



Foro Internacional de **Género** y Competencia

• 20 Y 21 DE MARZO DE 2024 •



• CONTENIDO •

SISTEMATIZACIÓN DEL FORO INTERNACIONAL DE GÉNERO Y COMPETENCIA

1. Introducción
2. Sesión de apertura
3. Sesión plenaria
4. Diálogo de Liderazgo 1
5. Diálogo de Liderazgo 2
6. Diálogo de Liderazgo 3
7. Sesión de cierre
8. Clausura
9. Evaluación y hallazgos

• INTRODUCCIÓN •

El Foro Internacional de Género y Competencia se desarrolló en dos jornadas, el miércoles 20 y jueves 21 de marzo. El evento fue impulsado por la Superintendencia de Competencia Económica de Ecuador con apoyo de la Superintendencia de Competencia (SC) de El Salvador, Comisión de Defensa y Promoción de la Competencia (CDPC) de Honduras y Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (ProCompetencia) de República Dominicana.

El Foro contó con la participación de 25 autoridades y personas expertas en la materia, quienes contribuyeron en las sesiones y 155 conexiones de participantes de 15 jurisdicciones: Canadá, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, España, Francia, Honduras, México, Paraguay, Perú, República Dominicana y Venezuela.

El Foro cumplió el objetivo de promover un espacio de diálogo donde se analizaron las múltiples aristas en torno a esta temática, bajo distintos y nuevos enfoques para ampliar el espectro de estudio, contribuyendo así a la generación de insumos referentes a la vinculación entre Género y Competencia.

La discusión realizada, enfatizó la importancia de considerar dicha relación en los análisis de las autoridades, y en la incorporación de la perspectiva de género en la promoción y defensa de la libre competencia.

El presente documento resume las experiencias y hallazgos para servir como una línea base para la transversalización del enfoque de género en la política de competencia. El diseño y aplicación de políticas eficientes de competencia permiten favorecer mercados más justos, equitativos y sostenibles que a su vez contribuyan a cerrar las brechas de género y promuevan un entorno más próspero y de libre competencia.

• SESIÓN DE APERTURA •



Danilo Sylva
Superintendente de Competencia
Económica, Ecuador

Buenos días, estimadas autoridades, delegados de las diferentes instituciones públicas, privadas y organizaciones no gubernamentales y todas las personas que nos acompañan. Gracias a todos por estar presentes en este evento.

De la misma manera, extendiendo un saludo y agradezco al señor Ori Schwartz, Jefe de la División de Competencia de la OCDE, a la señora Ana Elena Badilla, Representante de ONU Mujeres en Ecuador, señora María Caridad Araujo, Jefa de la División de Género y Diversidad del BID y a la señora Ana Jimena Vargas, Especialista de Empoderamiento Económico de la Comisión Interamericana de Mujeres de la OEA, quienes me acompañan en esta sesión de apertura.

Igualmente, un agradecimiento a la Embajadora Ivonne Baki y al señor Juan Carlos de la Hoz, Representante del BID en Ecuador, quienes nos expresarán un mensaje enmarcando la relevancia de ambas materias. Quiero agradecer a la Superintendencia de Competencia de El Salvador, a la Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia de Honduras y la Comisión Nacional de la Defensa de la Competencia (ProCompetencia) de la República Dominicana.

Dialogar sobre género y competencia implica una gran responsabilidad. La Organización de las Naciones Unidas señala que “la igualdad de género es una poderosa herramienta para reducir la pobreza e impulsar el desarrollo sostenible”. Estamos convencidos de que implementar de manera eficiente el enfoque de la perspectiva de género en la competencia resultará en ecosistemas productivos más saludables y justos.

La relación entre género y competencia es una cuestión emergente y necesaria que favorece mercados más inclusivos y equitativos que incidan en la reducción de las brechas de género. Qué importante y grato es encontrarnos hoy con diferentes autoridades de competencia que puedan compartir experiencias y aportar en la transversalización de un enfoque de género para el diseño y aplicación del derecho de competencia en favor de mercados más justos, prósperos y eficientes.

Sean todos y todas bienvenidos y anhelamos este espacio permita una construcción positiva sobre Género y Competencia. Muchas gracias.



Ivonne Baki
Embajadora Extraordinaria y Plenipotenciaria
de Ecuador ante el Gobierno de Francia

Queridos amigos y autoridades de todos los países hermanos invitados. Es un honor para mí dirigirme a ustedes hoy en este Foro Internacional de “Género y Competencia”. Me siento muy agradecida de poder compartir algunas reflexiones sobre este tema.

Cuando reflexionamos en lo que impulsa el avance en nuestra sociedad, se destaca la igualdad de oportunidades para todos independientemente de su género. Imaginen un mercado donde hombres y mujeres participen de manera equitativa, esto enriquecería nuestros mercados. Esto a su vez impulsaría la innovación y la creatividad. ¿Les parece emocionante?

Es fundamental que hombres y mujeres participen de manera justa en la competencia económica.

Desde esta perspectiva de participación equitativa surge la necesidad de integrar el enfoque de género en las políticas públicas de competencia. Esto implica reconocer las diferencias así como las desigualdades para abordarlas de manera adecuada para avanzar al cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible.

Pero ¿Por qué es importante incorporar un enfoque de género en nuestras economías? Todos merecemos ser tratados de una manera justa, esto no solo es una cuestión de respeto básico sino que tiene un impacto económico evidente. Al excluir a personas de otro género estamos perdiendo talento y potencial que podría impulsar nuestro crecimiento económico en gran manera. En Ecuador estamos comprometidos en cumplir con los derechos laborales y promover la inserción laboral de manera justa y equitativa. Para esto se han establecido diversas políticas y marcos legales como por ejemplo la “Ley para prevenir y erradicar la violencia de género”. No podemos olvidar la importancia de dialogar sobre estos temas a nivel internacional. Solo el aprendizaje mutuo y la colaboración nos ayudarán a alcanzar estos objetivos.

Como Embajadora de Ecuador en Francia estamos habilitando varios espacios de diálogo sobre esta temática. Creo firmemente en la importancia de aprender de la experiencia de otros países y en colaborar en la búsqueda de soluciones innovadoras para construir un mundo donde la igualdad de género sea una realidad. Confío en que este Foro fortalecerá nuestra comprensión para incorporar el enfoque de género en la productividad y la competitividad empresarial.

Queridos amigos esto ayudará al desarrollo de un sistema de producción inclusivo y sostenible en los ámbitos empresarial y económico.

Muchas gracias.



Ori Schwartz
Jefe División de Competencia
OCDE

Muchas gracias al Dr. Danilo Sylva y a las demás autoridades de competencia de las agencias co-organizadoras por la invitación a este espacio tan relevante.

Cuando iniciamos desde OCDE el análisis entre género y competencia, la primera impresión era sobre la interconexión entre ambas temáticas. Sin embargo, junto con el Bureau de Competencia de Canadá realizamos una convocatoria para presentar estudios e investigaciones existentes sobre el tema.

Todos estos insumos resultaron en la base del documento denominado “Herramientas para una política de competencia con perspectiva de género” ([Gender Inclusive Competition Toolkit](#)) en el que resumimos cómo el género aporta a una mejor política de competencia.

Desde OCDE consideramos este Foro como un esfuerzo que contribuye a profundizar las estrategias más prácticas para la implementación de una política de competencia más justa. Quiero resaltar brevemente dos aspectos importantes del Toolkit.

En primer lugar la definición de mercado. Generalmente este es el punto de partida en los distintos análisis que realizan las autoridades de competencia. En este contexto, cuando hablamos de consumidores es evidente que hombre y mujeres tienen diferentes preferencias y como todos sabemos las preferencias de los consumidores son elementos claves en la definición de mercado. Por lo tanto, el enfoque de género tiene un impacto relevante en el proceso de definición de mercado.

En segundo lugar, quiero referirme al levantamiento de información que se realiza incluso antes de la definición de un mercado particular. Es importante considerar la perspectiva de género en el proceso de recolección de datos para contar con una base más detallada y que permita un entendimiento más claro del escenario general.

Estos breves ejemplos destacan implicaciones directas en los análisis de competencia que realizan las autoridades correspondientes en distintas jurisdicciones. María Pilar Canedo, parte de nuestro equipo, realizará una intervención más adelante, en la que ampliará con mayor detalle, no solamente estos dos ejemplos sino otros adicionales, que enriquecerán los diálogos.

Deseo una gran jornada de trabajo a cada uno de los participantes en este Foro Internacional. Muchas gracias.



Ana Elena Badilla
Representante ONU MUJERES
En Ecuador

Este año el lema del Día Internacional de la Mujer es “Invertir en mujeres para acelerar el progreso”, esto con el fin de promover la inversión económica para la eliminación de la pobreza de las mujeres e identificar las oportunidades para ellas puedan participar en los mercados como consumidoras y productoras en igualdad de condiciones de cara a fomentar su empoderamiento y autonomía económica.

La Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer es un marco fundamental que reconoce los derechos de las mujeres en todas las esferas de la vida, que incluye la económica. Establece que las mujeres tienen el derecho a participar en igualdad de condiciones en la vida económica de sus países lo que implica una igualdad en salario y el ocupar cargos de liderazgo en el ámbito empresarial.

Por otra parte la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, que transversaliza en cada objetivo el enfoque de género, incluye un objetivo, el número cinco, orientado hacia la igualdad de género a través de que las mujeres tengan acceso a recursos económicos y activos productivos así como su participación en el mercado laboral y en la toma de decisiones en todos los ámbitos de la economía.

A pesar de los avances en estos temas, existe aproximadamente un 30% de mujeres sin ingresos propios en América Latina, un 60 % de mujeres que participa en el mercado laboral en condiciones de informalidad y un 70% de mujeres que son trabajadoras autónomas sin presencia en mercados nacionales, peor aún en los internacionales. Las mujeres enfrentan barreras que no les permiten avanzar en la escala de sus negocios así como liderar en las cadenas de valor o en las empresas de gran escala. Esto último debido a la dificultad de acceso a tecnología e información, pero también por la falta de servicios de cuidado y los sesgos en las políticas y prácticas empresariales. Es importante notar que menos del 10% de las mujeres son CEOs en las empresas en Ecuador y solo un 45% son beneficiarias de créditos y solo un 20% accede a créditos en gran escala.

Cerrar las brechas de género en la economía no solamente beneficia a las mujeres sino también al sistema económico. Para avanzar es importante contar con políticas específicas que permitan cerrar estas brechas así como impulsar acciones afirmativas y programas directos. En este sentido es clave que las mujeres intervengan y decidan sobre las políticas de competencia, que sus productos puedan ser incluidos en mercados con mayor alcance, que se elimine los sesgos en los procesos de contratación y facilitar el acceso a recursos económicos. La política de competencia debe garantizar la transparencia desde la contratación así como en la asignación de recursos y la toma de decisión en el ámbito empresarial, que fomente políticas que permitan la participación de las mujeres en las cadenas de valor.

Finalmente, quiero felicitar la organización de este Foro. Muchas gracias.



Juan Carlos de la Hoz
Representante BID en Ecuador

Hoy me dirijo a ustedes para hablar sobre un tema crucial en la actualidad – la importancia del enfoque de género en la política de competencia.

Un enfoque en igualdad de género en todas las áreas de la política conduce a resultados más equitativos y sostenibles. Al considerar la equidad de género en las políticas de competencia podemos abordar las desigualdades sistémicas y promover una participación más justa y equitativa de las mujeres en la economía.

Es de vital importancia considerar un enfoque de género para la economía y para el desarrollo. Los estudios, que son muchos, y la evidencia demuestran que la igualdad de género contribuye al crecimiento económico, la eficiencia al desarrollo y la reducción de la pobreza intergeneracional. Al cerrar las brechas de género en el empleo, el emprendimiento y el acceso a los recursos podemos potenciar el desarrollo sostenible y la innovación en nuestros países.

Además, los espacios de discusión como éste son fundamentales porque permiten compartir conocimientos, experiencias y mejores prácticas. Esto contribuye a la formación de políticas públicas más informadas y ese es un trabajo en el que el BID contribuye de manera sustancial con la transferencia de conocimiento y que las decisiones sean más informadas así como más efectivas. Estos diálogos fomentan la colaboración y el aprendizaje colectivo ayudando a identificar y superar los obstáculos que enfrentan las mujeres en lo económico y lo social. Desde la perspectiva del BID, este evento es una oportunidad relevante para reafirmar nuestro compromiso con la igualdad del género. Desde el BID trabajamos con enfoque de género en cada una de nuestras contribuciones financieras y asistencias técnicas.

En el sector financiero hemos apoyado los bonos temáticos de género, de diversidad e inclusión. Estos bonos han permitido a muchas mujeres emprendedoras acceder a créditos y, por lo tanto, al empoderamiento e independencia económica. Además en los proyectos de agua potable y saneamiento hemos tomado en cuenta el rol de las mujeres a nivel comunitario, en la toma de decisiones y nos enfocamos en que las mujeres accedan a mejores empleos en industrias tradicionalmente masculinizadas. En nuestros diálogos de preparación de cada proyecto somos enfáticos en avanzar en estos temas.

Igualmente, impulsamos la formación de mujeres en diferentes sectores por ejemplo como fontaneras, ingenieras eléctricas buscando mayor presencia femenina en estos sectores. Contamos también con procesos de formación para mujeres jóvenes de pueblos y nacionalidades, migrantes y de otros sectores vulnerables.

Desde el BID reconocemos que la igualdad del género contribuye al crecimiento, a la reducción de inequidades y al desarrollo sostenible. Muchas gracias.



María Caridad Araujo
Jefa División de Género y
Diversidad del BID

En los años 70, el 91% de los abogados en México y el 87 % de los médicos en Brasil eran hombres. Hoy la participación de las mujeres en carreras masculinizadas es mayor. Estos datos nos hacen notar que por muchos años desperdiciamos mucho talento. Además, estos datos también nos muestran cómo podemos promover la productividad y la competitividad en nuestras economías.

Por otra parte, América Latina es hoy en día la región que está envejeciendo más rápido, quiere decir que nuestra fuerza laboral está creciendo de una manera más lenta en estos años.

¿Cómo podemos mantener e incrementar nuestro crecimiento económico? Debemos incrementar el tamaño de nuestra fuerza laboral y esto implica una mayor incorporación de las mujeres en la fuerza laboral.

Los dos aspectos destacados hasta el momento son claros ejemplos de la importancia de la igualdad de género para fortalecer la productividad y competitividad en nuestra región.

Además, es importante reconocer que promover la competencia reduce los comportamientos discriminatorios en el mercado. Un mercado más competitivo no puede discriminar, basado en el género, a los mejores talentos porque esto representaría pérdidas económicas significativas.

Reflexionar sobre la intersección entre género y competencia es un ejercicio enriquecedor pero al mismo tiempo desafiante.

Finalmente, la informalidad en nuestra región tiene índices muy altos. Sin embargo, cuando analizamos las políticas que han aportado a cerrar las brechas de género en otros lugares del mundo debemos destacar que son acciones que se realizan en el marco de un escenario de formalidad y no informalidad, por ejemplo políticas de impuestos, de subsidios, políticas empresariales que se pueden monitorear, entre otras.

La pregunta es ¿Cuáles de esas acciones son extrapolables a un escenario donde predomina la informalidad?

Felicito la iniciativa de este Foro y espero que las dos jornadas se altamente productivas para todos. Muchas gracias.



Ana Jimena Vargas

Especialista en Empoderamiento Económico Comisión Interamericana de Mujeres de la OEA

Desde la CIM consideramos que el trabajo en los marcos normativos es muy relevante para los derechos económicos porque hemos detectado que en nuestra región existen grandes brechas en la implementación de acuerdos internacionales relativos a los derechos de las mujeres.

Es importante identificar las barreras jurídicas y prácticas que impiden la competencia en igualdad de condiciones entre los hombres y las mujeres para la reducción de la pobreza.

La agenda de los derechos económicos es vital en la medida que impulsa el crecimiento económico, en la promoción de la competencia y para el desarrollo de las sociedades.

La CIM publicó en 2022 una ley interamericana del modelo sobre cuidados y para el 2024 estamos generando insumos para una guía de buenas prácticas para la inclusión laboral y la promoción del emprendimiento de las mujeres, así como una ley modelo para la inclusión financiera de las mujeres.

La agenda de los derechos económicos es un tema fundamental e innovador en la nueva agenda de igualdad y desarrollo sostenible aunque tenemos el desafío de no contar con instrumentos jurídicos internacionales o regionales sobre estos temas.

Deseo que estas dos jornadas de reflexión para cada uno de los participantes sea un espacio de contribución y desafío. Muchas gracias.

• SESIÓN PLENARIA •



Viviane Monteiro

Docente

Universidad San Francisco de Quito

Una mirada conceptual de los Derechos Económicos de la Mujer

Debemos comenzar hablando de los roles de género, ya que este término es el que aparecerá en todos los índices que se han analizado. Cuando hablamos de género no estamos hablando de las mujeres, sino que hablamos de una perspectiva relacional entre hombres y mujeres, que son marcadas socialmente. Entonces el género es una categoría social que se construye con algunas variables, de acuerdo a las culturas, pero con un patrón que se basa en la dicotomía de los roles. Las características al rol femenino, a lo que se piensa que es el deber ser de las mujeres, que somos mucho más que los estereotipos, pero estas características son las que saldrán en los índices del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en las barreras educacionales, laborales, de acceso al crédito, entre otras. La interpretación de lo que significa ser mujer en nuestras sociedades, puede tener escenarios diferentes en distintos lugares del mundo, pero la esencia será la misma. Se le atribuye a los roles este estereotipo de lo femenino como algo más frágil, algo menor, por lo que significa para las mujeres: menos sueldos, menor acceso a recursos y educación, por el mismo trabajo que hacen los hombres, y menos oportunidades.

Existen dos tipos de barreras, las horizontales y verticales, esta última es la que conocemos, menos oportunidades de escalar en el ámbito empresarial, mientras que las barreras horizontales son las que tenemos por naturaleza, por tener menos acceso a educación, las mujeres se han visto obligadas a ocupar cargos inferiores, con menos responsabilidad y poca estabilidad. En relación a los hombres, el deber ser del hombre tiene mayor valía social, lo que implica que tienen más posibilidades en el mercado laboral, con mayores sueldos y mejores oportunidades profesionales.

Los derechos económicos es el tema más importante aquí, estos son derechos humanos que están reconocidos desde la Declaración Universal y que están asociados con el bienestar económico y social de las personas, de forma que todos tengan acceso a condiciones mínimas que sean necesarias para tener una dignidad humana (alimentación, salud, educación, empleo y seguridad social).

En este sentido, las barreras que enfrentan las mujeres en Latinoamérica son: acceso a empleo seguro, acceso a la educación, acceso a emprender, acceso a créditos, acceso a recursos para el desarrollo y la violencia de género.

Sobre toda la problemática presentada, se tienen algunas vías para poder mejorar desde el sistema para apoyar a la promoción de mercados más inclusivos, para eliminar barreras y para fomentar la participación activa de las mujeres en la economía. Tenemos identificadas dos vías, la primera es eliminar las barreras y la segunda es abrir las vías para que las mujeres puedan acceder a la participación plena en la economía, sea en el mercado laboral o a través de la libre participación en la

competencia. ¿A qué me refiero con esto? Fomentar la competencia en sectores relevantes para las mujeres, apoyo al emprendimiento femenino (acceso a capacitaciones y créditos), combate a la discriminación de género en el acceso a recursos y trabajo (mejores oportunidades), y fomento de políticas de conciliación (trabajo, familia, horario laboral).

En estos dos días de evento vendrán mejores ideas que nos ayude a pasar de estas reflexiones a ser agente de cambio para la vida de las mujeres.

Herramientas para una política de competencia con perspectiva de género



Ana Jimena Vargas

Especialista en Empoderamiento Económico
Comisión Interamericana de Mujeres de la OEA

Hace unos días el Banco Mundial presentó un nuevo informe de *Women, Business and the Law* que lo hacen anualmente y su conclusión fue: “No hay ningún país, ni avanzado ni en desarrollo, donde las mujeres tengan los mismos derechos de los hombres”, y este es un tema muy importante si vamos a hablar de competencia. Vamos a mirar el tipo de participación en el ámbito económico que tienen las mujeres, son cuatro importantes que me gustaría topar: trabajadoras, empresarias, tomadoras de decisiones y consumidoras. Es importante que entendemos que hay datos para hablar de esto, y quisiera puntualizar unos temas, primero sería la baja participación laboral que tienen las mujeres en este momento, se estima que alrededor de una de cada dos mujeres de Latinoamérica y el Caribe está cediendo a la fuerza laboral, la brecha entre hombres y mujeres es más de 20 puntos porcentuales, incluso si se elimina el desempleo en los hombres, a menos que comencemos a involucrar a los niños y hombres jubilados. Entonces, donde hay un enorme potencial para crecer es que las mujeres puedan acceder en igualdad de condiciones en el mercado laboral. Sin embargo, las mujeres están recibiendo una fracción de lo que reciben los hombres. La brecha salarial es real.

En algunos países, como en el caso de Ecuador la diferencia salarial ronda de 16% a 18%, según un estudio del año pasado de ONU Mujeres, hay otros datos que dicen que en Latinoamérica y el Caribe, por cada dólar que recibe un hombre, las mujeres reciben 0.58 centavos. Las mujeres cada vez se están insertando más en trabajos que están muy expuestos al shock, lo vimos en la pandemia, por dar un ejemplo en el sector de la salud, educación, turismo, comercio, hoy en día hay gran participación de las mujeres, pero como lo hemos visto, después de la pandemia, se recuperan más lentamente, esta es una realidad, son cosas que están pasando. También, ya hemos hablado de la sobre carga que tienen las mujeres en el trabajo doméstico, cuidados no remunerados. Básicamente las mujeres que trabajan pueden tener hasta una o dos jornadas adicionales de trabajo por el cuidado y labores domésticas en su hogar, por lo cual no reciben ninguna remuneración. En algunos países donde se han realizado encuestas del uso del tiempo, se hizo el ejercicio en Bancos Centrales y Autoridades Económicas, el PIB, si se tomara en cuenta el trabajo no remunerado de las mujeres, oscilaría entre un 18.8% en Guatemala, y un 26.8% en México, en este rango están los países que han realizado la encuesta.

Las mujeres también intervienen en el sector económico como empresarias y emprendedoras, sin embargo el parque empresarial, por lo menos el formal, sigue estando dominado por hombres con alrededor de 65%, dependiendo del país. Los emprendimientos que realizan las mujeres son diferentes en muchos sentidos, desde las razones que tienen para emprender, por ejemplo lo hacen por necesidad, no tanto por vocación u oportunidad, y lo hacen a escala pequeña, ya que no todas tienen la facilidad de tener un negocio formal, ya que esto implica trámites y costos, además tienen mayores limitaciones técnicas y tecnológicas.

Hace algunos años se realizó una encuesta en Ecuador con 91 empresarias, entre los principales desafíos que estaban enfrentando como empresarias estaban: la burocracia para abrir y operar negocios; y las barreras al acceso formal de productos y servicios financieros.

Desde la CIM se ha venido trabajando desde el enfoque de los derechos económicos para tratar de eliminar estas barreras que están limitando que puedan participar plenamente en los procesos económicos. Normalmente se determina un tema, se identifican las brechas que existen y se revisan las brechas de implementación con respecto a los acuerdos internacionales vigentes de los cuales muchos de nuestros países son signatarios.

Todas las medidas se deben complementar con el fortalecimiento de la institucionalidad del Estado para avanzar hacia el cierre de las brechas de los derechos económicos entre hombres y mujeres. Las políticas de competencia indudablemente deben incluir la perspectiva de género, en su diseño, planificación, implementación, monitoreo y evaluación de desempeño y de los impactos. Adicionalmente, tomando en cuenta los distintos roles de las mujeres, hablando de trabajadoras, empresarias, etc; y también considerando las interseccionalidades, con respuestas más integrales que puntuales que pueden no llegar a calar lo suficiente.



Alison Vásquez
Especialista de Programa
ONU Mujeres

Sobre este tema, vamos a profundizar un poco en la realidad ecuatoriana, que es la que conozco un poco más. Hay debates sobre el sostenimiento de las economías y sobre por qué no han funcionado, y muchos de estos elementos tienen que ver con las desigualdades, y me refiero al tema de la competencia reflexionando que la competencia limpia, no desleal significa igualdad, y una de las igualdades que más han sido vulneradas en los sistemas económicos ha sido la igualdad de género. Entonces, si no hay igualdad de género, no existe la competencia.

En este contexto, desde el enfoque de género quisiera recordar que consideramos que el juego de la oferta y la demanda es el resultado de un sistema de conflictos y de relaciones de poder, no es un espacio ni un lugar neutral. El mercado distribuye, asigna recursos de acuerdo con los precios, las ventajas productivas, pero si el precio no está incluyendo el trabajo que nos remunera y el costo de cuidado, si el acceso a ventajas productivas es menor o nulo, entonces no estamos compitiendo en

igualdad, además si estos estereotipos asocian a las mujeres con actividades que suelen tener menos prestigio social, requieren una menor cualificación, son menos rentables en términos económicos y se llevan a cabo en condiciones precarias, el retorno monetario y reconocimiento del trabajo siempre en el mercado capitalista será menor. Por esta razón, la igualdad económica y la inclusión de las mujeres en la producción, así como su participación igualitaria en el espacio mercantil requieren de rupturas importantes, requieren de regulaciones.

Es importante puntualizar algunos datos sobre el tipo de participación de las mujeres en el Ecuador, ya que hay una importante segmentación de los mercados, la política de competencia debe tener en cuenta la estructura de los mercados. Un gran número de unidades económicas medianas y sobre todo pequeñas desreguladas que se constituyen en la puerta de entrada de la mayoría de la población, así como regímenes económicos que rompen las relaciones laborales directas con la finalidad de ahorrar los costos de trabajo como estrategia de competitividad, que no se convierten en unidades empresariales autónomas, estos son mecanismos de tercerización, estructuras de mercado que hay que tomarlas en cuenta en el momento de considerar las igualdades de oportunidad en la competencia de productoras y consumidoras.

Las mujeres tienen menor acceso a las redes de información, al capital de trabajo, a los conocimientos, a la tecnología, pese a que hay más mujeres que cuentan con educación superior. Esto conlleva a que las empresas y/o emprendimientos de las mujeres tengan menor vida útil, pero también un elemento característico de estas economías de autoempleo es que no se distingue el retorno de trabajo de aquel del capital y las mujeres involucran mucho el trabajo propio en el proceso de producción sin necesidad que sea remunerado.

De lo que realmente se trata es de romper barreras de conocimiento y normativa, recursos financieros, de género (específicamente estereotipos de género), participación en la política pública y en las decisiones de consumo.



María Pilar Canedo
Experta Senior de Competencia
Organización para la Cooperación y el Desarrollo
Económicos (OCDE)

La competencia siempre es una herramienta de igualdad y parece muy importante empezar con un ejemplo que resolvimos en la CNMC hace poco tiempo, es sobre un abuso de posición de dominio de una empresa farmacéutica que llevó a cabo una conducta en varios países, no solo en España. Esta empresa ofrecía al mercado un producto muy específico para tratar una enfermedad muy rara que afecta a un pequeño número de ciudadanos, y consiguió llevar por mucho tiempo una práctica de precios excesivos, este producto comenzó costando 50 euros la caja y terminó costando 14.000 euros, es decir que la administración española estaba pagando una diferencia de entre 50 a 14.600 por cada caja. Esto tiene perspectiva de género ya que la administración estaba pagando sobre precio en determinado producto tan importante para la sociedad, dejando de lado otros productos igual de importantes para la salud. Si logramos acabar con las prácticas anticompetitivas, lograremos tener

mercados más eficientes y justos. Por lo tanto, la competencia genera redistribución, igualdad, eficiencia, y eso en sí mismo es algo muy positivo para la sociedad y especialmente para aquellos grupos que son más desfavorecidos por distintas razones, y entre ellas están las mujeres. Lo que se ha planteado es en qué medida una autoridad de competencia puede hacer algo más.

En 2018, desde la OCDE se planteó si se puede hacer algo más desde este organismo que realiza recomendaciones, por lo que se hizo un llamado para presentar proyectos, de los cuales se seleccionaron algunos para ser desarrollados por este organismo, se contó con el apoyo de la autoridad canadiense, y así se creó un set de herramientas dirigidas a las autoridades, planteando en qué medida, dentro de sus parámetros de generar eficiencia e incrementar la igualdad, las autoridades podían introducir en su trabajo consideraciones de género. Uno de los objetivos que tenía la organización se consiguió, ya que se ha empezado a generar una especie de comunidad de expertos abogados y economistas, que se ocupan de hacer un análisis académicamente serio y basado en datos sobre cómo la perspectiva de género puede afectar al trabajo de las autoridades de competencia.

En una de las recomendaciones se plantea en qué medida cuando se hace un análisis de determinado asunto, las autoridades de competencia resuelven expedientes sancionadores o concentraciones empresariales, y cómo impacta la perspectiva de género cuando se está realizando recopilaciones de datos que lleven a entender cómo y cuándo determinadas personas se ven perjudicadas por una determinada conducta. Se necesitan datos para actuar y estos deben ser de manera desglosada por el tema de género, se puede tener un punto de partida con información adecuada. Otra recomendación es el uso de encuestas que permitan identificar cual es el comportamiento de los consumidores, incluyendo atributos de un producto, entre otra información que les permita tomar decisiones de mejor manera.

En este sentido, la aplicación de la perspectiva de género en la definición de los mercados y en el análisis de cuáles son los efectos competitivos y anticompetitivos de una determinada conducta, es necesario introducir la perspectiva de género y pensar que si los efectos anticompetitivos afectan a toda la población por igual o afectan de manera diferente a distintos sectores de la población. Si hay grupos afectados, necesariamente la autoridad de competencia deberá reaccionar y responder a estos problemas. La última recomendación es la priorización, las autoridades de competencia deben considerar si es importante para la sociedad fomentar el acceso a los mercados de pequeños empresarios y empresarias, así priorizar este tipo de expedientes que ayuden a que este objetivo se logre.

Si queremos lograr estos objetivos es imprescindible ir al origen de estos problemas que es la educación, esta es la herramienta fundamental para conseguir la igualdad, las autoridades de competencia tienen un papel que jugar, cuanto mejor hagan su trabajo, más contribuirán al objetivo que se pretende.

• DIÁLOGO DE LIDERAZGO 1 •

Generación y manejo de datos para el análisis de género en competencia con una perspectiva de consumidor



Gerardo Henríquez
Superintendente
Superintendencia de Competencia, El Salvador

Líder de Diálogo

EXPERTO INVITADO



Benjamín Vila
Ejecutivo de la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor
INDECOPI, Perú

El Experto Vila presentó los principales hallazgos en referencia al Monitoreo al Informe del Impuesto Rosa, para lo cual realizó la presentación del marco legal aterrizado al caso peruano, haciendo referencia a la Constitución Política del Perú, en específico sobre el Art. 2 de igualdad ante la ley, la Ley No. 29571 referente al Código de Protección y Defensa del Consumidor, el cual establece un trato justo y equitativo en toda transacción comercial y no discriminación, así también refirió a la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor como instrumento de gestión para el INDECOPI, que igualmente mantiene un principio de igualdad y no discriminación.

En el caso peruano comenta que en el 2020 como una buena práctica se realizó un diagnóstico o estudio sobre los estereotipos del género en el consumo y la publicidad en el Perú, elaborado por el INDECOPI en coordinación con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. Este estudio sintetizó el estado del arte de toda la problemática e hizo recomendaciones.

En el 2021, realizó la Guía para promover la igualdad entre hombres y mujeres en la publicidad y en las relaciones de consumo, documento elaborado por el INDECOPI en

coordinación con el PNUD y que contó con los aportes de diversas asociaciones en materia de publicidad, seguros y las Redes Regionales de Mujeres Emprendedoras y Empresarias. Esta es una herramienta preventiva, utilizada por el INDECOPI en el ámbito empresarial. Esta guía provee pautas para prevenir los estereotipos de género que fomentan discriminación contra las mujeres en el ámbito de consumo, así por ejemplo: i) Reconocer que en las relaciones de consumo pueden manifestarse estereotipos de género y ocurrir actos discriminatorios, así como adoptar actos para prevenirlo, ii) Adoptar políticas integrales que prevengan la discriminación y los estereotipos en los servicios establecidos, iii) Promover que los precios de servicios y productos no posean sesgos de género, iv) Promover una diversidad de servicios y productos para niñas y niños, adolescentes y personas adultas acordes a la edad; y, v) Conocer las experiencias de las mujeres, adolescentes y niñas en el consumo.

A raíz de estos estudios, se realizó el informe en 2022 sobre el impuesto rosa, el cual se asocia a la práctica comercial de diferenciación de precios (de productos similares) basados en el atributo del género del consumidor, siendo considerado como una discriminación de precios en detrimento de las mujeres, toda vez que estarían pagando más por los mismos servicios o productos. También puede darse cuando se aplica cargos adicionales en la adquisición de productos o servicios que son esencialmente idénticos (de similares características), pero que se comercializan por separado, para hombres y mujeres. El impuesto rosa representa un debate básicamente sobre si la discriminación responde a estereotipos y genera un detrimento, diferencias en costos de producción o comercialización.

De la revisión realizada Benjamín Vila señala que ya se tiene experiencia del análisis en varios países, la primera una preocupación por hacer un mayor monitoreo y la segunda, por generar regulación específica. Chile por ejemplo ha realizado un estudio que destaca una diferencia de 27% en la línea de productos de aseo y cuidado personal.

El experto menciona que se debe tener en cuenta que los motivos que generan la diferenciación de precios de bienes o servicios sustancialmente diferentes para mujeres y hombres que podrían darse por cambios de empaque, colores, costos de producción, costos de venta, costos asociados a publicidad y marketing, mercados no competitivos. Así también la fijación de precios incurre en mercados que no sean completamente competitivos y que se impida la entrada al mercado a los competidores.

Han adoptado una metodología, el estudio es exploratorio, el levantamiento de información fue en el 2022, se seleccionaron páginas web de empresas. Los criterios de selección para la información fueron: Productos ofertados por el mismo proveedor, productos dirigidos a mujeres y hombres a la vez (pares), productos de la misma marca, productos del mismo modelo, productos de la misma talla o presentación, producción con el mismo material. Se trató de hacer una comparación con el mismo criterio de similitud.

El experto presentó un gráfico de dispersión que en concreto indica que el 5,6% de los casos el precio para mujeres es mayor, es decir una práctica asociada al impuesto rosa.

Como conclusiones mencionó que en el caso del “impuesto rosa”, la diferenciación de precios, proxy del grado de intensidad, se ubicó por encima de los precios de productos orientados a los hombres, en la categoría de prendas de vestir de niños no se reportó

diferencias en detrimento de la mujer, existe la necesidad de continuar realizando el monitoreo, en mayor alcance de líneas y productos, con la finalidad de visibilizar las prácticas empresariales en pro de disminuir aquellas basadas en estereotipos, cobra importancia la realización de estudios desde el punto de vista de percepción con la finalidad de identificar los sobre costos en los que se podría incurrir tan solo por el atributo de género, por ejemplo, para el caso de los servicios, uno de los puntos mayormente analizados a nivel internacional es el de transporte, vinculado a la seguridad principalmente. Como última conclusión presento que el mayor monitoreo del mercado solo es posible con la medición continua de las variables relevantes e inclusión a nivel de principales herramientas de gestión. Destaca la generación de evidencia para ir evaluando, midiendo los impactos.

EXPERIENCIAS Y APORTES

¿El manejo y generación de datos podría servir como insumo para la toma de decisiones y el fortalecimiento de la política de competencia?

Una perspectiva de género supone considerar de forma inclusiva a mujeres y hombres, esto ya ha sido mencionado por la ONU como la transversalización de la perspectiva de género, incluyendo legislaciones, programas y políticas. La incorporación del enfoque de género en la política de competencia resulta clave no solamente por el rol prescriptivo de conductas y garantista de derechos, sino por suplir la laguna de los ordenamientos jurídicos y favorecer la integración.

Destaca que la UNCTAD ha tenido la posibilidad de incorporar el género en algunos de sus programas, como el de comportamiento del consumidor y han publicado un estudio al respecto.

Señaló que hay varios motivos por los cuales es importante implementar la perspectiva de género en la política de competencia.

1. Considerando la evaluación de las características del mercado es necesario reducir la brecha de recopilación de datos, ya que la mayoría de datos son masculinos y pasan a ser la fuente de conocimiento y adquieren un carácter universal. Por ende, se debe modificar, accediendo a más datos por el sector femenino.
2. Se debe tener en cuenta el comportamiento de hombres y mujeres en los mercados, esto puede mejorar las acciones de autoridades de competencia, por ejemplo las mujeres a qué mercados acceden. Considerar el género en la definición de mercados contribuye a identificar las distorsiones y reducir la desigualdad de género.
3. Permite analizar la conducta de las empresas, por ejemplo la participación de mujeres en cárteles.
4. El derecho de competencia debe tener otros propósitos como la igualdad, protección de actores como consumidores, empresas, así que podría



Juan Luis
Crucelegui

Jefe de Desarrollo
de Capacidades
de la UNCTAD

concebirse perfectamente al género como uno de los objetivos a alcanzar en la política de competencia.

¿Podría compartir cuál ha sido su experiencia sobre el uso de datos desagregados y cómo puede una agencia de competencia apoyar o fomentar un enfoque integral a nivel de gobierno para disminuir las brechas de género?

Inicia contextualizando el uso de la herramienta Análisis Comparativo de los Géneros y el *Gender Based Analysis* en Canadá, que refiere a la evaluación del efecto de políticas y programas gubernamentales sobre grupos e individuos diversos, considera todas las características de identidad y cómo le afectan a una persona, no solo el género, sino que incluye otros factores como el ingreso, raza y otros. Tradicionalmente se piensa que la política de competencia es neutral, si las políticas mantienen desigualdad no son neutrales, en la política de competencia se puede abordar de manera distinta a los consumidores. Abordar una perspectiva de género no implica cambiar el marco analítico de la política de competencia, pero significa hacer este trabajo de manera más informada.



Marie-Helene
Briere
Oficial Senior de
Derecho de
Competencia
Bureau de
Competencia,
Canadá

Una lección clave del trabajo de la OCDE, es que una política de competencia no solamente puede disminuir las brechas de género reduciendo barreras a la participación económica creada o empeorada por falta de competencia, pero también puede mejorar el análisis que se hace con mejores datos, beneficiando la defensa de la competencia. Los datos desagregados tienen un papel clave, nos permiten hacer un análisis basado en género y también hacer el análisis competitivo, así también señaló que nos permite mejorar el análisis de productos y la medida de los efectos competitivos. En esta época de grandes volúmenes de datos, tenemos la oportunidad de sacar conclusiones aún más informadas.

Mencionó que hay muchos datos que pueden incluir una perspectiva de género y se refirió a ejemplos de encuestas que hicieron. En estudios de mercado hicieron encuestas para entender cómo y por qué los consumidores compran un producto o servicio y se vio que la identidad de los consumidores puede impactar el análisis y dinámicas competitivas, así por ejemplo descubrieron que aunque los productos vendidos no se diferencian por género, los consumidores pueden comportarse de manera muy diferente y esto puede afectar cómo las empresas compiten. Lo que es importante es recopilar datos sobre los encuestados, así como información sobre su comportamiento y para eso solamente se necesitan algunas preguntas en la encuesta.

Planteó que en el estudio de internet en casa descubrieron que las mujeres comparten la decisión del servicio a comprar más frecuentemente que los hombres encuestados, también crearon perfiles de consumidores con los datos recopilados, cuatro grupos con intereses similares. Las mujeres consideran todos los aspectos previamente a adquirir un servicio. Otro ejemplo es el estudio de supermercados, donde se evidenció que las mujeres participan mayormente en programas de puntos y fidelización más que los hombres. El siguiente paso es determinar si esta

información cambia la competencia de las empresas, eso es el próximo desafío, saben que sus consumidores no son homogéneos y si no lo hacemos, nos estamos quedando atrás y no podemos evaluar con la precisión que se necesita.

Considerando la experiencia del INDECOPI y su experiencia sobre el denominado impuesto rosa ¿Cuál es la principal oportunidad que encuentra en el manejo de datos para conocer de mejor manera el comportamiento de los consumidores y cómo podría contribuir a fortalecer la política de competencia el incorporar el enfoque de género en este análisis de datos?



Ingrid Ortiz
Asesora de
Despacho de la
Superintendente
de Industria y
Comercio,
Colombia

La Asesora comentó dos casos de la Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia, uno principal que han tomado como ejemplo en Colombia sobre el impuesto rosa lo han manejado a través de un software que lo llaman *Sabueso de grandes superficies*, permite hacer un seguimiento de precios, han analizado si existen diferencias en productos de higiene y cuidado corporal, hicieron esta exploración en cuchillas de afeitar, jabones, fue una experiencia interesante, se anticiparon a que los resultados iban a ser diferenciales y siempre determinados productos eran más costosos para mujeres y los sustitutos para los hombres.

Los resultados demostraron que si existía un precio diferencial, más elevado para mujeres, pero no se podían quedar solamente con el precio, debían analizar de manera más profunda y la principal dificultad era acceder a los datos, para ir más allá del costo, calidad, oferta, canales de comercialización. Una segunda experiencia mencionada por la asesora se refiere a un caso de la Delegatura de Protección de la Competencia, sobre créditos de inversión. Planteó que el objetivo era determinar si existía una diferenciación en los requisitos de solicitud o intereses, el principal obstáculo fue que la mayoría de entidades financieras no cruzan por variable género, lo que han hecho es intercambiar información con otras entidades para analizarlo. El reto más grande ha sido poder lograr diseminar el dato, un análisis detallado, que muchas veces no solo está en el mercado, sino también en las entidades públicas.

• DIÁLOGO DE LIDERAZGO 2 •

La incidencia del género en el cumplimiento y la promoción de la competencia.



María Elena Vásquez
Presidenta
ProCompetencia, República Dominicana

Líder de Diálogo

EXPERTA INVITADA



Viviana Blanco
Comisionada
Coprocom, Costa Rica

La Comisionada mencionó que la incorporación de la perspectiva de género dentro de la política de competencia se ha discutido desde ya varios años a nivel internacional, sin embargo en Latinoamérica, en las agencias de competencia de la región, que en la mayoría de casos son agencias pequeñas este tema aún es incipiente y su priorización dentro de los temas de la agenda de las agencias puede llegar a ser difícil dada la limitación de recursos económicos y humanos que se tienen.

En el caso de Costa Rica destacó que se han realizado esfuerzos por abordar el tema, principalmente en dos vías, en una primera han tratado de promover la inclusión de género a nivel institucional, actualmente dos de los tres miembros del órgano superior son mujeres, en su legislación se garantiza la paridad de género. No solo se trata que las mujeres puedan tener acceso a la educación, a la capacitación para poder llegar a ser candidatas aptas para los puestos, sino que también puedan tener representatividad en puestos directivos, y esto se ve poco porque la mujer tiene, por sus necesidades afectivas, familiares y demás, a veces que renunciar a sus responsabilidades o a ciertos puestos para cumplir un rol de madre o esposa, entonces considera que las mujeres que han tenido la posibilidad de alcanzar puestos de liderazgo en autoridades de competencia o en diferentes

puestos, tienen también la misión de convertirse en *rol models* para otras mujeres que necesitan ver el ejemplo de mujeres en posiciones de liderazgo para saber que ellas también pueden lograrlo.

La segunda vía que han utilizado como Comisión, ha sido a través de sus herramientas de abogacía, tienen como muchas otras agencias emisión de opiniones, estudios de mercado, guías, directrices, eventos de divulgación, capacitaciones, y demás. Entonces actualmente se encuentran realizando una guía del Programa de Cumplimiento de Normas de Competencia Económica y en esta guía se está contemplando el impacto que tendría la diversidad de género en la colusión. Este aspecto se ha querido tomar en cuenta dentro de la guía de cumplimiento que será publicada a mitad de año. De igual forma, han emitido dos opiniones, una en 2019 y la otra en 2022, respecto a proyectos de Ley que contemplaban reformas a la Ley de Competencia basada en género, estos proyectos buscaban la prohibición de lo que internacionalmente se conoce como el Pink Tax (impuesto rosa), el último de estos proyectos pretendía prohibir la venta de dos productos de consumo del mismo fabricante que fueran sustancialmente similares, si dichos productos o servicios tenían un precio diferente en función del género de personas a las que el producto era destinado. El proyecto también planteaba una modificación a la legislación de competencia, se quería introducir esta prohibición como una práctica monopolística relativa o de abuso de posición de dominio. En ese sentido, como estaba abordado el proyecto de Ley, esta Comisión se opuso al proyecto. En estos casos evalúan si plantean restricciones a la competencia, si plantean barreras o si generan distorsiones. Entonces la Comisión se opuso porque señaló que las prácticas monopolísticas relativas solo pueden ser sancionadas si la realiza una empresa con poder sustancial en el mercado relevante; y si lo hace con objeto o efecto de desplazar competidores.

Adicionalmente, la Comisión ha realizado diversos esfuerzos de divulgación, ha emitido publicaciones en las que se ha abordado el tema, en las que ha señalado que una política de competencia efectiva acompañada de una visión inclusiva de género es una herramienta valiosa para eliminar barreras artificiales que en primera instancia puedan impedir el acceso de las mujeres a ciertos bienes y servicios que podrían restringir su ingreso a la fuerza laboral y que dificultan el desarrollo de nuevos negocios por parte de empresarias. También mencionó que la inserción de la mujer en los mercados laborales llevaría un mejor aprovechamiento de sus conocimientos y sus habilidades y a que las empresas tengan mayores opciones a la hora de contratar, lo que podía ampliar la cantidad de recurso humano capacitado.

EXPERIENCIAS Y APORTES



Karina Flores
Directora Ejecutiva de
Prácticas Monopólicas
de COFECE - México

¿Qué buenas prácticas podrían compartir sobre el accionar de COFECE, como autoridad de competencia que les ha permitido promover el cumplimiento y la promoción de la competencia e incidir en la disminución de las brechas de género? Y si nos puede explicar un poco sobre la sanción que se dio en el caso de las jugadoras de fútbol.

La Directora sostuvo que la experiencia que tiene México en cuanto a que se está haciendo en temas de género y competencia va muy de la mano en lo que señalaba la Comisionada Blanco. En el caso de México, le parece que están todavía trabajando y analizando algunas ideas para poder internalizarlas e integrar de manera más práctica algunas de las recomendaciones que la propia OCDE ha hecho.

En ese sentido, cree que COFECE lo ha abordado desde dos perspectivas que son complementarias, la primera es al interior en el tema de empoderar y generar más espacios para las mujeres. Resalta que si bien en la mayoría de países ven a mujeres encabezando las agencias de competencia y muchas como tomadoras de decisiones, no se puede decir todavía que ya estamos en un escenario donde hay plena paridad y equidad, y en este sentido se está tratando de implementar muchas políticas de recursos humanos que tienen que ver con retener el talento y mantenerlo en la Institución en todos los niveles.

Esto ha implicado un esfuerzo de tener una certificación de EGDE de género, tener una certificación laboral, tener trabajos de mentoría que están dirigidos a todos los niveles de la Institución para ir desarrollando habilidades gerenciales y empoderando al personal, pero también es implementar y desarrollar espacios de lactancia, ludotecas, espacios para las mujeres que cumplen también con este rol que la sociedad siempre impuesto de cuidadoras. Entonces el generar espacios, físicamente hablando, en la Institución para poder facilitar esta interacción entre la vida pública y privada de las servidoras públicas, es algo en lo que se está trabajando al interior. Pero no ha sido suficiente y desde la COFECE se encuentran todo el tiempo revisando qué más pueden ir integrando, entonces se diseñaron concursos con perspectiva de género, que son básicamente invitaciones para ocupar plazas y son concursos directamente dirigidos a mujeres, para aumentar la participación en todos los niveles porque si hay expertas. Este año han aumentado las contrataciones a mujeres.

Por el otro lado, otra parte que están revisando tiene que ver con la autoridad como un eje que tiene injerencia importante en temas de género y aplicación de la política de competencia económica. La Directora Flores plantea que las autoridades están encargadas de proteger la competencia y desempeñan un papel crucial en la configuración de mercados justos y prósperos. En ese sentido, la conexión entre competencia y género se vuelve muy clara y es por eso la importancia de aplicar la legislación en materia de competencia que directamente va a ayudar a reducir la brecha de género porque esto va a aumentar el crecimiento económico y la innovación. Esto no sólo va a beneficiar a las mujeres, sino que es algo que contribuye a toda la sociedad en general.

Comentó que es importante también aumentar la inversión en capital humano de las mujeres, proporcionar a las mujeres un acceso igualitario a alimentos, salud, educación, son especialmente grandes en economías emergentes y en desarrollo, como en el caso de México.

La desigualdad de género, en general, es una barrera para alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible a nivel mundial, entonces en países con mayor desigualdad de género el solo hecho de cerrar la brecha en la participación de las mujeres en la fuerza laboral podría aumentar la producción económica en un promedio de 35% directamente, así las mujeres son responsables de la mitad de la producción mundial de alimentos, en la mayoría de las economías de en desarrollo producen entre

el 60% y 80% de los alimentos, pero siguen siendo consideradas como productoras domésticas, no como agricultoras o agentes económicos por méritos propios.

Sobre el tema de Advocacy, menciona que es importante reconocer que la participación en el órgano corporativo de las compañías todavía tienen aún un porcentaje menor de participación, lo que se quiere plantear es que COFECE y el Instituto Nacional de Comunicaciones, puedan promover la idea de integrar a más mujeres en estos órganos de decisión y crear un grupo de trabajo entre las autoridades.

Entre los casos que han tenido está el caso de fútbol, la COFECE sancionó dos conductas, la primera que tiene que ver con el pacto de caballeros respeto a la transferencia de jugadores, pero evidenciaron toques salariales en la Liga MX femenil que consistían en compensaciones salariales con pago de hasta 2.000 pesos mensuales. Esta era una afectación directa en mercados laborales y sancionaron, imputaron la responsabilidad a los clubes deportivos y directivos de la Liga. Al final se dieron cuenta a través de las declaraciones, actas de comités deportivos y comunicados, de cómo funcionaba esta progresión del tope salarial, y este es uno de los casos que han tenido con mayor éxito donde pudieron visibilizar la afectación directa de la falta de lentes de género y las barreras a las que se enfrentan las mujeres en donde directamente se ven perjudicadas.

• DIÁLOGO DE LIDERAZGO 3 •

Una perspectiva de género en casos de competencia, medidas correctivas y acciones afirmativas.



Sagrario Molina
Directora Legal de la CDPC de Honduras

Líder de Diálogo

EXPERTA INVITADA



Marisa Tierno
Directora de Competencia
Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), España



La Directora de Competencia, Marisa Tierno, mencionó que las mujeres como consumidoras se comportan de manera distinta a los hombres. Los distintos patrones de consumo responden en gran medida a razones sociales. Históricamente, las mujeres han sido las encargadas de realizar las compras para el hogar, ya que “los hombres son los que trabajan”. Los datos de la OCDE demuestran que las mujeres consumirían más que los hombres y además le dedicarían más tiempo a esta tarea. Si se analizan estudios antiguos de 1985 o 1986, se diferencia la responsabilidad de la toma de decisiones en función del tipo de producto, entonces en un contexto de ese tiempo, la mujer ejecutaba la decisión de comprar alimentos, vestido, calzado, es decir las decisiones de consumo cotidiano que repercuten a favor de toda la familia, mientras que el hombre adquiriría más peso a la hora de decidir la compra de bienes esporádicos, pero con mayor contenido económico. El Banco Mundial en el año 2015 publicó que las mujeres representaban aproximadamente el 70% de las decisiones de compra, a nivel mundial.

Hablando de la CNMC, tuvieron un expediente de concentración donde se veía afectado el mercado de productos de protección sanitaria, estos eran pañales infantiles, pero también pañales para incontinencia y toallas femeninas. La notificante dio una definición amplia en la que todo iba junto, basándose en que la composición de unas cosas y otras era básicamente la misma y que tenía una misma función. Sin embargo, la CNMC detectó que los usos y los consumidores no eran los mismos evidentemente y que había diferencias en la tecnología de fabricación y costes de distribución, entonces distinguieron segmentos que eran completamente distintos, lo que son los bebés, lo que son los adultos en edad reproductiva y los adultos con problema de incontinencia.

Otro caso que comentó Marisa Tierno fue referente al *Pink Tax*, comentó hasta qué punto es verdad o es siempre así o pasa mucho que hay productos, como los de belleza, en los que es posible segmentar o dirigir a un público directamente de mujeres y cargar unos precios distintos. Para poner en el otro lado de la balanza, tuvieron un asunto que se resolvió en 2011 por el Tribunal de Justicia de la Unión Europea, que fue remitido por el Tribunal de Justicia Belga, y ahí se hablaba de la discriminación de género en la tarificación de los seguros del automóvil y ahí la discriminación era favorable a las mujeres, por alguna razón las mujeres tienen menos accidentes, manejan mejor, y entonces el Tribunal de Justicia de la Unión Europea declaró inválida la excepción que había hecho la legislación de la Unión Europea sobre igualdad de trato, que permitía a los Estados miembros mantener diferencias entre hombres y mujeres con respecto a las primas de los seguros. Se dijo que tener en cuenta directamente el sexo del asegurado como factor de riesgo en los contratos de seguro es una discriminación contraria a los principios de igualdad entre hombres y mujeres.

Hablando de las mujeres en las empresas, el índice actual de participación de las mujeres en la población activa del mundo es aproximada el 49%, en cambio de los hombres es del 75%. Aunque las mujeres representan casi la mitad de las personas empleadas en la Unión Europea, representan únicamente el 34% entre los puestos directivos.

Sugirió que el origen de los cárteles normalmente no está en los consejos de administración, es muy raro, sucede a veces con otros órganos de dirección, incluso con personas empleadas. Entonces la cuestión de si las mujeres en el consejo de administración y en qué proporción serían más reacias a cartelizar fue lo que estudió este experimento de una universidad de Alemania, en tiempos de pandemia con los estudiantes, y se hizo una división entre hombres y mujeres; y en el que se establecieron grupos que eran más susceptibles a la sensación de vergüenza o culpa. Y entonces cuando empezaron a cartelizar y se les introducía un elemento nuevo, solamente el grupo de las

mujeres que tenían esa especial sensibilidad, y no el de los hombres, es lo que condujeron a reducir la cartelización.

Según la OCDE en todos los países las mujeres realizan más tareas no remuneradas que los hombres, y el tiempo medio dedicado de los hombres a las tareas no remuneradas era aproximadamente la mitad que el de las mujeres. Si el mercado ofrece oportunidades para que las mujeres acudan al mismo para ejecutar las tareas menos remuneradas, podrán revertir en el mercado del trabajo y podrán ellas mismas trabajar en otra cosa y se incorporarán a la economía, lo que las potenciará como consumidoras.

Para terminar la Directora Tierno mencionó que a lo mejor las cosas no son tan claras, no siempre se puede partir de la base que hay q hacer algo muy distinto para hombres y mujeres, pero sí que cada una en sus mercados, en su realidad, si se puede pensar si las mujeres necesitan una acción positiva de priorización en determinados mercados para poder facilitar la incorporación de las mujeres al mercado laboral y económico, el que puedan entrar en la digitalización que permite esa conciliación, y que las tengamos luego en cuenta como consumidoras.

EXPERIENCIAS Y APORTES



María Elena Vásquez
Presidenta
ProCompetencia, República Dominicana

La Presidenta inició destacando que ProCompetencia es una Institución liderada y gestionada por mujeres, tienen la satisfacción que su Consejo Directivo esté compuesto por cinco miembros, de los cuales cuatro son mujeres. Cree que eso es importante porque manda un mensaje que las mujeres pueden gerenciar, y es un símbolo de compromiso de la Institución para lograr la participación de las mujeres empoderándose en los mercados.

Con las ponencias del día de ayer, quedó claro que las políticas de competencia hoy en día no solo procuran la eficiencia económica, sino que también otros fines socialmente legítimos, como la igualdad de género. Este tema dentro del derecho de competencia a su juicio tiene una doble dimensión, mediante la perspectiva de género se pueden detectar situaciones que generan distorsiones a la libre competencia dentro de los mercados, además un mercado donde prime la libre competencia se garantiza la participación y el acceso igualitario entre hombres y mujeres emprendedoras.

Estableció que la OCDE aporta once herramientas para lograr una política de competencia más inclusiva y amigable con la igualdad, algunas de ellas son acciones afirmativas y la implementación de muchas de ellas por parte de las agencias de defensa de la competencia no requiere reformas legales, sino simples ajustes institucionales de carácter administrativo.

Si se observa bien la naturaleza jurídica de las acciones afirmativas de género, muchas de ellas resultan medidas correctivas porque procuran remediar o resolver distorsiones a la libre competencia existentes en los mercados basadas en sesgos discriminantes por razones de género. El fenómeno de la liberación femenina y la incursión de la mujer en la economía permiten advertir y comprobar que las mujeres son cada vez más relevantes en el mercado mundial; sin embargo, subsisten brechas de género que producen distorsiones a la libre competencia en los mercados. Las agencias de competencia deben juntar esfuerzos para evitar que se generen en los mercados el fenómeno del techo de cristal, del que hablaban en las sesiones anteriores, y que estos limiten la participación competitiva de las mujeres. Los datos son alarmantes en perjuicio de la mujer, pero deben ser asumidos como alicientes para empujar a la lucha por la reivindicación y la igualdad.

Según datos del Banco Mundial, en 104 de 190 países existen barreras legales para el emprendimiento de las mujeres, además de limitaciones de las mujeres en el comercio. Esto dificulta su acceso a los mercados nacionales e internacionales, además de las complicaciones formales están las informales, como por ejemplo los estereotipos, hacen que en determinados mercados sea especialmente complicado empezar si eres mujer. Se demuestra en cifras donde se mira que las mujeres son muchas en comercios minoritarios, pero muy pocas en los mercados tecnológicos. Existen países que tienen experiencia en el uso de la perspectiva de género, la elaboración de medidas afirmativas dentro de sus políticas de defensa de la competencia, que nos pueden servir para ilustrar la cuestión.

Refirió a la experiencia de Canadá, también Sudáfrica y República Dominicana. En Sudáfrica la Ley de Defensa de la Competencia exige que los estudios de mercado, en particular el estudio de prácticas que puedan ser contrarias a la libre competencia, analicen, si es que existen, por ejemplo precios discriminatorios en relación al género o si existe un abuso de posición dominante o negativa de venta en relación al género, además exige que la agencia encargada de velar por la libre competencia durante una investigación de mercado resuelva si alguna característica de los mercados impide, restringe o distorsiona la competencia dentro de ese mercado. Y al realizar este análisis se deberá tener en cuenta el impacto de dicho efecto en grupos particularmente vulnerables de la sociedad por consideraciones de raza o género.

En cambio en Canadá, su agencia ha implementado un instrumento metodológico para garantizar el enfoque de género en los asuntos a su cargo, la herramienta analítica denominada *Gender Bases Analysis Plus*, este es una especie de test que consiste en tres interrogantes, la primera es si el asunto a examinar es respecto del género, la segunda es si existen razones que impidan implementar el asunto; y si las mismas son basadas en limitaciones constitucionales y legales legítimas y motivadas por sesgos discriminantes, y la tercera es revisar cómo las actitudes personales de la agencia de la sociedad pueden limitar las soluciones que se consideran y proponen para resolver el asunto.

En el caso de la República Dominicana tienen una Ley que establece un régimen regulatorio para el desarrollo y competitividad de las MIPYMES, se establece que las instituciones del Estado al momento de realizar las compras de bienes y contratos de servicio deben reservar el 20% a procesos en los cuales solo participen MIPYMES cuyo capital accionario sea mayoritariamente mujeres, además una resolución reconoce a las MIPYMES mujeres como un régimen especial que cuenta con un registro particular para proveedoras del Estado. La cuota del 20% de las contrataciones públicas en beneficio de la mujer les ha llevado a implementar una línea de acción desde la Institución, y actualmente están

en proceso de realizar un estudio para poder determinar el impacto que ha tenido ésta acción afirmativa de esta reserva del 20%.

Definitivamente la experiencia de los países que han señalado y que han implementado estas acciones positivas de género, entiendo pueden ser emuladas por otros países de la región, pues las estadísticas revelan la poderosa incidencia de la igualdad de género, o la carencia de ella, en el clima de la libre competencia en los mercados conforme se ha podido apreciar en los aspectos que han referido.

Finalmente, sostiene que la perspectiva de género es una valiosa herramienta para las agencias, ya que su uso permite diseñar políticas de competencia con criterio de género, detectar prácticas anticompetitivas basadas en sesgos discriminatorios, focalizar los estudios de competencia y reflexionar la abogacía de modo que se identifique y eliminen las barreras de entrada a los mercados de las mujeres emprendedoras y que constituya en fenómenos de techo de cristal y peldaños rotos, en perjuicio de la igualdad de género.

PREGUNTAS



Desde su punto de vista, ¿De qué modo las acciones afirmativas contribuyen a mejorar el clima de libre competencia en los mercados?

Estas acciones lo que buscan es asegurar la igualdad de oportunidades a través de un trato preferencial a los miembros de un grupo que ha experimentado tradicionalmente discriminación, y que pueden persistir en el futuro. Se busca ayudar a las mujeres a acceder a los mercados, implementando medidas obligatorias o estratégicas que logren su acceso o participación en condiciones de igualdad con el hombre.

Las veces que esto ha ocurrido se ha podido advertir el crecimiento de los mercados, ya que muchas de estas acciones afirmativas no requieren de ajustes legales, sino solo ajustes institucionales por vías administrativas, o decisiones por parte de la agencia de competencia, y estas definitivamente contribuyen a empoderar y proteger en este proceso de empoderamiento de la mujer.



Desde su punto de vista, ¿Cómo puede el análisis de género ayudar a las autoridades de competencia a comprender mejor quienes son los afectados por conductas anticompetitivas y en qué medida?

Yo creo que esto sobre todo afecta al análisis de concentraciones porque ahí lo que estas intentando establecer un poco es quienes son los consumidores, en muchos de los casos. En otros casos, por ejemplo, en casos verticales, pero para mí la cuestión fundamental, porque eso se viene haciendo en el

derecho de la competencia desde hace años, debemos ser conscientes que determinadas industrias, determinados mercados, determinadas actividades, la competencia es más necesaria en ellos para favorecer la integración de las mujeres, el poder introducir en la priorización de nuestra actividad la revisión de esos mercados.

Yo creo que nosotros tenemos que intentar, cada uno dentro del grado de envergadura del problema tiene que hacer mayor o menor incidencia en esto, pero para mí es crear facilidades.

No funcionamos con prejuicios, venimos de una historia llena de prejuicios y no vamos a recrearlos nosotras, no se trata de perjudicar, se trata de equilibrar, se trata de dar oportunidades, se trata de facilitar aquello que en este momento no es posible con la misma facilidad, es decir, nuestra aportación es completamente positiva, no vamos en contra de nadie, es a favor de una equiparación.

Desde su experiencia, ¿cuáles cree que podrían ser algunos de los desafíos más relevantes que nosotros como autoridades nos vamos a enfrentar al aplicar una perspectiva de género en el análisis de esos efectos competitivos y obviamente en un mejor análisis e implementación de criterios para la definición del mercado con enfoque de género?

Desde el punto de vista de la autoridad, una es tener los datos para poder tomar decisiones que tengan esta perspectiva o en la que puedan incidir, primero tienes que saber cuál es la realidad. En algunos casos, durante las investigaciones es posible recabar esos datos, y en otros casos es tener esa reacción de pensarlo, y yo lo haría no solo para cuestiones de género, dependiendo de la situación de cada cual puede haber minorías, puede haber otras situaciones en las que sepamos “donde nos aprieta el zapato”, entonces en cada una de las realidades puede haber grupos que se ven perjudicados al margen de las mujeres, o incluso con las mujeres. Es importante recabar los datos para hacer nuestro caso, luego por lo general las autoridades de competencia estamos bajo el control de los tribunales, entonces tenemos que ser además persuasivos y eso solo se hace con una buena motivación y con una base concreta para basar nuestras decisiones.

• SESIÓN DE CIERRE •

Análisis en el contexto ecuatoriano:



Nicole Bonifaz

Presidenta

Consejo de Participación Ciudadana y Control Social (CPCCS), Ecuador

La Presidenta destacó la importancia de compartir experiencias a nivel internacional, así como la relevancia de la aplicación de políticas públicas y privadas que fortalezcan la visión de género en el Estado y el desarrollo económico como parte del quinto objetivo de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas.

Comentó también que en Ecuador se tutela el derecho de la ciudadanía de participar en asuntos de interés público, pero este derecho debe ir más allá, debe ser transversalizado en la administración pública, en la construcción de políticas, dentro de la gestión multisectorial y en la visión de la empresa privada alineadas a los estándares internacionales de desarrollo sostenible, por lo cual desde las instancias constitucionales de la participación ciudadana menciona que se encuentran trabajando en propuestas y proyectos que permitan cumplir con ese objetivo para que los presupuestos públicos incluyan el enfoque de género como uno de sus principios y se garantice la participación de las mujeres en todos los niveles de los gobiernos.

Sostuvo que de esta manera, se podrá aportar en el desarrollo humano y económico de los países; igualmente, argumentó que el enfoque de género como una cuestión de política de competencia contribuye al análisis de cómo las autoridades pueden considerar a los consumidores y las empresas, al crecimiento económico, la innovación y la productividad, asimismo que es posible impulsar la recuperación económica general, pero también promover la igualdad de género para así lograr una economía más competitiva, resiliente e inclusiva.



Elizabeth García

Subdecana Facultad de Jurisprudencia de PUCE
Delegada Mesa de Género a la Comisión de Igualdad

La Dra. García inició reflexionando sobre por qué la perspectiva de género debe considerarse de obligatoria aplicación en el trabajo que llevan las autoridades de competencia a nivel mundial y particularmente de Ecuador. Destacó una visión desde la academia, mencionando que los desafíos anteriores y actuales son diferentes y se debe analizar cómo se forma a los nuevos profesionales y su responsabilidad en el ámbito empresarial con una nueva perspectiva.

Mencionó que el ámbito del derecho y de la economía se realiza el análisis en las autoridades de competencia, lo cual se refiere a la apreciación sobre las distintas materias y temas que se pueden obviar hasta incorporar “lentes” que permitan ver detalles o precisar distinciones que antes no se habían considerado, por ello el enfoque de género es complementario al enfoque de derechos humanos y debe permitir distinguir la diversidad.

Se hizo mención a los roles de cuidado y sostuvo que cuando se habla de género, lo más importante es visualizar el impacto tanto en hombres como en mujeres en las ciencias de salud, derecho, al estudiar el mercado y aspectos que no pueden ser tratados de manera general sino que deben ser analizados desde unos “lentes” con la perspectiva de género.

Posteriormente, mencionó sobre un enfoque transformador de género, destacando la obligación de la academia en la formación de las nuevas generaciones. Comentó que han existido diferentes posiciones de cómo se analiza el género, una de estas miradas la sensibilidad al género que implica una conciencia pero no logra hacer cambios. A lo que se debe tender es trabajar con perspectiva de género, realizar acciones en la práctica por vencer los obstáculos existentes y mejorar accesos a espacios de decisión y la meta sería llegar a un enfoque transformador que permita cambios verdaderos en la relación de género, a nivel individual, comunitario y estructural. Se necesita que con esta perspectiva se tomen decisiones, se implementen políticas para garantizar los derechos y no perpetuar brechas ni vulnerar derechos.

Perspectiva de la autoridad de competencia de Ecuador sobre género:



Alejandra Egüez
Comisionada
Superintendencia de Competencia Económica, Ecuador

La Comisionada realizó una reflexión sobre las temáticas abordadas en cada uno de los paneles y la perspectiva de la autoridad ecuatoriana sobre género. Mencionó sobre el incremento en la sensibilidad para promover la equidad de género desde varios aspectos, incluyendo el ámbito del consumidor y empresarial, como se ha analizado en los distintos espacios del Foro. Dijo que esto ha llevado a la cuestión de cómo las autoridades de competencia podrían implementar el enfoque de género en su accionar. Este enfoque de género puede variar de acuerdo a cada país como se ha analizado las experiencias. Los aspectos que convergen son identificados por la Economista Egüez como la **“Ruta de una política de competencia con perspectiva de género”**, en la cual uno de los principales ejes tratados es la **visión**, donde se evidenció la importancia que tiene el derecho de competencia y su aporte a la economía, cómo esto es transversal para que los mercados puedan ser más competitivos y eficientes. Esta visión general justamente permite reflexionar cómo el enfoque de género podría ser incorporado al derecho de competencia, un aspecto que cuestiona cómo una autoridad de competencia podría incorporar dicho enfoque en sus acciones.

Un segundo aspecto que surgió y es parte de esta ruta es la **identificación**, sobre cuál es el rol de la mujer en los distintos entornos, rol como consumidora, trabajadora, en la empresa y cómo ello se conecta con la acción de la autoridad de competencia.

Posteriormente, se mencionó el **diseño** haciendo referencia a cómo las herramientas que ha realizado la OCDE con la Autoridad de Canadá puede aportar para que las autoridades incorporen los lentes de género y la estrategia que podrían adoptar las autoridades de competencia para implementar dichas herramientas, ello depende de la visión y priorización que puedan prestar las autoridades de competencia y cómo van a implementar dichas estrategias.

Así también se presenta el **análisis e interpretación de datos** para tomar decisiones, identificando qué acciones se podrían tomar y contribuir con una perspectiva de género a mercados más eficientes. La Comisionada también hizo mención a la **promoción** dentro de la ruta, en lo cual destacó el cumplimiento de la normativa considerando un enfoque de género y que podría contribuir desde esta normativa a reducir brechas de género.

Mencionó la importancia de las evaluaciones para incorporar estas herramientas, medidas y acciones y analizar desde una mirada de eficiencia económica y competencia, las acciones que se han tomado, conductas detectadas y cómo las medidas o remedios que se puedan imponer podrían generar un impacto en el mercado, en la sociedad, en la economía y cómo las sanciones podrían corregir y reducir las brechas de género. Finalmente, recalcó la

importancia de entender el género en los mercados y la política de competencia para aportar al desarrollo económico.

Alejandra Egüez planteó que las autoridades pueden incorporar este enfoque en las investigaciones analizando cómo la afectación salarial o diferenciación de precios hacia determinados productos pueden afectar a las mujeres en un determinado mercado en relación a los hombres y priorizar en su línea estratégica si existen preferencias hacia un grupo de consumidores.

De igual manera, existen cuestionamientos respecto a la participación de mujeres no únicamente en conductas anticompetitivas como formación de cárteles, sino en cuerpos directivos y ello podría responder a limitaciones en los accesos y que eventualmente puedan ser analizadas conductas anticompetitivas.

La trayectoria para incorporar el enfoque de género al derecho de competencia es larga y necesita que se tomen varias acciones y analicen varios elementos que permitan tomar decisiones y se genere una cultura en el derecho de competencia para incorporar el enfoque de género y evaluar el impacto de las acciones de las autoridades. No se está desviando del enfoque principal de una política de competencia, sino incorporar los “lentes” de género para ser más específico, tener mejores datos e incidir en la generación de beneficios transversales. La incorporación del enfoque de género tanto en las evaluaciones ex-ante como ex-post permite una aplicación efectiva de la política de competencia. De las experiencias compartidas se denota que las mujeres enfrentan algunas barreras en diferentes ámbitos, igualmente a la discriminación de precios y afecta su comportamiento en el mercado y desarrollo en la sociedad, ello puede ser combatido desde la política pública e iniciativas privadas, de este factor nace la iniciativa para tomar acciones concretas que permitan abordar el enfoque de género.

La Comisionada planteó cuatro ejes de acción inspirados en las herramientas de la OCDE y en experiencias de otras autoridades de competencia:

1

Sensibilización y capacitación: Busca impulsar foros o conversatorios que permitan profundizar la conexión entre el enfoque de género y la política de competencia.

2

Promoción de la diversidad y participación: Se busca construir un entorno de trabajo diverso e inclusivo, promoviendo la participación activa de las mujeres en las autoridades de competencia.

3

Recopilación de datos desagregados por género para toma de decisiones: Contar con datos permite sustentar las medidas o políticas que se puedan tomar, se busca plantear herramientas para recopilar información y su tratamiento. Es importante identificar herramientas para distorsiones o conductas objeto de investigación.

4

Desarrollo de directrices: Generación de lineamientos, guías, directrices. Se podrá consultar a grupos de interés sobre temas de competencia y diversidad de género.

Clausura:



Carolina Lozano
Intendenta General de Gestión de la SCE de Ecuador

La Intendenta realizó un agradecimiento a todas las personas que participaron en el Foro y de manera especial a las tres agencias que apoyaron la iniciativa. Así también, reconoció a los organismos internacionales que se han sumado a esta iniciativa. Destacó que concebir variables transversales en la política de competencia permite un análisis integral para comprender el funcionamiento de los mercados como un concepto emergente y cambiante para enfrentar los desafíos que se tiene como autoridades de competencia. De la misma manera, mencionó que explorar los vínculos entre ambos factores permite avanzar hacia mercados más equitativos y prósperos. Señaló que se inicia un nuevo desafío, la perspectiva de género y su relación con la competencia no es un factor nuevo, pero surge con el Foro un compromiso por generar oportunidades y políticas más eficientes.



Ricardo Michel
Asesor del Secretario Permanente de SELA

El Asesor del Secretario Permanente realizó un agradecimiento y resaltó la importancia de empezar a discutir estos temas que son de relevancia y necesarios. Destacó que SELA está comprometido por incluir esta temática en su reunión anual del Grupo de Trabajo de Comercio y Competencia. Señaló que es sumamente importante abrir espacios de discusión sobre el tema, principalmente sobre segmentación y micro segmentación y cómo las agencias usualmente han tomado medidas correctivas en lugar de preventivas, por lo cual se debe entender las necesidades de este importante mercado e incluir en mayor medida a las mujeres. Realizó una invitación a continuar e incrementar este debate, enfatizando que es también un tema de educación y que esto debe ser un *spill-over*, es decir, el inicio de nuevos eventos en los que se pueda dar mayor socialización y sensibilización y entender que no son cupos o cuotas, sino representación y el rol que tienen las mujeres en los mercados y consumo.

•EVALUACIÓN Y HALLAZGOS•

Los países de América Latina y el Caribe enfrentan un escenario macroeconómico complejo. Para 2024 se proyecta una tasa de crecimiento mundial del 3.0%, que en el caso de economías en desarrollo llegaría a 4.1% y al 1.4% en las economías avanzadas.

Desarrollar una política de libre competencia más inclusiva, incorporando el enfoque de la perspectiva de género, dinamizaría de manera positiva las proyecciones de crecimiento económico.

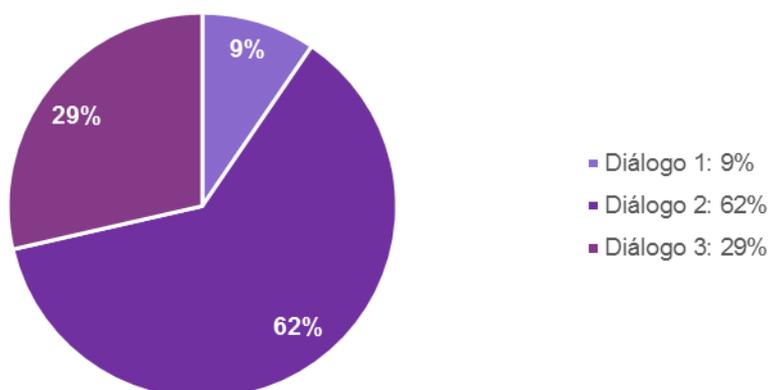
El Foro reunió durante dos jornadas a más de 150 actores de distintos lugares del mundo de los sectores público, privado, academia, organismos internacionales, organizaciones no gubernamentales y sociedad civil para contribuir en el análisis de una política de competencia que transversalice el enfoque de género y permita reducir esta brecha mediante el diseño y aplicación de una política de competencia más justa e inclusiva.

Con el objeto de medir el grado de cumplimiento de los objetivos propuestos y desarrollar un mejoramiento continuo favorable se analizaron las evaluaciones remitidas a los participantes del Foro, a través de los datos recopilados en la evaluación del formulario digital socializado.

Valoración General

Ítem	Valoración (5)		
Panelistas	4,5		90%
Temáticas de Diálogos	4,4		88%
Discusión en los Diálogos	4,2		84%
Horarios del Foro	4,3		86%
Sesión Plenaria	4,4		88%

Percepción de Diálogo de Liderazgo más relevante



Durante el Foro se desarrollaron tres diálogos 1) Generación y manejo de datos para el análisis de género en competencia, 2) La incidencia del género en el cumplimiento y la promoción de la competencia y 3) Una perspectiva de género en casos de competencia, medidas correctivas y acciones afirmativas de género.

Según la percepción de los participantes, el diálogo que abordó la temática más relevante en el marco del Foro fue el Diálogo de Liderazgo 2, con la temática: La incidencia del género en el cumplimiento y la promoción de la competencia.

Temas propuestos por los participantes para un próximo Foro

Los diálogos activaron y dieron paso a la reflexión sobre cuáles podrían ser las temáticas de interés para profundizar la discusión y avanzar en la incorporación de la perspectiva de género en la política de competencia:

- Competencia y deporte.
- Empresas y género para una competencia en igualdad de condiciones.
- Implementación del Toolkit de Género y Competencia desarrollado por OCDE
- Contratación Pública y Competencia.
- La representación de género en la investigación y desarrollo, destacando los sesgos de género en la creación y aplicación de tecnología.
- Acciones regionales en género y competencia.
- Potenciales reformas a la ley de competencia para transversalizar el enfoque de género.
- La participación de las mujeres emprendedoras en procesos comerciales internacionales ¿Qué inversión es necesaria?
- La mujer y su rol en el sistema sanitario.



Foro Internacional de
Género
y Competencia