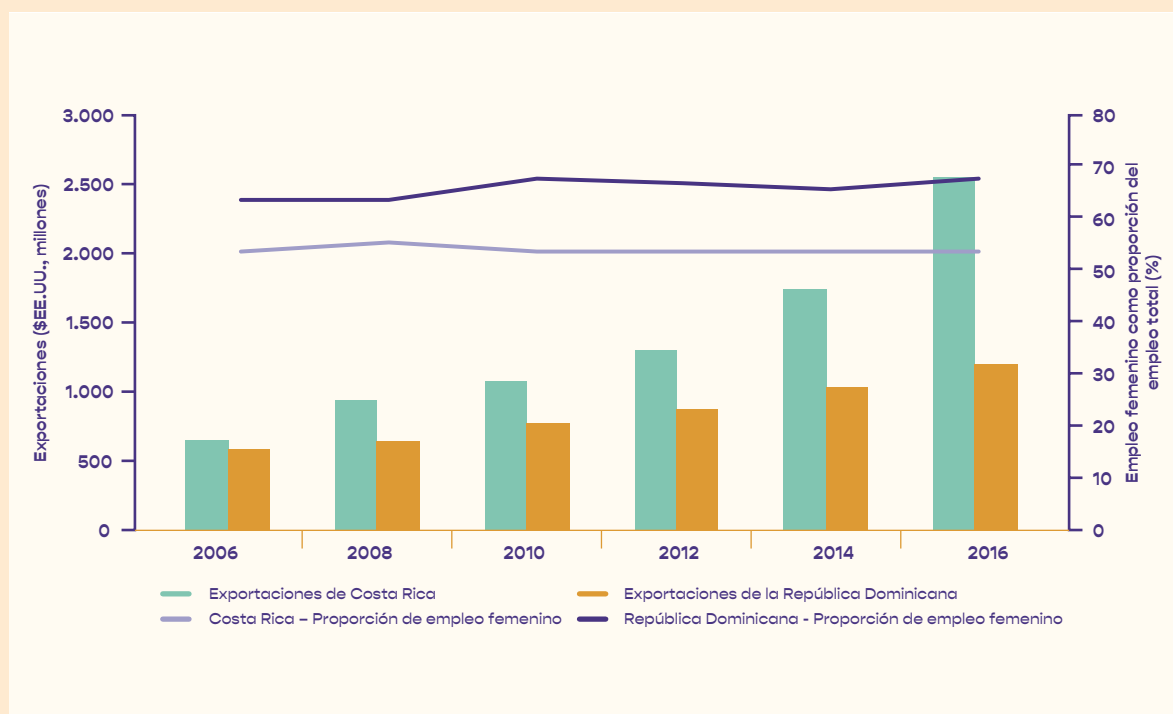
La industria de dispositivos médicos es un sector manufacturero de alta tecnología y alto valor que ofrece empleos bien remunerados. La fuerza de trabajo está compuesta por trabajadores cualificados y semicualificados que ocupan puestos fijos en las empresas, a diferencia de los contratos laborales que se observan en otras industrias (Bamber y Hamrick, 2019). La calidad de la fuerza de trabajo es fundamental en la globalización de la industria y se ha determinado que el capital humano es, en algunos casos, el factor más importante para elegir el emplazamiento del sector (Kimelberg y Nicol, 2012).

La experiencia de Costa Rica y la República Dominicana muestra cómo puede evolucionar la dinámica de género en esta cadena de valor mundial. Cada uno de estos países es un productor emergente en la industria, aunque con más de 10 años de experiencia. Además, cada país está creciendo y ascendiendo a nuevas actividades de la cadena de valor, categorías de productos o ambas cosas.

Las mujeres representan más de la mitad de los trabajadores del sector, tanto en Costa Rica como en la República Dominicana, una proporción considerablemente superior a su participación en el sector manufacturero en su conjunto y en las zonas de elaboración para la exportación. Estos empleos predominantemente femeninos son también empleos bien remunerados, pese a que se encuentran principalmente en etapas de producción. Son sostenibles y se caracterizan por tener contratos de larga duración, fijos y con salarios superiores a los medios.

Es importante señalar que ambos países han mantenido niveles elevados de participación femenina en el tiempo, junto con un aumento considerable de las exportaciones y de los salarios (gráfico B2.9.1). A nivel global, los salarios aumentaron un 78% en Costa Rica (entre 2005 y 2011) y, en la República Dominicana, un 27% en el caso de los puestos de producción y un 30% en el de los puestos técnicos (entre 2006 y 2016) (calculado en dólares de los Estados Unidos actuales). El incremento medio de los salarios por los primeros inversores en

Gráfico B2.9.1 Participación femenina sólida y sostenible en las CVM de dispositivos médicos



Nota: CVM = cadena de valor mundial.

Fuente: Bamber y Hamrick 2019, a partir de datos de CNFZE, PROCOMER y la base de datos Comtrade de las Naciones Unidas.

la República Dominicana fue aún más acusado, 94% y 47%, respectivamente. Entre 2006 y 2016, las exportaciones del sector procedentes de Costa Rica y la República Dominicana crecieron un 296% y un 131%, respectivamente.

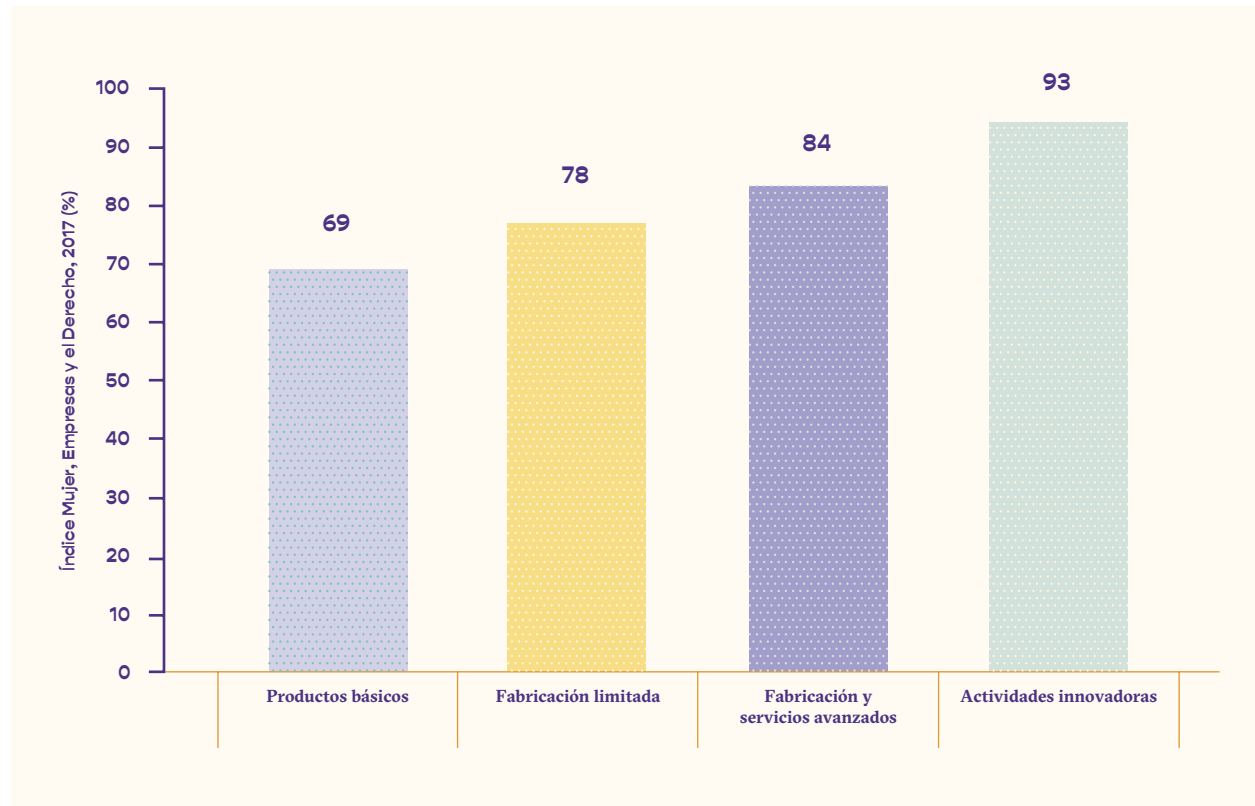
La participación femenina se ha mantenido estable a medida que el sector ha ido ascendiendo en productos nuevos de mayor valor, aunque varía según los segmentos de la cadena de valor. La mayor proporción de crecimiento de las exportaciones y creación de empleo femenino se registró en las empresas de montaje multinacionales de gran escala, mientras que los pequeños inversores y los fabricantes de componentes tendieron hacer un uso menos intensivo de mano de obra femenina comparativamente. La intensidad de mano de obra femenina varía según las categorías de productos específicos de estas industrias, de modo que los productos terapéuticos más

sofisticados ofrecen más oportunidades a las mujeres que los dispositivos médicos desechables.

En el caso de Costa Rica, el análisis de datos a nivel de empresa confirma el aumento de la participación femenina, a medida que se ascendía de los dispositivos desechables (por ejemplo, catéteres) a instrumentos médicos y dispositivos terapéuticos más sofisticados. A nivel global, la intensidad de mano de obra femenina aumentó a medida que aumentó la sofisticación de los productos en 2011, siendo del 51% en el caso de los dispositivos desechables frente al 52% en el caso de los instrumentos y al 59% en el caso de los productos terapéuticos.

Las políticas con perspectiva de género de ambos países en materia de acceso a la educación y los sistemas de permisos de maternidad favorables han contribuido a la participación actual de las mujeres.

Gráfico 2.22 Los países en los puntos más altos del recorrido de ascenso en las CVM dan muestras de una mayor igualdad jurídica



Nota: CVM = cadena de valor mundial.

Fuente: Cálculos del personal del Banco Mundial basados en las definiciones de los grupos de clasificación de las CVM presentados en Banco Mundial, 2019, y los datos del índice Mujeres, Empresas y el Derecho.

tecnología sencilla, como los teléfonos móviles, puede reducir las diferencias regionales de precios en los países en desarrollo, especialmente en los mercados agropecuarios (Aker y Mbiti, 2010; Bernard *et al.*, 2007). Es probable que este mayor acceso beneficie a las empresarias porque a menudo tiene menos movilidad y, por lo tanto, es más probable que deban pagar precios más altos en mercados lejanos. Las tecnologías más sofisticadas, como las plataformas de comercio electrónico, reducen drásticamente los costos poniendo en contacto a compradores y vendedores, y los sistemas de calificación en línea y las soluciones de pago electrónico avivan la confianza entre compradores y vendedores (Ba y Pavlou, 2002; Resnick y Zeckhauser, 2002). Las soluciones digitales que eliminan la necesidad de interacciones presenciales en el comercio pueden ayudar a reducir las dificultades que afrontan las propietarias de

empresas, como las limitaciones de movilidad, la discriminación e incluso la violencia. Gracias a Internet, más mipymes pueden comerciar en línea al ser menores los costos de constitución de las empresas, lo que beneficia en mucha mayor medida a las mujeres. Al posibilitar que las mujeres obtengan información sobre el mercado de manera más oportuna y rentable, los métodos digitales brindan a las mujeres la posibilidad de acceder a oportunidades internacionales pese a las limitaciones de movilidad derivadas del mayor número de obligaciones familiares que recae sobre ellas (Martin y Wright, 2005).

Las tecnologías digitales son fundamentales para obtener información sobre el mercado internacional y promover el crecimiento de las pequeñas empresas mediante la internacionalización, y su efecto es aún mayor en los grupos de empresarios tradicionalmente

desfavorecidos, como las mujeres (Pergelova *et al.*, 2019). Las infraestructuras digitales tienen un efecto democratizador en las empresarias que quieren ampliar sus negocios a nivel internacional. Aunque no pueden eliminarla, las plataformas en línea pueden reducir la discriminación por razón de género. Las mujeres que realizan ventas en eBay reciben por término medio unos 80 centavos por cada dólar que recibe un hombre por la venta del mismo producto nuevo y 97 centavos por la venta del mismo producto usado, una brecha que, aun siendo menor que la que existe en las ventas presenciales, es significativa (Kricheli-Katz y Regev, 2016). Los datos cualitativos también indican que las mujeres se sirven de la ventaja del anonimato de los mercados en línea para eludir la discriminación. Hasta un tercio de las mujeres trabajan en línea con un seudónimo que no revela su género (Hiperwallet 2017).

Algunos datos muestran que las propietarias de empresas tanto en el comercio de mercancías como de servicios están más presentes en línea que en empresas tradicionales ya sea en las economías desarrolladas o en las economías en desarrollo. Por ejemplo, una encuesta de exportadores de las islas del Pacífico realizada en 2015 reveló que las empresas que desarrollaban actividades en línea tenían una mayor concentración de mujeres de menos de 45 años en cargos ejecutivos que las empresas que no desarrollan actividades en línea (DiCaprio y Suominen, 2015). En términos más generales, se ha constatado que la proporción de empresas propiedad de mujeres que desarrolla actividades en el comercio electrónico transfronterizo duplica la proporción que desarrolla actividades en el comercio presencial. En el caso de África, el 75% de las empresas que comercian exclusivamente de manera electrónica son propiedad de mujeres (ITC, 2017). Etsy (2017), una plataforma de comercio creativo, comunicó que el 86% de sus vendedores en los Estados Unidos son mujeres y que suelen ser más jóvenes que el empresario tradicional. En Alibaba, una plataforma china de comercio electrónico, más de la mitad de todas las tiendas en línea son propiedad de mujeres (recuadro 2.10). En comparación, solo el 17,5% de las pequeñas empresas de China tienen una directiva ejecutiva y la cifra global es del 18,6%.¹⁰ Airbnb (2017), el mercado en línea de servicios de alojamiento, estima que tiene más

de 1 millón de anfitrionas, lo que representa el 55% de la comunidad mundial de anfitriones.

En una reciente encuesta realizada por el Banco Mundial en colaboración con NexTrade, también se ha puesto de manifiesto que las diferencias entre las empresas de comercio electrónico dirigidas por hombres y las dirigidas por mujeres con respecto a la participación en las exportaciones tienden a ser menores que las diferencias en las empresas que no desarrollan actividades en línea (recuadro 2.11).¹¹ En el caso particular de las empresas encuestadas en Asia Meridional y Asia Sudoriental, las empresas dirigidas por mujeres tenían incluso más probabilidades de exportar que las empresas dirigidas por hombres.

La tecnología puede reducir las limitaciones relacionadas con el comercio que afectan a las mujeres

Las limitaciones en el acceso a la financiación y la educación, así como las limitaciones jurídicas, frenan la participación de las mujeres en el comercio, como se indica en la primera sección del presente capítulo. Las nuevas tecnologías pueden ayudar a salvar las brechas de género en materia de financiación y educación y abordar los obstáculos jurídicos de diversas formas y beneficiar así a las mujeres en cuanto que trabajadoras, consumidoras y responsables de la toma de decisiones.

Los adelantos tecnológicos, como el dinero móvil, las plataformas digitales que sirven de punto de contacto entre las empresas emergentes y los proveedores de servicios financieros, y las tecnologías emergentes, como las cadenas de bloques, pueden ayudar a las mujeres a superar los obstáculos que afrontan para acceder a la financiación. En los países en desarrollo, por ejemplo, los teléfonos móviles pueden reducir drásticamente los costos de envío y recepción de dinero, una cuestión importante para los agricultores y comerciantes en zonas rurales (Aker *et al.*, 2016). En este contexto, en un estudio realizado sobre Kenya, se estimó que la expansión de un sistema de dinero móvil ayudó a que unas 185.000 mujeres cambiaran sus ocupaciones en la agricultura de subsistencia por negocios o la venta al por menor (Suri y Jack, 2016).

Recuadro 2.10 La plataforma de comercio electrónico en línea ofrece a las mujeres nuevas oportunidades comerciales

Alibaba Group, que tiene su sede en China, es la mayor empresa de comercio minorista del mundo. Las plataformas de Alibaba cuentan con más de 7 millones de pequeñas empresas registradas. De estas empresas que desarrollan actividades en las plataformas, más de la mitad (50,79%) están dirigidas por mujeres.

Algunos análisis preliminares sobre las empresas dirigidas por mujeres en Alibaba revelan que i) la proporción de empresas dirigidas por mujeres es mayor en las plataformas de comercio electrónico que en los negocios que no se desarrollan en línea; ii) las empresas dirigidas por mujeres son, en promedio, más pequeñas que las empresas dirigidas por hombres, pero el promedio de ventas de las empresas dirigidas por mujeres es superior al promedio de ventas de las empresas dirigidas por hombres por lo que respecta a las grandes empresas en línea; iii) las empresarias obtienen mejores resultados en sectores de productos muy diferenciados, como los cosméticos, las prendas de vestir, los comestibles y los productos para bebés; y iv) es menos probable que las mujeres

pidan dinero a través de micropréstamos, pero es más probable que los reembolsen.

La proporción de empresarias es mayor en las pequeñas empresas y las microempresas, y es relativamente inferior en las grandes empresas (cuadro B2.10.1). Por contra, aunque el promedio de ventas de las empresas dirigidas por mujeres es superior en las grandes empresas, obtienen unos ingresos medios por venta inferiores en las empresas más pequeñas. Esta tendencia puede deberse al hecho de que es más probable que las mujeres abran una tienda en línea como empleo a tiempo parcial, lo que supone un obstáculo para la ampliación de sus negocios.

Las empresas en línea dirigidas por mujeres se concentran en sectores y grupos de productos específicos (gráfico B2.10.1): el 66,88% de las empresas que venden productos cosméticos están dirigidas por una mujer y la proporción de empresas dirigidas por mujeres es del 60,44% en el caso de los productos para bebés, el 54,29% en el de las prendas de vestir, el 51,97% en el de la joyería y los accesorios, el 51,85% en el de los comestibles y el 51,19% en el de las bolsas, el calzado y las maletas.

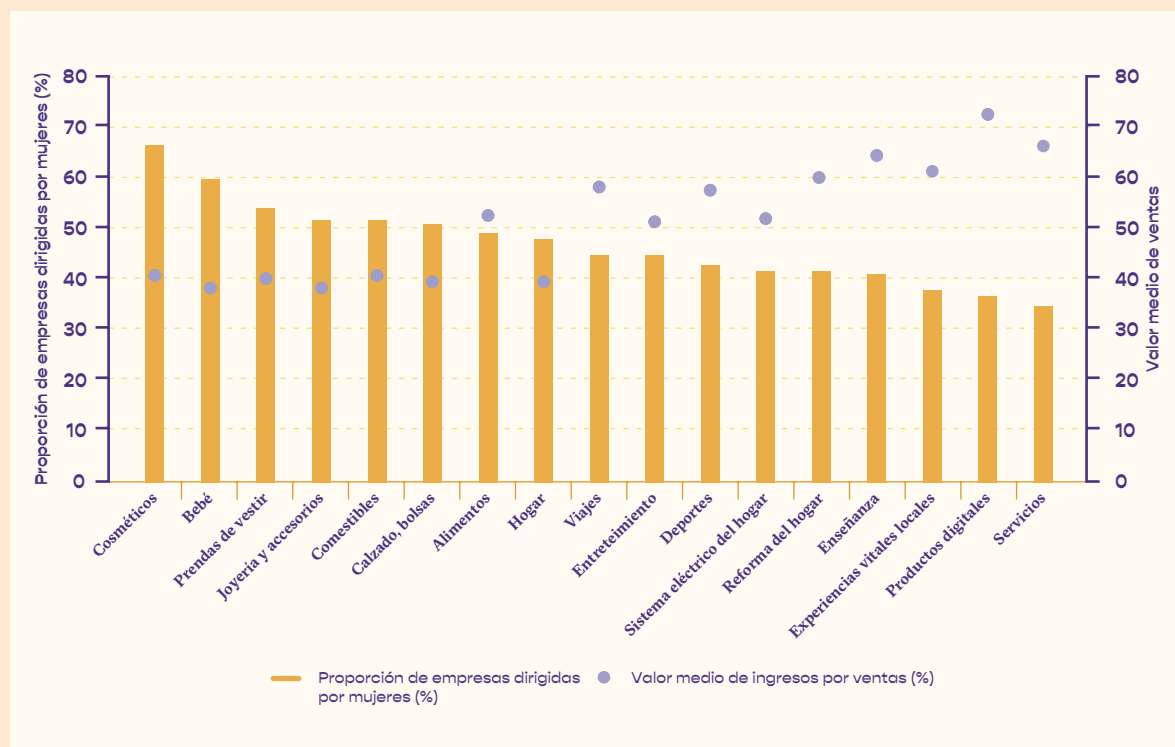
Cuadro B2.10.1 Comparación de empresas dirigidas por mujeres y empresas dirigidas por hombres en Alibaba

Tamaño de la empresa (promedio de ventas anuales en yuan)	Proporción de empresas dirigidas por mujeres en el conjunto de todas las empresas (%)	Ingresos medios por ventas anuales (en comparación con empresas dirigidas por hombres)	Edad media de las empresarias (años)	Edad media de los empresarios (años)
> RMB 5 millones	45,9	9% superior	37,5	35,4
RMB 1 millón - 5 millones	44,3	5% superior	37,3	35,2
RMB 360.000 - 1 millón	44,2	Igual que las empresas dirigidas por hombres	37,1	35,1
< RMB 360.000	51,1	21% inferior	31,7	31,6

Nota: Las empresas en línea se dividen en cuatro grupos según sus ingresos anuales: i) una tienda en línea con ingresos anuales superiores a RMB 5 millones se considera una empresa en línea grande; ii) una tienda en línea con ingresos anuales de entre RMB 1 millón y 5 millones se considera una empresa mediana; iii) una tienda en línea con ingresos anuales inferiores a RMB 1 millón se considera una empresa pequeña, y iv) una tienda en línea con ventas anuales por un valor inferior a RMB 360.000 se considera una microempresa.

Fuente: Cálculos de la Secretaría de la Organización Mundial del Comercio sobre la base de datos de Alibaba correspondientes a 2018.

Gráfico B2.10.1 Proporción de empresas dirigidas por mujeres y promedio de ventas, por sectores



Nota: Las barras representan la proporción de empresas dirigidas por mujeres en todas las plataformas de Alibaba en cada sector. Los puntos muestran el promedio de ventas de las empresas dirigidas por mujeres como proporción del promedio de ventas de las empresas dirigidas por hombres.
Fuente: China Women's University y AliResearch, 2019.

Aunque las empresas dirigidas por mujeres representan la mitad de todas las empresas que venden en las plataformas de Alibaba, su promedio de ventas es inferior a las ventas de las empresas equivalentes dirigidas por hombres. En promedio, los ingresos por ventas de las empresas dirigidas por mujeres son inferiores en un 18% a los de las empresas dirigidas por hombres. Sorprendentemente, en los sectores en los que hay un mayor número de empresas dirigidas por mujeres, estas registran menos ventas en términos relativos. El promedio de ventas es inferior en el caso de las empresas dirigidas por mujeres en todos los sectores en comparación con las tiendas en línea dirigidas por hombres, aunque la

diferencia es menor en el caso de sectores como el de productos digitales y servicios.

Los servicios financieros, como los préstamos, el ahorro y las transferencias monetarias, ayudan a las empresas a generar activos y aumentar sus ingresos y las hacen menos vulnerables a las tensiones económicas. Según los datos de Ant Credit, una empresa de microcréditos que concede préstamos a pequeñas empresas y empresarios particulares por Internet, es menos probable que las mujeres soliciten préstamos en línea, pero su tasa de reembolso es superior. En promedio, solo el 36% de todas las empresas dirigidas por mujeres que operan en Alibaba solicitan préstamos a través de Ant Credit. El

Recuadro 2.10 (continuado)

importe de los préstamos que solicitan las mujeres es en promedio un 6% superior al de las solicitudes de préstamo presentadas por los hombres y el importe medio de los préstamos aprobados para las mujeres es ligeramente superior al de los hombres (2%). Cabe destacar que la tasa de impago de las mujeres que solicitan préstamos es significativamente menor. La tasa de impago en un plazo de 90 días es un 27% inferior en el caso de las

mujeres que en el de los hombres que solicitan préstamos y la tasa de morosidad financiera de las mujeres es un 28% inferior a la de los hombres. Estos datos se hacen eco de las conclusiones de estudios similares realizados en países desarrollados, en los que se concluye que las propietarias de empresas reciben menos capital en las etapas iniciales que los hombres, pero, en última instancia, obtienen mayores ingresos (Abouzahr *et al.*, 2018).

Las plataformas de colaboración abierta en línea pueden reducir la discriminación que afrontan las mujeres por lo que respecta al acceso a la financiación (Barasinska y Schäfer, 2014). Algunos estudios demuestran que las plataformas de financiación colaborativa permiten a las mujeres acceder a la financiación del comercio a costos mucho más bajos, aunque las mujeres suelen pedir menos dinero que los hombres. Datos de la plataforma de financiación colaborativa Kickstarter muestran que el 35% de los promotores de proyectos y el 44% de los inversores registrados

en la plataforma son mujeres (Marom, Robb y Sade, 2016). En promedio, los hombres solicitan niveles de capital significativamente más altos y captan más que las mujeres. Sin embargo, las mujeres tienen mayores índices de éxito, aun teniendo en cuenta la categoría y el objetivo.

Las plataformas de enseñanza digital también pueden beneficiar a las mujeres que participan en el comercio. Las mujeres suelen disponer de menos tiempo (véase también el capítulo 1 y la sección anterior del presente capítulo titulada “Limitaciones

Recuadro 2.11 Análisis de género del comercio electrónico y el comercio en línea en Asia Meridional y Asia Sudoriental

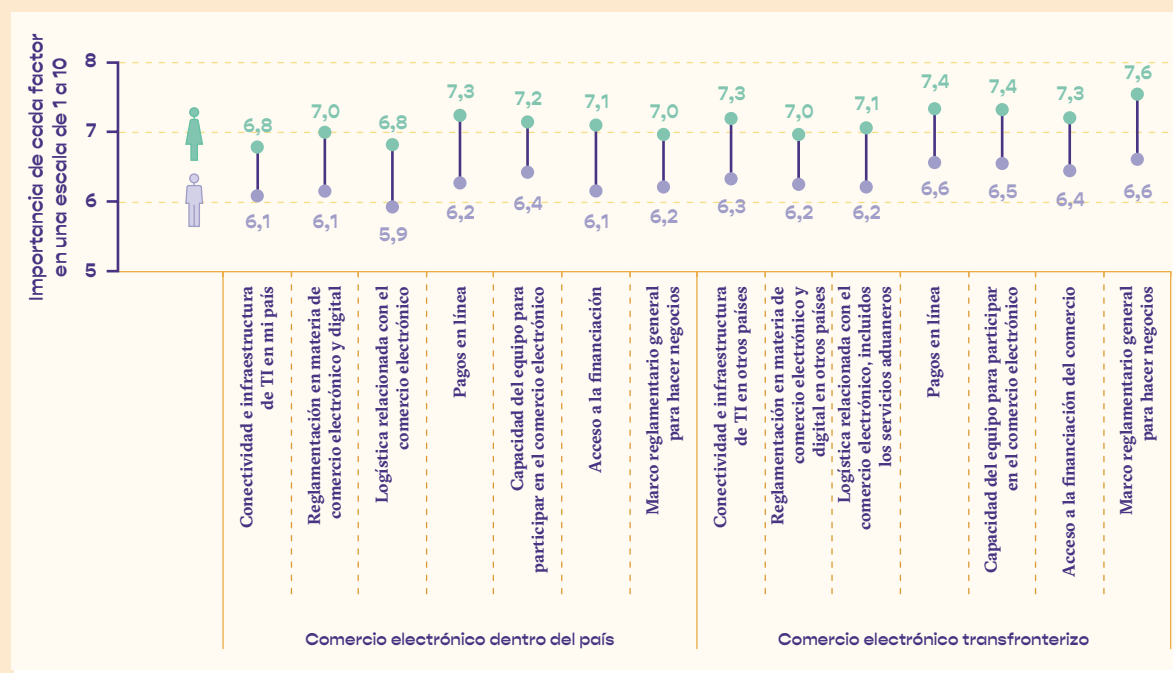
En Asia Meridional y en Asia Sudoriental, la proporción de empresas dirigidas por mujeres que participan en el comercio electrónico sigue siendo pequeña, lo que indica que la proporción de estas empresas en la economía global es mínima. En un estudio en el que se examina el alcance de la participación en el comercio electrónico en la región, se han identificado los principales obstáculos al comercio electrónico que afrontan los hombres y las mujeres en diferentes tipos de empresas, como pequeñas empresas frente a grandes empresas o empresas no exportadoras frente a exportadoras.

Las empresas de comercio electrónico dirigidas por hombres y las dirigidas por mujeres

perciben de manera diferente los obstáculos al comercio. En promedio, las empresas encuestadas que tienen directoras ejecutivas son 18,6 puntos porcentuales más activas en la venta y la compra en línea que sus equivalentes dirigidas por hombres. En un análisis de las respuestas de los comerciantes, sin embargo, no se constató ninguna diferencia significativa entre las empresas dirigidas por mujeres y las dirigidas por hombres en cuanto a sus resultados en materia de comercio electrónico, y se constató que las empresas dirigidas por mujeres afrontaban los mismos obstáculos que sus equivalentes dirigidas por hombres.

Los principales obstáculos a la participación en el comercio electrónico percibidos en el

Gráfico B2.11.1 Obstáculos al comercio electrónico, por género del director ejecutivo de la empresa en Asia Meridional



Nota: CEO = director ejecutivo; e-commerce = comercio electrónico; TI = tecnología de la información.

Fuente: Cálculos del Banco Mundial y de la Organización Mundial del Comercio basados en los datos de una encuesta realizada por el Banco Mundial en colaboración con NexTrade.

país y más allá de las fronteras por todos los encuestados fueron un marco regulatorio deficiente para hacer negocios, poco acceso a financiación comercial, escasa capacidad técnica, falta de acceso a mecanismos de pago en línea, dificultades en la logística relacionada con el comercio electrónico, reglamentación en materia digital inexistente o confusa y escaso grado de conectividad e infraestructuras de tecnología de la información (TI) deficientes. Los datos mostraron que, en general, las empresas con directoras ejecutivas tenían una percepción más optimista de esas esferas (gráfico B2.11.1). En promedio, calificaron las condiciones existentes con un 7,65 sobre 10, mientras que sus equivalentes masculinos las calificaron con un 6,64 sobre 10.

Las pequeñas empresas (menos de 50 empleados) con directoras ejecutivas adolecieron de más deficiencias en el grado de conectividad e infraestructura de TI y en la reglamentación en materia digital. En el caso del comercio electrónico

transfronterizo, las medianas empresas (51 a 500 empleados) con directoras ejecutivas declararon como principales limitaciones deficiencias en la conectividad e infraestructura de TI, la logística relacionada con el comercio electrónico, los pagos en línea y un déficit en la capacidad del equipo para participar en el comercio electrónico.

Las empresas dirigidas por mujeres declararon un número de ventas de exportación respecto de las ventas totales de dichas empresas en 2016-2017 un 4,5%-6,0% superior al de las empresas equivalentes dirigidas por hombres. Además, las empresas con directoras ejecutivas de Asia Meridional declararon que tenían un 11% más de probabilidades de exportar a los mercados extranjeros en 2016-2017 que las empresas con directores ejecutivos. Estas estadísticas ponen de relieve el potencial del comercio electrónico para distribuir los beneficios de manera más equitativa entre géneros.

sociales, culturales y de comportamiento a la participación de las mujeres en el comercio”). Los cursos en línea reducen el tiempo que requiere la educación y, por lo tanto, es probable que beneficien más a las mujeres, en particular porque las preocupaciones por la seguridad en el trayecto hacia la escuela son una de las razones de que la tasa de matriculación de las mujeres sea inferior, como se ha explicado anteriormente. Además, los cursos en línea pueden reducir la discriminación en las disciplinas de ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas (CTIM) porque en los cursos en línea la evaluación y la participación son anónimas. Datos empíricos recientes muestran que no existe brecha de género en las tasas de finalización de los cursos en línea masivos y abiertos (CEMA) en los que se imparten disciplinas CTIM, aunque sigue habiendo una brecha en la tasa de matriculación (Jiang *et al.*, 2018). Se ha constatado que en los países menos igualitarios en cuanto al género y menos desarrollados la probabilidad de matriculación en los CEMA en que se imparten disciplinas CTIM es mayor y la brecha de género en las tasas de matriculación y finalización de estos cursos es menor.

La tecnología digital también puede utilizarse para detectar la discriminación en la contratación, el reclutamiento u otros escenarios similares. Mediante el aprendizaje automatizado supervisado que tiene en cuenta todas las características de la persona en busca de empleo visibles para los seleccionadores de personal, se ha podido detectar que las mujeres afrontan una penalización de hasta el 40% en las profesiones dominadas por hombres, y viceversa (Kopp, Hangartner y Siegenthaler, 2019). Este tipo de comportamiento discriminatorio podría ser más frecuente en las empresas comerciantes debido a los sesgos subconscientes o explícitos respecto de la flexibilidad de las mujeres, de manera que la supervisión tecnológica de los seleccionadores de personal podría ayudar a reducir la brecha salarial de género de los empresarios. Las tecnologías digitales también podrían reforzar involuntariamente la discriminación relacionada con los estereotipos de género. En particular, el uso de algoritmos para analizar datos y automatizar la asignación de recursos y la toma de decisiones puede dar lugar a resultados discriminatorios por motivos inocentes. Por ejemplo, los algoritmos en línea muestran incluso los anuncios de formación en disciplinas

CTIM neutros en cuanto al género mucho más a los hombres, porque la publicidad dirigida a los hombres es menos cara en general que la publicidad dirigida a las mujeres; por lo tanto, anunciantes que son indiferentes al género acaban por mostrar sus anuncios a los hombres con mayor frecuencia (Lambrecht y Tucker, 2019). Esto significa que es necesario probar los algoritmos para eliminar sesgos imprevistos antes de su aplicación.

Las tecnologías digitales potencian las competencias de comunicación social y establecimiento de redes de las mujeres

La reorientación del empleo hacia unas ocupaciones no rutinarias y que no entrañen trabajo físico puede ser muy beneficioso para las mujeres. Las tecnologías digitales fomentan el uso de las habilidades de comunicación y colaboración, lo que aumenta las oportunidades de las mujeres en muchos empleos de servicios. En investigaciones exploratorias recientes, se ha concluido que las empresarias son mejores a la hora de buscar información y establecer contacto con posibles asociados y clientes a nivel internacional por medio de las tecnologías digitales (Rosenbaum, 2017). Las empresarias se sienten constreñidas por las rígidas estructuras de las redes tradicionales y prefieren las TIC como recurso de ayuda para ampliar sus empresas a nivel internacional.

Las competencias sociales de las mujeres pueden representar una ventaja comparativa en la era de la digitalización (Krieger-Boden y Sorgner, 2018). Se ha constatado que las mujeres tienen, en promedio, mejor reputación que los hombres en las subastas entre vendedores privados que se realizan en eBay (Kricheli-Katz y Regev, 2016). En Upwork, un mercado en línea para trabajadores independientes que ofrecen sus servicios, el 44% de los trabajadores son mujeres frente a una media del 25% en la economía no agropecuaria mundial (Banco Mundial, 2016). Alibaba también indica que las empresas dirigidas por mujeres reciben mejores calificaciones en los servicios de atención al cliente y de logística, y proporcionan descripciones más precisas de sus productos (China Women's University y AliResearch, 2019). En particular, las ventajas de las mujeres son más prominentes en los mercados de productos y servicios de consumo muy diferenciados, como los cosméticos,

las prendas de vestir, la joyería y los productos para bebés (véase también el recuadro 2.10).

Desde 1980, la probabilidad de trabajar en una ocupación intelectual y bien remunerada ha aumentado para las mujeres con formación universitaria en los Estados Unidos (Cortes, Jaimovich y Siu, 2018). Este aumento se atribuye a la creciente demanda de competencias de carácter femenino, en particular competencias sociales, que han ido cobrando más importancia en las ocupaciones intelectuales y bien remuneradas en comparación con otras ocupaciones. Se ha observado una tendencia similar en Alemania, donde las mujeres han presenciado un aumento relativo de las tareas analíticas e interactivas no rutinarias, que también están asociadas con niveles de competencias sociales más elevados. Estos cambios documentados de la demanda en favor de mujeres cualificadas guardan una correlación positiva con el cambio tecnológico y se han producido principalmente en sectores en los que las competencias sociales son importantes, como la educación y la sanidad (Black y Spitz-Oener, 2010; Lindley, 2012).

Algunos datos indican que las trabajadoras se benefician en mucha mayor medida de las mejoras tecnológicas inducidas por el acceso a los mercados extranjeros. La ampliación del acceso al mercado de los Estados Unidos tras la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) hizo que empresas más productivas de México modernizaran su tecnología a fin de entrar en el mercado de exportación (Juhn, Ujhelyi y Villegas-Sánchez, 2013). Estas nuevas tecnologías entrañaron procesos de producción informatizados, que beneficiaron en mayor medida a las trabajadoras al no requerirse ya tanto la fuerza física. Como resultado, mejoraron los salarios y el empleo relativos de las mujeres, especialmente en las labores desempeñadas por operarios.

Las mujeres trabajadoras se benefician de la flexibilidad del trabajo digital

Las tecnologías digitales pueden cambiar la demanda de flexibilidad en favor del trabajador en lugar de en favor de la empresa, al brindar oportunidades que pueden ayudar a las mujeres a conciliar otras obligaciones. En el capítulo

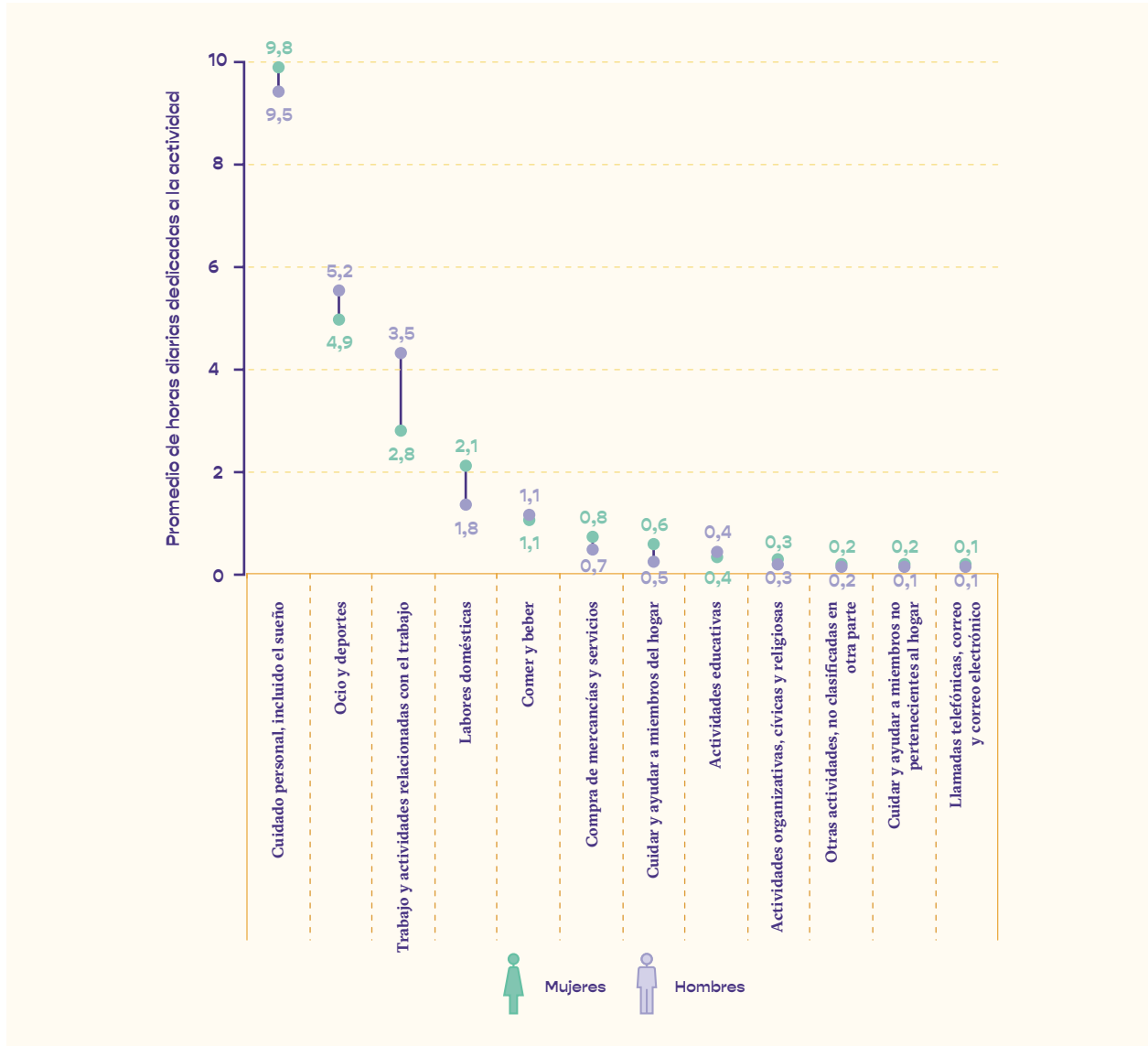
1 y en la primera sección de este capítulo se ha mostrado que las mujeres tienen menos flexibilidad para trabajar jornadas largas debido a sus responsabilidades como principales cuidadoras. Esta limitada flexibilidad perjudica especialmente a sus perspectivas de empleo en las empresas comerciantes. En particular, las mujeres dedican en promedio más tiempo que los hombres a las labores domésticas, la compra de bienes y servicios, y a cuidar y ayudar a los miembros del hogar y a otras personas (gráfico 2.23).

Las tecnologías digitales pueden ayudar a eliminar las barreras de tiempo y distancia que existen entre compradores y vendedores, y reducir al tiempo el desfase salarial respecto del mercado mediante el intercambio de información en tiempo real (Alarcón-del-Amo, Rialp y Rialp, 2016). La flexibilidad que ofrecen las tecnologías digitales puede ayudar a las mujeres a participar en la fuerza de trabajo y conciliar sus obligaciones laborales y familiares. Diversos estudios sostienen que la brecha salarial de género podría reducirse considerablemente si las empresas no tuvieran un interés por recompensar de manera desproporcionada a las personas que trabajaban largas jornadas y en determinado horario. Se ha constatado que las mujeres que trabajan en las disciplinas de ciencia y tecnología tienen una mayor tasa de participación en la fuerza laboral y una menor brecha salarial de género. Esta pauta se atribuye al hecho de que la tecnología parece permitir que las mujeres trabajen a tiempo parcial o trabajen con mayor flexibilidad (Goldin, 2014).

La tecnología crea oportunidades para las productoras de servicios

La proporción del empleo femenino es alta en muchos sectores de servicios que no están sujetos a una elevada intensidad comercial, como la hostelería, la educación o la sanidad (gráfico 2.3). Gracias a las nuevas tecnologías, servicios que tradicionalmente no podían ser objeto de comercio transfronterizo pueden ahora comerciarse en línea. Las corrientes comerciales de estos sectores han registrado un crecimiento récord en los últimos años (OMC, 2019), lo que brinda grandes oportunidades a las trabajadoras y a las productoras, no solo porque están bien representadas en esos sectores, sino

Gráfico 2.23 Las mujeres dedican más tiempo al hogar y menos a las actividades laborales



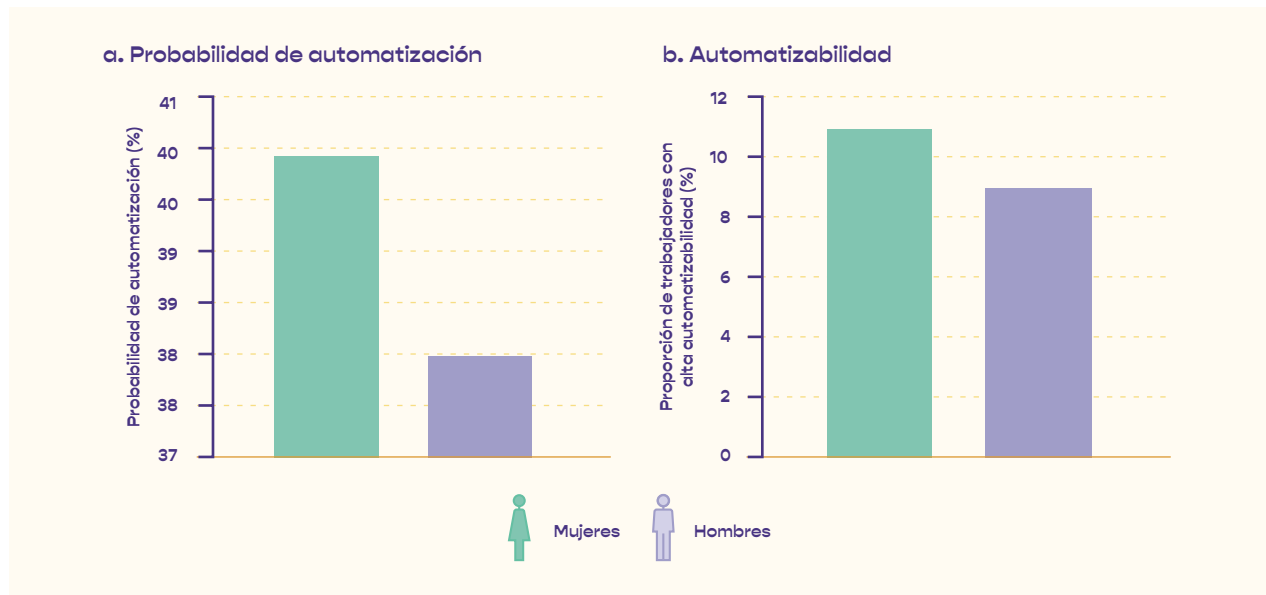
Fuente: Encuesta sobre el empleo del tiempo en América correspondiente a 2017 de la Oficina de Estadísticas Laborales de los Estados Unidos.

también porque el comercio en línea reduce la necesidad de movilidad tradicionalmente asociada a esos servicios. Además, las nuevas tecnologías reducen los costos de entrada a esos sectores porque permiten prestar los servicios sin elevadas inversiones iniciales de capital, lo que mitiga algunas de las limitaciones, como el escaso acceso al capital, que afrontan las mujeres.

Airbnb (2017), por ejemplo, ha reducido los costos de entrada y comerciales para los empresarios de la industria hotelera y actúa de intermediario para más de 1 millón de anfitrionas. Los

cursos en línea o las plataformas de vídeos como YouTube pueden aumentar la demanda y las fuentes de ingresos de los enseñantes, y las primeras investigaciones indican que el número de instructoras en línea ha aumentado drásticamente en unos pocos años hasta alcanzar el 53% del total (Kim y Bonk, 2006). Gracias a plataformas creativas como Etsy, los usuarios pueden convertir labores domésticas no remuneradas en un trabajo remunerado. El sector sanitario es otro ejemplo en el que la tecnología digital elimina rápidamente las limitaciones relacionadas con la interacción

Gráfico 2.24 Las trabajadoras tienen una mayor probabilidad de perder el empleo debido a la automatización



Nota: La probabilidad de automatización se calcula utilizando un algoritmo de expectativa-maximización que relaciona las características individuales (edad, educación y formación, entre otras) y las características de los puestos de trabajo con el riesgo a nivel ocupacional de automatización. Las diferencias entre géneros respecto de la probabilidad de automatización y la proporción de trabajadores con alta automatizabilidad son estadísticamente significativas al nivel del 1%. Por alta automatizabilidad se entiende una probabilidad de automatización mayor o igual a 0.7.

Fuente: Brusselwich et al., 2018; Frey y Osborne, 2017 (panel a).

física. En 2006, un estudio documentó en un análisis sobre servicios terapéuticos el ya creciente número de mujeres terapeutas que trabajan en línea en comparación con el número de hombres terapeutas (Chester y Glass, 2006).

Algunas tecnologías podrían generar problemas nuevos para las trabajadoras

Aunque la mayoría de las tecnologías digitales asegura una mejora de la situación de la mujer en el comercio, otras podrían tener efectos negativos. La automatización derivada de las tecnologías digitales podría, por ejemplo, hacer que muchos empleos de sectores poco cualificados queden obsoletos, en particular en relación con las labores rutinarias donde las mujeres representan una proporción mayor de la fuerza de trabajo. Según las predicciones, muchos empleos de manufactura, oficina y apoyo administrativo corren el peligro de ser automatizados (Frey y Osborne, 2017; Goos, Manning y Salomons, 2014). Debido a la automatización, un mayor número de empleos femeninos podrían quedar obsoletos ya que las mujeres realizan, en promedio, más

labores rutinarias que los hombres en todos los sectores y ocupaciones (gráfico 2.24) (Brusselwich et al., 2018). Aunque la repercusión exacta de la automatización en el mercado laboral sigue siendo actualmente difícil de determinar, las nuevas tecnologías digitales seguirán repercutiendo en el desarrollo de las competencias mediante cambios en la demanda de mano de obra, la organización del trabajo y las competencias exigidas. En ese contexto, se ha constatado que las mujeres que han tenido acceso a una educación superior y la alfabetización digital están dotadas de algunas de las capacidades de respuesta, flexibilidad y complementariedad necesarias para adaptarse, al menos en parte, a los problemas actuales y futuros del mercado de trabajo (OMC, 2017).

La tecnología puede beneficiar a las consumidoras

La tecnología beneficia a los consumidores ahorrándoles tiempo, facilitando el acceso a la información, reduciendo los costos operativos y dándoles mayor control sobre el proceso de compra (Elliott y Meng, 2009). Las tecnologías

de comercio electrónico pueden reducir el gasto de los consumidores al disminuir los costos de traslado y otros costos operativos (Burinskiene y Burinskas, 2012). Las mujeres dedican, en promedio, más tiempo a actividades de compra que los hombres. En los Estados Unidos, las mujeres dedican un promedio de 0,82 horas al día a la compra de bienes y servicios, mientras que los hombres dedican solo 0,61 horas. Al reducir la cantidad de tiempo que las mujeres necesitan dedicar a la compra, el comercio electrónico permite a las mujeres sustituir horas de trabajo doméstico no remuneradas por horas de trabajo remuneradas (véase el gráfico 2.24).

El comercio electrónico también puede beneficiar a las consumidoras ya que reduce la discriminación a la que podrían enfrentarse en la compra presencial. Una comparación de los mercados tradicionales con el comercio electrónico arroja la conclusión de que Internet permite a los consumidores obtener mayores niveles de transparencia del mercado (Rezabakhsh *et al.*, 2006). En ese contexto, la compra de automóviles por Internet está relacionada con una menor discriminación de género en cuanto al precio (Morton, Zettelmeyer y Silva-Risso, 2003).

La tecnología puede reducir drásticamente los costos de envío y recepción de dinero, lo que permite a las mujeres equilibrar el consumo a lo largo del tiempo y distribuir el trabajo de manera más eficiente. En un estudio realizado en Kenya se estima que el acceso al sistema de dinero móvil M-Pesa de Kenya aumentó los niveles de consumo per cápita y sacó de la pobreza a un 2% de hogares kenianos. Los efectos fueron más acusados en el caso de los hogares encabezados por mujeres. El dinero móvil ha mejorado la eficiencia en la distribución del consumo a lo largo del tiempo y ha permitido a su vez una distribución más eficiente del trabajo, lo que ha dado lugar a una reducción significativa de la pobreza en Kenya (Suri y Jack 2016). En Níger, la información obtenida mediante el programa social de transferencia de dinero en efectivo demuestra que, gracias a una mayor privacidad y control como resultado de las transferencias por móvil en comparación con las transferencias manuales de dinero en efectivo, las mujeres adquieren mayor poder de decisión en el hogar (Aker, Ghosh y Burrell, 2016).

Notas

- 1 Véanse WTO (2019) y el capítulo 3 del presente informe para obtener una explicación de los diversos modos de suministro de servicios comerciales a nivel internacional.
- 2 Esta relación es significativamente más débil en el sector de servicios, lo que indica que los obstáculos en las disciplinas CTIM son menos importantes a medida que aumenta el protagonismo de los servicios en el comercio.
- 3 Evidentemente, el comercio también puede formar parte de la solución. Como se ha analizado en la sección “El comercio y las mujeres como responsables de la toma de decisiones” del capítulo 1, la creciente demanda de personal cualificado por parte de las empresas dedicadas al comercio puede ser un indicador que induzca a los particulares a mejorar su formación.
- 4 Sobre la base también de un debate mantenido en un grupo temático en Viet Nam como parte de un Estudio Mundial sobre Obstáculos al Comercio realizado en el marco del Programa de Apoyo a la Facilitación del Comercio, el 3 de mayo de 2019.
- 5 La Región de los Grandes Lagos comprende la República Democrática del Congo, Rwanda y Uganda.
- 6 Para obtener información sobre el Manual sobre el Panorama Laboral elaborado por la Oficina de Estadísticas Laborales de los Estados Unidos, véase <https://www.bls.gov/ooh/healthcare/home.htm>.
- 7 A este respecto, constituyen una excepción los países menos desarrollados, donde la agricultura sigue siendo la principal fuente de empleo de las mujeres. Sin embargo, a medida que estos países crezcan, es probable que empiecen a mostrar la misma pauta que los países de ingreso mediano e ingreso alto.
- 8 Las estrategias de ascenso económico incluyen, entre otras cosas, la mejora de la eficiencia mediante los avances en la tecnología y la producción (ascenso en los procesos), la producción de productos de mayor valor o más sofisticados (ascenso en los productos) y la expansión o el cambio a nuevas etapas de la cadena de valor (ascenso funcional) (Humphrey y Schmitz, 2002). Muchos países consideran que el desplazamiento a los segmentos de servicios de las CVM es una estrategia de ascenso para obtener trabajos mejores, ya que los servicios se utilizan cada vez más en la producción de bienes

Bibliografía

- en las cadenas de valor y constituyen componentes de valor añadido importantes en las CVM (véase "Oportunidades que ofrece la terciarización para la participación de las mujeres en el comercio" del presente capítulo). Las estrategias de ascenso social se centran en la creación de más y mejores trabajos con buenas condiciones laborales y oportunidades de progreso (OTI, 2016).
- 9 Entre las personalidades académicas de renombre que respaldan esta teoría figuran Caraway (2007) y Jomo (2009) en relación con Asia Oriental, Kucera y Tejani (2014) en relación con una muestra de 36 países, Fussell (2000) en México y Berik (2000) en el Territorio Aduanero Distinto de Taiwán, Penghu, Kinmen y Matsu.
- 10 Según los datos de las encuestas de empresas del Banco Mundial.
- 11 Esta encuesta constituye un complemento a la iniciativa del Banco Mundial de crear instrumentos esenciales para el diagnóstico del comercio electrónico, como las encuestas de empresas y la plataforma Doing Business que, entre otras cosas, ofrecen un panorama general de los efectos de los trámites aduaneros y los reglamentos comerciales. La encuesta se realizó en colaboración con NexTrade Group para recopilar de manera sistemática datos sobre cuestiones fundamentales para los participantes en el comercio electrónico. Cabe señalar que la tasa de respuesta de las empresas participantes en la encuesta con directores ejecutivos fue alrededor de un 70% superior a la tasa de las empresas con directoras ejecutivas. Dado el pequeño tamaño de la muestra de encuestadas y empresas con directoras ejecutivas, se hace difícil obtener conclusiones representativas.
- Abouzahr, K., F. Brooks Taplett, M. Krentz y J. Harthorne. 2018. "Why Women-Owned Startups Are a Better Bet". Boston Consulting Group, 6 de junio. <https://www.bcg.com/en-ch/publications/2018/why-women-owned-startups-are-better-bet.aspx>.
- Adams-Prassl, Abi, Teodora Boneva, Marta Golin y Christopher Rauh. 2020. "Inequality in the Impact of the Coronavirus Shock: Evidence from Real Time Surveys". CESifo Working Paper N° 8265, Munich Society for the Promotion of Economic Research - CESifo GmbH, Múnich.
- Ahmed, G. 2013. "Global Value Chains, Economic Upgrading and Gender in the Call Center Industry". En *Global Value Chains, Economic Upgrading and Gender: Case Studies of the Horticulture, Tourism, and Call Center Industries*, editado por C. Staritz y J. G. Reis. Washington D.C.: Banco Mundial.
- Airbnb. 2017. Women Hosts and Airbnb: Building a Global Community. https://www.airbnbcitizen.com/wp-content/uploads/2017/03/Women-Hosts-and-Airbnb_Building-a-Global-Community.pdf.
- Aker, J.C., R. Boumniel, A. McClelland y N. Tierney. 2016. "Payment Mechanisms and Antipoverty Programs: Evidence from a Mobile Money Cash Transfer Experiment in Niger". *Economic Development and Cultural Change* 65 (1): 1-37.
- Aker, J.C., I. Ghosh y J. Burrell. 2016. "The Promise (and Pitfalls) of ICT for Agriculture Initiatives". *Agricultural Economics* 47 (S1): 35-48.
- Aker, J.C. e I.M. Mbiti. 2010. "Mobile Phones and Economic Development

- in Africa". *Journal of Economic Perspectives* 24 (3): 207-232.
- Alarcón-del-Amo, M.C., A. Rialp y J. Rialp. 2016. "Social Media Adoption by Exporters: The Export-Dependence Moderating Role". *Spanish Journal of Marketing - ESIC* 20 (2): 81-92.
- Alesina, A., P. Giuliano y N. Nunn. 2013. "On the Origins of Gender Roles: Women and the Plough". *Quarterly Journal of Economics* 128 (2): 469-530.
- Alon, T., M. Doepke, J. Olmstead-Rumsey y M. Tertilt. 2020. "The Impact of COVID-19 on Gender Equality". CRC TR 224 Discussion Paper Series crctr224_2020_163, Universidad de Bonn y Universidad de Mannheim, Alemania.
- APWINC (Centro de redes de información de las mujeres de la región de Asia y el Pacífico). 2018. "Case Studies of Successful Women Entrepreneurs in the ICT Industry in 21 APEC Economies". Secretaría del APEC, Singapur.
- Aterido, R., T. Beck y L. Iacovone. 2013. "Access to Finance in Sub-Saharan Africa: Is There a Gender Gap?" *World Development* 47 (julio): 102-120.
- Atkin, D., B. Faber y M. Gonzalez-Navarro. 2018. "Retail Globalization and Household Welfare: Evidence from Mexico". *Journal of Political Economy* 126 (1): 1-73.
- Avdiu, Besart y Gaurav Nayyar. 2020. "When Face-to-Face Interactions Become an Occupational Hazard: Jobs in the Time of COVID-19". Policy Research Working Paper 9240, Banco Mundial, Washington D.C.
- Ba, S. y P.A. Pavlou. 2002. "Evidence of the Effect of Trust Building Technology in Electronic Markets: Price Premiums and Buyer Behavior". *MIS Quarterly* 26 (3): 243-268.
- Bamber, P. y K. Fernandez-Stark. 2013. "Global Value Chains, Economic Upgrading, and Gender in the Horticulture Industry". En *Global Value Chains, Economic Upgrading, and Gender: Case Studies of the Horticulture, Tourism, and Call Center Industries*, editado por C. Staritz y J.G. Reis, 11-42. Washington D.C.: Grupo Banco Mundial.
- Bamber, P. y D. Hamrick. 2019. "Gender Dynamics and Upgrading in Global Value Chains: The Case of Medical Devices". Informe de antecedentes para el informe mundial del Grupo Banco Mundial y la OMC sobre comercio y género: How Can 21st Century Trade Help to Close the Gender Gap? Duke Global Value Chains Center.
- Banco Mundial. 2011. "Facilitating Cross-Border Trade between the DRC and Neighbors in the Great Lakes Region of Africa: Improving Conditions for Poor Traders". Report N° 62992-AFR, Banco Mundial, Washington D.C.
- . 2012. *World Development Report 2012: Gender Equality and Development*. Washington D.C.: Banco Mundial.
- . 2014a. "World-Global Financial Inclusion (Global Findex) Database 2014". Report, Banco Mundial, Washington D.C. <https://microdata.worldbank.org/index.php/catalog/2512>.
- . 2014b. "The Fruit of Her Labor: Promoting Gender-Equitable Agribusiness in Papua New Guinea". Policy Note, Banco Mundial, Washington D.C.
- . 2015. "Great Lakes Trade Facilitation Project. Project Appraisal Document". Banco Mundial, Washington D.C.
- . 2016. *World Development Report 2016: Digital Dividends Overview*. Washington D.C.: Banco Mundial.

- . 2019. *World Development Report 2020: Trading for Development in the Age of Global Value Chains*. Washington D.C.: Banco Mundial.
- Barasinska, N. y D. Schäfer. 2014. "Is Crowdfunding Different? Evidence on the Relation between Gender and Funding Success from a German Peer-to-Peer Lending Platform". *German Economic Review* 15 (4): 436-452.
- Barber, B.M. y T. Odean. 2001. "Boys Will Be Boys: Gender, Overconfidence, and Common Stock Investment". *Quarterly Journal of Economics* 116 (1): 261-292.
- Barrientos, S. 2014. "Gender and Global Value Chains: Challenges of Economic and Social Upgrading in Agri-Food". RSCAS Research Paper N° 2014/96, Robert Schuman Centre for Advanced Studies, European University Institute, San Domenico di Fiesole, Italia.
- BAoD (Banco Asiático de Desarrollo). 2016. "2016 Trade Finance Gaps, Growth, and Jobs Survey". ADB Briefs N° 64, BAoD, Manila.
- . 2017. "2017 Trade Finance Gaps, Growth, and Jobs Survey". ADB Briefs N° 83, BAoD, Manila.
- . 2019. *Aid for Trade in Asia and the Pacific: Promoting Connectivity for Inclusive Development*. Manila: BAoD.
- Beaman, L., K. Niall y J. Magruder. 2017. "Do Job Networks Disadvantage Women? Evidence from a Recruitment Experiment in Malawi". *Journal of Labor Economics* 36 (1): 121-157.
- Beck, T., P. Behr y A. Madestam. 2011. "Sex and Credit: Is There a Gender Bias in Microfinance?" European Banking Center Discussion Paper N° 2011-027, Universidad de Tilburg, Países Bajos.
- Beck, T., A. Demirgüç-Kunt y R. Levine. 2007. "Finance, Inequality, and the Poor". *Journal of Economic Growth* 12 (1): 27-49.
- Berik, G. 2000. "Mature Export-Led Growth and Gender Wage Inequality in Taiwan". *Feminist Economics* 6 (3): 1-26.
- Bernard, A.B., J.B. Jensen, S.J. Redding y P.K. Schott. 2007. "Firms in International Trade". *Journal of Economic Perspectives* 21 (3): 105-130.
- Bianconi, M., F. Esposito y M. Sammon. 2019. "Trade Policy Uncertainty and Stock Returns". Discussion Papers Series N° 830, Departamento de Economía, Universidad de Tufts, Medford, MA.
- Black, S.E. y A. Spitz-Oener. 2010. "Explaining Women's Success: Technological Change and the Skill Content of Women's Work". *Review of Economics and Statistics* 92 (1): 187-194.
- Bøler, E.A., B. Javorcik y K.H. Ulltveit-Moe. 2018. "Working across Time Zones: Exporters and the Gender Wage Gap". *Journal of International Economics* 111 (marzo): 122-133.
- Booth, A.L. 2009. "Gender and Competition". *Labour Economics* 16 (6): 599-606.
- Bordalo, P.M., K. Coffman, N. Gennaioli y A. Shleifer. 2019. "Beliefs about Gender". *American Economic Review* 109 (3): 739-773.
- Brana, S. 2013. "Microcredit: An Answer to the Gender Problem in Funding?". *Small Business Economics* 40 (1): 1-14.
- Brenton, P., C. Bashinge Bucekuderhwa, C. Hossein, S. Nagaki y J.-B. Ntagoma. 2011. "Risky Business: Poor Women Cross-Border Traders in the Great Lakes Region of Africa". Africa Trade Policy Note 11, Banco Mundial, Washington D.C.
- Brenton P., N. Dihel, M. Hoppe y C. Soprano. 2014. "Improving Behavior at Borders to Promote Trade Formalization: The Charter for Cross-Border Traders". Africa Trade Policy Note 41, Banco Mundial, Washington D.C.

- Brock, J.M. y R. De Haas. 2019. "Gender Discrimination in Small Business Lending. Evidence from a Lab-in-the-Field Experiment in Turkey". EBRD Working Paper N° 232, Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo, Londres.
- Brussevich, M. 2018. "Does Trade Liberalization Narrow the Gender Wage Gap? The Role of Sectoral Mobility". *European Economic Review* 109 (marzo): 305-333.
- Brussevich M., E. Dabla-Norris, C. Kamunge, P. Karnane, S. Khalid y K. Kochhar. 2018. "Gender, Technology, and the Future of Work". IMF Staff Discussion Note 18/07, Fondo Monetario Internacional, Washington D.C.
- Burinskiene, A. y A. Burinskas. 2012. "Consumer Demand: E-commerce or Traditional Technologies". *Economics and Management* 17 (3): 963-970.
- Burstein, A. y J. Vogel. 2017. "International Trade, Technology, and the Skill Premium". *Journal of Political Economy* 125 (5): 1356-1412.
- Bustos, P. 2011. "Trade Liberalization, Exports, and Technology Upgrading: Evidence on the Impact of MERCOSUR on Argentinian Firms". *American Economic Review* 101 (1): 304-340.
- Caraway, T. 2007. *Assembling Women: The Feminization of Global Manufacturing*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Carlsson, F., D. Daruvala y O. Johansson-Stenman. 2005. "Are People Inequality-Averse, or Just Risk-Averse?" *Economica* 72 (287): 375-396.
- Carranza, E., C. Dhakal e I. Love. 2018. "Female Entrepreneurs: How and Why Are They Different?" Jobs Working Paper, Issue N° 20, Grupo Banco Mundial, Washington D.C.
- Carter, N., C. Brush, P. Greene, E. Gatewood y M. Hart. 2003. "Women Entrepreneurs Who Break through to Equity Financing: The Influence of Human, Social and Financial Capital". *Venture Capital* 5 (1): 1-28.
- CFI (Corporación Financiera Internacional). 2014. "Striving for Business Success: Voices of Liberian Women Entrepreneurs". Project report, CFI, Washington D.C.
- Chester, A. y C.A. Glass. 2006. "Online Counselling: A Descriptive Analysis of Therapy Services on the Internet". *British Journal of Guidance & Counselling* 34 (2): 145-160.
- China Women's University y AliResearch. 2019. "2019 Global Research Report of Female Entrepreneurship & Employment". Alibaba Group.
- Christian, M., B. Evers y S. Barrientos. 2013. "Women in Value Chains: Making a Difference". Revised Summit Briefing 6.3 from the Capturing the Gains in Value Chains Summit, Ciudad del Cabo, Sudáfrica, 3-5 de diciembre de 2012.
- Cortes, G.M., N. Jaimovich y H.E. Siu. 2018. "The 'End of Men' and Rise of Women in the High-Skilled Labor Market". NBER Working Paper N° 24274, Oficina Nacional de Investigaciones Económicas, Cambridge, MA.
- Coste, A. y N. Dihel. 2013. "Services Trade and Gender". En *Women and Trade in Africa: Realizing the Potential*, editado por P. Brenton, E. Gamberoni y C. Sear, 97-114. Washington D.C.: Banco Mundial.
- Crosen, R. y U. Gneezy. 2009. "Gender Differences in Preferences". *Journal of Economic Literature* 47 (2): 448-474.
- de Vries, G., M. Timmer y K. de Vries. 2015. "Structural Transformation in Africa: Static Gains, Dynamic Losses". *Journal of Development Studies* 51 (6): 674-688.
- Demirgüç-Kunt, A., L. Klapper, D. Singer, S. Ansar y J. Hess. 2017. *The Global Findex*

- Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution*. Washington D.C.: Banco Mundial.
- Depetris-Chauvin, N.D. y G. Porto. De próxima publicación. "The Gender Bias of Trade Policy in Developing Countries". Working Paper, Banco Mundial, Washington D.C.
- DiCaprio, A. y K. Suominen. 2015. "Aid for Trade in Asia and the Pacific: Thinking Forward about Trade Costs and the Digital Economy". Informe del Banco Asiático de Desarrollo para el Examen Global de la Ayuda para el Comercio, julio.
- Dolan, C. y K. Sorby. 2003. "Gender and Employment in High-Value Agriculture Industries". Agriculture & Rural Development Working Paper 7, Banco Mundial, Washington D.C.
- Eckel, C.C. y P.J. Grossman. 1998. "Are Women Less Selfish Than Men? Evidence from Dictator Experiments". *The Economic Journal* 108 (448): 726-735.
- . 2008. "Differences in the Economic Decisions of Men and Women: Experimental Evidence". En *Handbook of Experimental Economics Results*, volumen 1, editado por C.R. Plott y V.L. Smith, 509-519. Amsterdam: North-Holland.
- Edmonds, E.V., N. Pavcnik y P. Topalova. 2010. "Trade Adjustment and Human Capital Investments: Evidence from Indian Tariff Reform". *American Economic Journal: Applied Economics* 2 (4): 42-75.
- Egger, P., M. Larch, S. Nigai y Yotov. 2018. "Trade Costs in the Global Economy: Measurement, Aggregation and Decomposition". Manuscrito sin publicar, Organización Mundial del Comercio, Ginebra.
- Elliott, K.M. y J. Meng. 2009. "Assessing Chinese Consumers' Likelihood to Adopt Self-Service Technologies". *International Business & Economics Research Journal* 8 (2): 27-40.
- Etsy. 2017. "Crafting the Future of Work: The Big Impact of Microbusinesses". 2017 Seller Census Report, Etsy, Brooklyn, NY. https://extfiles.etsy.com/advocacy/Etsy_US_2017_SellerCensus.pdf.
- Fagan, C. 2001. "Time, Money and the Gender Order: Work Orientations and Working-Time Preferences in Britain". *Gender, Work & Organization* 8 (3): 239-266.
- FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura). 2017. "Evidence on Internal and International Migration Patterns in Selected African Countries". Rural Employment-Knowledge Materials, FAO, Roma.
- Feenstra, R.C. y G.H. Hanson. 1995. "Foreign Investment, Outsourcing and Relative Wages". NBER Working Paper N° 5121, Oficina Nacional de Investigaciones Económicas, Cambridge, MA.
- Fellner, G. y B. Maciejovsky. 2007. "Risk Attitude and Market Behavior: Evidence from Experimental Asset Markets". *Journal of Economic Psychology* 28 (3): 338-350.
- Felton, J., B. Gibson y D.M. Sanbonmatsu. 2003. "Preference for Risk in Investing as a Function of Trait Optimism and Gender". *Journal of Behavioral Finance* 4 (1): 33-40.
- Fiszbein, A., N. Schady, F.H.G. Ferreira, M. Grosh, N. Keleher, P. Olinto y E. Skoufias. 2009. *Conditional Cash Transfers: Reducing Present and Future Poverty*. Washington D.C.: Banco Mundial.
- Fletschner, D. y L. Kenney. 2014. "Rural Women's Access to Financial Services: Credit, Savings, and Insurance". En *Gender in Agriculture: Closing the Knowledge Gap*, editado por A.R. Quisumbing, R. Meinzer-Dick, T.L. Raney, A. Croppenstedt, J.A. Behrman y A. Peterman, 187-208. Roma: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.

- Francois, J. y B. Hoekman. 2010. "Services Trade and Policy". *Journal of Economic Literature* 48 (septiembre): 642-692.
- Frey, C.B. y M.A. Osborne. 2017. "The Future of Employment: How Susceptible Are Jobs to Computerisation?" *Technological Forecasting and Social Change* 114 (enero): 254-280.
- Fussell, E. 2000. "Making Labor Flexible: The Recomposition of Tijuana's Maquiladora Female Labor Force". *Feminist Economics* 6 (3): 59-79.
- Gailes, A., T. Gurevich, S. Shikher y M. Tsigas. 2018. "Gender and Income Inequality in United States Tariff Burden". Economics Working Paper N° 2018-08-B, Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos, Washington D.C.
- Gaskell J.C., J.C. Keyser, G. Boc, C. Cangiano, C. Soprano, R. Nkendah, D. Arias Carballo y B.S. Rabarijohn. 2018. "Breaking Down the Barriers to Regional Agricultural Trade in Central Africa". Banco Mundial, Washington D.C.
- Gaucher, D., J. Friesen y A.C. Kay. 2011. "Evidence That Gendered Wording in Job Advertisements Exists and Sustains Gender Inequality". *Journal of Personality and Social Psychology* 101 (1): 109.
- Ghani, E. y S.D. O'Connell. 2014. "Can Service Be a Growth Escalator in Low Income Countries?" Policy Research Working Paper 6971, Banco Mundial, Washington D.C.
- Goldin, C. 2014. "A Grand Gender Convergence: Its Last Chapter". *American Economic Review* 104 (4): 1091-1119.
- Goos, M., A. Manning y A. Salomons. 2014. "Explaining Job Polarization: Routine-Biased Technological Change and Offshoring". *American Economic Review* 104 (8): 2509-2526.
- Grupo Banco Mundial. 2016. "Integrating Sierra Leone's Small-Scale Traders into the Formal Economy". Grupo Banco Mundial, Washington D.C., mayo.
- . 2017. "South Caucasus Gender Assessment Technical Assistance Report: Tourism and Hospitality Value Chain Analysis-Georgia". Grupo Banco Mundial, Washington D.C.
- . 2018a. *Women, Business, and the Law 2018*. Washington D.C.: Grupo Banco Mundial.
- . 2018b. "Issues of Inclusivity: Ensuring Inclusive Growth from Trade and RVC Integration". Documento de antecedentes para la ayuda en servicios de asesoría y análisis para la industrialización de la SADC, Banco Mundial, Washington D.C.
- . 2019. "Profiting from Parity: Unlocking the Potential of Women's Businesses in Africa". Grupo Banco Mundial, Washington D.C.
- Grupo Banco Mundial y Organización Mundial del Comercio. 2015. "La función del comercio en la eliminación de la pobreza". Organización Mundial del Comercio, Ginebra.
- . 2018. *Comercio y reducción de la pobreza: nuevas pruebas del impacto en los países en desarrollo*. Ginebra: Organización Mundial del Comercio.
- GSMA. 2018. "Connected Women - The Mobile Gender Gap Report 2018". GSM Association. https://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2018/04/GSMA_The_Mobile_Gender_Gap_Report_2018_32pp_WEBv7.pdf.
- Guiso, L., F. Monte, P. Sapienza y L. Zingales. 2008. "Culture, Gender, and Math". *Science* 320 (5880): 1164-1165.
- Heath, R. y A.M. Mobarak. 2015. "Manufacturing Growth and the Lives of Bangladeshi Women". *Journal of Development Economics* 115 (C): 1-15.

- Hollweg, C. 2017. "The Labor Content of Vietnam's Exports". Manuscrito sin publicar, Banco Mundial, Washington D.C.
- Homewood, K., P. Chenevix Trench y P. Kristjanson. 2009. "Staying Maasai? Pastoral Livelihoods, Diversification and the Role of Wildlife in Development". En *Staying Maasai? Livelihoods, Conservation and Development in East African Rangelands*, editado por K. Homewood, P. Chevenix Trench y P. Kristjanson, Nueva York: Springer.
- Huang, J. y D.J. Kisgen. 2013. "Gender and Corporate Finance: Are Male Executives Overconfident Relative to Female Executives?" *Journal of Financial Economics* 108 (3): 822-839.
- Humphrey, J. y H. Schmitz. 2002. "How Does Insertion in Global Value Chains Affect Upgrading in Industry Clusters?" *Regional Studies* 36 (9): 1017-1027.
- Hyperwallet. 2017. "The Future of Gig Work Is Female: A Study on the Behaviour and Aspirations of Women in the Gig Economy". Hyperwallet. https://www.hyperwallet.com/app/uploads/HW_The_Future_of_Gig_Work_is_Female.pdf.
- ITC (Centro de Comercio Internacional). 2017. "New Pathways to E-Commerce: A Global MSME Competitiveness Survey". ITC, Ginebra.
- ITC (Centro de Comercio Internacional) y Grupo Banco Mundial. 2020. *Pakistan: Company Perspectives. An ITC Series on Non-tariff Measures*. Ginebra: ITC.
- Jackson, S.M., A.L. Hillard y T.R. Schneider. 2014. "Using Implicit Bias Training to Improve Attitudes toward Women in STEM". *Social Psychology of Education* 17 (3): 419-438.
- Janse van Rensburg, C., C. Bezuidenhout, M. Matthee y V. Stolzenburg. De próxima publicación. "Globalization and Gender Inequality: Evidence from South Africa". WIDER Working Paper, Instituto Mundial de Investigaciones de Economía del Desarrollo, Helsinki.
- Jensen, R.T. 2012. "Do Labor Market Opportunities Affect Young Women's Work and Family Decisions? Experimental Evidence from India". *Quarterly Journal of Economics* 127 (2): 753-792.
- Jiang, S., K. Schenke, J.S. Eccles, D. Xu y M. Warschauer. 2018. "Cross-National Comparison of Gender Differences in the Enrollment in and Completion of Science, Technology, Engineering, and Mathematics Massive Open Online Courses". *PLOS ONE* 13 (9): e0202463.
- Jomo, K.S. 2009. "Export-Oriented Industrialisation, Female Employment and Gender Wage Equity in East Asia". *Economic and Political Weekly* 44 (1): 41-49.
- Juhn, C., G. Ujhelyi y C. Villegas-Sanchez. 2013. "Trade Liberalization and Gender Inequality". *American Economic Review* 103 (3): 269-273.
- Jürges, H. 2006. "Gender Ideology, Division of Housework, and the Geographic Mobility of Families". *Review of Economics of the Household* 4 (4): 299-323.
- Kanze, D., L. Huang, M.A. Conley y E.T. Higgins. 2017. "Male and Female Entrepreneurs Get Asked Different Questions by VC's and It Affects How Much Funding They Get". *Harvard Business Review*, 27 de junio de 2017.
- Kiefer, A.K. y D. Sekaquaptewa. 2007. "Implicit Stereotypes, Gender Identification, and Math-Related Outcomes: A Prospective Study of Female College Students". *Psychological Science* 18 (1): 13-18.
- Kim, K-J. y C.J. Bonk. 2006. "The Future of Online Teaching and Learning in Higher Education: The Survey Says...". *Educause Quarterly*, N° 4. [http://faculty.weber.edu/eamsel/Research%20Groups/Online%20Learning/Bonk%20\(2006\).pdf](http://faculty.weber.edu/eamsel/Research%20Groups/Online%20Learning/Bonk%20(2006).pdf).

- Kimelberg, S.M. y L.A. Nicoll. 2012. "Business Location Decisions in the Medical Device Industry: Evidence from Massachusetts". *Economic Development Quarterly* 26 (1): 34-49.
- Kleinjans, K.J. 2009. "Do Gender Differences in Preferences for Competition Matter for Occupational Expectations?" *Journal of Economic Psychology* 30 (5): 701-710.
- Kodama, N., B.S. Javorcik y Y. Abe. 2018. "Transplanting Corporate Culture across International Borders: Foreign Direct Investment and Female Employment in Japan". *The World Economy* 41 (5): 1148-1165.
- Kopp, D., D. Hangartner y M. Siegenthaler. 2019. "Monitoring Hiring Discrimination through Online Recruitment Platforms". Manuscrito sin publicar, ETH Zürich.
- Kricheli-Katz, T. y T. Regev. 2016. "How Many Cents on the Dollar? Women and Men in Product Markets". *Science Advances* 2 (2): e1500599.
- Krieger-Boden, C. y A. Sorgner. 2018. "Labor Market Opportunities for Women in the Digital Age". *Economics: The Open-Access, Open-Assessment E-Journal* 12 (28): 1-8.
- Kucera, D. y S. Tejani. 2014. "Feminizations, Defeminization, and Structural Change in Manufacturing". *World Development* 64 (diciembre): 569-582.
- Lambrecht, A. y C. Tucker. 2019. "Algorithmic Bias? An Empirical Study of Apparent Gender-Based Discrimination in the Display of STEM Career Ads". *Management Science* 65 (7): 2966-2981.
- Lan, J. y B. Shepherd. 2018. "Gender, Structural Transformation and Deindustrialization". Working Paper DTC-2018-5, Developing Trade Consultants, Nueva York.
- Lavy, V. 2008. "Do Gender Stereotypes Reduce Girls' or Boys' Human Capital Outcomes? Evidence from a Natural Experiment". *Journal of Public Economics* 92 (10): 2083-2105.
- Lavy, V. y E. Sand. 2018. "On the Origins of Gender Gaps in Human Capital: Short- and Long-Term Consequences of Teachers' Biases". *Journal of Public Economics* 167 (noviembre): 263-279.
- Lejárraga, I., H.L. Rizzo, H. Oberhofer, S. Stone y B. Shepherd. 2014. "Small and Medium-Sized Enterprises in Global Markets: A Differential Approach for Services?" OECD Trade Policy Paper N° 165, OECD Publishing, París.
- Lindley, J. 2012. "The Gender Dimension of Technical Change and the Role of Task Inputs". *Labour Economics* 19 (4): 516-526.
- Lopez-Acevedo, G. y R. Robertson, editores. 2016. *Stitches to Riches? Apparel Employment, Trade, and Economic Development in South Asia*. Directions in Development. Washington D.C.: Banco Mundial.
- Maertens, M. y J. Swinnen. 2009. "Are African High-Value Horticulture Supply Chains Bearers of Gender Inequality?" Artículo presentado en el taller de la FAO, el FIDA y la OIT titulado "Lagunas, tendencias e investigación en la dimensión de género del empleo rural y agrícola: caminos diferentes para salir de la pobreza".
- Marom, D., A. Robb y O. Sade. 2016. "Gender Dynamics in Crowdfunding (Kickstarter): Evidence on Entrepreneurs, Investors, Deals and Taste-Based Discrimination". Working Paper. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2442954.
- Martin, L.M. y L.T. Wright. 2005. "No Gender in Cyberspace? Empowering Entrepreneurship and Innovation in Female-Run ICT Small Firms". *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* 11 (2): 162-178.
- Mendoza, A., G. Nayyar y R. Piermartini. 2018. "Are the 'Poor' Getting Globalised?"

- Policy Research Working Paper 8609, Banco Mundial, Washington D.C.
- Microsoft. 2017. "Why Europe's Girls Aren't Studying STEM". Microsoft Publishing, París.
- Milkman, K.L., M. Akinola y D. Chugh. 2015. "What Happens Before? A Field Experiment Exploring How Pay and Representation Differentially Shape Bias on the Pathway into Organizations". *Journal of Applied Psychology* 100 (6): 1678.
- Minetti, R., P. Murro, Z. Rotondi y S.C. Zhu. 2019. "Financial Constraints, Firms' Supply Chains, and Internationalization". *Journal of the European Economic Association* 17 (2): 327-375.
- Morton, F.S., F. Zettelmeyer y J. Silva-Risso. 2003. "Consumer Information and Discrimination: Does the Internet Affect the Pricing of New Cars to Women and Minorities?" *Quantitative Marketing and Economics* 1 (1): 65-92.
- Moss-Racusin, C.A., J.F. Dovidio, V.L. Brescoll, M.J. Graham y J. Handelsman. 2012. "Science Faculty's Subtle Gender Biases Favor Male Students". *Proceedings of the National Academy of Sciences* 109 (41), 16474-16479.
- Muellbauer, J. 2020. "The Coronavirus Pandemic and US Consumption". VOX CEPR Policy Portal, 11 de abril de 2020. <https://voxeu.org/article/coronavirus-pandemic-and-us-consumption>.
- Muralidharan, K. y N. Prakash. 2017. "Cycling to School: Increasing Secondary School Enrollment for Girls in India". *American Economic Journal: Applied Economics* 9 (3): 321-350.
- Muravyev, A., D. Schäfer y O. Talavera. 2009. "Entrepreneurs' Gender and Financial Constraints: Evidence from International Data". *Journal of Comparative Economics* 37 (2): 270-286.
- Nano, E., G. Nayyar, S. Rubinova y V. Stolzenburg. 2019. "Services Liberalization and Educational Attainment: Evidence from India". Manuscrito sin publicar, Organización Mundial del Comercio, Ginebra.
- Nelson, J.A. 2018. *Gender and Risk-Taking: Economics, Evidence, and Why the Answer Matters*. Londres: Routledge.
- Ngai, L.R. y B. Petrongolo. 2017. "Gender Gaps and the Rise of the Service Economy". *American Economic Journal: Macroeconomics* 9 (4): 1-44.
- Niederle, M. y L. Vesterlund. 2011. "Gender and Competition". *Annual Review of Economics* 3 (1): 601-630.
- Nielsen. 2020. "Nielsen Investigates: 'Pandemic Pantries' Pressure Supply Chain amid COVID-19 Fears". Nielsen Insights, 2 de marzo de 2020. <https://www.nielsen.com/us/en/insights/article/2020/nielsen-investigation-pandemic-pantries-pressure-supply-chain-amidst-covid-19-fears>.
- Nilsson, Patricia y Emiko Terazono. 2020. "Can Fast Fashion's \$2.5tn Supply Chain Be Stitched Back Together?" *Financial Times*, 17 de mayo de 2020. <https://www.ft.com/content/62dc687e-d15f-46e7-96df-ed7doof8ca55>.
- OCDE (Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos). 2015. "What Lies Behind Gender Inequality in Education?" PISA in Focus N° 49, OECD Publishing, París.
- . 2017. *The Pursuit of Gender Equality: An Uphill Battle*. París: OECD Publishing.
- OCDE y Grupo Banco Mundial. 2015. "Inclusive Global Value Chains". Informe elaborado para su presentación en la reunión de Ministros de Comercio del G-20, Estambul, 6 de octubre, OCDE y Grupo Banco Mundial.

- OCDE y OMC (Organización Mundial del Comercio). 2013. *La ayuda para el comercio en síntesis: Conectarse a las cadenas de valor*. París y Ginebra: OCDE y OMC.
- OIT (Organización Internacional del Trabajo). 2016. *Informe IV: El trabajo decente en las cadenas mundiales de suministro*. Conferencia Internacional del Trabajo, 105.ª reunión. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.
- OMC (Organización Mundial del Comercio). 2016. *Informe sobre el comercio mundial 2016: Igualdad de condiciones para el comercio de las pymes*. Ginebra: OMC.
- . 2017. *Informe sobre el comercio mundial 2017: Comercio, tecnología y empleo*. Ginebra: OMC.
- . 2018. *Informe sobre el comercio mundial 2018: El futuro del comercio mundial: cómo las tecnologías digitales están transformando el comercio global*. Ginebra: OMC.
- . 2019. *Informe sobre el comercio mundial 2019: El futuro del comercio de servicios*. Ginebra: Organización Mundial del Comercio.
- . 2020a. “The Economic Impact of COVID-19 on Women in Vulnerable Sectors and Economies”. Nota informativa de la OMC, OMC, Ginebra. https://www.wto.org/english/tratop_e/covid19_e/covid19_e.htm.
- . 2020b. “Medidas que afectan al comercio de servicios adoptadas en el contexto de la COVID-19”. Nota informativa de la OMC, OMC, Ginebra, 28 de mayo. https://www.wto.org/spanish/tratop_s/covid19_s/services_report_s.pdf.
- OMS (Organización Mundial de la Salud). 2013. *Estimaciones mundiales y regionales de la violencia contra la mujer: prevalencia y efectos de la violencia conyugal y de la violencia sexual no conyugal en la salud*. Ginebra: OMS.
- OMT (Organización Mundial del Turismo). 2020. “Las llegadas de turistas internacionales podrían caer un 20-30% en 2020”. OMT, Madrid. <https://www.unwto.org/es/news/omt-las-llegadas-de-turistas-internacionales-podrian-caer-2020>.
- Orkoh, E. y V. Stolzenburg. 2020. “Gender-Specific Differences in Geographical Mobility: Evidence from Ghana”. Staff Working Paper ERSD-2020-01, Organización Mundial del Comercio, Ginebra.
- Paton, Elizabeth. 2020. “Our Situation is Apocalyptic’: Bangladesh Garment Workers Face Ruin”. *New York Times*, 31 de marzo de 2020. <https://www.nytimes.com/2020/03/31/fashion/coronavirus-bangladesh.html>.
- Pergelova, A., T. Manolova, R. Simeonova-Ganeva y D. Yordanova. 2019. “Democratizing Entrepreneurship? Digital Technologies and the Internationalization of Female-Led SMEs”. *Journal of Small Business Management* 57 (1): 14-39.
- Petro, Greg. 2020. “Coronavirus and Shopping Behavior: Men And Women React Differently”. *Forbes*, 13 de marzo de 2020. <https://www.forbes.com/sites/gregpetro/2020/03/13/coronavirus-and-shopping-behavior-men-and-women-react-differently>.
- Pickles, J. y S. Godfrey. 2012. “Economic and Social Upgrading in Global Apparel Production Networks”. Revised Summit Briefing 6.2 from the Capturing the Gains in Value Chains Summit, Ciudad del Cabo, Sudáfrica, 3-5 de diciembre de 2012.
- Pope, D.G. y J.R. Sydnor. 2010. “Geographic Variation in the Gender Differences in Test Scores”. *Journal of Economic Perspectives* 24 (2): 95-108.
- Resnick, P. y R. Zeckhauser. 2002. “Trust among Strangers in Internet Transactions: Empirical Analysis of e-Bay’s Reputation System”. En *The*

- Economics of the Internet and E-Commerce*, volumen 11, editado por M.R. Baye, 127-157. Emerald Group Publishing Ltd.
- Rezabakhsh, B., D. Bornemann, U. Hansen y U. Schrader. 2006. "Consumer Power: A Comparison of the Old Economy and the Internet Economy". *Journal of Consumer Policy* 29 (1): 3-36.
- Rocha, N. y D. Winkler. 2019. "Trade and Female Labor Participation: Stylized Facts Using a Global Dataset". Policy Research Working Paper 9098, Banco Mundial, Washington D.C.
- Rodrik, D. 2016. "Premature Deindustrialization". *Journal of Economic Growth* 21 (1): 1-33.
- Rosenbaum, G.O. 2017. "Female Entrepreneurial Networks and Foreign Market Entry". *Journal of Small Business and Enterprise Development* 24 (1): 119-135.
- Rubiano-Matulevich, E. y M. Viollaz. 2019. "Gender Differences in Time Use: Allocating Time between the Market and the Household". Policy Research Working Paper 8981, Banco Mundial, Washington D.C.
- Ruppert Bulmer, E.N., C.H. Hollweg, D. Lederman y L.D. Rojas Alvarado. 2014. *Sticky Feet: How Labor Market Frictions Shape the Impact of International Trade on Jobs and Wages*. Directions in Development. Washington D.C.: Grupo Banco Mundial.
- Sachetti, F.C., A. Hunt, C. Currie, F. Filgueira, G.D. Langou, M. Beneke de Sanfeliu, S. Gammage, R. Hayashi y M. Thomas. 2019. "A Gendered Perspective on Changing Demographics: Implications for Labor, Financial and Digital Equity". Artículo elaborado para Think 20 Japan 2019, 30 de marzo, Tokio.
- Seguino, S. 2000. "The Effects of Structural Change and Economic Liberalization on Gender Wage Differentials in South Korea and Taiwan". *Cambridge Journal of Economics* 24 (4): 437-459.
- Seric, A. y D. Winkler. 2020. "COVID-19 Could Spur Automation and Reverse Globalisation-to Some Extent". VOX CEPR Policy Portal, 28 de abril de 2020. <https://voxeu.org/article/covid-19-could-spur-automation-and-reverse-globalisation-some-extent>.
- Seror, M., R. Record y J. Clarke. 2018. "Barreras de cristal: obstáculos a la participación de las mujeres en el comercio transfronterizo a pequeña escala en Camboya y en la República Democrática Popular Lao". En *Comercio y reducción de la pobreza: nuevas pruebas del impacto en los países en desarrollo*, editado por Grupo Banco Mundial y Organización Mundial del Comercio, 148-173. Ginebra: Organización Mundial del Comercio.
- Shepherd, B. y S. Stone. 2012. "Global Production Networks and Employment: A Developing Country Perspective". OECD Trade Policy Papers, Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, París.
- Slaughter, M.J. 2013. "American Companies and Global Supply Networks: Driving US Economic Growth and Jobs by Connecting the World". U.S. Council for International Business y United States Council Federation, Nueva York.
- Song, L., S. Appleton y J. Knight. 2006. "Why Do Girls in Rural China Have Lower School Enrollment?" *World Development* 34 (9): 1639-1653.
- Staritz, C. y J.G. Reis. 2013. *Global Value Chains, Economic Upgrading and Gender: Case Studies of the Horticulture, Tourism, and Call Center Industries*. Washington D.C.: Banco Mundial.
- Steffens, M.C., P. Jelenec y P. Noack. 2010. "On the Leaky Math Pipeline: Comparing Implicit Math-Gender Stereotypes and

- Math Withdrawal in Female and Male Children and Adolescents”. *Journal of Educational Psychology* 102 (4): 947.
- Suri, T. y W. Jack. 2016. “The Long-Run Poverty and Gender Impacts of Mobile Money”. *Science* 354 (6317): 1288-1292.
- Tang, H. y Y. Zhang. 2017. “Do Multinationals Transfer Culture? Evidence on Female Employment in China”. CESifo Working Paper 6295, CESifo, Múnich.
- Twining-Ward, L. 2019. “World Bank We-Fi WeTour Women in Tourism Enterprise Survey for Sierra Leone and Ghana”. Manuscrito sin publicar.
- UIT (Unión Internacional de Telecomunicaciones). 2016. “¿Cómo colmar la brecha digital de género?” ITU News Magazine, Issue N° 04/2016. https://www.itu.int/dms_pub/itu-s/opb/gen/S-GEN-NEWS-2016-P4-PDF-S.pdf.
- USITC (Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos). 2010. “Small and Medium-Sized Enterprises: Characteristics and Performance”. Investigation N° 332-510, USITC Publication 4189, USITC, Washington D.C.
- Vahter, P. y J. Masso. 2019. “The Contribution of Multinationals to Wage Inequality: Foreign Ownership and the Gender Pay Gap”. *Review of World Economics* 155 (1): 105-148.
- van der Vleuten, M., S. Steinmetz y H. van de Werfhorst. 2019. “Gender Norms and STEM: The Importance of Friends for Stopping Leakage from the STEM Pipeline”. *Educational Research and Evaluation* 24 (6-7): 1-20.

Capítulo 3

RESPUESTAS DE POLÍTICA PARA AUMENTAR LOS BENEFICIOS QUE *LAS MUJERES* OBTIENEN DEL COMERCIO

Principales mensajes

- La eliminación de los obstáculos al comercio que impiden a las mujeres acceder a los mercados internacionales puede ayudarlas a aumentar su participación en el comercio y los beneficios que obtienen de él. La reducción de los obstáculos arancelarios y no arancelarios, una mayor facilitación del comercio y un mejor acceso a la financiación del comercio beneficiarían a las mujeres.
- La participación de las mujeres en el comercio y los beneficios que obtienen de él aumentan si se mantiene un entorno comercial previsible basado en las normas de la OMC. Las negociaciones e iniciativas que está llevando a cabo la OMC en relación con los servicios, la agricultura, el comercio electrónico y las mipymes pueden impulsar el empoderamiento de las mujeres en la economía mundial.
- Las políticas comerciales por sí solas no siempre pueden favorecer la participación de las mujeres en el comercio. A fin de incrementar la capacidad de las mujeres de participar en el comercio es indispensable contar con políticas complementarias que mejoren su acceso a la educación, los recursos financieros, las tecnologías digitales, la información y la infraestructura.
- Unas políticas de ajuste del mercado de trabajo con objetivos bien definidos y financiación adecuada pueden ayudar a las mujeres a aprovechar al máximo los beneficios de la apertura comercial y mitigar los riesgos potenciales conexos.
- Por último, para elaborar estrategias bien diseñadas y aplicarlas de forma adecuada con miras a aumentar los beneficios que obtienen las mujeres del comercio hay que disponer de datos pertinentes relacionados con el género. Sin embargo, dada la falta de datos comerciales desglosados por género, ha resultado difícil para los encargados de la formulación de políticas determinar el diferente impacto que pueden tener las políticas comerciales en las mujeres y en los hombres. El Banco Mundial y la OMC están liderando los esfuerzos para subsanar esas deficiencias de datos. El informe conjunto permitirá que en las futuras investigaciones y políticas se tenga en cuenta el impacto del comercio en la igualdad de género.

En el presente capítulo se examinan las iniciativas relacionadas con el comercio y el empoderamiento económico de las mujeres que llevan a cabo los Gobiernos, la sociedad civil, el sector privado y las instituciones multilaterales. Se da prioridad a las medidas que podrían ser más eficaces para abrir los mercados a las mujeres y reforzar su capacidad comercial. También se señalan los riesgos que plantea el comercio para las mujeres trabajadoras y se proponen políticas para mitigarlos. El capítulo concluye con un examen de las iniciativas emprendidas por el Banco Mundial y la OMC para abordar la cuestión del comercio y el género.

Prioridades para aumentar el acceso de las *mujeres* a los mercados

La propia política comercial es un factor determinante fundamental para reducir los costos del comercio que afrontan las mujeres y mejorar el acceso de estas a los mercados internacionales. Están muy generalizadas las políticas comerciales discriminatorias que hacen que los sectores en los que predominan las mujeres sean menos competitivos y productivos que aquellos en los que predominan los hombres. Hay que acabar con esos obstáculos para lograr que las mujeres se beneficien del comercio. En ese contexto, los encargados de la formulación de políticas han de poner fin a las medidas arancelarias y no arancelarias que perjudican a las mujeres comerciantes, trabajadoras y consumidoras, promover medidas de facilitación del comercio que permitan a las mujeres comerciar con la misma seguridad y facilidad que los hombres y mejorar el acceso a la financiación

comercial que empodera a las mujeres para acceder a los mercados internacionales.

Reducir los obstáculos arancelarios y no arancelarios al comercio de mercancías

Las medidas arancelarias y no arancelarias obstaculizan la participación de las mujeres en el comercio. Mejorar las políticas comerciales en lo que respecta a estas medidas fomentaría el acceso de la mujer a nuevas oportunidades en los mercados internacionales, en particular, en el comercio de servicios, el comercio digital y las cadenas de valor mundiales (CVM). Al disponer de insumos de producción y productos de consumo corriente más asequibles, las mujeres podrán competir en condiciones de mayor igualdad con los hombres.

Aunque la mayoría de los aranceles aplicados son relativamente bajos, sobre todo en los países de ingreso alto, los aranceles sobre algunos productos que los Gobiernos consideran sensibles siguen siendo elevados. Las mujeres trabajadoras, en particular en economías en desarrollo, se ven afectadas por los aranceles persistentemente altos aplicables a los productos agropecuarios. En regiones como África Subsahariana todavía se aplican aranceles elevados a la mayoría de las mercancías. Los textiles están sujetos a aranceles superiores a los de otros productos manufacturados similares, lo que afecta doblemente a las mujeres porque son las que más consumen esos productos y más a menudo trabajan en ese sector (Taylor y Dar, 2015).

Eliminar las diferencias arancelarias relacionadas con el género (para los mismos productos) o reducir o suprimir completamente los aranceles aplicados pertinentes favorecería el acceso de las empresarias a más mercados y a mercados de mayor tamaño. La reducción de los aranceles también permitiría a las mujeres empresarias o proveedoras de las CVM acceder a insumos de mayor calidad a precios mundiales y aumentar así su productividad. En el sector agropecuario, la reducción de los aranceles puede contribuir a acabar con la discriminación existente al favorecer el acceso

de las mujeres a insumos (como semillas, plaguicidas y fertilizantes). Esto les permite mejorar la calidad de sus cultivos, diversificar sus cultivos o actividades y cerrar la brecha de género en lo que respecta a la productividad.

Las medidas no arancelarias injustificadas, discriminatorias y opacas también perjudican a las mujeres comerciantes, especialmente a las pequeñas comerciantes, ya que incrementan los costos vinculados al cumplimiento de las normas y los reglamentos. Elaborar normas y reglamentos técnicos bien pensados y menos restrictivos del comercio mejora la competitividad de las empresas y reduce los costos comerciales.¹

Las medidas no arancelarias raramente se formulan con perspectiva de género, y sus efectos en las mujeres y los hombres son muy dispares (CEPE, 2018). En los casos más extremos, las medidas no arancelarias pueden excluir laboralmente a las mujeres, por ejemplo si estas no pueden utilizar debidamente un equipo de protección específico diseñado para un cuerpo de hombre.² En efecto, la mayor parte de los equipos de protección, incluidas las gafas y los monos, se diseñan en función del tamaño y las características de los hombres. Es más, el hecho de no tener en cuenta las diferencias físicas puede repercutir negativamente en la seguridad de las mujeres trabajadoras.

Algunas economías e instituciones de normalización han definido y aplicado varias medidas que pueden mitigar esos sesgos de género. Promoviendo la participación de las mujeres en el establecimiento de normas y consultándolas más activamente a la hora de aplicar esas normas se puede lograr que estas reflejen en mayor medida los intereses y necesidades de la mujer. Para ello conviene desarrollar y compartir las mejores prácticas sobre cómo tener en cuenta las diferencias biológicas y culturales en la formulación y aplicación de las normas, definir criterios e indicadores de género que puedan utilizarse en la formulación de las normas e identificar y poner en práctica medidas para garantizar que las normas contribuyan a la igualdad de género.

Reducir los obstáculos al comercio de servicios

El comercio de servicios se enfrenta a costos más elevados que los del comercio de mercancías, y eso afecta de manera desproporcionada a las mujeres. La necesaria cercanía con los clientes y la mayor complejidad de los regímenes normativos aumentan los costos para los proveedores y los consumidores de servicios (OMC, 2019). La reducción de los costos del comercio de servicios puede acelerar el desarrollo y crear oportunidades para las mujeres comerciantes, trabajadoras y consumidoras en las esferas del comercio tradicional y el comercio digital.

Las políticas relativas al comercio de servicios que protegen los mercados internos reducen la competencia, obstaculizan las inversiones extranjeras directas y disminuyen la competitividad de las empresas. La falta de competencia en los servicios reduce la productividad de las empresas de este sector y aumenta los costos. Los servicios desempeñan una importante función como insumos de producción para los agricultores, las actividades manufactureras y otras empresas de servicios. Cuando servicios como el transporte, las finanzas y la energía están protegidos de la competencia, el crecimiento de la productividad (y, en consecuencia, de los ingresos) de toda una economía puede verse negativamente afectado. Ese efecto tiene graves consecuencias para las mujeres porque el sector de los servicios emplea a más mujeres que el manufacturero. Unos servicios eficientes también pueden contribuir a eliminar algunas de las limitaciones que afrontan las mujeres: servicios de transporte y finanzas más eficientes y económicos, por ejemplo, reducen las limitaciones de movilidad y financieras de las mujeres.

Los tipos de políticas que eliminan los obstáculos al comercio difieren en función de los modos de suministro de los servicios (Sauvé, 2019). Las políticas que promueven el suministro transfronterizo tradicional de servicios son especialmente importantes para aumentar las oportunidades económicas de las mujeres. Servicios como la educación, la salud y los cuidados están experimentando una

rápida expansión gracias a la digitalización y al turismo médico. En los países en desarrollo, sería beneficioso para las mujeres con limitaciones financieras y menos flexibilidad horaria que los hombres poder tener un mayor acceso a los servicios de enseñanza extranjeros sin tener que salir de casa. En ese contexto, las políticas que establecen un marco digital jurídico claro en el ámbito nacional pueden promover los servicios prestados en línea acelerando el acceso de las empresas y los consumidores a servicios y pagos seguros, interoperables y digitalizados. El comercio electrónico reviste especial importancia para las mujeres porque la venta de mercancías por medios digitales permite superar algunas de las limitaciones que afrontan las mujeres al exportar, como las relacionadas con el tiempo y la movilidad.

La supresión de las restricciones al consumo de servicios en el extranjero también puede beneficiar a las mujeres como consumidoras, ya que estas disfrutarían de un mejor acceso a unos servicios de mayor calidad y diversidad, incluidos los servicios médicos y educativos. La eliminación de determinadas restricciones jurídicas, como la prohibición de viajar al extranjero sin un tutor legal varón, el no reconocimiento de los diplomas extranjeros o el no reembolso de los servicios sanitarios recibidos en el extranjero, puede contribuir también al empoderamiento económico de las mujeres en el país que presta los servicios, ya que estas suelen trabajar en servicios que normalmente se consumen en el extranjero, como los de turismo y salud.

Las políticas que facilitan, entre otras cosas, el establecimiento de sucursales, filiales u oficinas de representación de una empresa extranjera pueden beneficiar a las mujeres trabajadoras. En efecto, las empresas extranjeras (a través de las inversiones extranjeras directas) tienen más probabilidades de emplear a mujeres, pagarles salarios más altos y mejorar sus perspectivas profesionales.

El movimiento temporal de personas para la prestación de servicios en otro país puede incrementar las oportunidades de las mujeres de ofrecer sus servicios en el extranjero. Los acuerdos bilaterales pueden promover la contratación internacional de personal en

determinados sectores, incluidos aquellos en los que las mujeres representan la principal fuerza de trabajo, como la atención sanitaria y la asistencia social³ Aunque la mayoría de esos acuerdos son limitados y abarcan solo una proporción muy reducida de médicos y enfermeros, pueden brindar a las mujeres de las economías desarrolladas y en desarrollo nuevas oportunidades en el extranjero, salarios más elevados y más conocimientos, aptitudes y experiencia. La eficacia de los acuerdos laborales depende, en última instancia, de que logren impedir la discriminación de género en la contratación y el empleo, eliminar las barreras culturales y evitar una escasez de personal profesional cualificado en los países de origen (fuga de cerebros).

Promover el comercio transfronterizo mediante la facilitación y financiación del comercio

Las mujeres que participan en el comercio transfronterizo de mercancías afrontan una serie de desafíos, como limitaciones de tiempo y aptitudes, un acceso reducido a la financiación del comercio y una mayor exposición a la extorsión y el acoso físico. Esos desafíos son especialmente importantes en el caso de las pequeñas comerciantes de las economías en desarrollo y menos adelantadas. Reducir las limitaciones y los desafíos que afectan a las mujeres en el comercio transfronterizo puede abrirles nuevas oportunidades comerciales— como la participación en las CVM—, aumentar sus fuentes de ingresos y permitirles participar en el comercio formal a mayor escala.

Para preparar y aplicar medidas de facilitación del comercio eficaces es preciso identificar los desafíos y obstáculos concretos que enfrentan los comerciantes transfronterizos, en particular las mujeres (OMC, 2015). La adopción e implementación de políticas nacionales en cumplimiento de los compromisos contraídos en virtud del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio (AFC) de la OMC puede ser un catalizador para las mujeres comerciantes al crear procedimientos aduaneros previsibles y

eficientes, reducir los plazos de despacho de aduana y los costos del comercio, mitigar las prácticas fronterizas fraudulentas y aumentar la participación de las mujeres en los mecanismos de decisión sobre facilitación del comercio.⁴

Disponer de información transparente, no discriminatoria y de fácil acceso sobre aranceles, impuestos, normas y procedimientos es un factor determinante fundamental de la competitividad de los exportadores, más aún en el caso de las mujeres comerciantes cuyo tiempo y acceso a las redes comerciales son más limitados. El establecimiento de un Comité Nacional de Facilitación del Comercio encargado de favorecer la coordinación y aplicación de las disposiciones del AFC en el ámbito nacional puede permitir que las mujeres participen en el diseño, la aplicación, la supervisión y la evaluación de las medidas de facilitación del comercio formulando observaciones sobre las normas propuestas en el contexto de la circulación de mercancías. En Zambia, donde más del 70% de los pequeños comerciantes transfronterizos son mujeres, la asociación de comerciantes transfronterizos participa en diversas reuniones de consulta en el marco del Comité Nacional de Facilitación del Comercio. Asimismo, la garantía del derecho a recurrir las decisiones administrativas aduaneras que se contempla en el AFC también puede beneficiar a las mujeres comerciantes, que a veces se enfrentan a una discrecionalidad excesiva de las autoridades aduaneras en la frontera.

Asimismo, la reducción de los engorrosos procedimientos fronterizos y burocráticos gracias a la utilización de las tecnologías digitales, conforme al AFC, puede permitir que algunas mujeres trabajen desde una oficina o desde su casa en lugar de tener que recurrir a intermediarios. Los pagos electrónicos también reducen la interacción física con los funcionarios de aduanas, lo que podría mitigar el nivel de acoso y sobornos al que están particularmente expuestas las mujeres comerciantes. Y aunque estas no tengan acceso a la tecnología de la información y las comunicaciones (TIC), pueden beneficiarse de la armonización y simplificación de los procedimientos aduaneros (recuadro 3.1). Estas medidas de facilitación del comercio pueden complementarse con actividades de creación de capacidad para los comerciantes, adaptadas según las necesidades de cada

género, como los programas de concienciación sobre los derechos y las obligaciones de los comerciantes y la formación digital. De manera más general, pueden complementarse con otras políticas destinadas a mejorar la infraestructura fronteriza, por ejemplo, carriles para peatones, alojamiento seguro y asequible, guarderías, zonas de almacenamiento e instalaciones de saneamiento adecuadas, con el fin de atender las necesidades de las pequeñas comerciantes.

La escasa inclusión financiera, también en lo que respecta al acceso a la financiación del comercio, es un problema global que afecta a las mujeres de manera desproporcionada y puede limitar las oportunidades de las comerciantes. Un mayor acceso de las mujeres a la financiación del comercio puede favorecer el empoderamiento de las empresas propiedad de mujeres y administradas por mujeres. La financiación del comercio es una importante fuente de crédito a corto plazo que emplean normalmente las empresas que exportan o importan mercancías. Los comerciantes más pequeños, en particular las mujeres, suelen tener un acceso muy limitado a los préstamos para cubrir el costo de las mercancías que tienen previsto comprar o vender, lo que puede impedirles comerciar. Los bancos no conceden préstamos para este tipo de transacciones ni siquiera cuando se ha confirmado el pedido. Para recibir esos préstamos, los comerciantes más pequeños deben contar con antecedentes comerciales sólidos y estar en condiciones de pagar un interés relativamente elevado (Sachetti *et al.*, 2019; OMC, 2014, 2016).

En este contexto, los programas que ayudan a los comerciantes a crear un historial crediticio pueden contribuir a que las mujeres comerciantes superen algunas de las desventajas que sufren por no poder acceder al crédito. La armonización de los reglamentos financieros dentro de una región puede facilitar la comparabilidad de la información y los historiales crediticios en el mercado financiero regional y ampliar las fuentes de financiación potenciales para las comerciantes (von Hagen, 2015). Asimismo, algunos expertos consideran que el auge de las tecnologías financieras es una posible solución para el déficit de financiación que sufren las mipymes, en particular las

Recuadro 3.1 Los beneficios de la facilitación del comercio para las mujeres

En la región africana de los Grandes Lagos, el comercio transfronterizo a pequeña escala desempeña un papel importante en lo que respecta a la provisión de bienes, servicios, empleos e ingresos. Las mujeres representan una gran parte de este comercio, que a menudo es un medio de subsistencia esencial para ellas y para sus familias (OIT, 2013; Lesser y Moisé-Leeman, 2009). No obstante, a causa del entorno comercial imprevisible e inseguro, no se está aprovechando plenamente el potencial del comercio transfronterizo a pequeña escala para impulsar el crecimiento de los ingresos y del empleo de las mujeres y reducir simultáneamente la pobreza.

Con el apoyo del Banco Mundial y en cooperación con el Mercado Común de África Oriental y Meridional, los Gobiernos de la República Democrática del Congo, Rwanda y Uganda están ejecutando el Proyecto de Facilitación del Comercio en los Grandes Lagos a fin de reducir los riesgos en la frontera, facilitar el comercio transfronterizo y aumentar la capacidad comercial, especialmente en el caso de los pequeños comerciantes y las mujeres comerciantes.

En el marco del proyecto, se presta apoyo para mejorar la infraestructura fronteriza con el fin de atender las necesidades de los pequeños comerciantes (como carriles para peatones, alumbrado y vallado), construir mercados fronterizos, simplificar las políticas y los procedimientos para los pequeños comerciantes y llevar a cabo numerosas actividades de formación y creación de capacidad para comerciantes y funcionarios de aduanas.

También se respalda la implementación de una Carta para Comerciantes Transfronterizos, que comprende un conjunto básico de derechos y obligaciones de los comerciantes y los funcionarios, a fin de que los primeros puedan utilizar de manera segura el puesto fronterizo oficial y evitar enjuiciamientos y confiscaciones de mercancías injustificados. Se espera que esas normas alienten un cambio de comportamiento, reduzcan los plazos de tramitación, faciliten el comercio y, a fin de cuentas, conviertan la frontera en un entorno favorable.

En diciembre de 2018, el Banco Mundial realizó un estudio piloto para recopilar información de los comerciantes sobre los desafíos que planteaba el comercio transfronterizo en la región de los Grandes Lagos y el impacto que podía tener ese comercio en el acceso de los hogares a la nutrición, la salud y la educación. Los debates en grupos temáticos con pequeños comerciantes y las entrevistas a pequeñas comerciantes, funcionarios de fronteras y funcionarios encargados de facilitar información comercial revelaron que el acoso es menor en los cruces fronterizos en los que ha habido intervenciones del proyecto que en aquellos en los que no. La presencia de un funcionario encargado de facilitar información comercial también contribuía a reducir el acoso por parte de los funcionarios de fronteras. La mayoría de los participantes informaron de que, gracias a sus actividades comerciales, había aumentado su calidad de vida, lo que les permitía mejorar su situación nutricional y la de sus familias, así como el acceso a la atención sanitaria y la educación para sus hijos.

que son propiedad de mujeres, siempre que tengan acceso a las TIC y los conocimientos necesarios (DiCaprio, Yao y Simms, 2017; Jenik, 2017). Las tecnologías financieras abarcan una amplia variedad de instrumentos financieros, como los préstamos entre pares

y la financiación colaborativa, que pueden mejorar los resultados digitales y solventar algunos de los problemas relacionados con el comercio electrónico transfronterizo que sufren las mipymes, en particular las que son propiedad de mujeres (Suominen, 2018).

Prioridades para aumentar la capacidad de las *mujeres* de participar en el comercio internacional

Las políticas comerciales no son el único factor determinante de los beneficios que pueden obtener las mujeres a través de las oportunidades comerciales, en particular en el comercio de servicios, el comercio digital y las CVM. Las inversiones en educación, salud e infraestructura pueden proporcionar a las mujeres el capital humano que necesitan para beneficiarse del comercio, sobre todo como trabajadoras y comerciantes. A nivel macro, el funcionamiento de los mercados de capital y trabajo, la estabilidad macroeconómica y la gobernanza efectiva, que incluye la reducción de los desequilibrios de género, son condiciones previas para el desarrollo del comercio.

Para que las mujeres se beneficien plenamente del comercio, a menudo se necesitan cambios socioculturales. Las políticas comerciales no pueden suprimir las barreras jurídicas y socioculturales discriminatorias que impiden a las mujeres abrir una cuenta bancaria, dirigir sus propios negocios, trabajar en determinados sectores o cruzar las fronteras. Esas barreras a menudo aumentan los costos de la formalización para las mujeres comerciantes y emprendedoras, lo que las obliga a ganarse la vida en el sector informal. La informalidad reduce la seguridad laboral y el acceso a los recursos, en particular a la capacitación y el apoyo financiero.

Unas políticas específicas pueden ayudar a las mujeres a superar esos obstáculos, maximizar los beneficios de la apertura comercial—en particular en el comercio de servicios, el comercio digital y la participación en las CVM—y acceder a los recursos productivos. La mayoría de esas políticas están concebidas para reducir las ineficiencias del mercado nacional y las restricciones transfronterizas que afectan a las mujeres, como las dificultades de acceso a la educación, los recursos financieros, las tecnologías digitales y la información (cuadro 3.1). Para que un conjunto de políticas complementarias esté bien concebido, esas medidas deben estar coordinadas y ser coherentes, o al menos no ser contradictorias.

Algunas de las políticas más importantes para las mujeres no son específicas de género. Por ejemplo, los programas para establecer los sistemas nacionales de identidad también pueden facilitar el acceso a la financiación porque, en la mayoría de los países, para abrir una cuenta bancaria se necesita una prueba de identidad válida. Esto es especialmente relevante para las mujeres en los países de ingreso bajo, que no suelen tener un documento de identidad oficial como los hombres. Además, se podrían diseñar otras políticas destinadas específicamente a las mujeres. Por ejemplo, algunas iniciativas educativas apoyan la construcción de facultades de ingeniería públicas solo para mujeres en las zonas menos adelantadas para solucionar el problema de que, en algunas regiones, las mujeres a menudo no pueden seguir estudiando debido a los tabúes sociales relacionados con la educación en facultades mixtas (Ghose, 2019). Según la cuestión que se plantee, las políticas específicas de género pueden complementar las políticas generales existentes. Asimismo, algunas políticas pueden estar dirigidas a las mujeres en general, mientras que otras pueden centrarse en una subpoblación de mujeres en función de criterios socioeconómicos o geográficos concretos. La decisión de centrarse en determinadas mujeres y no otras es un reconocimiento de que las mujeres no constituyen un grupo homogéneo.

Ciertas políticas complementarias, como las educativas, se han analizado ampliamente

Fotografía: © Monkey Business Images/ Shutterstock.com. Uso autorizado; se requiere autorización adicional para volver a utilizar la imagen.



con perspectiva de género para maximizar su impacto económico en las mujeres. Sin embargo, en el caso de muchas otras políticas, como las relativas al acceso a la tecnología digital, prácticamente no existe información sobre sus efectos en función del género. Parte de esta falta de información se debe a la escasez de datos pertinentes desglosados por género, lo que impide evaluar los efectos en las mujeres y los hombres. Pese a esa escasez de datos, el cuadro 3.1 contiene información sobre cuestiones y medidas concretas que algunos Gobiernos han tenido en cuenta para centrarse en las mujeres.

Mitigar los riesgos comerciales que afrontan las mujeres

La apertura económica, el aumento del comercio y de la inversión y el cambio tecnológico generan más riqueza y oportunidades, pero también dan lugar a una contracción del empleo en los sectores que resultan menos competitivos. El comercio contribuye a aumentar la eficiencia económica al mejorar la productividad de determinadas empresas, permitir una mayor especialización o brindar acceso a una mayor variedad de insumos. Sin embargo, para que esos beneficios se

Cuadro 3.1 Ejemplos de políticas de desarrollo de la capacidad comercial de las mujeres

Esfera de desarrollo de la capacidad	Políticas y medidas
<p>• Desarrollo de capital humano: Promover el acceso de las mujeres a la educación básica y superior potencia su papel en el comercio y contribuye al éxito económico en mercados internacionales competitivos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Formación básica y específica, como actividades de creación de capacidad para adoptar, desarrollar y difundir tecnologías nuevas. • Capacitación sobre cuestiones comerciales, como la aplicación y el desarrollo de procedimientos aduaneros, los obstáculos técnicos al comercio, las medidas sanitarias y fitosanitarias y la observancia de los derechos de propiedad intelectual (Coche, Kotschwar y Salazar-Xirinachs, 2006). • Transferencias monetarias condicionadas y en especie como incentivo para que los estudiantes continúen con la enseñanza secundaria (Muralidharan y Prakash, 2013). • Donaciones a las familias que envíen a sus hijas a la escuela; entrega de libros de texto, alimentos y atención sanitaria, además de becas y campañas de sensibilización (Khandker, Pitt y Fuwa, 2013; Schultz 2004). • Horarios escolares flexibles para adecuarse a las responsabilidades de las niñas que han de ocuparse de sus hermanos menores o de las tareas domésticas. • Construcción de escuelas locales en emplazamientos bien situados, con la debida dotación de personal, para reducir el tiempo de desplazamiento (Herz y Sperling, 2004). • Promoción de los planes de estudios de ciencias, tecnología, ingeniería y matemáticas (CTIM) y capacitación de las niñas en aptitudes informáticas, como programación, robótica o diseño web. • Cursos de asesoramiento a las mujeres para potenciar su autoestima (Bekh, 2014), especialmente con asesoras en CTIM (Dasgupta y Dennehy, 2017; Dasgupta y Stout, 2014).
<p>• Mayor acceso a la tecnología digital: Desarrollar y ampliar la infraestructura digital, como las redes de banda ancha de alta velocidad en las ciudades y las zonas rurales, es a menudo una condición previa para que las mujeres empresarias, trabajadoras y consumidoras puedan disfrutar de nuevas oportunidades comerciales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitación de dispositivos digitales (teléfonos móviles o computadoras) a las mujeres, sobre todo en las zonas rurales. • Cursos de formación en TIC para mejorar la capacidad de las mujeres de comprender, utilizar, modificar y crear contenidos y servicios digitales (Omiunu, 2019; OMC, 2018).

<p>• Mayor acceso a la financiación: Mejorar el acceso de las mujeres a la financiación, en particular resolviendo las disparidades entre hombres y mujeres en ese ámbito y en los derechos reconocidos por la ley, puede aportar mejoras significativas a las mujeres comerciantes y consumidoras.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Derogación de las disposiciones jurídicas discriminatorias, en particular las leyes que discriminan a las mujeres a la hora de abrir una cuenta bancaria y registrar su empresa. • Programas de préstamos específicos con condiciones favorables en cuanto a garantías, plazos de vencimiento y tipos de interés, a fin de que haya más fondos financieros a disposición de las mujeres que trabajan en el sector informal. • Programas de préstamos complementados con capacitación empresarial, financiera y comercial específica. • Presupuesto con perspectiva de género en los planes del sector financiero nacional tomando como base los datos sobre la inclusión financiera de las mujeres. • Simplificación del proceso de apertura de una cuenta de depósito y reforma de los sistemas de información crediticia para reconocer tipos de garantías alternativas, como la reputación basada en el historial de reembolso de préstamos. • Sistemas nacionales de identidad que faciliten el establecimiento y la presentación de una prueba de identidad válida para abrir una cuenta bancaria.
<p>• Mayor acceso a la información comercial: Recopilar y difundir información comercial sobre la situación del mercado, los precios y la calidad de las mercancías puede reducir los costos comerciales y contribuir a que las mujeres disfruten de nuevas oportunidades comerciales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sitios web de acceso público con información y explicaciones sobre las principales disposiciones de los acuerdos comerciales especialmente pertinentes para las mipymes. • Nombramiento de coordinadores de género en diversos niveles de la administración pública y las instituciones estatales encargados de su respectiva estrategia de incorporación de la perspectiva de género. • Talleres y ferias comerciales para reunir a empresarios y compradores de determinados sectores. • Programas de promoción del comercio para mujeres exportadoras que ofrezcan formación, contactos con compradores internacionales y acceso a plataformas empresariales internacionales (Frohmann, 2017).
<p>• Mayor acceso a la infraestructura: La inversión en infraestructura y las medidas que promueven el acceso no discriminatorio a la infraestructura pueden favorecer la igualdad de condiciones para las empresas y reducir los obstáculos que afrontan las de pequeño tamaño.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora de la infraestructura de transporte y logística, también en las zonas remotas y rurales. • Establecimiento de una infraestructura de evaluación de la conformidad reconocida a nivel mundial con el fin de aumentar la capacidad y los recursos para cumplir los requisitos técnicos, sanitarios y fitosanitarios.

materialicen, en cada país la mano de obra y el capital deben reasignarse de las actividades, empresas o sectores menos productivos a los más productivos. En el caso de algunos trabajadores, esto puede implicar perder su empleo, posiblemente pasar un período de desempleo y, a menudo, formarse para obtener un nuevo empleo en otro ámbito.

Cuanto más suave sea este proceso, menores serán los costos para los trabajadores desplazados y mayores los beneficios netos para la sociedad. Sin embargo, los trabajadores que no cuenten con las aptitudes adecuadas o no vivan en las regiones en expansión tal vez no puedan realizar la transición rápidamente o incluso no lo consigan nunca. Esas fricciones son un lastre para la economía, y sobre todo para el mercado de trabajo, y pueden generar malestar social o político. Aunque el balance de los efectos del comercio sea positivo, los trabajadores con aptitudes inadecuadas u obsoletas en las regiones o los sectores afectados pueden sufrir pérdidas importantes y persistentes.

Una gran variedad de medidas específicas y coordinadas destinadas principal, pero no exclusivamente, al mercado de trabajo puede lograr que las economías tengan una mayor capacidad de respuesta al cambio y ayudar a las mujeres trabajadoras y empresarias a adecuarse a las nuevas condiciones económicas (Bacchetta, Milet y Monteiro, 2019). Se trata de las llamadas políticas de ajuste, que se refieren de manera amplia a las medidas adoptadas para que el mercado de trabajo y la economía en general sean más eficientes y tengan una mayor capacidad de respuesta a los cambios tecnológicos y económicos reduciendo el costo de la reasignación de recursos.

Aunque actualmente no existe ninguno que esté dirigido especialmente a las mujeres trabajadoras, los programas de ajuste comercial pueden ser pertinentes para maximizar los beneficios que estas obtienen del comercio. Una asistencia para el reajuste financiada debidamente y con objetivos bien definidos, prestada mediante una combinación de políticas de trabajo, competitividad y compensación, puede ayudar a los trabajadores a gestionar los costos del

ajuste comercial y asegurar al mismo tiempo que la economía se beneficie lo más posible de esos cambios (FMI, Grupo Banco Mundial y OMC, 2017). Además de mejorar la eficiencia económica, las políticas de ajuste permiten compensar a quienes han salido perdiendo de la perturbación o mantener el apoyo político a la innovación y la apertura comercial.

Las políticas de ajuste pueden ser generales y estar diseñadas para ayudar a los trabajadores a adaptarse al cambio económico, independientemente de cuál haya sido su origen, o pueden concebirse para abordar un cambio económico concreto, como la apertura comercial (OMC, 2017). Entre las políticas de ajuste figuran las políticas activas o pasivas del mercado de trabajo. Por un lado, las políticas activas tienen por objeto aumentar la probabilidad de que los trabajadores desempleados encuentren un nuevo puesto de trabajo, por ejemplo, dotándolos de una mayor formación o ayudándolos en la búsqueda de empleo. El acceso a la educación brinda a las mujeres las aptitudes necesarias para aprovechar las oportunidades comerciales existentes, pero también las que se necesitan para adaptarse a las nuevas condiciones económicas. Por otro lado, las políticas pasivas ayudan a los trabajadores que han perdido su empleo mediante prestaciones económicas. Hay opiniones divergentes acerca de la eficacia de estas últimas políticas, pero tanto en las economías en desarrollo como desarrolladas los programas de formación suelen tener un mayor impacto en las mujeres (Card, Kluve y Weber, 2018; Escudero *et al.*, 2019). El asesoramiento profesional y los servicios de cuidados que favorecen el equilibrio entre vida familiar y laboral pueden resultar especialmente útiles para las mujeres trabajadoras.

En los países en desarrollo, el porcentaje de trabajadores empleados en el sector informal, la agricultura y las empresas estatales es mayor que en los países industrializados. Los programas de ajuste de los países en desarrollo deben tener en cuenta los problemas específicos que plantean estos sectores. El empleo por cuenta propia y el sector informal son soluciones alternativas



Fotografía: © AYA images/Shutterstock.com.
Uso autorizado; se requiere autorización
adicional para volver a utilizar la imagen.

para los trabajadores que pierden su empleo en el sector formal (Goldberg y Pavcnik, 2003; Lima, Ponczek y Ulyssea, 2019).

Aunque oficialmente son neutros en cuanto al género, los programas de ajuste pueden incluir sesgos *de facto* contra las mujeres, quienes se pueden ver perjudicadas si esos programas no abarcan determinados sectores en los que se concentra el empleo femenino. Dado que las mujeres tal vez no cuenten con las aptitudes adecuadas o no hayan recibido capacitación previa para aceptar un empleo en un sector distinto, esa exclusión puede hacer que tiendan a buscar empleo en el mismo sector en el que trabajaban inicialmente y, por tanto, que queden fuera del alcance del programa. Asimismo, una escasa asignación de fondos para la capacitación puede constituir un impedimento para las mujeres desplazadas de sectores de mano de obra mayoritariamente femenina y sin acceso a la capacitación que las ayudaría a obtener un empleo en sectores en los que predominan los hombres (Vijaya, 2007).

Dado que la mayoría de los sectores en los que predominan las mujeres están integrados por microempresas y empresas pequeñas, también puede darse un sesgo de género *de facto* si el programa de ajuste abarca solo empresas medianas o grandes o si exige que haya un gran número de trabajadores del mismo sector en una o más regiones vecinas para poder recibir apoyo. Asimismo, un programa de ajuste que requiera un número de horas de trabajo

semanales superior al número medio de horas que trabajan las mujeres puede presentar un sesgo contra las mujeres, que representan la mayor parte de los trabajadores a tiempo parcial. Los programas que consideran a los trabajadores que se reincorporan como nuevos trabajadores y requieren un elevado número mínimo de horas de trabajo anuales también pueden resultar problemáticos para las mujeres, que a menudo tienen que dejar su trabajo temporalmente para asumir responsabilidades de cuidado y quieren reincorporarse más adelante a la fuerza de trabajo (Townson y Hayes, 2007).

Los programas que proponen formación en aula y en el trabajo, pero exigen que los participantes abonen el costo (en función de su salario medio), podrían considerarse más costosos para las mujeres, que a menudo han de pagar el cuidado de sus hijos para asistir a la formación (Attanasio, Kugler y Meghir, 2011). Los programas de formación pueden promover estereotipos de género si ofrecen solo cursos para ocupaciones en las que predominan las mujeres, como los cuidados, la peluquería y la cocina, ya que eso impide que las mujeres adquirieran las aptitudes técnicas necesarias para acceder a los sectores en los que predominan los hombres (Sansonet, 2016). Por tanto, para diseñar programas eficaces y sin sesgo hay que analizar la situación del mercado de trabajo, incluidas las características de las mujeres participantes y el origen de la brecha de género en los resultados laborales (véase el capítulo 1) (CEPAL 2016; Cho y Kwon, 2010; Del Boca, 2015; Banco Mundial, 2012).

Esfuerzos colectivos para promover el empoderamiento económico de las mujeres

Con el tiempo, los Gobiernos, las organizaciones internacionales y algunas empresas del sector privado han incorporado la perspectiva de género y comercio en sus actividades. Esta práctica se ha extendido, en parte, por la presión de la sociedad civil, especialmente las organizaciones de mujeres, que han manifestado activamente sus preocupaciones en materia de género y comercio a nivel nacional, regional e internacional. Esas iniciativas demuestran la importancia de incorporar la perspectiva de género en la promoción del crecimiento económico inclusivo.

Formulación de políticas sobre género y comercio

Varios Gobiernos han empleado las políticas comerciales unilaterales y bilaterales para promover el empoderamiento de las mujeres. Al preparar las negociaciones comerciales, algunos países deciden o deben llevar a cabo evaluaciones del impacto de los posibles acuerdos comerciales. En algunos casos, se añade al análisis la dimensión de género.⁶ La mayoría de las evaluaciones del impacto sobre la sostenibilidad realizadas por la Unión Europea abarcan algunos aspectos de género, aunque no se lleva a cabo un análisis de género de manera sistemática (Viilup, 2015). De manera más general, algunos Gobiernos nacionales, regionales y locales emplean un sistema de evaluación del impacto en función del género para determinar si es probable que un nuevo

programa, ley o política tenga repercusiones en materia de igualdad entre mujeres y hombres.

En algunas economías, los ministerios y los organismos gubernamentales responsables de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres participan en la formulación y aplicación de las políticas comerciales. Al garantizar la representación igualitaria de mujeres y hombres en las estructuras políticas y de adopción de decisiones se pueden reflejar y abordar mejor las preocupaciones de las mujeres en su calidad de productoras, trabajadoras y consumidoras. Algunos Gobiernos, como los del Canadá y la Unión Europea, han establecido además mecanismos de transparencia para recopilar las opiniones de las partes interesadas, en particular de las organizaciones de mujeres, acerca de las negociaciones comerciales en curso. En el caso del Canadá, todos los nuevos programas, políticas e iniciativas, incluidas las políticas comerciales, comprenden un análisis de género (Department of Finance, Canadá, 2019). La información recopilada, junto con los resultados de las evaluaciones previas del impacto, puede emplearse para determinar los productos y los segmentos del mercado que tienen repercusiones positivas para las mujeres, así como para elaborar políticas complementarias, por ejemplo de asistencia para el reajuste, con el fin de mitigar los efectos adversos que pueden sufrir algunas mujeres a causa de la política comercial.

Los Gobiernos también han empleado las relaciones comerciales para incentivar a sus proveedores a mejorar las normas de género. Algunos países han implantado esquemas comerciales que imponen aranceles más bajos a las importaciones de determinados países en desarrollo y menos adelantados. Esos esquemas de acceso preferencial no recíproco abarcan bienes producidos, exportados y consumidos principalmente por mujeres, como la ropa. Aunque la mayoría de esos esquemas no incluyen disposiciones que hagan referencia explícita a las mujeres, la Ley sobre Crecimiento y Oportunidades para África (AGOA), aprobada por los Estados Unidos, y el Sistema de Preferencias Generalizadas (SPG), establecido por la Unión Europea, sí contienen disposiciones relacionadas explícitamente con el género.

En el marco de la AGOA, promulgada en 2000, se exime de aranceles a todos los bienes admisibles fabricados en los países africanos que se importen a los Estados Unidos. En el artículo 106 de la AGOA se exige la promoción del papel de la mujer en el desarrollo social y económico de África Subsahariana. Muchas trabajadoras africanas se han beneficiado del esquema, que ha supuesto la creación de unos 300.000 empleos entre 2000 y 2009, sobre todo en las industrias de uso intensivo de mano de obra que emplean a un gran número de mujeres (Páez *et al.*, 2010). Además, de conformidad con el artículo 123 de la AGOA, las iniciativas de la Corporación para la Inversión Privada en el Extranjero deben prestar apoyo a las empresarias aumentando las oportunidades de las mujeres e incrementando al máximo las oportunidades de empleo para las personas sin recursos.

El SPG ofrece un conjunto de medidas comerciales unilaterales que permiten a los exportadores de los países en desarrollo estar exentos de aranceles o sujetos a aranceles más bajos. El SPG de la Unión Europea tiene tres modalidades: i) el régimen general (SPG estándar) para todos los países beneficiarios, ii) el régimen especial (SPG+) de exención de aranceles, y iii) el régimen especial Todo menos armas (TMA) específico para los países menos adelantados. Tanto el régimen general del SPG como el TMA prevén la supresión de las preferencias concedidas a los países en desarrollo beneficiarios en caso de violación de los convenios internacionales, algunos de los cuales abordan la situación de las mujeres.⁷ El SPG+ establece un seguimiento más estricto de las obligaciones de los beneficiarios al ofrecer un mayor acceso a los mercados supeditado a la ratificación y el cumplimiento de varios convenios internacionales sobre derechos humanos, derechos laborales, medio ambiente y buena gobernanza. De manera general, el mecanismo de seguimiento del SPG+ sugiere que, si bien persisten ciertas dificultades para combatir la discriminación y la violencia doméstica contra las mujeres, algunos países han registrado avances como la creación de un gran número de oportunidades laborales para las mujeres, la adopción de directrices sobre igualdad de género, la creación de un consejo de igualdad de género, el establecimiento de redes sociales que conectan a las partes interesadas pertinentes y la aplicación de leyes para combatir la violencia contra las mujeres (Comisión Europea, 2018).

Algunos Gobiernos han implementado programas de contratación pública que prevén la adjudicación de contratos de servicios únicamente a las empresas que garanticen el cumplimiento del principio de igualdad de remuneración entre hombres y mujeres (Harris Rimmer, 2017). Otros países han adoptado declaraciones, directivas, resoluciones o convenios específicos sobre comercio y género (recuadro 3.2) (Monteiro, 2018).

Disposiciones relativas al género en los acuerdos comerciales preferenciales

Los acuerdos comerciales preferenciales (ACPR) se consideran a veces como laboratorios en los que se negocian nuevos tipos de disposiciones para tratar los problemas y desafíos comerciales apremiantes. En julio de 2020, 80 ACPR, incluidos 69 en vigor notificados a la OMC, contenían referencias explícitas a las mujeres y las cuestiones de género. En más de 250 ACPR se aludía de forma implícita a cuestiones de género como los derechos humanos, los grupos vulnerables, la responsabilidad social de las empresas⁸ y las dimensiones sociales del desarrollo sostenible, incluida la discriminación laboral (Monteiro, 2018). Aunque han aumentado las referencias explícitas e implícitas al género en los ACPR, se necesitan más esfuerzos para evaluar la eficacia de esas disposiciones en la promoción del empoderamiento económico de las mujeres.

Como la mayor parte de las disposiciones de otra índole que figuran en los ACPR, las relativas al género varían mucho en cuanto a estructura, ubicación, redacción y alcance. La mayoría se formulan como cláusulas de máximo empeño. Suelen abordar la cooperación en materia de género y cuestiones conexas, como la discriminación laboral, el acceso a la salud y la política social. Ciertas disposiciones relativas al género se incluyen en un creciente número de ACPR, pero otras figuran solo en uno o dos ACPR, a menudo recientes.

Aunque el número de ACPR que contienen ese tipo de disposiciones ha aumentado a un ritmo relativamente lento, en los tres

Recuadro 3.2 Proyecto de Ley de Igualdad y Equidad de Género y Desarrollo de la Comunidad de África Oriental

La Asamblea Legislativa de África Oriental, creada en virtud del Tratado por el que se establece la Comunidad de África Oriental (CAO), aprobó en 2017 el Proyecto de Ley de Igualdad y Equidad de Género y Desarrollo de la CAO. El mandato de esa ley se deriva de los artículos 121 y 122 del Tratado por el que se establece la CAO, donde se detallan compromisos específicos para promover el empoderamiento, la integración y la participación de las mujeres, en particular mediante leyes y otras medidas adecuadas.

El principal objetivo de la ley es promover la equidad e igualdad de género mediante la formulación, armonización, aplicación y supervisión de leyes, políticas, programas y proyectos con perspectiva de género a nivel nacional y regional, así como la eliminación de todas las disposiciones, leyes y prácticas que obstaculicen o pongan en peligro la consecución de la equidad e igualdad de género. Además de las disposiciones en las que se establecen los principios de la igualdad de género, se abordan 13 temas: las obligaciones jurídicas y estatales para proteger los derechos humanos; los medios de difusión; la educación; la salud; el ejercicio del poder y la adopción de decisiones; el empoderamiento económico; la agricultura y la seguridad alimentaria; los derechos sobre la tierra; el comercio; la paz y la seguridad; la gestión ambiental; las industrias extractivas; y los grupos marginados.

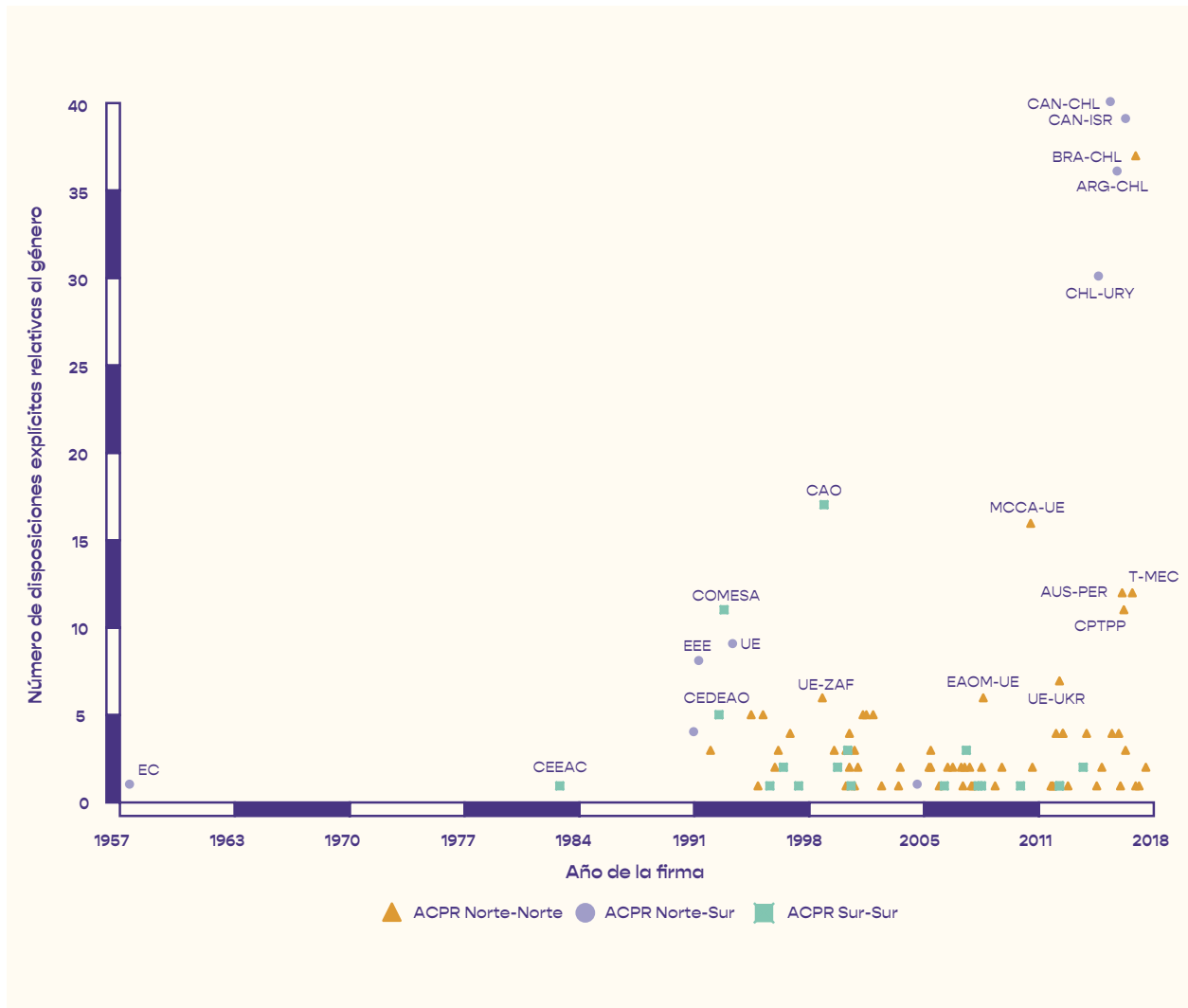
En virtud de las disposiciones de la ley relacionadas con el comercio, las partes se comprometen a promover la participación igualitaria de las mujeres y los hombres en el comercio regional, teniendo en cuenta la dimensión de género y el derecho a la seguridad personal al tomar parte en el comercio transfronterizo. También se exige a las partes que tomen todas las medidas pertinentes para potenciar el comercio en la CAO, en particular eliminando los obstáculos no arancelarios y de género que afectan al comercio; se adoptarán para ello reglamentaciones, directrices y prácticas administrativas adecuadas que protejan los derechos de los hombres y las mujeres que participen en el comercio transfronterizo y en proyectos de inversión.

Las partes también tienen la obligación de revisar sus políticas comerciales para integrar la perspectiva de género y minimizar los efectos negativos de los acuerdos comerciales. Además, las partes se comprometieron a garantizar que las mujeres y los hombres del sector no estructurado disfrutaran de un acceso igualitario a los recursos financieros, la asistencia jurídica y otros recursos en condiciones acordes a sus circunstancias financieras, y que las mujeres tuvieran acceso y derecho a créditos, capital, hipotecas y garantías en condiciones de igualdad.

últimos se ha incrementado mucho, al igual que el número medio de disposiciones de ese tipo por acuerdo. Los ACPR en que Chile es parte, junto con la Argentina, el Brasil y el Uruguay, y los ACPR modificados que ha negociado el Canadá con Chile e Israel contienen un capítulo dedicado al comercio y el género cuyas disposiciones son por ahora las más detalladas y amplias en ese ámbito (gráfico 3.1).

Las disposiciones relativas al género pueden ser desde referencias a acuerdos internacionales y principios relacionados con el género hasta compromisos específicos en materia de política nacional de igualdad de género, responsabilidad social de las empresas y cooperación (gráfico 3.2). En algunas de esas disposiciones se pide o se exige la adopción y la aplicación efectiva de políticas de igualdad de género. En

Gráfico 3.1 La inclusión de disposiciones relativas al género en los ACPR no es reciente



Nota: Análisis basado en 572 ACPR, incluidos 305 acuerdos en vigor notificados a la OMC. Los ACPR originales y los modificados se analizan por separado. "Norte" hace referencia a los países de ingreso alto, mientras que "Sur" hace referencia a los países de ingreso mediano y bajo, de conformidad con la clasificación de países del Banco Mundial. MCCA = Mercado Común Centroamericano; COMESA = Mercado Común de África Oriental y Meridional; CPTPP = Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico; CAO = Comunidad de África Oriental; CE = Comunidades Europeas; CEEAC = Comunidad Económica de los Estados de África Central; CEDEAO = Comunidad Económica de los Estados de África Occidental; EEE = Espacio Económico Europeo; EAOM = Estados de África Oriental y Meridional; UE = Unión Europea; T-MEC = Tratado entre México, los Estados Unidos y el Canadá.
Fuente: Actualización del análisis de Monteiro (2018).

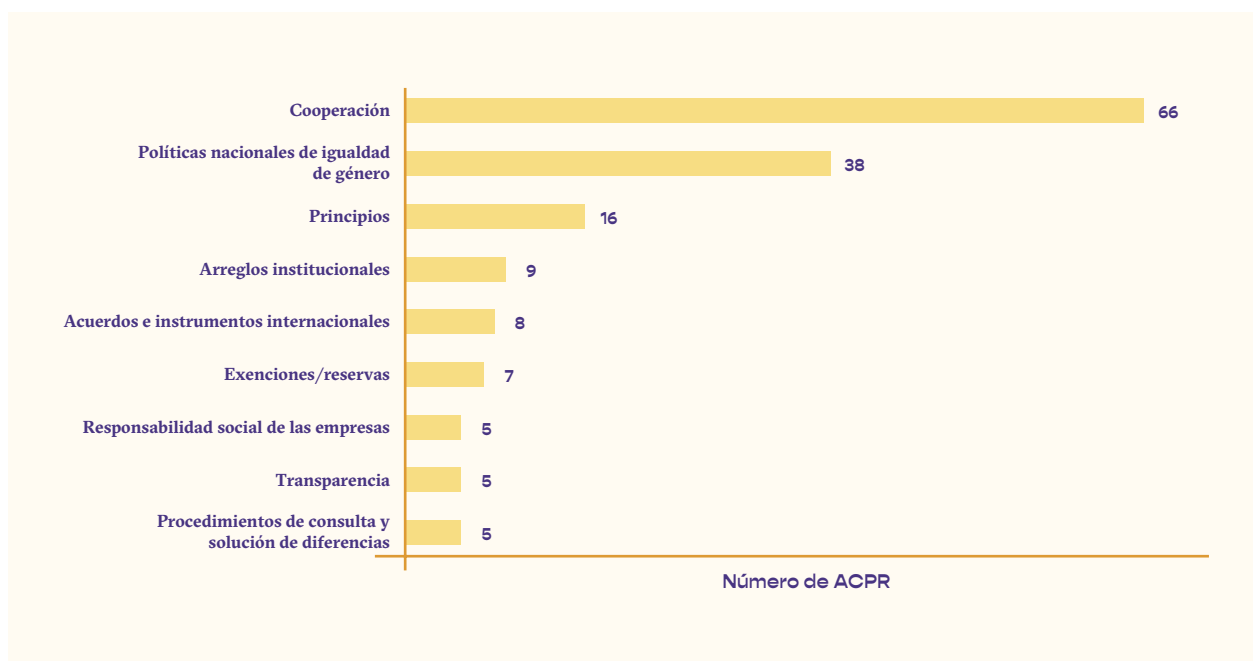
otras, se promueve la transparencia y la sensibilización pública acerca de las políticas y leyes nacionales de igualdad de género, o se estipula que los programas nacionales destinados a apoyar a las mujeres, por ejemplo, a las empresarias o indígenas, están exentos de las obligaciones en materia de contratación pública o comercio de servicios.

Un par de ACPR recientes contienen una disposición relativa al género en el capítulo sobre inversiones, en la que se especifica explícitamente que las medidas discriminatorias

basadas en motivos claramente injustos, como el género, contravienen la obligación de otorgar a las inversiones y los inversores de la otra parte un trato justo y equitativo, así como plena protección y seguridad. Algunos tratados bilaterales recientes sobre inversiones incluyen una disposición similar.⁹

En varias disposiciones relativas al género, que suelen figurar en el capítulo sobre comercio y género de un acuerdo, se prevén mecanismos institucionales, como la designación de un punto de contacto nacional

Gráfico 3.2 Principales tipos generales de disposiciones relativas al género en los ACPR



Nota: Análisis basado en 572 ACPR, incluidos 305 acuerdos en vigor notificados a la OMC.
Fuente: Actualización del análisis de Monteiro (2018).

y la creación de un comité de comercio y género, para examinar los compromisos relacionados con el género previstos en el acuerdo, en particular el intercambio de información sobre las actividades de cooperación. En algunos ACPR se establecen procedimientos de consulta para abordar cualquier cuestión que se plantee en relación con el capítulo relativo al género. La mayoría de los capítulos relativos al género quedan excluidos de las disposiciones sobre solución de diferencias de los ACPR.

Es importante saber en qué medida se aplican las disposiciones relativas al género, en particular las más recientes y amplias. Aunque la mayoría de los ACPR con disposiciones más amplias todavía no han entrado en vigor (en diciembre de 2019), uno de los mecanismos institucionales previstos es el examen de la aplicación de sus respectivos capítulos relativos al género. De momento, todavía hay que estudiar la eficacia de las disposiciones relativas al género, aunque ciertos datos circunstanciales sugieren que algunas disposiciones se están aplicando de manera eficaz.¹⁰

Iniciativas del sector privado para la igualdad de género

No puede lograrse el pleno empoderamiento económico de las mujeres sin la colaboración del sector privado. Algunas empresas privadas, en concreto algunos minoristas, marcas y proveedores, han tomado iniciativas voluntarias para la igualdad de género. Algunas iniciativas incorporan a las mujeres como grupo objetivo importante, por ejemplo, en el contexto de los programas de responsabilidad social de las empresas, y otras se centran específicamente en las cuestiones de género.

Algunas promueven el acceso de las mujeres a la capacitación para el desarrollo de aptitudes, los servicios de salud, las prestaciones de maternidad, la educación, el liderazgo y la gestión financiera. Otras están dirigidas a la sensibilización y la formulación de políticas para combatir la violencia de género. Ciertas iniciativas buscan revalorizar a las mujeres que trabajan en la producción a pequeña escala. Algunas compañías han creado también listas de posibles empresas

proveedoras certificadas propiedad de mujeres con el objetivo de diversificar su base de proveedores (Schott, 2017).

Algunas de esas iniciativas del sector privado se enmarcan en alianzas gubernamentales o iniciativas internacionales.¹¹ Por ejemplo, los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres, presentados en 2013 por ONU-Mujeres (la Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres) alientan a las empresas, independientemente de su tamaño, a promover la igualdad de género en el lugar de trabajo, el mercado y la comunidad. Esta iniciativa internacional complementa otras iniciativas e instrumentos relacionados con la responsabilidad social de las empresas, como las Directrices de la OCDE sobre las Empresas Transnacionales, que contienen principios y normas no vinculantes acordados multilateralmente y normas para una conducta empresarial responsable, incluido el principio de no discriminación por motivos de género en el lugar de trabajo. Más recientemente, la iniciativa She Trades, del Centro de Comercio Internacional, ofrece, por ejemplo, servicios entre empresas para mujeres mediante una plataforma y una aplicación en línea que conectan a posibles compradores, inversores, proveedores y organizaciones de apoyo empresarial. Esa iniciativa también fomenta la colaboración entre las organizaciones de apoyo empresarial, las cooperativas, las alianzas y las empresas del sector privado.

El género, el Banco Mundial y la OMC

Tanto el Banco Mundial como la OMC, a través de sus diferentes funciones y actividades, promueven el comercio como medio de mejorar la vida de las mujeres en su calidad de comerciantes, trabajadoras y consumidoras. La OMC ha contribuido de manera decisiva a promover el comercio y el desarrollo manteniendo abiertos los mercados para todos, incluidas las mujeres (Handley y Limão, 2017; Larch *et al.*, 2019). Los Acuerdos de la OMC establecen un entorno basado en

normas, transparente y previsible que permite el funcionamiento y la expansión del comercio internacional. Al crear un entorno comercial estable y previsible, la OMC protege a las mujeres de los riesgos y la incertidumbre que generan las políticas comerciales opacas e imprevisibles. Aunque la igualdad de género no se menciona explícitamente en los Acuerdos de la OMC, las normas de la Organización contribuyen a garantizar que los Miembros interesados en adoptar políticas para promover el empoderamiento económico de las mujeres lo hagan en un entorno comercial no discriminatorio, abierto y previsible (Acharya *et al.*, 2019).

Varias negociaciones en curso e iniciativas conjuntas sobre agricultura, comercio de servicios, facilitación de las inversiones, comercio electrónico y mipymes impulsadas por los Miembros de la OMC revisten especial pertinencia para las mujeres, aunque no se dirijan específicamente a ellas. Esa pertinencia deriva del hecho de que las mujeres están sumamente representadas como trabajadoras y comerciantes en determinados sectores, tipos de empresas o modos de transacción.

Las mujeres siguen constituyendo la principal fuerza de trabajo en la agricultura en muchos países en desarrollo, aunque las oportunidades laborales han aumentado para ellas en la industria manufacturera y, sobre todo, en el sector servicios. Sin embargo, la producción agropecuaria, sector en el que las mujeres están sobrerrepresentadas y de la que son las principales consumidoras, sigue estando sujeta a aranceles elevados y otras restricciones comerciales. Los Miembros de la OMC se comprometieron, en virtud de la Decisión de Nairobi sobre la competencia de las exportaciones, a eliminar gradualmente las subvenciones y limitar los créditos a las exportaciones agropecuarias que distorsionan los mercados. Se trata de un paso importante para mejorar el funcionamiento de los mercados nacionales e internacionales. Con el fin de seguir avanzando en esta dirección, los Miembros de la OMC están negociando compromisos en materia de ayuda interna para reducir las distorsiones del comercio de productos agropecuarios que pueden frenar las inversiones en productividad y resiliencia.

Puesto que las mujeres empresarias de servicios son, en su mayoría, propietarias de pequeños negocios y que muchas mujeres trabajan en actividades de servicios, la posible reducción de los costos de cumplimiento de las normas puede ser determinante para aumentar la competitividad y las perspectivas de crecimiento de las empresas dirigidas por mujeres. En el marco de la Iniciativa relativa a la Declaración Ministerial Conjunta sobre la Reglamentación Nacional en la esfera de los Servicios, los Miembros de la OMC participantes han celebrado debates para reforzar las disciplinas del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios relativas a la reglamentación nacional sobre licencias, prescripciones y procedimientos en materia de títulos de aptitud, y normas técnicas. Algunas de las propuestas presentadas se refieren al modo de velar por que en la reglamentación nacional no se discrimine por motivos de género.¹²

Las empresas multinacionales pueden contribuir a crear más oportunidades laborales para las mujeres, sobre todo en los sectores de uso intensivo de mano de obra orientados a la exportación. En el marco de la Iniciativa relativa a la Declaración Ministerial Conjunta sobre la Facilitación de las Inversiones para el Desarrollo, algunos Miembros de la OMC están celebrando debates para entender mejor los crecientes vínculos entre el comercio y la inversión, y cómo la inversión impulsa el comercio.

Aunque las mujeres siguen teniendo menos acceso a las tecnologías digitales que los hombres, el auge de esas tecnologías promete mejorar el acceso de las comerciantes y consumidoras al comercio. El Programa de Trabajo sobre el Comercio Electrónico de la OMC ha establecido un marco para examinar todas las cuestiones relacionadas con el comercio electrónico mundial que afectan al comercio, incluidas las que están vinculadas al desarrollo de infraestructuras para el comercio electrónico. Más recientemente, en el marco de la Iniciativa relativa a la Declaración Conjunta sobre el Comercio Electrónico de la OMC, algunos Miembros de la OMC están debatiendo propuestas de textos acerca de los derechos de aduana sobre las transmisiones electrónicas, el flujo de información, la privacidad, la ciberseguridad y las telecomunicaciones.

Dado que las mujeres comerciantes suelen ser mayoritariamente propietarias o responsables de mipymes, conectar a las pequeñas y medianas empresas con los mercados internacionales puede favorecer la transformación de una economía teniendo en cuenta la perspectiva de género. En el marco de la Iniciativa relativa a la Declaración Conjunta sobre las Microempresas y Pequeñas y Medianas Empresas, algunos Miembros de la OMC se comprometieron a examinar y encontrar “soluciones multilaterales horizontales y no discriminatorias” para mejorar la participación de las mipymes en el comercio internacional. El Diálogo Informal sobre las Mipymes trata de formular soluciones aplicables a todas las empresas (pero que puedan ser beneficiosas sobre todo para las mipymes) teniendo en cuenta las necesidades específicas de los países en desarrollo.

Aunque el tema de las mujeres y el comercio no está oficialmente en el programa de la OMC, en diciembre de 2017, al margen de la Undécima Conferencia Ministerial, 118 Miembros de la OMC y observadores suscribieron la Declaración de Buenos Aires sobre el Comercio y el Empoderamiento Económico de las Mujeres. En diciembre de 2019 habían firmado la Declaración 123 Gobiernos, que representan más del 75% del comercio mundial. La Declaración de Buenos Aires ofrece una plataforma para comprender mejor la relación entre el comercio y el empoderamiento económico de las mujeres y lograr así un comercio más inclusivo. En la Declaración se identifican específicamente dos instrumentos de la OMC que pueden emplearse para lograr un comercio más inclusivo: el Mecanismo de Examen de las Políticas Comerciales (recuadro 3.3) y la iniciativa de Ayuda para el Comercio (recuadro 3.4).

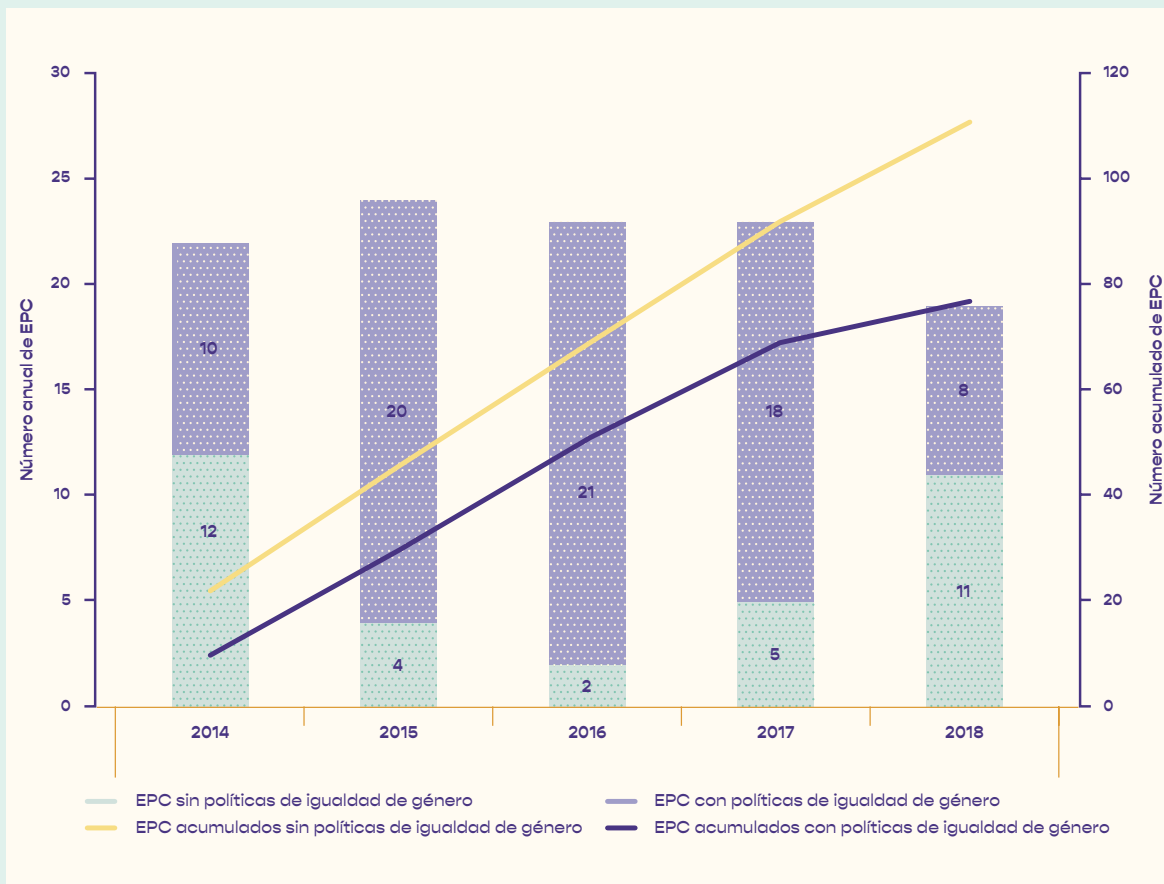
El Plan de Acción sobre Comercio y Género de la OMC (2017-2019) se adoptó para hacer hincapié en cuatro objetivos principales: sensibilizar respecto de la relación entre el comercio y el género, apoyar las actividades de los Miembros de la OMC en este ámbito, analizar y recopilar datos nuevos sobre la repercusión de las medidas comerciales en las cuestiones de género e impartir formación a los funcionarios públicos y el personal de la Secretaría de la OMC. Como parte del Plan

Recuadro 3.3 Los informes de los exámenes de las políticas comerciales de la OMC revelan una creciente pertinencia de las políticas de igualdad de género

En el marco del Mecanismo de Examen de las Políticas Comerciales (EPC) de la OMC, los Miembros realizan evaluaciones colectivas periódicas de las políticas comerciales de cada uno de ellos. Esos ejercicios de transparencia promueven una mayor comprensión de las políticas comerciales de los Miembros, incluidas algunas medidas que fomentan explícitamente el empoderamiento económico de las mujeres. En un creciente número de informes de EPC se hace referencia a políticas, prácticas o

medidas comerciales que se centran en el empoderamiento económico de las mujeres. En concreto, en 77 exámenes realizados entre 2014 y 2018, que representan casi el 70% de todos los de ese período, se informó al menos de una política comercial de apoyo al empoderamiento económico de las mujeres (gráfico B3.3.1). El análisis de esos exámenes revela tres esferas principales de apoyo: i) el sector privado, incluidas las mipymes; ii) la agricultura y la pesca; y iii) la contratación pública.

Gráfico B3.3.1 El número de informes de EPC con políticas de igualdad de género ha aumentado



Nota: El número de exámenes de las políticas comerciales (EPC) corresponde al número de Miembros de la OMC objeto de examen que informaron sobre sus políticas comerciales de apoyo al empoderamiento de las mujeres en el informe de EPC de la Secretaría de la OMC, el de su Gobierno o las sesiones de preguntas y respuestas.

Fuente: der Boghossian, 2019b.

Sector privado

Varios Gobiernos han emprendido iniciativas financieras y no financieras para promover las mipymes propiedad de mujeres, en particular, y el sector privado, en general. Algunos Gobiernos han establecido programas de apoyo a mipymes con cuotas de financiación específicas para las empresas propiedad de mujeres y otros han puesto en marcha fondos destinados únicamente a esas empresas, en particular empresas incipientes. Esos programas financieros a menudo se complementan con otro tipo de asistencia para las mipymes propiedad de mujeres, como la asistencia para la comercialización y la capacitación en materia de gestión empresarial y financiera. En paralelo, algunos Gobiernos incentivan a las empresas, en particular las orientadas a la exportación, a contratar a mujeres desempleadas o incorporar y retener a mujeres que han interrumpido su carrera profesional.

Agricultura y pesca

Algunos Gobiernos han implantado medidas para apoyar el empoderamiento económico de las mujeres en los sectores agropecuario y pesquero. Ciertos programas establecen

planes de apoyo financiero para las mujeres que trabajan en el sector agropecuario, incluidas las empresas agroalimentarias, y en el sector de la pesca en pequeña escala. Otros ofrecen asistencia técnica y capacitación a las agricultoras y pescadoras con el objetivo de aumentar la productividad y la producción y, en algunos casos, garantizar el cumplimiento de los requisitos sanitarios y fitosanitarios. Otros prevén el suministro de insumos, como fertilizantes, para las agricultoras en caso de emergencia.

Contratación pública

Algunos Gobiernos emplean las políticas de contratación pública para impulsar las mipymes propiedad de mujeres y la igualdad de género. En ciertos planes de contratación pública se reserva un determinado porcentaje de los contratos públicos o del gasto total para pequeñas empresas propiedad de mujeres, a veces únicamente para mujeres del medio rural. Otras políticas de contratación pública prohíben explícitamente la discriminación por motivos de género en la adjudicación de contratos públicos y establecen planes que dan preferencia a las empresas que apliquen políticas de igualdad de género o salarial.

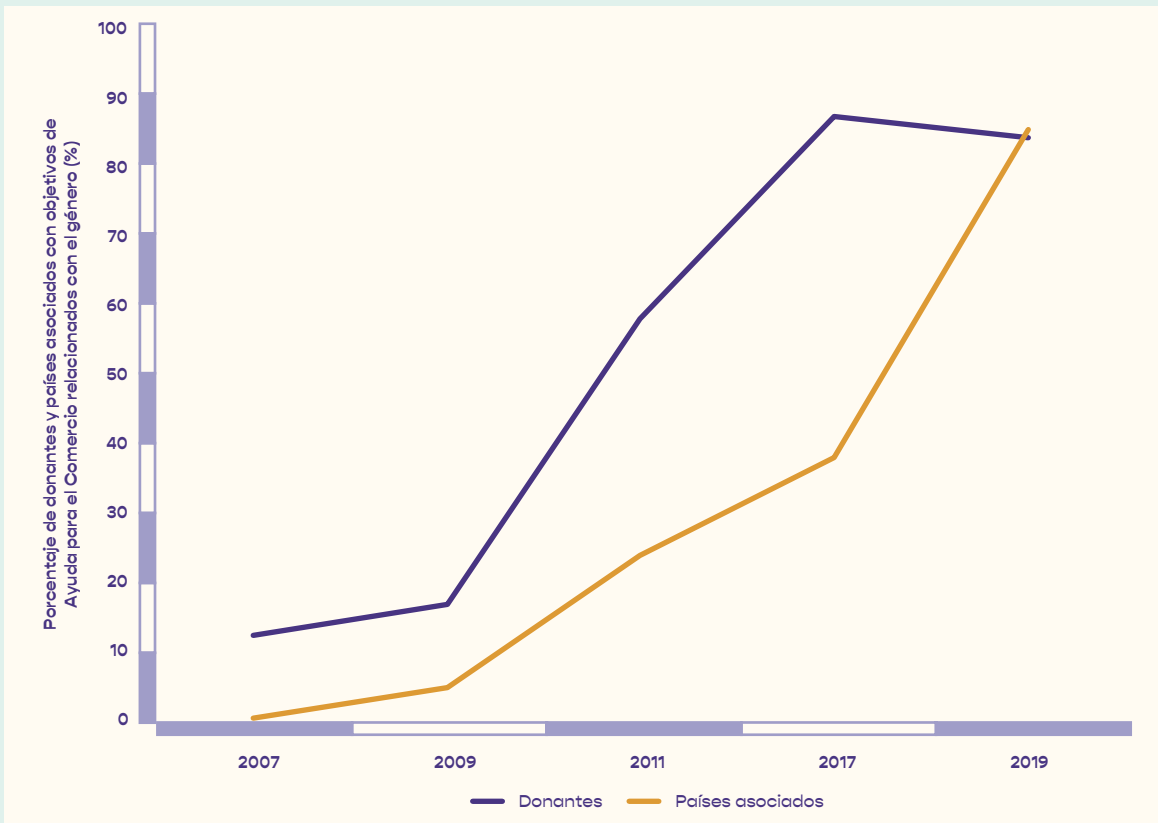
Recuadro 3.4 Empoderamiento económico de las mujeres en la iniciativa de Ayuda para el Comercio

La iniciativa de Ayuda para el Comercio, dirigida por la OMC en asociación con el Banco Mundial, presta asistencia a los países en desarrollo y los países menos adelantados para aumentar su capacidad comercial y sus exportaciones abordando cuatro esferas clave: i) las políticas y reglamentaciones comerciales, ii) la infraestructura económica, iii) la creación de capacidad productiva y iv) el ajuste relacionado con el comercio.

La igualdad de género ha sido un elemento intrínseco de la iniciativa de Ayuda para el

Comercio desde su creación en 2006. En el momento de su puesta en marcha, el Equipo de Trabajo sobre la Ayuda para el Comercio de la OMC estableció el principio de incorporar la perspectiva de género en la Ayuda para el Comercio, junto con el compromiso de armonizar los esfuerzos relacionados con las cuestiones transversales, como la igualdad de género. Con los años, los donantes y los países asociados han integrado de manera gradual y creciente las cuestiones de género en sus objetivos de la Ayuda para el Comercio (gráfico B3.4.1). El ejercicio de vigilancia y

Gráfico B3.4.1 La promoción del empoderamiento económico de las mujeres está cada vez más presente en los objetivos de la Ayuda para el Comercio



Fuente: der Boghossian, 2019a, basado en los ejercicios de vigilancia de la Ayuda para el Comercio realizados por la OCDE y la OMC.

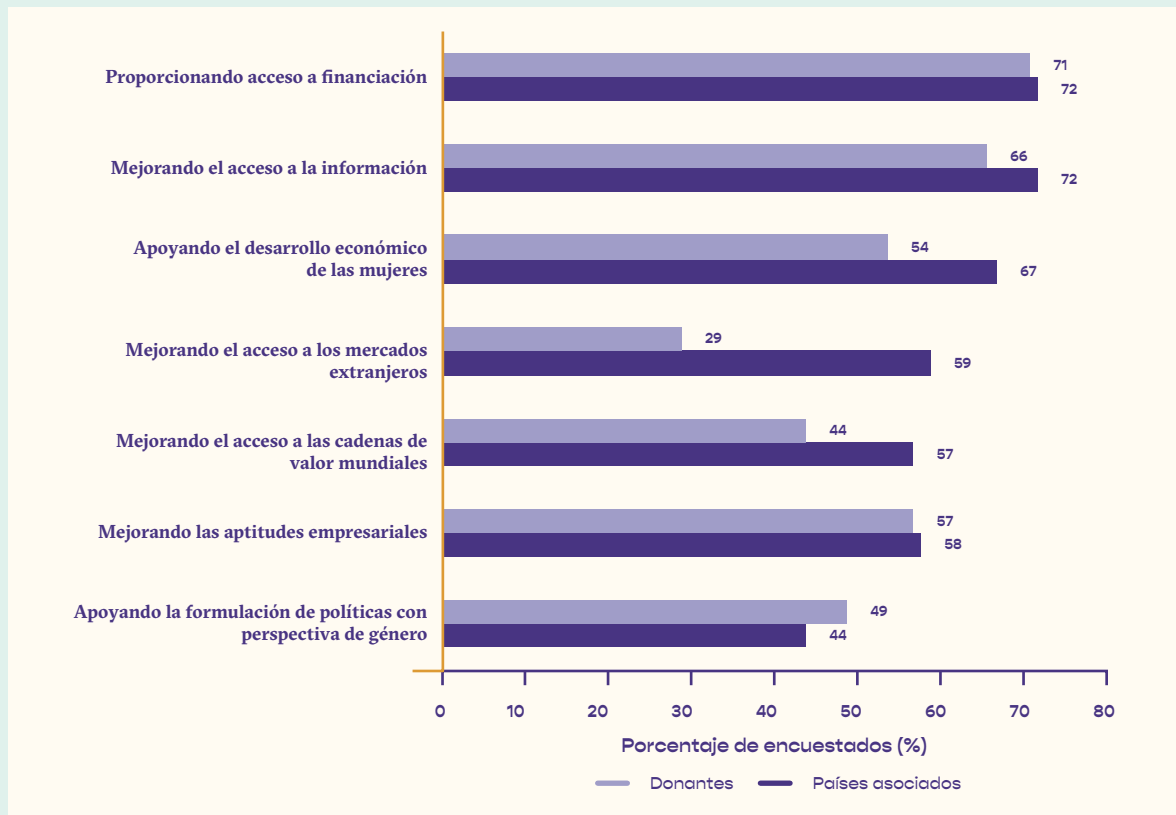
evaluación de la Ayuda para el Comercio de 2019 revela que la mayoría de las estrategias de Ayuda para el Comercio de los donantes y las estrategias de desarrollo nacional o regional de los países asociados tratan de promover el empoderamiento económico de las mujeres.

Aunque los objetivos y las estrategias que han formulado los donantes y los países asociados han evolucionado a lo largo de los 12 años de existencia de la iniciativa de Ayuda para el Comercio, el principal grupo objetivo de las estrategias relacionadas con el género en el marco de la iniciativa sigue siendo el de las mujeres emprendedoras, especialmente las comerciantes y agricultoras. Según el ejercicio de vigilancia y evaluación de la Ayuda para el Comercio de 2019, los donantes y los países asociados consideran que los

programas de la iniciativa pueden contribuir al empoderamiento económico de las mujeres, por ejemplo, al proporcionarles acceso a la información y respaldar su crecimiento y desarrollo económico (gráfico B3.4.2). En ese contexto, tanto los donantes como los países asociados consideran que la educación y la formación, la creación de capacidad productiva y el desarrollo de servicios de apoyo empresarial y servicios bancarios y financieros son algunas de las formas de financiación de Ayuda para el Comercio que mejor respaldan el empoderamiento económico de las mujeres.

Aunque se refleja en los objetivos de muchas estrategias de Ayuda para el Comercio, la igualdad de género debe integrarse plenamente en las prioridades en materia de Ayuda para el Comercio de los donantes

Gráfico B3.4.2 Los donantes y los países asociados consideran que la Ayuda para el Comercio contribuye al empoderamiento económico de las mujeres por diferentes vías



Nota: La pregunta de la encuesta es la siguiente: "En su opinión, ¿cómo puede maximizarse la contribución de la Ayuda para el Comercio al empoderamiento económico de las mujeres?".
Fuente: der Boghossian, 2019a, basado en los ejercicios de vigilancia de la Ayuda para el Comercio realizados por la OCDE y la OMC.

y países asociados. En consecuencia, la mayoría de las corrientes financieras de Ayuda para el Comercio relacionadas con el género se asignan a programas y proyectos en los que la igualdad de género es una de las esferas de cooperación que se aborda.

Sigue siendo especialmente difícil evaluar el impacto de la Ayuda para el Comercio en el empoderamiento económico de las mujeres en el caso de los proyectos que no tienen específicamente una perspectiva de género. Hasta el momento, solo los estudios de caso proporcionan información sobre los resultados tangibles de los proyectos de Ayuda para el Comercio relacionados con el género. Por ejemplo, se constató que el proyecto de servicios de infraestructura y energía renovable de Kalangala repercutía positivamente en los medios de subsistencia de las mujeres en Uganda al proporcionarles electricidad y

crear oportunidades laborales. Asimismo, se constató que, gracias a un proyecto de creación de capacidad y cumplimiento de las normas en materia de inocuidad alimentaria del lichi, habían aumentado las exportaciones al mercado europeo de lichi procedente de Madagascar, donde las mujeres representan una gran parte de la fuerza de trabajo de ese sector.

Aunque estos estudios de caso aportan datos importantes, varios donantes han reconocido la necesidad de adoptar un enfoque más sistémico al evaluar el impacto de la Ayuda para el Comercio en el empoderamiento económico de las mujeres. En ese contexto, y más recientemente, los principales donantes están desarrollando instrumentos e indicadores para evaluar cuantitativa y cualitativamente el impacto de sus actividades de Ayuda para el Comercio relacionadas con el género en el empoderamiento económico de las mujeres.

de Acción, la OMC puso en marcha también un programa de formación sobre el vínculo entre el comercio y el empoderamiento económico de las mujeres en el contexto de las normas de la OMC y las diferentes perspectivas de los Miembros sobre cómo traducir esas normas en políticas comerciales.¹³

Los trabajos del Banco Mundial en relación con el comercio y el género comprenden, por un lado, una labor analítica a nivel mundial y por países, así como asistencia técnica y creación de capacidad para reforzar los conocimientos existentes sobre los vínculos entre comercio e igualdad de género, y, por otro, una asistencia más práctica a los países en desarrollo en sus iniciativas dirigidas a apoyar a las comerciantes y garantizar que las mujeres se beneficien del comercio. Un componente esencial de la labor del Banco Mundial es la recopilación y el análisis de datos nuevos con perspectiva de género, que ayudarán a determinar los diferentes efectos de las políticas comerciales en los hombres y las mujeres. El Banco Mundial está integrando también las cuestiones de género en varios proyectos operacionales relacionados con el comercio, por ejemplo, apoyando a las pequeñas comerciantes en África Oriental y Occidental, aumentando la financiación comercial para las pymes propiedad de mujeres y respaldando las redes comerciales de mujeres en el Pakistán.

Medidas para promover la inclusión

Cada vez hay mayor conciencia de que el comercio puede favorecer la igualdad de género y de que los Gobiernos, las empresas y las organizaciones internacionales pueden promover, de manera colectiva, un programa de comercio con perspectiva de género. La presente publicación es un reconocimiento de la necesidad de poner mayor empeño en comprender la relación entre el comercio y el género.

Para formular políticas e iniciativas que permitan a las mujeres aprovechar los beneficios del comercio es preciso examinar las medidas adoptadas hasta la fecha y determinar si han sido eficaces para luchar contra las desigualdades. Dada la falta de datos comerciales desglosados por género, ha resultado difícil para los encargados de la formulación de políticas determinar el diferente impacto que pueden tener las políticas comerciales en las mujeres



y en los hombres El Banco Mundial y la OMC están liderando los esfuerzos para subsanar esas deficiencias de datos.

Un componente esencial de la labor del Banco Mundial es la recopilación y el análisis de datos con perspectiva de género, lo que contribuirá a aclarar los diferentes efectos de las políticas comerciales en los hombres y las mujeres. Para preparar este informe conjunto, el Banco Mundial ha puesto en marcha la base de datos sobre mano de obra desglosada por género (GDLD) con información individualizada sobre empleo y salarios por aptitud, edad y otras características individuales. Pueden consultarse otros datos desglosados por género y estadísticas de género pertinentes sobre demografía, educación, salud, oportunidades económicas, vida pública y adopción de decisiones, y por organismo, en el portal de datos sobre género del Banco Mundial.¹⁴

Una de las funciones de la OMC es recopilar, analizar y difundir información sobre las políticas comerciales de los Miembros, incluidas las relacionadas con las mujeres. El Mecanismo de Examen de las Políticas Comerciales y las notificaciones que deben presentar los Miembros sobre sus propias leyes y políticas (incluidos los ACPR) son importantes fuentes de información acerca de las políticas comerciales relacionadas con el género.¹⁵ En el contexto del presente informe, se ha creado y analizado una base de datos con todas las disposiciones relativas al género incluidas en los ACPR.

De manera más general, la preparación de estadísticas comerciales relacionadas con el género se realiza en colaboración con los organismos de estadística y otras oficinas gubernamentales y organizaciones internacionales, en particular el Banco Mundial y la OMC.¹⁶ La recopilación y publicación de datos sobre género es de suma importancia y permitirá que en las futuras investigaciones y políticas se tenga en cuenta el impacto del comercio en la igualdad de género.

De cara al futuro, las instituciones internacionales pueden apoyar el comercio y la igualdad de género contribuyendo a mantener y fortalecer un comercio abierto, basado en normas y transparente. Las negociaciones e iniciativas que están llevando a cabo el Banco Mundial y la OMC en relación con los servicios, la agricultura, el comercio electrónico y las mipymes pueden fomentar el empoderamiento de las mujeres en la economía mundial. Además, las evaluaciones del impacto de la asistencia internacional pueden aportar información sobre el tipo de intervenciones que son más eficaces para promover la igualdad de género en el comercio. Debería proseguir la labor analítica y la asistencia técnica para aprovechar el creciente acceso a datos desglosados por género y determinar cuáles son los sectores, las aptitudes y los mercados prioritarios en los que las mujeres disfrutan de una ventaja comparativa.

Notas

- 1 Esas medidas abarcan la armonización, la equivalencia y el reconocimiento mutuo de las normas y los reglamentos técnicos; el establecimiento o la mejora de los servicios de prueba, certificación y acreditación; la transparencia y la difusión de información sobre las prescripciones técnicas; las asociaciones público-privadas, y la cooperación entre importadores y productores/exportadores.
- 2 Otras normas pueden reflejar una cultura del lugar de trabajo que no se adapta a las necesidades de las mujeres o basarse en datos insuficientes sobre las diferentes reacciones de las mujeres y los hombres (CEPE, 2018).
- 3 El Código de prácticas mundial de la OMS sobre contratación internacional de personal de salud insta a los Estados Miembros de la Organización a concluir acuerdos bilaterales, regionales o multilaterales para promover la cooperación y coordinación en la contratación internacional. Por ejemplo, el Servicio de Contratación de Profesionales Extranjeros de la Salud y la Asistencia Social para Finlandia (Mediko), establecido en 2008, ha facilitado asesoramiento a más de 80 médicos, principalmente de la Federación de Rusia, que deseaban ejercer en Finlandia. El Mediko también ha contratado a más de 150 enfermeros españoles que asistieron a cursos de finlandés en España. También es importante la cooperación entre las instituciones de capacitación finlandesas y las de Estonia, Rusia y España (Dumont y Lafortune, 2017).
- 4 El AFC, que entró en vigor en 2017, tiene por objeto promover la facilitación del comercio mediante una mayor transparencia, procedimientos simplificados y automatizados, la gestión coordinada de las fronteras y mecanismos de consulta (OMC, 2015).
- 5 En el marco del Programa de Apoyo a la Facilitación del Comercio (TFSP), el Banco Mundial, inició una encuesta mundial para determinar las dificultades concretas que afrontaban las mujeres empresarias que se dedicaban al comercio transfronterizo, con el objetivo de paliar la escasez de datos sobre la naturaleza de esos obstáculos.
- 6 La Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) ha creado una Caja de Herramientas sobre Comercio y Género que ofrece un marco sistemático para evaluar el impacto potencial de las reformas comerciales en las mujeres y la igualdad de género.
- 7 Entre esos convenios internacionales cabe destacar la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW), el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (ICESCR) y los Convenios sobre Igualdad de Remuneración y sobre la Discriminación (N° 100 y N° 111, respectivamente) de la Organización Internacional del Trabajo.
- 8 Por responsabilidad social de las empresas se entiende la responsabilidad de las empresas por los efectos de sus actividades en la sociedad y en el entorno en general.
- 9 El análisis se basa en el examen de 2.824 tratados bilaterales sobre inversiones, cuyo texto está disponible en el apartado de acuerdos internacionales sobre inversiones del centro de políticas de inversión (Investment Policy Hub) de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) (<https://investmentpolicy.unctad.org/international-investment-agreements>). Solo contienen una disposición relativa al género los acuerdos entre Belarús y la India, el Brasil y Guyana, la República de Moldova y los Emiratos Árabes Unidos, y Rwanda y los Emiratos Árabes Unidos. Como ocurre con los ACPR, varios tratados bilaterales sobre inversiones también contienen — a menudo en el preámbulo— disposiciones que hacen referencia potencial o implícita a cuestiones de género, como la protección de los derechos humanos, los derechos laborales (internacionalmente reconocidos) y los grupos vulnerables y la promoción de la responsabilidad social de las empresas, que a menudo abarca los principios de igualdad de género y no discriminación por motivos de género.
- 10 Por ejemplo, en el contexto del ACPR entre el Canadá y Colombia, el Gobierno del Canadá financió un proyecto de investigación titulado “Mejorar la capacidad de acción para la equidad de género en Colombia: Una mirada fresca al sector exportador de café de Colombia” (Programa de Asistencia Técnica relacionada con el Comercio del Canadá y las Américas (CATRTA)).
- 11 Más recientemente, algunas empresas del sector privado están promoviendo la adopción de una iniciativa plurilateral para combatir la discriminación por razones de género (Insider Interview, 2019).
- 12 Para obtener más información, véase https://www.wto.org/spanish/news_/news17_s/serv_11jul17_s.htm.

- 13 Se han elaborado varios programas de formación sobre las mujeres y el comercio, que complementan las actividades de la OMC. Por ejemplo, la UNCTAD imparte capacitación en línea sobre la relación entre el comercio y la política comercial y la igualdad de género. En colaboración con el Centro de Comercio Internacional, la UNCTAD también organizó un seminario ejecutivo de capacitación sobre género y comercio, en el que se examinó la interacción entre el comercio, el género y el desarrollo sostenible. Otras iniciativas de cooperación internacionales y regionales pertinentes se centran en desarrollar la capacidad de producción, modernizar la tecnología de las pequeñas empresas, mejorar el acceso a los mercados, fomentar la facilitación del comercio y promover el acceso a la financiación del comercio. Muchas organizaciones internacionales y regionales, como el Centro de Comercio Internacional y la UNCTAD, trabajan en la creación de capacidad comercial para que los países en desarrollo y los países menos adelantados puedan participar en mayor medida en el comercio internacional. Más recientemente, el Banco Mundial y UPS Corporate anunciaron una nueva asociación para ofrecer módulos de aprendizaje
- 14 en línea sobre diferentes temas relacionados con el comercio electrónico, con el fin de ayudar a las pymes propiedad de mujeres y dirigidas por mujeres en países de Oriente Medio y el Norte de África a ampliar sus negocios al ámbito transfronterizo.
- 14 Para obtener más información acerca del portal de datos sobre género, véase <http://datatopics.worldbank.org/gender/home>.
- 15 Para obtener más información sobre el Portal Integrado de Información Comercial, véanse https://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/itip_s.htm y https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tpr_s/tpr_s.htm.
- 16 Por ejemplo, muchas organizaciones internacionales, como la Organización Internacional del Trabajo, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, la Comisión Económica y Social de las Naciones Unidas para Asia y el Pacífico y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, están recopilando y publicando datos relacionados con el género.

Bibliografía

- Acharya R., O. Falgueras Alamo, S. Mohamed Thabit Al-Battashi, A. der Boghossian, N. Ghei, T. Parceró Herrera, L.A. Jackson, U. Kask, C. Locatelli, G. Marceau, I.-V. Motoc, A.C. Müller, N. Neufeld, S. Padilla, J. Pardo de León, S. Perantakou, N. Sporysheva y C. Wolff. 2019. "Trade and Women-Opportunities for Women in the Framework of the World Trade Organization". *Journal of International Economic Law* 22 (3): 323-354.
- Attanasio, O., A. Kugler y C. Meghir. 2011. "Subsidizing Vocational Training for Disadvantaged Youth in Colombia: Evidence from a Randomized Trial". *American Economic Journal: Applied Economics* 3 (3): 188-220.
- Bacchetta, M., E. Milet y J.-A. Monteiro, editores. 2019. *Making Globalization More Inclusive: Lessons from Experience with Adjustment Policies*. Ginebra: Organización Mundial del Comercio.
- Banco Mundial. 2012. "Soft Skills or Hard Cash? What Works for Female Employment in Jordan?" Working Paper, Grupo Banco Mundial, Washington D.C.
- Bekh, O. 2014. "Training and Support for Women's Entrepreneurship". ETF Working Paper, Fundación Europea de Formación (ETF), Turín.
- Card, D., J. Kluge y A. Weber. 2018. "What Works? A Meta Analysis of Recent Active Labor Market Program Evaluations". *Journal of the European Economic Association* 16 (3): 894-931.
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe). 2016. "Aumenta sostenidamente la participación de las mujeres en la Minería Chilena". *Notas para la igualdad N° 19*, CEPAL, Santiago de Chile. https://oig.cepal.org/sites/default/files/nota_de_igualdad_19_mujeres_en_la_mineria_revised.pdf.
- CEPE (Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa). 2018. *Recommendations on Regulatory Cooperation and Standardization Policies*. Ginebra: CEPE.
- Cho, J. y T. Kwon. 2010. "Affirmative Action and Corporate Compliance in South Korea". *Feminist Economics* 16 (2): 111-139.
- Coche I., B. Kotschwar y J.M. Salazar-Xirinachs. 2006. "Gender Issues in Trade Policy-Making". Serie sobre Comercio de la OEA, Organización de los Estados Americanos (OEA), Washington D.C.
- Comisión Europea. 2018. "Informe sobre el Sistema de Preferencias Generalizadas durante el período 2016-2017". Informe de la Comisión al Parlamento Europeo y al Consejo, Comisión Europea, Bruselas.
- Dasgupta, N. y T.C. Dennehy. 2017. "Female Peer Mentors Early in College Increase Women's Positive Academic Experiences and Retention in Engineering". *Proceedings of the National Academy of Sciences* 114 (23): 5964-5969.
- Dasgupta, N. y J.G. Stout. 2014. "Girls and Women in Science, Technology, Engineering, and Mathematics: STEMing the Tide and Broadening Participation in STEM Careers". *Policy Insights from the Behavioral and Brain Sciences* 1 (1): 21-29.
- Del Boca, D. 2015. "The Impact of Child Care Costs and Availability on Mothers' Labor Supply". ImPRovE Working Paper N° 15/04, Herman Deleeck Centre for Social Policy, Universidad de Amberes.
- Department of Finance, Canadá. 2019. *Gender Report Budget 2019*. Ottawa: Gobierno del Canadá.

- der Boghossian, A. 2019a. "Women's Economic Empowerment: An Inherent Part of Aid for Trade". WTO Staff Working Paper N° ERSD-2019-08, Organización Mundial del Comercio, Ginebra.
- . 2019b. "Trade Policies Supporting Women's Economic Empowerment: Trends in WTO Members". WTO Staff Working Paper N° ERSD-2019-07, Organización Mundial del Comercio, Ginebra.
- DiCaprio, A.Y. Yao y R. Simms. 2017. "Women and Trade: Gender's Impact on Trade Finance and Fintech". ADBI Working Paper Series N° 797, Banco Asiático de Desarrollo, Manila.
- Dumont, J.C. y G. Lafortune. 2017. "International Migration of Doctors and Nurses to OECD Countries: Recent Trends and Policy Implications". En *Health Employment and Economic Growth: An Evidence Base*, editado por J. Buchan, I.S. Dhillon y J. Campbell, 81-118. Ginebra: Organización Mundial de la Salud.
- Escudero, V., J. Kluve, E. López Mourelo y C. Pignatti. 2019. "Active Labour Market Programmes in Latin America and the Caribbean: Evidence from a Meta-analysis". *Journal of Development Studies* 55 (12): 2644-2661.
- FMI (Fondo Monetario Internacional), Banco Mundial y OMC (Organización Mundial del Comercio). 2017. "Making Trade an Engine of Growth for All: The Case for Trade and for Policies to Facilitate Adjustment". Preparado para el debate de los sherpas del G-20, 23 y 24 de marzo, Frankfurt.
- Frohmann, A. 2017. "Gender Equality and Trade Policy". Working Paper N° 24/2017, Instituto de Comercio Mundial, Berna.
- Ghose, D. 2019. "Higher Education Response to India's IT Boom: Did State Governments Play a Role?". En *Making Globalization More Inclusive: Lessons from Experience with Adjustment Policies*, editado por M. Bacchetta, E. Milet y J.A. Monteiro, 139-161. Ginebra: Organización Mundial del Comercio.
- Goldberg, P.K. y N. Pavcnik. 2003. "The Response of the Informal Sector to Trade Liberalization". *Journal of Development Economics* 72 (2): 463-496.
- Handley, K. y N. Limão. 2017. "Policy Uncertainty, Trade, and Welfare: Theory and Evidence for China and the United States". *American Economic Review* 107 (9): 2731-2783.
- Harris Rimmer, S. 2017. *Gender-Smart Procurement Policies for Driving Change*. Londres: Chatham House.
- Herz, B.K. y G.B. Sperling. 2004. *What Works in Girls' Education: Evidence and Policies from the Developing World*. Nueva York: Consejo de Relaciones Exteriores.
- Insider Interview. 2019. "UPS Pushes WTO Plurilateral Initiative to Combat Gender Discrimination". *World Trade Online*, 28 de agosto, 2019, <https://insidetrade.com/daily-news/ups-pushes-wto-plurilateral-initiative-combat-gender-discrimination>.
- Jenik, I. 2017. "Regulatory Sandboxes: Potential for Financial Inclusion?" *CGAP* (blog), 17 de agosto, 2017, <https://www.cgap.org/blog/regulatory-sandboxes-potential-financial-inclusion>.
- Khandker, S., M. Pitt y N. Fuwa. 2013. "Subsidy to Promote Girls Secondary Education: The Female Stipend Program in Bangladesh". MPRA Paper N° 23688, Biblioteca Universitaria de Múnich, Múnich. https://mpra.ub.uni-muenchen.de/23688/1/MPRA_paper_23688.pdf.
- Larch, M., J.-A. Monteiro, R. Piermartini y Y. Yotov. 2019. "On the Effects of GATT/WTO Membership on Trade: They Are Positive and Large after All". CESifo Working Paper N° 7721, Centro de Estudios Económicos, Múnich.

- Lesser, C. y E. Moisé-Leeman. 2009. "Informal Cross-Border Trade and Trade Facilitation Reform in Sub-Saharan Africa". OECD Trade Policy Working Paper N° 86, Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos.
- Lima, V., V. Ponczek y G. Ulysea. 2019. "Enforcement of Labour Regulation and the Labour Market Effects of Trade: Evidence from Brazil". En *Making Globalization More Inclusive: Lessons from Experience with Adjustment Policies*, editado por M. Bacchetta, E. Milet y J.-A. Monteiro, 71-85. Ginebra: Organización Mundial del Comercio.
- Monteiro, J.A. 2018. "Gender-Related Provisions in Regional Trade Agreements". WTO Staff Working Paper N° ERSD-2018-15, Organización Mundial del Comercio, Ginebra.
- Muralidharan, K. y N. Prakash. 2013. "Cycling to School: Increasing Secondary School Enrollment for Girls in India". NBER Working Paper N° 19305, National Bureau of Economic Research, Cambridge (Massachusetts).
- OIT (Organización Internacional del Trabajo). 2013. *Women and Men in the Informal Economy: A Statistical Picture*. Ginebra: OIT.
- OMC (Organización Mundial del Comercio). 2014. "La inclusión financiera y el AGCS" Nota de la Secretaría - Comité del Comercio de Servicios Financieros, S/FIN/W/88, 14 de noviembre, OMC, Ginebra.
- . 2015. *Informe sobre el comercio mundial 2015. Acelerar el comercio: ventajas y desafíos de la aplicación del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio de la OMC*. Ginebra: OMC.
- . 2016. "La inclusión financiera y el AGCS: Obstáculos a la inclusión financiera y comercio de servicios". Nota de la Secretaría - Comité del Comercio de Servicios Financieros, S/FIN/W/88/Add.1, 13 de junio, OMC, Ginebra.
- . 2017. *Informe sobre el comercio mundial 2017: Comercio, tecnología y empleo*. Ginebra: OMC.
- . 2018. *Informe sobre el comercio mundial 2018: El futuro del comercio mundial: cómo las tecnologías digitales están transformando el comercio global*. Ginebra: OMC.
- . 2019. *Informe sobre el comercio mundial 2019: El futuro del comercio de servicios*. Ginebra: OMC.
- Omiunu, O.G. 2019. "E-Literacy-Adoption Model and Performance of Women-Owned SMEs in Southwestern Nigeria". *Journal of Global Entrepreneurship Research* 9 (26): 1-19.
- Paez, L., S. Karingi, M. Kimenyi y M. Paulos. 2010. "A Decade (2000-2010) of African-U.S. Trade under the African Growth Opportunities Act (AGOA): Challenges, Opportunities and a Framework for Post AGOA Engagement". African Economic Conference Article, Grupo Banco Africano de Desarrollo, Abiyán.
- Sachetti, F.C., G. Diaz Langou, F. Filgueira, M. Thomas, S. Gammage, C. Currie, M. Beneke de Sanfeliú, A. Hunt y R. Hayashi. 2019. "A Gendered Perspective on Changing Demographics: Implications for Labor, Financial and Digital Equity". Policy Brief Prepared for Think 20 Japan 2019, T20, Tokio.
- Sansonetti, S. 2016. "Assessment of the European Globalisation Adjustment Fund from a Gender Equality Perspective". Study for the FEMM Committee, Comisión Europea, Bruselas.
- Sauvé, P. 2019. "Gendered Perspectives on Services Trade and Investment". Manuscrito sin publicar, Grupo Banco Mundial, Washington D.C.

- Schott, L. 2017. *Private Sector Engagement with Women's Economic Empowerment: Lessons Learned from Years of Practice*. Oxford: Saïd Business School, Universidad de Oxford.
- Schultz, T.P. 2004. "School Subsidies for the Poor: Evaluating the Mexican Progreso Poverty Program". *Journal of Development Economics* 74 (1): 199-250.
- Suominen, K. 2018. "Women-Led Firms on the Web: Challenges and Solutions". ICTSD Issue Paper, Centro Internacional para el Comercio y el Desarrollo Sostenible (ICTSD), Ginebra.
- Taylor, L.L. y J. Dar. 2015. "Fairer Trade, Removing Gender Bias in US Import Taxes". *The Takeaway* 6 (3): 1-4.
- Townson, M. y K. Hayes. 2007. *Women and the Employment Insurance Program*. Toronto: Centro Canadiense de Políticas Alternativas.
- Viilup, E. 2015. "The EU's Trade Policy: From Gender-Blind to Gender-Sensitive?" Policy Note, Parlamento Europeo, Bruselas.
- Vijaya, R. 2007. "Trade, Job Losses and Gender: A Policy Perspective". *Forum for Social Economics* 36 (2): 73-85.
- von Hagen, M. 2015. "Trade and Gender- Exploring a Reciprocal Relationship: Approaches to Mitigate and Measure Gender-Related Trade Impacts". Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit, Bonn.

El comercio puede mejorar drásticamente la vida de las mujeres mediante la creación de nuevos puestos de trabajo, el aumento de las posibilidades de elección de los consumidores y el fortalecimiento del poder de negociación de las mujeres en la sociedad. También puede dar lugar a pérdidas de empleo y a una concentración del trabajo en ocupaciones de baja cualificación. Habida cuenta de la complejidad y especificidad de la relación entre comercio y género, es esencial evaluar las repercusiones que pueden tener las políticas comerciales tanto en las mujeres como en los hombres y elaborar políticas adecuadas y basadas en datos empíricos para garantizar que el comercio contribuya a crear mejores oportunidades para todos.

La investigación sobre la igualdad de género y el comercio se ha visto constreñida por la escasez de datos y por una comprensión deficiente de la relación entre los papeles económicos que desempeñan las mujeres como trabajadoras, consumidoras y responsables de la adopción de decisiones. Basado en nuevos análisis y nuevos datos desglosados por sexo, el estudio titulado *Las mujeres y el comercio: el papel del comercio en la promoción de la igualdad de género* tiene por objeto avanzar en el conocimiento de la relación entre comercio e igualdad de género y determinar una serie de oportunidades que puede ofrecer el comercio para mejorar la vida de las mujeres.