

## Comercio internacional de servicios y género: el caso de Chile

*Trade in services and gender: Chile*

*Antonieta Sepúlveda\**

### RESUMEN

En las últimas décadas, la relación entre comercio internacional y género ha ganado relevancia, aunque el comercio de servicios desde una perspectiva de género sigue siendo un área poco explorada. Chile, una de las economías más integradas con el mundo, enfrenta el desafío de diversificar su canasta exportadora, altamente concentrada en commodities, y de reducir las persistentes brechas de género en su economía. El sector servicios, que emplea a una gran proporción de mujeres, representa una oportunidad estratégica para abordar ambos desafíos. Este estudio analiza la relación entre género y comercio de servicios en Chile, utilizando un enfoque cualitativo exploratorio que puedan servir como referencia para futuras investigaciones y como insumo para el diseño de políticas públicas. Los hallazgos destacan la importancia de diseñar políticas públicas específicas que fomenten la participación femenina en las exportaciones de servicios y contribuyan a un desarrollo económico más inclusivo y sostenible.

**Palabras Clave:** Comercio de servicios – género – política comercial – política exterior feminista.

---

\* Internacionalista de la Universidad de Chile. Correo electrónico: antonieta.sepulveda@ug.uchile.cl. ORCID: 0009-0008-9501-0995

Recibido: 13 de diciembre de 2024. Aceptado: 19 de diciembre de 2024.

**Clasificación JEL:** F13, F63, J16, O24.

**ABSTRACT**

In recent decades, the relationship between international trade and gender has gained relevance, although the trade in services from a gender perspective remains underexplored. Chile, one of the most globally integrated economies, faces the challenge of diversifying its export basket, which is highly concentrated in commodities, and reducing persistent gender gaps in its economy. The services sector, employing a large proportion of women, represents a strategic opportunity to address both challenges. This study analyzes the relationship between gender and trade in services in Chile, using an exploratory qualitative approach that serves as a reference for future research and as input for the design of public policies. The findings highlight the importance of designing specific public policies to promote female participation in service exports and contribute to more inclusive and sustainable economic development.

**Keywords:** Trade in services – gender – trade policy – Feminist Foreign Policy.

**JEL codes:** F13, F63, J16, O24.

## I.- INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, la perspectiva de género en el comercio internacional ha ganado atención tanto en la agenda de los responsables de políticas públicas como en la academia (Bahri et al., 2023). Este interés ha tenido un claro reflejo en el sistema multilateral, donde diversas organizaciones han integrado la igualdad de género en sus lineamientos y objetivos.

Una de las iniciativas más relevantes en esta materia ha sido impulsada por Naciones Unidas (ONU). La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible establece en su Objetivo 5: “Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y niñas”, considerando el comercio internacional como un medio para alcanzar esta meta.

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) ha sido también un actor clave, cuando en su novena conferencia declaró que el desarrollo sostenible y el empoderamiento femenino serían principios transversales en sus programas y políticas. Desde entonces, la institución ha trabajado en la estandarización de la perspectiva de género dentro de sus operaciones y lineamientos.

Fuera del ámbito de Naciones Unidas, la Organización Mundial del Comercio (OMC) ha adoptado un rol relevante en esta materia. Un ejemplo destacable es la Declaración de Buenos Aires sobre el Comercio y el Empoderamiento Económico de las Mujeres, firmada en 2017 durante la undécima Conferencia Ministerial y respaldada por 118 miembros de la organización. La declaración reconoce que las políticas comerciales inclusivas pueden contribuir a la igualdad de género, el empoderamiento económico de las mujeres y el crecimiento económico inclusivo. Sin embargo, persisten desafíos significativos en la implemen-

tación de estas políticas debido a su carácter, en muchos casos, no vinculante (Bahri, 2021).

A nivel global, se ha demostrado que el comercio internacional no es neutral desde el punto de vista del género; su impacto difiere entre hombres y mujeres (World Bank & WTO, 2020). Estas diferencias son críticas al momento de diseñar políticas públicas destinadas a reducir la brecha de género, ya que cerrar dichas brechas no solo promueve la igualdad, sino también impulsa el crecimiento económico y mejora la productividad (Revenga & Shetty, 2012).

En el caso de Chile, uno de los países más abiertos al comercio internacional, los retos económicos continúan siendo la diversificación de la canasta exportadora, altamente dependiente de los recursos naturales (López & Muñoz, 2015; Sossdorf, 2024), y la reducción de la brecha de género en la economía. Por ejemplo, la brecha salarial entre hombres y mujeres persiste en torno al 18,9%. Aunque Chile ha sido pionero en la inclusión de disposiciones de género en sus acuerdos comerciales, el impacto real de estas iniciativas sigue siendo incierto, debido principalmente a su naturaleza no vinculante y a su exclusión de los mecanismos de solución de controversias (Bahri, 2021).

En este contexto, la promoción del comercio de servicios se presenta como una estrategia clave para diversificar la economía chilena y, al mismo tiempo, potenciar la participación femenina en el comercio internacional. A nivel mundial, el comercio de servicios ha sido el sector económico de mayor crecimiento en la última década (OMC, 2019), representando en 2022 el 61,8% del valor agregado del PIB global. Además, a diferencia del comercio de bienes, el comercio de servicios puede ser menos intensivo en capital, menos dependiente de infraestructura física y ofrecer más oportunidades laborales a

las mujeres, especialmente en economías en desarrollo (Nayyar, Cruz y Zhu, 2021).

Sin embargo, la mayoría de los estudios que abordan la relación entre comercio y género lo hacen de manera transversal, sin considerar las especificidades de los distintos sectores económicos. Esto es particularmente relevante si consideramos que las mujeres están sobrerrepresentadas en el sector servicios y que dicho sector ha crecido de manera exponencial. La pandemia del Covid-19 exacerbó estas desigualdades, evidenciando la volatilidad de la participación femenina en la economía y subrayando la necesidad de diseñar políticas públicas más inclusivas y sensibles al género, especialmente en los servicios (OIT, 2021; CEPAL, 2021).

Este artículo busca analizar la relación entre el comercio internacional de servicios y el género, con un enfoque particular en el caso de Chile. La pregunta de investigación que guía este estudio es: ¿De qué manera se ha analizado la relación entre el comercio internacional de servicios y el género a nivel global y en el caso de Chile? Como hipótesis, se plantea que a pesar de la importancia del sector servicios para la participación femenina en la economía, tanto global como nacionalmente, su impacto específico en la relación entre comercio y género ha sido insuficientemente estudiado.

En cuanto a la metodología, se adopta un enfoque cualitativo exploratorio, utilizándose métodos de análisis documental y estadístico para obtener resultados preliminares que puedan servir como referencia para futuras investigaciones y como insumo para el diseño de políticas públicas. Los resultados encontrados destacan que las mujeres están mayoritariamente empleadas en el sector servicios, con una participación destacada en áreas como educación, salud y tecnologías de la

información. Sin embargo, se observa una baja representación femenina en las exportaciones de servicios, donde las empresas lideradas por mujeres representan una proporción limitada del total, aunque con un crecimiento significativo en los últimos años. Estas tendencias subrayan la necesidad de implementar estrategias específicas para potenciar la participación femenina en este sector clave.

Luego de esta introducción, el resto del trabajo se organiza de la siguiente manera. La segunda sección describe los datos y la metodología, incluyendo las fuentes de información y herramientas de análisis utilizadas para explorar la relación entre comercio de servicios y género. La tercera sección analiza la participación femenina en el sector servicios, destacando las principales ocupaciones y las oportunidades en el comercio internacional según los modos del AGCS. La cuarta sección examina programas de fomento para mujeres exportadoras, evaluando su impacto en el sector servicios. La quinta sección aborda el género en los acuerdos comerciales, con ejemplos y propuestas para fortalecer estas disposiciones en el contexto chileno. La sexta sección explora la participación femenina en el comercio internacional desde la perspectiva chilena, destacando iniciativas como la “Hoja de Ruta de Género para la Exportación de Servicios”. Finalmente, la séptima sección presenta las conclusiones, resaltando las áreas clave para avanzar en la equidad de género en el comercio internacional en el sector de servicios.

#### DATOS Y METODOLOGÍA

Este estudio adopta una lógica exploratoria, dada la escasez de información específica sobre la relación entre el comercio internacional de servicios y el género. Se emplearon métodos de análisis documental y estadístico, así como entrevistas y análisis

de políticas, con el objetivo de obtener resultados preliminares que puedan servir como referencia para futuras investigaciones y como insumo para el diseño de políticas públicas.

Para identificar las principales tendencias globales y nacionales en torno al empleo femenino, se analizaron diferentes fuentes oficiales de información, tales como la OIT, el Banco Mundial, ProChile y el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) en el caso chileno. El análisis permitió observar la participación de las mujeres en la fuerza laboral, discernir los sectores con mayor concentración de mano de obra femenina y evaluar la relevancia del sector servicios en comparación con las tendencias globales, donde el sector terciario constituye la mayor parte del PIB mundial en términos de valor agregado.

Asimismo, se llevaron a cabo entrevistas a profundidad de carácter semiestructurado con expertos en comercio, género y comercio de servicios. Estas entrevistas permitieron obtener información cualitativa que complementa la limitada literatura existente sobre la relación entre ambas disciplinas, explorando la participación de las mujeres en el comercio de servicios, tanto como parte de la fuerza laboral como en su rol de exportadoras. Además, el análisis incluyó una evaluación específica de los cuatro modos de prestación de servicios definidos en el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios.

En una etapa posterior, se realizó un análisis de frecuencia sobre Programas de Exportación para mujeres en Iberoamérica, los cuales suman un total de diez. Se consideraron términos como “servicios”, “sector terciario” y “tercer sector”, entre otros. Este método permitió abordar la relación entre género y comercio a través de herramientas de política comercial distintas a los Acuerdos Comerciales tradicionales, como programas específicos de fomento.

Por último, se analizó la base de datos de la Organización Mundial del Comercio sobre disposiciones de género en acuerdos comerciales, actualizada hasta octubre de 2022. Este análisis buscó identificar la presencia del sector servicios en dichas disposiciones y evaluar su potencial impacto en la promoción de la participación femenina en el comercio internacional.

Para profundizar la investigación en torno al comercio y género, así como su relación con el comercio de servicios, se consideró relevante analizar otras herramientas de política comercial, además de los Acuerdos Comerciales. Si bien estos últimos han sido el foco principal de atención en la academia y entre los tomadores de decisiones, existen otros instrumentos que pueden desempeñar un rol importante en el fomento de la participación femenina en el comercio internacional.

En las últimas décadas, varios países han incorporado disposiciones y capítulos sobre género en sus acuerdos comerciales preferenciales, tanto a nivel bilateral como plurilateral. El primer acuerdo en incluir un capítulo de este tipo fue el Tratado de Libre Comercio entre Uruguay y Chile (2016), seguido por otros acuerdos, como el TLC entre Canadá y Chile (2019), Chile y Argentina (2019) y Canadá e Israel (2019). Estos capítulos suelen contener disposiciones generales relacionadas con el respeto a la maternidad, la igualdad salarial, la eliminación de la discriminación y el reconocimiento de la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer de la ONU. Sin embargo, estas disposiciones son no vinculantes y no forman parte de los sistemas de solución de controversias de dichos acuerdos.

#### LAS MUJERES EN EL SECTOR SERVICIOS

El sector servicios representa uno de los espacios de mayor concentración de empleo femenino a nivel mundial. En 2022,



el 57% de los empleados en este sector eran mujeres, según datos de ILOSTAT recopilados por la OIT. La participación femenina en el sector ha crecido de forma constante desde 1991, con una ligera caída de dos puntos porcentuales en los últimos tres años.

Dentro de los principales rubros en los que se desempeñan las mujeres, la OIT (2020), basándose en datos de ILOSTAT en 121 países, identificó las siguientes ocupaciones dominadas por trabajadoras:

1. Trabajadores de cuidado personal
2. Profesionales asociados de la salud
3. Personal de limpieza y ayudantes
4. Empleados generales y operadores de teclado
5. Profesionales de la salud
6. Profesionales de la enseñanza
7. Empleados de atención al cliente
8. Otros trabajadores de apoyo administrativo
9. Asistentes de preparación de alimentos
10. Trabajadores de servicios personales
11. Profesionales jurídicos, sociales y culturales
12. Profesionales asociados en áreas jurídicas, sociales y culturales
13. Profesionales asociados en negocios y administración
14. Trabajadores de ventas
15. Trabajadores de procesamiento de alimentos, carpintería, confección y otros oficios
16. Profesionales en negocios y administración

De estas dieciséis ocupaciones, catorce pertenecen directamente al sector servicios. Sin embargo, estas cifras representan sólo el empleo formal, lo que deja de lado el trabajo informal no remunerado que también recae mayoritariamente en las mujeres, como las tareas de cuidado y los trabajos domésticos.

A pesar de su alta presencia en el sector servicios, este no constituye un espacio igualitario en términos de oportunidades y condiciones laborales. Las mujeres suelen ocupar puestos de menor calificación con salarios inferiores a los de los hombres. Por ejemplo, la OIT (2020) indica que las ocupaciones con mayor presencia femenina son, en su mayoría, trabajos de cuidados personales, donde el empleo es un 88% femenino frente a un 12% masculino. Este dato pone en evidencia la necesidad de diseñar políticas públicas que impulsen la participación femenina en actividades de mayor valor agregado dentro del comercio de servicios.

En cuanto a la internacionalización del sector servicios, existe un marcado contraste con respecto a la participación laboral global. Aunque las empresas exportadoras del sector emplean a más mujeres que hombres, la propiedad de estas empresas sigue siendo predominantemente masculina: un 88% de las empresas exportadoras de servicios son propiedad de hombres (World Bank & World Trade Organization, 2020). Esto refuerza la necesidad de diseñar políticas comerciales que no sean neutrales en términos de género y permitan aprovechar las oportunidades de empleo femenino en el sector.

En este contexto, surgen dos preguntas fundamentales:

1. ¿Cómo potenciar el sector exportador de servicios, que ya emplea a una mayor proporción de mujeres?
2. ¿Cómo mejorar los niveles de participación femenina en el sector exportador de servicios, especialmente en posiciones de liderazgo?

Según la UNCTAD (2004), los países desarrollados siguen siendo los principales destinos de los proveedores de servicios provenientes de países en desarrollo, en particular en el rubro

de servicios asistenciales. Los movimientos de Sur a Sur también son relevantes, aunque menos estudiados y frecuentemente no registrados de manera adecuada.

Un factor clave en la relación entre comercio de servicios y género es la forma en que los distintos modos de comercio de servicios definidos en el AGCS afectan a las mujeres de manera diferenciada. Según el informe *Trade and Gender Opportunities and Challenges for Developing Countries* de UNCTAD (2004), los modos más relevantes para la participación femenina son el modo 1 (comercio transfronterizo) y el modo 4 (movimiento temporal de personas físicas):

#### Modo 1: Comercio transfronterizo

- o Es especialmente relevante debido al alto número de Pymes lideradas por mujeres, que emplean el 71% de la mano de obra femenina (Hultgren, 2018).

- o Estas empresas suelen estar vinculadas a servicios digitales, como el procesamiento de datos, facturación, correo electrónico y pagos (Lipowiecka & Kiriti-Nganga, 2016).

- o Esta modalidad permite a las mujeres superar barreras de presencia comercial en el extranjero y operar con menores costos de inversión. No obstante, las empresarias identifican la falta de capacitación en sistemas fiscales y financieros como un obstáculo relevante (UNCTAD, 2004).

#### Modo 2: Consumo en el extranjero

- o Dos rubros destacados son el turismo (donde el 54% de los empleados son mujeres) y la salud, sectores que

se vieron especialmente afectados por la pandemia del Covid-19 (OMT, 2022). Las políticas de reactivación económica podrían haberse dirigido a estos sectores para beneficiar el empleo femenino.

### Modo 3: Presencia comercial

o Este modo presenta mayores desafíos para las mujeres debido a la alta inversión de capital requerida, lo cual representa un obstáculo para las Pymes lideradas por mujeres, que suelen enfrentar dificultades en el acceso a financiamiento (Global Entrepreneurship Monitor, 2021).

o La falta de capacidades financieras y gerenciales también limita su participación (ProChile, 2021).

### Modo 4: Movimiento temporal de personas físicas

o Este modo está asociado principalmente a trabajos de menor calificación, como servicios de limpieza y cuidados. La falta de políticas de retorno garantizado complica la temporalidad del movimiento, creando vulnerabilidades adicionales (ONU Mujeres, 2011).

A pesar de la importancia de los modos 1 y 4 para el empoderamiento femenino, estos son los menos estudiados en términos de comercio de servicios y género. Como señala APEC (2023), profundizar la investigación en estos modos permitiría identificar estrategias efectivas para potenciar el empleo femenino en el comercio internacional de servicios.

En conclusión, aunque el sector servicios constituye una oportunidad clave para la participación femenina, persisten barreras estructurales que limitan su impacto pleno en el comercio

internacional. Comprender estas barreras a nivel desagregado y según las modalidades de comercio resulta esencial para diseñar políticas públicas más inclusivas y efectivas.

#### PROGRAMAS DE FOMENTO DE LAS EXPORTACIONES Y PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES

Con el objetivo de profundizar la investigación sobre la relación entre comercio y género, se consideró relevante analizar instrumentos de política comercial alternativos a los acuerdos comerciales. Aunque estos últimos han sido el foco de atención de académicos y tomadores de decisiones, existen otras herramientas que pueden desempeñar un papel clave en la promoción de la participación femenina en el comercio internacional.

En la última década, han surgido diversas iniciativas públicas para fomentar la inclusión de mujeres en el comercio internacional a través de programas especializados como se muestra en la Tabla 1. Estas iniciativas han perseguido objetivos como:

1. Apoyar a las mujeres empresarias en la internacionalización de sus empresas, promoviendo una mayor participación en las exportaciones.
2. Capacitar a las empresarias en comercio internacional.
3. Facilitar conexiones entre empresas lideradas por mujeres y compradores internacionales.

Estos programas están mayoritariamente orientados a pymes. Uno de los primeros programas en este ámbito fue SheTrades, lanzado en 2015 por el Centro de Comercio Internacional (CCI). Este programa tiene como objetivo apoyar a las mujeres empresarias en los países en desarrollo, mejorando

sus beneficios económicos a través de la internacionalización de sus negocios (Frohmann, 2019). SheTrades ofrece acceso a redes globales y facilita la inclusión de negocios liderados por mujeres en las cadenas de suministro de empresas multinacionales. Aunque este programa busca apoyar exportaciones lideradas por mujeres, no establece directrices específicas para empresas del sector servicios, lo que limita su impacto en un ámbito con necesidades particulares.

Inspirados por SheTrades, Chile y Brasil lanzaron en 2016 sus propias iniciativas: Mujer Exporta y Mulheres na Exportação, respectivamente. Ambos programas incluyen capacitaciones para pymes lideradas por mujeres. Sin embargo, una diferencia clave es que Mujer Exporta incluye explícitamente al sector servicios como uno de sus focos de promoción (ProChile, 2022), mientras que el programa brasileño no menciona este sector.

En 2017, Perú y Argentina siguieron con los programas Ella Exporta y Mujeres Exportadoras, respectivamente. Este último fue actualizado en 2021, cambiando su nombre a Argentinas al Mundo. En el caso de Costa Rica, el programa Mujeres Exportadoras lanzado en 2018 excluye completamente a las empresas del sector servicios, limitándose a pymes del sector manufacturero (ProComer, 2018).

Otros programas similares en la región incluyen Mujer Exporta (El Salvador y México), Mujer Emprende Export (Panamá), PROMUJERES (Ecuador) y el Women in Trade Investment Program (Canadá). Entre estos, solo PROMUJERES (Ecuador) menciona explícitamente al sector servicios como parte de su enfoque.

Tabla 1: Programas de fomento de la exportación de servicios para mujeres

Nombre	Características generales	Estrategias	Algunos resultados
Mujer Exporta (CHILE)	Desarrollar y reforzar el trabajo de las empresas exportadoras femeninas	Financiación. Capacitación de mujeres empresarias. Documentos y estudios en torno a la exportación de empresas propiedad de mujeres	Mujer Exporta ayudó a más de 1000 empresarias, lo que representa un 12% más que <i>ProChile</i> 2017 (2022).
Mujeres en la exportación (BRASIL)	Sensibilización, capacitación y promoción para la internalización de las empresas propiedad de mujeres.	Reuniones periódicas con las empresas propiedad de mujeres. Reuniones de empresas propiedad de mujeres con empresas y compradores extranjeros.	Se prevén 7,8 millones de dólares estadounidenses para nuevos negocios de mujeres empresarias. El objetivo es ayudar a más de 2000 empresas propiedad de mujeres en capacitaciones a través del programa en los próximos dos años, a partir de 2016 <i>apex-Brasil</i> 2017.
Mujeres exportadoras (COSTA RICA)	Programa diseñado para pequeñas y medianas empresas propiedad de mujeres en el sector de los productos manufacturados.	Elegir empresas propiedad de mujeres con potencial exportador a través de políticas públicas que tengan como objetivo la promoción de la inclusividad.	Treinta fabricantes se incluyeron en el programa a finales de 2018, que se abrían a nuevas vías de exportación o exportaban por primera vez.

Ella Exporta (PERÚ)	Programa para empresas propiedad de mujeres con al menos un año de antigüedad con oportunidades de exportación o que ya exportan.	Asesoramiento profesional para la exportación. Asistencia técnica. Capacitación <i>PromPerú</i> (2021)	2020 el programa había capacitado a más de 100 mujeres, con la ayuda de la Embajada de Estados Unidos PromPerú (2021).
Argentinas en el mundo	Promueve una participación inclusiva en el comercio internacional, para las empresas propiedad de mujeres y LGBTQ+.	Coaching y asistencia. Ofrece información para la toma de decisiones sobre mercados internacionales estratégicos. Poner en contacto a las empresas que participan en el programa con empresas extranjeras. <i>Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional</i> (2020)	Según sus propios estudios, las empresas propiedad de mujeres que exportan ofrecen mejores salarios y son más productivas Agencia Argentina de Inversiones y Comercio (2020).  Dado que el programa sólo tiene un año de vida, aún no se dispone de resultados.
Mujer Exporta (EL SALVADOR)	Este programa capacitará a las mujeres en materia de exportación de sus empresas.	Formación de mujeres empresarias	Dado que se trata de un programa muy reciente, no hay mucha información sobre sus repercusiones.



<p>Mujer Exporta (MEXICO)</p>	<p>Programa que relaciona la creación de pequeñas empresas y la igualdad y encuentra oportunidades de crecimiento económico para las empresas propiedad de mujeres.</p>	<p>Crea rondas periódicas de negociación de empresas mexicanas propiedad de mujeres con compradores internacionales. Programas anuales de capacitación para las empresas participantes</p>	<p>Cuatro exitosas rondas de negociación que han vinculado a empresas propiedad de mujeres con potenciales compradores</p>
<p>Mujer Em-prende Export (PANAMÁ)</p>	<p>Impulsar, promover y reforzar la competitividad internacional de las empresas propiedad de mujeres.</p>	<p>El programa aportará asesoramiento, asistencia técnica, capacitación e ideas de promoción comercial personalizadas para cada empresa que forme parte del programa.</p>	<p>Información no disponible sobre los resultados.</p>
<p>PROMUJERES (ECUADOR)</p>	<p>Foro para mujeres exportadoras que las pone en contacto con otras empresas.</p>	<p>Eventos virtuales para las mujeres participantes. <i>Capacitación Gobierno del encuentro.</i></p>	<p>445 empresas recibieron formación a través de este foro. Rondas de negociación con 20 compradores de América, Europa y Asia <i>Gobierno del encuentro.</i></p>

Las mujeres en el comercio. Programa de inversión (CANADÁ)	Este programa capacita a las empresarias para alcanzar su potencial en el comercio internacional.	Aporta soluciones financieras e información internacional sobre el mercado EDC 2022.	Las empresas propiedad de mujeres han duplicado su capacidad exportadora entre 2011 y 2017. Más de 12 700 empresas propiedad de mujeres exportan hoy EDC 2022.
--	---	--	--

*Fuente: elaboración propia en base a las páginas web oficiales.*

A pesar de su contribución a visibilizar las barreras que enfrentan las mujeres en el comercio internacional, la mayoría de estos programas no están diseñados para abordar las particularidades del sector servicios. Esto resulta problemático, ya que los servicios requieren estrategias y medios diferentes a los del comercio de bienes. Por ejemplo, la exportación de servicios a menudo implica el uso de plataformas digitales y menos infraestructura física, pero requiere una mayor capacitación en herramientas tecnológicas y fiscales.

Además, pocos programas establecen una relación explícita entre sus iniciativas y los beneficios que pueden ofrecer los acuerdos comerciales. Aunque están orientados principalmente a la promoción de exportaciones, no consideran las demás actividades económicas relevantes para las mujeres, como su participación como empleadas o consumidoras.

Es esencial que futuros programas incluyan directrices específicas para empresas del sector servicios y busquen vincularse más estrechamente con las disposiciones de género en acuerdos comerciales. Esto podría maximizar el impacto de

estas iniciativas y fomentar una mayor inclusión femenina en el comercio internacional.

#### EL GÉNERO EN LOS ACUERDOS COMERCIALES

En las últimas décadas, muchos países han incluido disposiciones y capítulos sobre género y comercio en sus acuerdos comerciales preferenciales, tanto a nivel bilateral como pluri-lateral (López et al., 2019; Bahri et al., 2023; Flores & López, 2023). El primer acuerdo en incorporar un capítulo específico sobre género fue el Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Uruguay y Chile (2016). Desde entonces, otros acuerdos, como los TLC entre Canadá y Chile (2019), Chile y Argentina (2019), y Canadá e Israel (2019), han seguido esta tendencia. Sin embargo, estos capítulos suelen incluir disposiciones generales relacionadas con temas como el respeto a la maternidad, la igualdad salarial, la eliminación de la discriminación y el reconocimiento de la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer de la ONU. A pesar de su importancia, estas disposiciones no están vinculadas a los mecanismos de solución de controversias, lo que limita su obligatoriedad y alcance práctico.

Aunque la inclusión de capítulos de género en acuerdos comerciales es relativamente reciente, ya había esfuerzos previos en este ámbito. Por ejemplo, el TLC entre Chile y Canadá, que entró en vigor en 1997, incorporó menciones a la equidad de género en temas como cooperación laboral, igualdad de género en el lugar de trabajo y equidad salarial, aunque estas disposiciones eran dispersas y poco específicas.

El TLC entre Canadá y Chile, modernizado y que entró en vigencia en 2019, incluye un capítulo denominado “Comercio y Género”, que consta de cuatro artículos:

1. Disposiciones Generales
2. Acuerdos Internacionales
3. Actividades de Cooperación
4. Comité de Comercio y Género

Los dos primeros artículos contienen compromisos no vinculantes. Por otro lado, los artículos de “Actividades de Cooperación” y “Comité de Comercio y Género” representan medidas concretas para fomentar la inclusión femenina en el comercio bilateral, como la realización de reuniones periódicas entre las partes. Sin embargo, este capítulo carece de un mecanismo de implementación claro y no está sujeto al sistema de solución de diferencias, lo que limita su efectividad y cumplimiento.

En cuanto a la relación entre género y comercio de servicios, un ejemplo destacado es el Grupo de Acción para el Comercio Inclusivo (ITAG), liderado por Canadá, Chile, México y Nueva Zelanda. Este grupo, creado en el marco de la Cooperación Económica Asia-Pacífico en 2018, tiene como objetivo promover políticas de comercio inclusivo. Una de sus principales iniciativas fue el Acuerdo Global de Comercio y Género (2020), que incluye un capítulo titulado “Comercio y Género en los Servicios”. Este capítulo establece lo siguiente:

- a) “Si un Participante adopta o mantiene medidas relativas a los requisitos y procedimientos de concesión de licencias, los requisitos y procedimientos de cualificación o las normas técnicas relativas a la autorización para el suministro de un servicio, garantizará que dichas medidas no discriminen por razón de sexo.”
- b) “Los Participantes no considerarán la diferenciación legítima, así como la adopción de medidas especiales temporales destinadas a acelerar la igualdad de género

de facto, como discriminación a efectos de este apartado. La diferenciación legítima se define como un trato diferenciado que es razonable y objetivo, y tiene por objeto lograr un propósito legítimo de política pública.”

Aunque estas disposiciones son generales, representan uno de los avances más significativos en la incorporación de género y comercio de servicios en acuerdos internacionales.

A nivel mundial, solo 10 acuerdos comerciales contemplan cláusulas relacionadas con género y comercio de servicios. Entre ellos destacan:

**1. AfCFTA (Acuerdo Continental Africano de Libre Comercio):** Entró en vigor en 2018 y contiene un Protocolo sobre Comercio de Servicios en la Parte VI (Disposiciones Institucionales). En el artículo 27, punto 2.d, se establece:

“Mejorar la capacidad exportadora de proveedores tanto formales como informales, con especial atención a los micro, pequeños y medianos; mujeres y jóvenes proveedores” (Organización Mundial del Comercio, 2022).

**2. TLC entre el Reino Unido, Irlanda del Norte y Australia (2021):** En su Capítulo 9 sobre Servicios Financieros, el artículo 9C.8, titulado “Problemas Emergentes”, dispone:

“Las Partes deben compartir sus mejores prácticas para promover la igualdad en los servicios financieros y reconocer la importancia de construir una industria de servicios financieros diversa, incluyendo equilibrada en género, y el impacto positivo que la diversidad tiene en la toma de decisiones equilibrada, los

consumidores, la cultura del lugar de trabajo, las inversiones y los mercados competitivos.”

**3. Declaración Conjunta de la OMC sobre Reglamentación Nacional de los Servicios (2021):** Aunque no es un acuerdo comercial propiamente dicho, esta declaración incluye una disposición específica sobre género que establece:

“Si un Miembro adopta o mantiene medidas relativas a la autorización para el suministro de un servicio, el Miembro se asegurará de que: ... (d) tales medidas no discriminen entre hombres y mujeres.”

Según la base de datos de la OMC, hasta octubre de 2022, se contabilizan 311 menciones a cláusulas de género en acuerdos comerciales. Chile participa en 70 de estos acuerdos, lo que representa el 22% de las menciones totales, posicionándose como uno de los países más activos en la inclusión de género en sus negociaciones comerciales. Sin embargo, ninguno de estos acuerdos contempla específicamente la relación entre género y servicios.

Aunque ha habido avances en la incorporación de cláusulas de género en acuerdos comerciales, estas tienden a enfocarse en la no discriminación y en fomentar la cooperación sin establecer mecanismos vinculantes ni acciones concretas. Chile tiene la oportunidad de liderar esta agenda, trabajando en acuerdos futuros que incluyan capítulos dedicados al comercio de servicios con perspectiva de género o integren estas consideraciones en los capítulos de servicios existentes.

## PARTICIPACIÓN FEMENINA EN CHILE

Esta sección tiene como objetivo analizar el mercado laboral chileno para identificar estrategias que integren una perspectiva de género en el comercio. Es esencial evaluar los sectores con mayor participación femenina y compararlos con tendencias globales en este ámbito.

Según el Programa Género, Educación y Trabajo (GET), en 2016 las mujeres chilenas se concentraban principalmente en sectores como el comercio (21,9%), la enseñanza (15%), el trabajo doméstico (11,1%) y los servicios sociales y de salud (9,2%) (Programa Género & GET, 2016). Por su parte, los hombres se empleaban mayoritariamente en el comercio (17%), la industria (13,1%) y la construcción (14,1%). Aunque ambos géneros están principalmente empleados en el sector servicios, el porcentaje de mujeres es significativamente mayor, reflejando una tendencia mundial.

Desde el año 2000, el empleo femenino en el sector terciario ha mostrado un crecimiento constante en Chile. Según datos de la OIT, el 83% de las mujeres chilenas que participaban en la fuerza laboral en 2000 estaban empleadas en servicios, cifra que aumentó al 85% en 2019. Este porcentaje es notablemente superior al promedio mundial, donde solo el 44% de las mujeres trabajaba en servicios en 2000. Estas estadísticas, sin embargo, no incluyen trabajos informales ni domésticos, que también tienen un impacto significativo en la economía.

En el ámbito del comercio internacional, las empresas chilenas lideradas por mujeres (ELM) enfrentan múltiples desafíos. Según ProChile (2021), estas empresas representaron solo el 0,9% del valor de las exportaciones de servicios, equivalente a USD 9,4 millones. En 2022, las exportaciones de servicios

lideradas por mujeres crecieron un 13,9%, alcanzando los USD 483 millones, lo que equivale al 3% de las exportaciones de servicios en Chile (SUBREI, 2023). A pesar de este crecimiento, las ELM aún tienen una participación limitada en comparación con empresas lideradas por hombres, que representaron el 70% de las exportaciones de servicios ese mismo año.

Los servicios exportados por mujeres chilenas se destacan en áreas de alto valor agregado, como tecnologías de la información, investigación y desarrollo (I+D) en química y biología, y servicios educativos. Además, sectores como la educación (97,3%), la editorial (89,4%) y los estudios de mercado (72,4%) muestran una participación femenina superior a la masculina (SUBREI, 2023). Esto subraya la capacidad de las mujeres para sobresalir en sectores vinculados a la economía del conocimiento y la innovación.

Sin embargo, las exportaciones de servicios de las ELM representan una fracción mínima en comparación con sectores como la agricultura o la manufactura. Esto refleja un potencial significativo de crecimiento en el sector servicios, especialmente si se implementan políticas públicas enfocadas en capacitación, acceso a financiamiento y reconocimiento profesional en mercados internacionales.

Las mujeres enfrentan una serie de barreras para participar plenamente en el comercio internacional, entre las que destacan:

- 1. Acceso al financiamiento:** Las mujeres suelen tener dificultades para obtener préstamos debido a la falta de avales, lo que es especialmente problemático en el sector servicios, donde los activos tangibles son limitados.



**2. Capacitación sectorial:** Existe una necesidad de formación especializada para mujeres que buscan liderar empresas de servicios y ocupar puestos directivos.

**3. Redes internacionales:** La falta de conexiones con mercados extranjeros limita las oportunidades de exportación.

**4. Colaboraciones público-privadas:** Estas alianzas son fundamentales para potenciar la participación femenina, pero siguen siendo escasas.

En 2024, Chile implementó una iniciativa pionera en colaboración con la CEPAL: la “Hoja de Ruta de Género para la Exportación de Servicios”, que establece áreas prioritarias de acción:

1. Promoción de las empresas lideradas por mujeres:
  - o Crear redes de asociación para la exportación de servicios.
  - o Difundir oportunidades de financiamiento.
  - o Visibilizar casos de éxito de empresas lideradas por mujeres.
  - o Incorporar la perspectiva de género en programas de exportación.
  
2. Producción y difusión de datos desagregados por género:
  - o Promover el análisis de datos desagregados por sexo y variables interseccionales (edad, etnia, uso del tiempo, entre otros).
  - o Difundir estadísticas desagregadas entre las instituciones gubernamentales.

3. Fomento de la participación femenina en ciencia y tecnología:
  - o Apoyar emprendimientos liderados por mujeres en áreas STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas).
  - o Reducir brechas de género en sectores tecnológicos y de conocimiento.
  
4. Transversalización de la igualdad de género:
  - o Incorporar la perspectiva de género en todas las instituciones públicas y privadas involucradas en el comercio de servicios.
  - o Promover alianzas público-privadas para fortalecer la participación femenina.

Chile también trabaja en la implementación de una Política Exterior Feminista, que busca institucionalizar transversalmente la perspectiva de género en todos los temas internacionales, incluyendo el comercio. Esta política reconoce que los problemas globales, como el cambio climático, la migración y la seguridad, no pueden abordarse eficazmente sin considerar las realidades diversas de las mujeres.

A pesar de los avances, las mujeres siguen estando subrepresentadas en el comercio internacional, especialmente en el sector servicios. Sin embargo, iniciativas como la Hoja de Ruta de Género y la Política Exterior Feminista ofrecen un marco para promover una participación femenina más equitativa. Estas acciones no solo benefician a las mujeres, sino que también contribuyen a diversificar y fortalecer la economía chilena en un contexto global.

## CONCLUSIONES

El vínculo entre género y comercio se está consolidando como un tema crucial tanto para la investigación académica como para la formulación de políticas públicas. Las mujeres continúan estando infrarrepresentadas en el comercio internacional, a pesar de los esfuerzos realizados mediante programas orientados a la exportación y la inclusión de capítulos de género en acuerdos comerciales. Sin embargo, para maximizar su impacto, es necesario profundizar en el análisis de sectores específicos, como el de los servicios.

El sector servicios, uno de los de mayor crecimiento a nivel global y particularmente relevante durante la pandemia de Covid-19, constituye una oportunidad estratégica para fomentar la participación femenina, especialmente en países en desarrollo donde concentra la mayor proporción del empleo femenino. Las políticas dirigidas a este sector tienen el potencial de reducir las brechas de género, mejorar la calidad de vida de las mujeres y generar mayores ingresos para las economías locales.

A nivel general, es fundamental avanzar en la creación de datos desagregados por género en el comercio de servicios, así como promover investigaciones sobre los modos de suministro más ignorados: el modo 1 (comercio transfronterizo) y el modo 4 (movimiento temporal de personas físicas). Estos esfuerzos son esenciales para diseñar políticas más inclusivas y efectivas.

En el contexto de América Latina, las recomendaciones globales también son pertinentes, pero es prioritario diversificar los programas de exportación orientados a mujeres, con un enfoque especial en el sector servicios. Este sector, al emplear a la mayoría de las mujeres en la región, requiere estrategias específicas que integren financiación, capacitación y apoyo

gubernamental, creando un ecosistema favorable para la internacionalización de sus negocios, independientemente del tamaño de las empresas.

Chile ha sido pionero en la inclusión de género en el comercio internacional, con programas como Mujer Exporta y la incorporación de disposiciones de género en acuerdos comerciales. Sin embargo, aún se dispone de datos limitados para evaluar el impacto real de estas iniciativas. Es necesario fortalecer la recopilación y análisis de datos, así como desarrollar políticas específicas que potencien el sector servicios y permitan reducir las brechas existentes entre hombres y mujeres.

El país también debe profundizar en la investigación sobre los diversos roles que desempeñan las mujeres en la economía, más allá de su participación como exportadoras. Estrategias integrales podrían incorporar a más mujeres en actividades de servicios de alto valor agregado, lo que no solo elevaría sus ingresos y condiciones laborales, sino también contribuiría a la diversificación económica de Chile.

En definitiva, la hipótesis planteada en este trabajo se confirma: aunque el sector servicios es crucial para la participación femenina en la economía, tanto a nivel global como nacional, el análisis de su impacto y particularidades en la relación entre comercio internacional y género en Chile ha sido insuficiente. Con políticas adecuadas y un enfoque más sólido en este sector, es posible avanzar hacia una mayor equidad de género y un desarrollo económico más inclusivo.

## REFERENCIAS

- APEC (2023). Gender and Services Trade in the APEC Region: Policy Brief. APEC, Committee on Trade and Investment (CTI), Group on Services (GOS).
- Bahri, A. (2021). Making Trade Agreements Work for Women Empowerment: How Does It Help, What Has Been Done, and What Remains Undone?. *Latin American Journal of Trade Policy*, 4(11), 6–24. <https://doi.org/10.5354/0719-9368.2021.65667>.
- Bahri A, López D. & Remy J. (eds.) (2023). *Trade Policy and Gender Equality*. Cambridge University Press.
- CEPAL (2021). La autonomía económica de las mujeres en la recuperación sostenible y con igualdad. Informe Especial COVID-19 N° 9, CEPAL.
- Flores España, C., & López, D. (2023). Gender and trade: How are gender provisions in trade agreements perceived by Chilean women exporters? En *World Trade Organization (Ed.), Making trade work for women* (pp. 102–119). World Trade Organization.
- Frohmann, A. (2019). Herramientas de política comercial para contribuir a la igualdad de género. Serie Comercio Internacional, N° 153 (LC/TS.2019/111), Santiago, CEPAL.
- Global Entrepreneurship Monitor (2021). *Women's Entrepreneurship 2020/21: Thriving Through Crisis*. Londres, Reino Unido.
- Hultgren, A. (2018). Revealed: What sexism in call centres can teach us about sexism in society. The Conversation. Recuperado de <https://theconversation.com/revealed-what-sexism-in-call-centres-can-teach-us-about-sexism-in-society-90210>
- López, D., Muñoz, F. & Cáceres, J. (2019). Gender Inclusion in Chilean Free Trade Agreements. Facultad de Administración y Economía UDP, <https://administracionyeconomia.udp.cl/wp-content/uploads/2019/05/003lopez.pdf>.

- López, D. & Muñoz, F. (2020). Cuarenta años de apertura comercial chilena. *Cuadernos Americanos* 154, 125-151.
- Lipowiecka, J. & Kiriti-Nganga, T. (2016). The Gender Dimensions of Services. Geneva: International Centre for Trade and Sustainable Development (ICTSD).
- Nayyar, G., Cruz, M. & Zhu L. (2021). Does Premature Deindustrialization Matter? The Role of Manufacturing versus Services in Development. *Journal of Globalization and Development, De Gruyter, vol. 12(1)*, pages 63-102.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT) (2020). Estas ocupaciones están dominadas por las mujeres. Recuperado de <https://ilostat.ilo.org/es/blog/these-occupations-are-dominated-by-women/>
- OIT (2021). *Informe mundial sobre salarios 2020-2021; los salarios y el salario mínimo en tiempos de la COVID-19*. Ginebra: OIT.
- Organización Mundial del Comercio (OMC) (2019). Informe sobre el comercio mundial 2019: El futuro del comercio de servicios. Ginebra: Organización Mundial del Comercio.
- ProChile (2021). *IV Radiografía a la Participación de las Empresas Lideradas por Mujeres en las Exportaciones Chilenas*. Departamento de Información Comercial y Análisis de Datos, Dirección de Estudios, SUBREI-ProChile.
- Revenga, A. & Shetty S. (2012). Potenciar a la mujer es un enfoque económico inteligente. Finanzas y desarrollo: publicación trimestral del Fondo Monetario Internacional y del Banco Mundial, ISSN 0250-7447, Vol. 49, N° 1, 2012, págs. 40-43.
- Sossdorf, F. (2024). The rise and stagnation of Chile's export cycle. *Latin American Journal of Trade Policy*, 6(18). <https://doi.org/10.5354/0719-9368.2024.74309>
- Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales (SUBREI) (2023). *6ª Radiografía Mujer Exportadora*. Dirección de Estudios, SUBREI.
- UNCTAD (2004). *Trade and Gender; Opportunities and Challenges for Developing Countries*. Ginebra: Naciones Unidas.

World Bank and World Trade Organization (2020). *Women and Trade: The Role of Trade in Promoting Gender Equality*. Washington, DC: World Bank.



*Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License, which permits the use, adaptation and sharing as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons license, unless indicated otherwise in a credit line to the material. If materials are not included in the article's Creative Commons license and your intended use is not permitted by statutory regulation or exceeds the permitted use, you will need to obtain permission directly from the copyright holder.*

*To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>. © The Author(s) 2022.*

