

El Tetris del apoyo a la integración

Piezas y huecos de la brecha de género

Ángeles Barral Verna
Ana Basco
Paula Garnero

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

Sector de Integración y
Comercio (INT)

NOTA TÉCNICA N°
IDB-TN-2059

El Tetris del apoyo a la integración

Piezas y huecos de la brecha de género

Ángeles Barral Verna
Ana Basco
Paula Garnero

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

Barral Verna, Ángeles.

El Tetris del apoyo a la integración: piezas y huecos de la brecha de género / Ángeles Barral Verna, Ana Basco, Paula Garnero.

p. cm. — (Nota técnica del BID ; 2059)

Incluye referencias bibliográficas.

1. International trade-Social aspects. 2. International economic integration-Social aspects. 3. Gender mainstreaming-Latin America. 4. Latin America-Economic integration-Public opinion. 5. Latin America-Commerce-Public opinion. 6. Latin America-Foreign economic relations-Public opinion. I. Basco, Ana. II. Garnero, Paula. III. Banco Interamericano de Desarrollo. Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe. IV. Título. V. Serie.

IDB-TN-2059

Códigos JEL: J16, F15, C12, F10, Z00

Palabras Claves: Integración Regional, Brecha de Género, Integración y Comercio, Mujeres, Encuesta de Opinión Pública

<http://www.iadb.org>

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

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

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

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



NOVIEMBRE 2020

EL TETRIS DEL APOYO A LA INTEGRACIÓN

Piezas y huecos de la
brecha de género

Ángeles Barral Verna, Ana Basco y
Paula Garnero






EL TETRIS DEL APOYO A LA INTEGRACIÓN

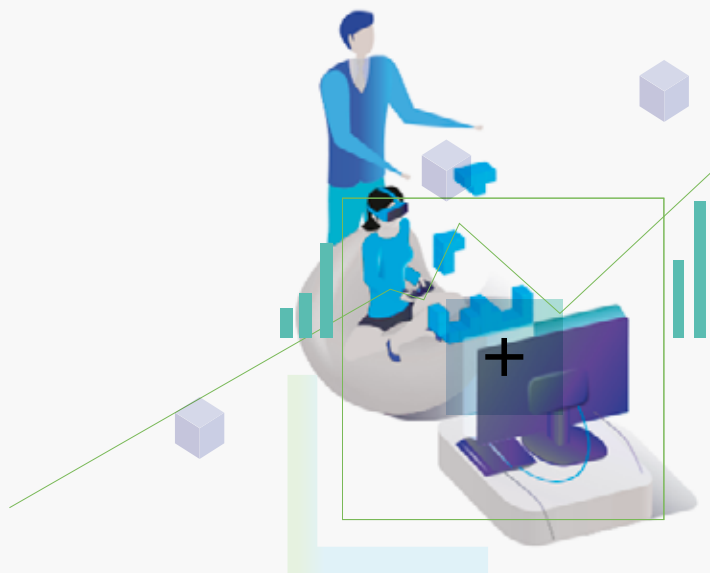
Piezas y huecos de la
brecha de género

Ángeles Barral Verna, Ana Basco y
Paula Garnero

INDICE

1	Principales resultados del Tetris	3
2	Introducción a las reglas del juego	5
3	El Tetris de la integración: las opiniones de los latinoamericanos	8
4	Explorando el área de juego: caracterización de la brecha de género	12
	• Resultados de estrategias previas	17
	• La estrategia propia: Modelo y Metodología	20
	• Modelo base	20
	• Modelo 1. Valores morales, conservadurismo y sesgo del status quo	21
	• Modelo 2. Vulnerabilidad socioeconómica	23
	• Modelo 3. Visualización de las pérdidas	24
	• Modelo 4. Sesgos ideológicos	25
	• Modelo 5. Aversión a la pérdida y seguridad económica	26
	• Modelo 6. Aceptación de lo conocido	28
	• Modelo Ampliado	29
	• Final del juego: una lectura transversal de los resultados	31
5	Conclusiones	34
	ANEXO: Notas metodológicas	37
	Referencias	44





PRINCIPALES RESULTADOS DEL TETRIS

1. Integración y comercio: más jugadores que jugadoras. La integración económica regional y el aumento del comercio internacional logran un alto apoyo social en América Latina; 7 de cada 10 personas apoyan estas políticas (72% y 73% en promedio respectivamente). En ambos casos, el apoyo es más reducido entre las mujeres que entre los hombres, lo cual se expresa en brechas de género de 8 pp. tanto para la integración económica como para el comercio internacional. **El menor apoyo relativo de las mujeres hacia este último no es una particularidad de América Latina; se presenta como un fenómeno difundido en otras regiones y países como Europa, Estados Unidos y Asia.**

2. Brecha de género en el apoyo a la integración económica regional: una jugada omnipresente. Esta brecha se observa a lo largo de toda la encuesta, pero es más pronunciada en la cúspide de la pirámide socioeconómica (10 pp. entre las mujeres y hombres del segmento más alto) y se recorta notablemente entre las personas del segmento menos favorecido (3 pp.). Alcanza un máximo de 13 pp. entre las personas retiradas o pensionadas y se reduce conforme mejora el nivel educativo de las personas (es de 9 puntos entre mujeres y hombres con educación básica o inferior, y baja a 4 puntos entre quienes tienen educación superior).

3. Brecha de género econométricamente confirmada. Mediante modelos econométricos de regresiones lineales se encontró que, en América Latina, **el hecho de ser mujer reduce las probabilidades de estar a favor de la integración económica regional en 4,4 pp.** Las distintas hipótesis testeadas logran explicar parcialmente esta brecha, pero no su totalidad.

4. Más información y educación económica, piezas necesarias para reducir la brecha.

Uno de los principales determinantes del menor apoyo femenino a la integración radica en el tipo de educación e información que las mujeres reciben, captado por variables como la visión positiva sobre países o bloques económicos del exterior, la exposición a ideas económicas ¹, si tuvieron la oportunidad de viajar al exterior y la cantidad de medios con los que se informan. En el modelo 6 es donde la variable que recoge los efectos del género en la probabilidad de apoyar la integración se redujo en mayor magnitud con respecto al modelo base, trasladándose de -4,4 a -3,4 pp. Entonces, el poco conocimiento e información sobre la temática parece incidir en el apoyo de las mujeres a la integración regional.

5. A mayor vulnerabilidad, menor percepción de beneficios de la integración.

Un segundo factor relevante para entender el menor apoyo a la integración por parte de las mujeres es su mayor vulnerabilidad relativa, que recoge variables como la insuficiencia alimentaria, ingreso insuficiente para cubrir sus necesidades y nivel socioeconómico. Al testear estos factores, la variable que explica los efectos del género en la probabilidad de apoyar la integración se redujo de -4,4 a -4,0 pp. con respecto al modelo base. Es posible que, dadas las barreras que este tipo de condiciones imponen para percibir los beneficios del aumento del comercio, lleve a las mujeres a mantener una visión más negativa de los procesos de integración regional.



1. Dada la limitación de preguntas de la encuesta, se decidió seguir con la lógica tomada por los autores Burgoon y Hiscox (2008), utilizando la pregunta que consulta sobre el conocimiento de determinados organismos financieros internacionales como aproximación a dicha noción (ver Anexo para mayor detalle). El supuesto detrás se basa en que el hecho de que las personas conozcan gran parte de organismos financieros internacionales suele deberse a su mayor exposición a ideas económicas o conocimientos sobre economía internacional. Esto engloba tanto la educación formal recibida como la informal, tanto en ámbitos laborales, sociales como en medios de comunicación.



INTRODUCCIÓN A LAS REGLAS DEL JUEGO

La integración económica regional y el comercio internacional cuentan con un importante apoyo en Latinoamérica; 7 de cada 10 personas se manifiestan a su favor (Rodríguez Chatruc, Stein y Vlaicu, 2019), siendo positivamente asociados con mayores oportunidades de empleo y con el acceso a una mayor variedad de productos. El apoyo a la integración económica es mayor entre personas jóvenes, de mejor posición socioeconómica, de mayor nivel educativo y entre las personas que hacen un mayor uso de tecnologías digitales (De Azevedo, 2019).

¿Se cumplen estas percepciones de forma indistinta entre mujeres y hombres? ¿Existen brechas de género en el apoyo al comercio? ¿El apoyo al libre comercio es similar entre mujeres y hombres? ¿Existen sesgos de género en el apoyo a la integración económica regional en América Latina? ¿Qué factores explican las distintas percepciones sobre estas cuestiones?

La brecha de género en el apoyo al comercio y la integración es un fenómeno presente a nivel mundial. Por ejemplo, Mayda y Rodrik (2005), en una muestra de 24 países de Europa, Asia y América del Norte, encuentran que los hombres son un 8 pp. más proclives a apoyar el comercio que las mujeres. En Estados Unidos, Burgoon y Hiscox (2008) observan que las mujeres tienen 8 puntos más de probabilidad de oponerse al comercio que los hombres. Sumado a esto, los resultados de la encuesta de Pew Research Center de 2018 indican que la brecha en el apoyo al comercio en Estados Unidos llegó a 9 pp. y en Japón a 12 pp. (Stokes, 2018).

Los posibles factores explicativos de esta brecha han sido ampliamente discutidos por académicos de todo el mundo. Se han formulado hipótesis sobre sesgos ideológicos, comportamentales, valores morales, condiciones socioeconómicas y cuestiones educativas, que han contribuido en gran medida al esclarecimiento de la temática, pero no han llegado a conclusiones uniformes. La mayor parte de estos estudios, además, se han realizado en regiones y países desarrollados, y poco se ha explorado sobre esta cuestión en América Latina.

En el año 2015 se impulsó desde el BID la alianza INTAL-Latinobarómetro, la cual surge como parte del Programa de Bienes Públicos Regionales (BPRs) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) que apoya proyectos para resolver los desafíos de los países de América Latina y aprovechar las oportunidades para el desarrollo mediante la cooperación regional. Esta alianza busca dar seguimiento a los procesos de integración en América Latina de manera colectiva junto a los gobiernos de los países participantes. Nace a partir del reconocimiento de que, hasta ese momento, no existía ningún instrumento que explorase de manera sistemática las dimensiones objetivas y subjetivas de los procesos de integración regional. Latinobarómetro es una ONG sin fines de lucro que produce un estudio multinacional de un conjunto estructurado de variables que siguen el proceso de transformación de la sociedad de América Latina de una manera continua, analizando su evolución desde hace 23 años.

Dicha encuesta constituye el principal banco de datos de opinión pública en América Latina, con muestras representativas de cada país. Anualmente realizan alrededor de 20.000 encuestas en 18 países de la región, aplicando un cuestionario común con una unidad metodológica y técnica. Representa a una población de 600 millones de habitantes y los temas principales de su abordaje y seguimiento son la democracia, el estado de la economía, el desarrollo social de los países y los esfuerzos de integración regional, entre muchas otras temáticas. Su cobertura geográfica abarca áreas urbanas y rurales y utiliza un muestreo probabilístico estratificado polietápico. El error muestral es de 33.0 con un 95% de confianza, con mínimas variaciones de acuerdo a cada país.



La comprensión de las razones detrás de las brechas de género en el apoyo a este tipo de iniciativas tiene importancia para el diseño de políticas públicas de calidad. Este tipo de investigaciones pueden echar luz sobre situaciones como la vulnerabilidad estructural de las mujeres, su menor educación en temáticas económicas, la segregación ocupacional en el mercado laboral, los distintos sesgos comportamentales, entre otras cuestiones. Estos factores son poderosos formadores de opinión y determinan en qué medida los diferentes grupos poblacionales se benefician de las políticas comerciales que se implementan. Al investigar, conocer y explorar estas temáticas es posible diseñar políticas comerciales de mejor calidad para fomentar la equidad entre hombres y mujeres, beneficiando a la economía de los países y a la sociedad en su conjunto.

En base a los datos de la encuesta de la alianza INTAL-Latinobarómetro del año 2018, este estudio se propone analizar las diferentes opiniones entre mujeres y hombres acerca de la integración y el comercio en América Latina y el Caribe. Busca confirmar la existencia de la brecha de género en la región, cuantificar su magnitud y explorar distintas hipótesis que puedan contribuir a comprender las bases y posibles causas explicativas de la brecha. Latinobarómetro conforma el principal banco de datos de opinión pública de la región y refleja las preferencias, actitudes, comportamiento y percepción de los latinoamericanos de 18 países sobre una amplia gama de temas de interés regional. A fines de explorar las causales de esta brecha, en este documento se realizan diferentes modelos de regresión lineal que captan las principales hipótesis estudiadas en la literatura sobre el tema y se trata de verificar en qué medida estas se cumplen en la región.

El documento se organiza de la siguiente manera: en primer lugar, se explora la estadística descriptiva de las principales variables de opinión estudiadas y las diferencias que existen según género. En segundo lugar, se ofrece una caracterización de la brecha de género con respecto a la integración económica regional, según país, condición socioeconómica, condición ocupacional y nivel educativo. En tercer lugar, se testean algunas de las hipótesis abordadas por la academia para explicar las brechas de opinión, a través de siete modelos de probabilidad lineal. Por último, se exponen las principales conclusiones obtenidas.



> EL TETRIS DE LA INTEGRACIÓN: las opiniones de los latinoamericanos

La integración económica regional implica un aumento del comercio internacional con otros países de la región y una mayor movilidad de factores productivos como el trabajo y el capital. El comercio internacional, por su parte, permite a los países especializarse en aquellas producciones en las que son más eficientes, generando oportunidades de empleo en sectores exportadores y posibles pérdidas de empleo en sectores que compiten con los productos y servicios importados (Samuelson, 1939; Costinot y Rodríguez-Clare, 2014).

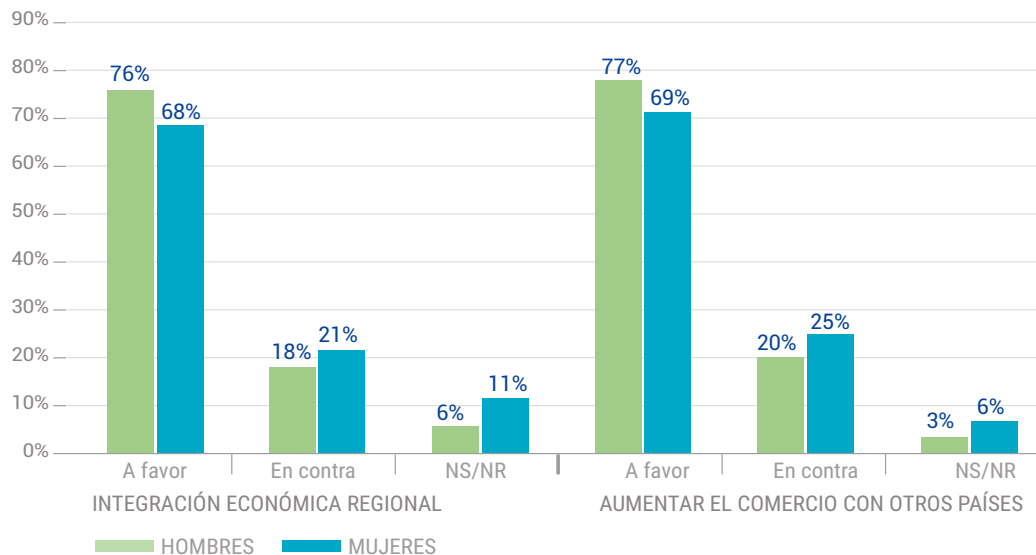
Asimismo, el comercio internacional posibilita a los consumidores a acceder a una mayor oferta de bienes a menores precios ². Desde la teoría de la integración regional, los procesos de integración económica emergen como herramientas de inserción internacional ya que permiten intensificar la competencia por la ampliación del mercado, como así también el desarrollo de actividades que tendrían muy baja probabilidad de ocurrencia si se emprendieran aisladamente por los países (Tamares, 1998; Holsti, 1980; Haas, 1970; Deutsch et al., 1971).

² La teoría económica clásica sostiene que las importaciones de bienes y servicios alientan la competencia y disciplinan los precios en el mercado local, lo que se traduce en una mayor utilidad para el consumidor.

La opinión de las mujeres sobre estos temas ha variado a lo largo del tiempo. Algunos estudios realizados para la sociedad estadounidense, previos a la masiva incorporación de la mujer al mercado laboral, argumentaban que las mujeres apoyaban más que los hombres la profundización del comercio. Esto se debía a que, en su rol de administradoras de los recursos del hogar, tenían experiencia directa sobre el efecto positivo del comercio y la reducción de los aranceles aduaneros sobre el mercado de bienes de consumo (Hall et al., 1998) ³. En cambio, estudios más recientes muestran que, en la mayoría de los países, las mujeres se mantienen más contrarias que los hombres a liberalización del comercio (Beaulieu y Napier, 2008) ⁴.

Particularmente, en América Latina, **el 72% de las personas apoyan la integración económica regional y el 73% está a favor del aumento del comercio internacional (Latinobarómetro 2018), tal como lo demuestran Rodríguez Chatruc, Stein y Vlaicu (2019). Sin embargo, son notorias las diferencias de género en estas percepciones: las mujeres se muestran menos favorables que los hombres a apoyar dichas políticas.** Los datos muestran que el 68% de las latinoamericanas está a favor de la integración económica regional (entre los hombres el apoyo alcanza al 76%) (Ver Gráfico 1). En el mismo sentido, el 69% de las mujeres está a favor de que su país incremente el comercio internacional (vs 77% entre los hombres) ⁵. Es decir, **se confirma la presencia de una brecha de género de 8 pp. tanto en el apoyo a la integración económica regional, como en la voluntad por incrementar el comercio internacional. En ambos casos, las mujeres muestran también una mayor abstención (por negativa o desconocimiento) que los hombres a la hora de responder** (Ver Gráfico 1).

Gráfico 1
Apoyo a la Integración Económica y Comercio Internacional



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Latinobarómetro 2018

³. Hall, Kao y Nelson (1998) estudian la conexión entre los cambios en la influencia política femenina y la política comercial. Los autores sugieren que el surgimiento del derecho de voto femenino en los EE. UU. contribuyó a avanzar hacia la liberalización del comercio porque las mujeres tenían más probabilidades que los hombres de oponerse a la protección comercial. Sostienen que la evidencia respalda su modelo teórico en el que los hogares consisten en dos individuos: una mujer (dedicada en mayor proporción al cuidado de las personas y del hogar) y un hombre (dedicado casi completamente a la producción). Suponen que como son las mujeres quienes toman decisiones de consumo, se ven más directamente afectadas por los aranceles a través de precios más altos para dichos bienes.

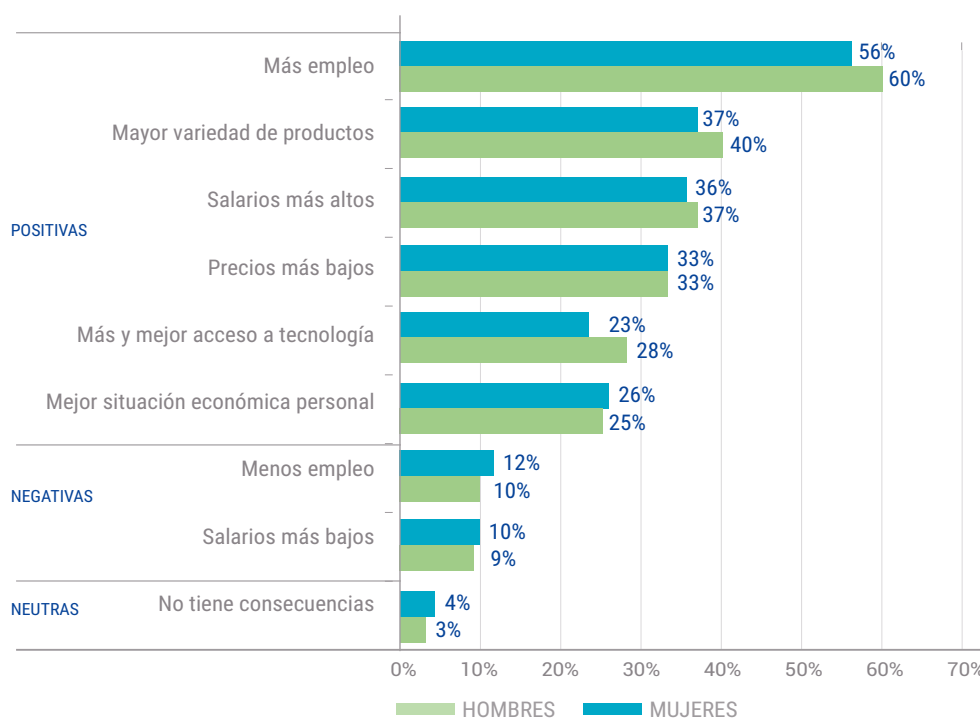
⁴. Eugene Beaulieu and Michael Napier (2008) hacen una extensa revisión bibliográfica, y concluyen que la mayoría de los documentos que examinan las preferencias individuales sobre la política comercial encuentran una brecha de género estadísticamente significativa que confirma que los hombres son más propensos que las mujeres a apoyar la liberalización del comercio. Resaltan además diferencias entre países: la brecha de género existe en la mayoría de los países ricos, pero es menos probable en los países de bajos ingresos.

⁵. Debido a que las preguntas sobre comercio internacional se diseñaron con cuatro *framings* distintos para un estudio experimental, estas estadísticas se realizaron tomando el grupo de control únicamente (Pregunta P27ND.C). Se verifica la dependencia entre dichas variables mediante el test chi-cuadrado con un nivel de confianza del 99%.

En menor medida, se observan algunas **diferencias según el género de los encuestados en la percepción sobre las posibles consecuencias del aumento del comercio internacional**. Comparativamente, los efectos positivos, como el aumento del empleo, la mayor variedad de productos y el acceso a mejores tecnologías, son más percibidos por los hombres que por las mujeres ⁶ (Ver Gráfico 2). En cambio, **ellas se muestran relativamente más preocupadas que los hombres sobre algunos de los efectos negativos del comercio internacional, como la pérdida de empleos o la caída de los salarios**. Sin embargo, debido a que en la categoría “precios más bajos” y “situación económica personal” no existe brecha, podría intuirse que las mujeres como consumidoras perciben más los beneficios del comercio que en su rol de trabajadoras, o bien que existen factores sociotrópicos que tienen mayor peso en las percepciones de ellas.

Gráfico 2

Consecuencias percibidas del aumento del comercio internacional con otros países



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Latinobarómetro 2018

Asimismo, consultados sobre la **libre importación de bienes y servicios** ⁷, la **brecha de género es de apenas 3 puntos (el 76% de las mujeres considera que la libre importación es beneficiosa para el consumidor vs 79% entre los hombres)** ⁸. Incluso, en algunos países como Argentina y Chile, la brecha presentó signo opuesto (-5% y -1% respectivamente) ⁹. Es decir, mientras los hombres de la región se muestran relativamente estables en su apoyo a la integración económica regional, al aumen-

⁶. Debido a que las preguntas sobre comercio internacional se diseñaron con cuatro *framings* distintos para un estudio experimental, estas estadísticas se realizaron tomando el grupo de control únicamente (Pregunta P27ND.C).

⁷. Corresponde a las opiniones sobre la afirmación: “La libre importación de bienes y servicios favorece al consumidor.”

⁸. Se verifica la dependencia de variables mediante el test chi-cuadrado con un nivel de confianza del 99%.

⁹. En Argentina el 61% de las mujeres considera que la libre importación de bienes y servicios favorece al consumidor (vs 56% entre los hombres). En Chile, el 81% de las mujeres apoyan esta idea (vs 80% de los hombres).

to del comercio internacional y en su convicción de que la libre importación genera beneficios para los consumidores (76%, 77% y 79% respectivamente), esto no ocurre entre las mujeres. **A pesar de que un alto porcentaje de latinoamericanas reconoce los beneficios de la libre importación (76%), su apoyo a la integración económica y al aumento del comercio internacional se recorta notablemente (69% y 68% respectivamente).**

El menor apoyo de las mujeres al comercio internacional se presenta también en países desarrollados. Al contrastar los resultados obtenidos para América Latina con otras reconocidas encuestas de opinión pública, como la realizada por Pew Research Center, es posible observar que la brecha de género se da también en países como Estados Unidos (9%) y en Japón (12%) (Stokes, 2018).



¿Cuál es la razón de estas diferencias entre hombres y mujeres? ¿Es posible explicarlas con variables observables? **Una hipótesis muy presente en las discusiones es que las mujeres tienden a verse más afectadas negativamente por la liberalización comercial porque enfrentan mayores desafíos para aprovechar las oportunidades que ofrece el comercio.** Esto podría estar relacionado con los sesgos de género en las trayectorias educativas, las desigualdades en la distribución del ingreso, el acceso desigual a factores productivos como crédito, tierra y tecnología, la menor disponibilidad de tiempo debido a la desproporcionada repartición del trabajo no remunerado, entre otros. Parte de la evidencia muestra que el comercio internacional puede aumentar la disponibilidad de trabajos formales para las mujeres en los países en desarrollo, pero en su mayoría poco calificados, intensivos en mano de obra y de bajo valor agregado (UNCTAD, 2009).

Por otro lado, diversos estudios que se explorarán en la próxima sección testearon hipótesis alternativas, vinculadas a la forma en que las mujeres obtienen sus ingresos, su participación en el mercado laboral, la educación, el estado civil y las preferencias de consumo. Otros formularon hipótesis relacionadas con los valores políticos, la exposición a los principios de la economía de mercado, la información sobre política exterior e incluso la empatía respecto a las dificultades económicas que enfrentan otras personas.

Para lograr una versión propia sobre este fenómeno y contribuir con la identificación de posibles causas explicativas del menor apoyo que las mujeres brindan a los procesos de integración comercial y liberalización del comercio, el presente documento se focaliza sobre la brecha de género en el apoyo a la integración económica regional. A diferencia de otros estudios, se utiliza esta variable abarcativa que engloba aspectos comerciales, de conectividad física y cooperación económica, pero limitada a la relación con otros países de la región (De Azevedo y Harracá, 2019). Primero, se realiza una caracterización de la brecha en América Latina y luego se proponen modelos econométricos que buscan explorar sus posibles bases explicativas.



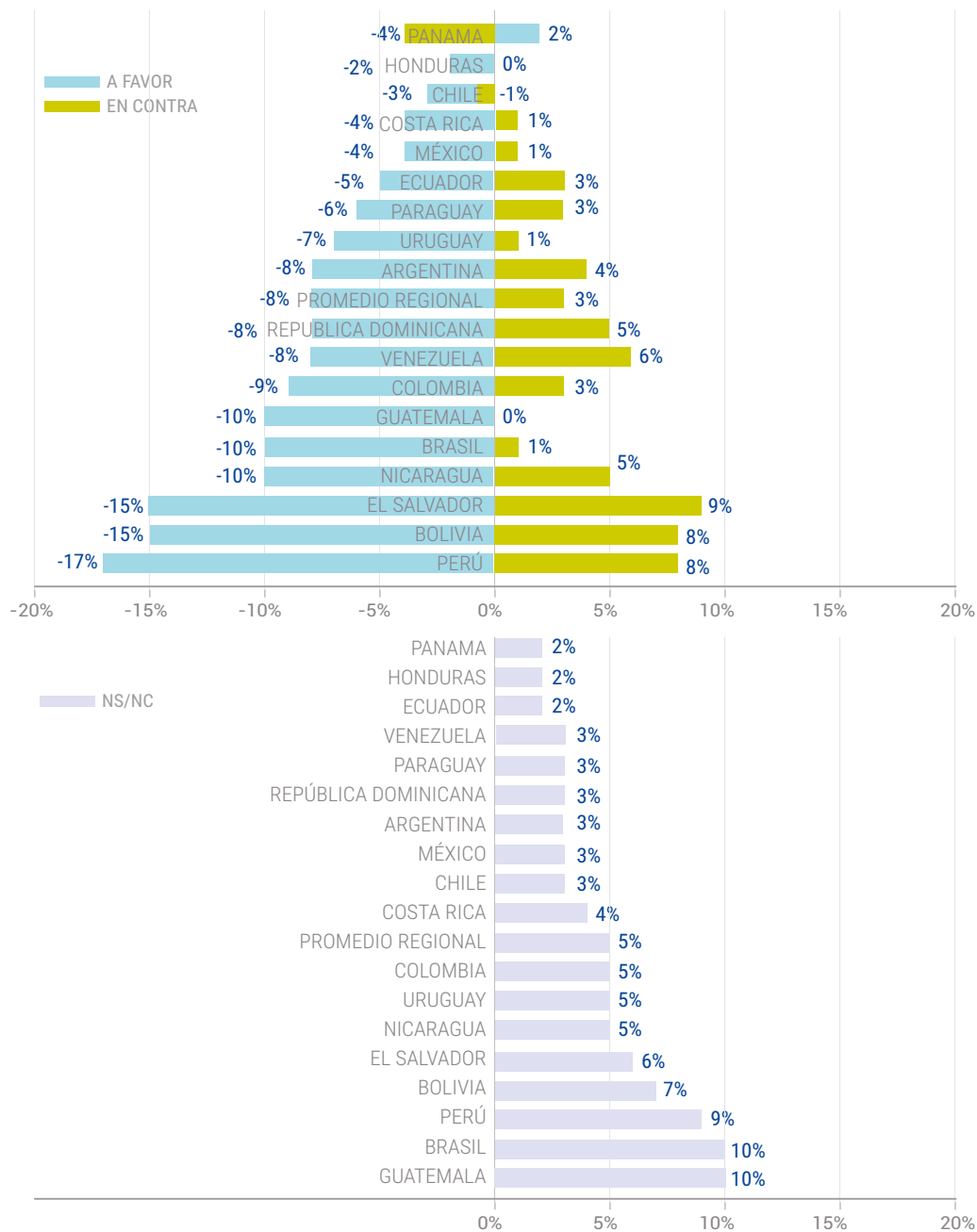
> EXPLORANDO EL ÁREA DE JUEGO: caracterización de la brecha de género

La brecha de género en el apoyo a la integración económica regional se presenta como un fenómeno difundido que se extiende en 17 de los 18 países de la región y que alcanza picos máximos de 13 pp. según la situación ocupacional de las personas, de 10 pp. según la condición socioeconómica y de 9 pp. según el nivel educativo del individuo. En base a esto, la brecha podría caracterizarse como:

Omnipresente. La brecha de género en el apoyo a la integración económica regional es transversal a los diferentes países de la región, con la excepción de Panamá, donde más mujeres que hombres apoyan esta política (68% vs 66%). Perú es el país donde la brecha es más profunda (17 pp., 57% entre las mujeres vs 74% entre los hombres), seguido por Bolivia y El Salvador (15 pp.) y por Nicaragua, Brasil y Guatemala (10 pp.) (Ver Gráfico 3). **En todos los países, se observa también una brecha de género entre las personas que se abstuvieron de responder. Es decir, más mujeres que hombres no supieron o no quisieron responder (NS/NR).** Esta brecha alcanza su máximo en Guatemala y Brasil (10 pp.), seguido por Perú (9 pp.), mientras que otros países como Bolivia, El Salvador, Nicaragua, Uruguay y Colombia también se mantuvieron por encima de la brecha promedio regional (5 pp.). Asimismo-

mo, al comparar el logaritmo del PBI per cápita de cada país de la región y su brecha de género promedio en el apoyo a la integración económica, los datos sugieren una relación negativa entre los niveles de cada variable. Es decir, que a mayor PBI per cápita, menor brecha de género (Gráfico 4).

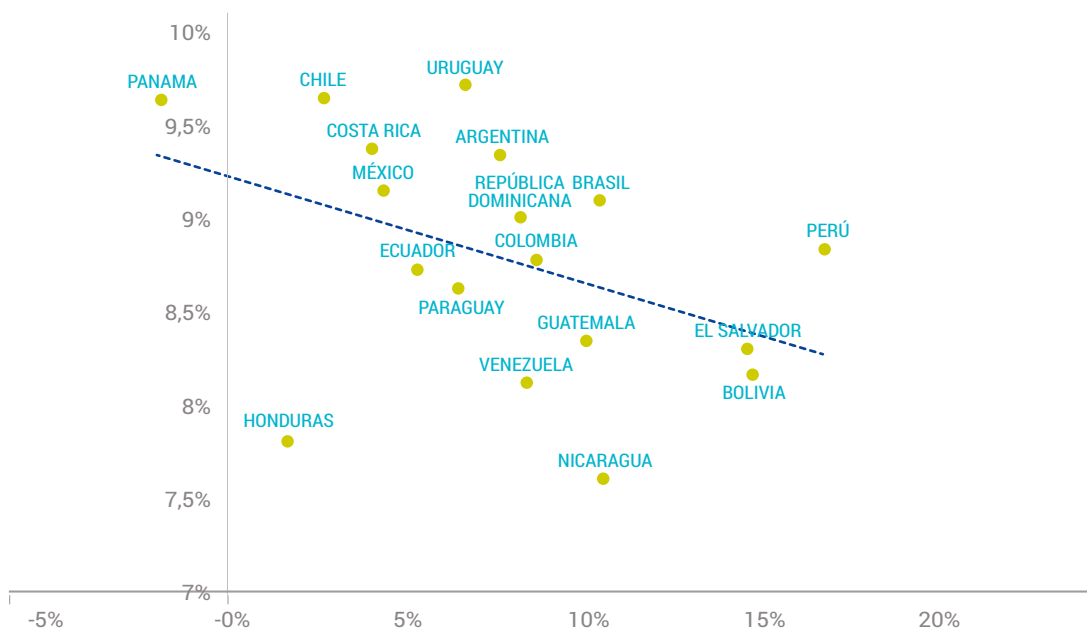
Gráfico 3
Brechas de género en la opinión sobre integración económica regional, por país



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Latinobarómetro 2018
Nota: En el gráfico inferior se muestra la brecha de género entre las respuestas “No sabe” de hombres y mujeres (porcentaje de mujeres que contestaron no sabe menos porcentaje de hombres que contestaron sabe). En el gráfico superior, en celeste se registra la brecha de género en el apoyo a la integración (% de mujeres que apoyan menos % de hombres que apoyan) y en verde la brecha en las opiniones en contra de la integración (% de mujeres que no apoyan menos % de hombres que no apoyan)

Gráfico 4

Relación entre el logaritmo del PBI per cápita y las brechas de género en la opinión sobre integración económica regional, por país.

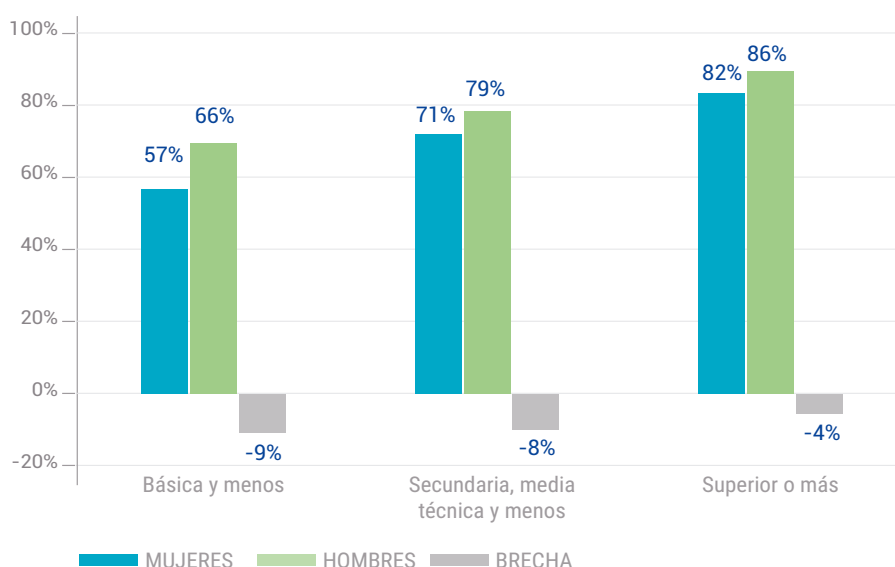


Fuente: Elaboración propia en base a datos del PBI per cápita de 2018 en USD a precios corrientes del FMI - WEO data y Latinobarómetro 2018.

Responde a los estímulos formativos. El apoyo a la integración económica regional aumenta entre las personas con mayor nivel educativo (Ver Gráfico 5). En el mismo sentido, la **brecha de género se reduce conforme mejora la educación de las personas**; logra un pico de 9 pp. entre mujeres y hombres con educación básica o inferior y un piso de 4 pp. entre quienes tienen educación superior o más ¹⁰.

Gráfico 5

Apoyo a la integración económica regional, según nivel educativo.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Latinobarómetro 2018

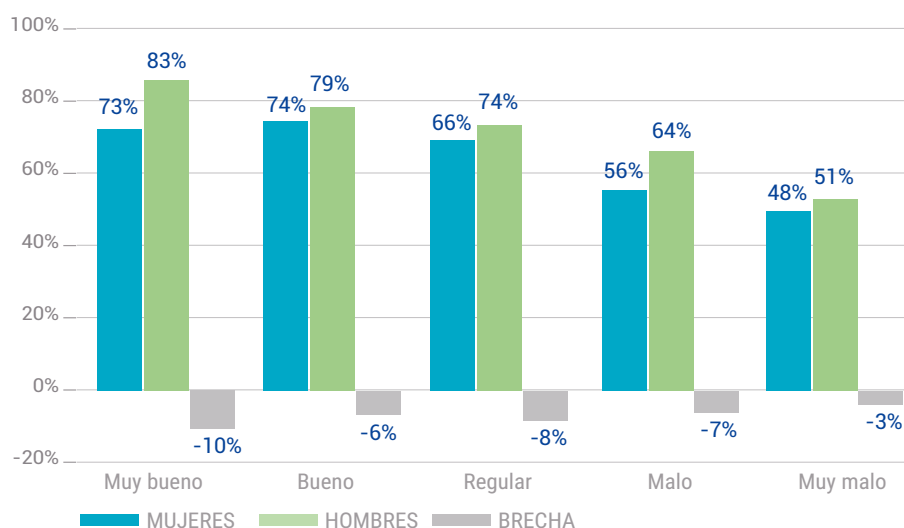
¹⁰. Se verifica la dependencia entre las variables mediante el test chi-cuadrado con un nivel de confianza del 99%, tanto para el caso de las mujeres como de los hombres.



Fuerte en la cúspide de la pirámide. El apoyo a la integración económica regional aumenta conforme mejora la condición socioeconómica de las personas (Ver Gráfico 6). **Sin embargo, la brecha de género se profundiza en el segmento de población más favorecida** (10 pp. de diferencia entre mujeres y hombres de muy buena condición) **y se recorta notablemente entre las personas del segmento menos favorecido** (brecha de 3 pp. entre mujeres y hombres de muy mala condición socioeconómica) ¹¹. Una tendencia similar se observa cuando se desglosan los resultados por el nivel socioeconómico desde la perspectiva del ingreso. A medida que aumentan las dificultades para cubrir las necesidades, el apoyo a la integración disminuye en ambos sexos. Asimismo, el sector menos favorecido (“Tiene grandes dificultades para cubrir sus necesidades básicas”) presenta menores brechas de género en el apoyo a la integración (Gráfico 7).

Gráfico 6

Apoyo a la integración regional, según condición socioeconómica y sexo.



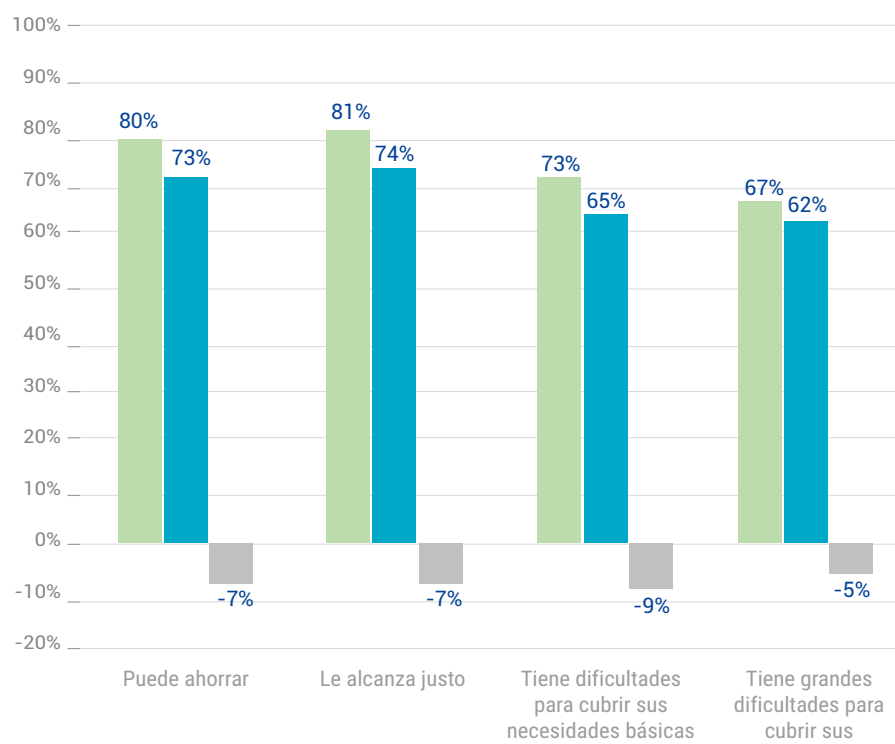
Fuente: Elaboración propia en base a datos de Latinobarómetro 2018

Nota: Las etiquetas “Muy bueno”, “Bueno”, “Regular”, “Malo” y “Muy malo” corresponden a la condición socioeconómica del encuestado percibida por el encuestador.

¹¹. Se verifica la dependencia entre las variables mediante el test chi-cuadrado con un nivel de confianza del 99%, tanto para el caso de las mujeres como de los hombres.

Gráfico 7

Apoyo a la integración regional, según suficiencia del ingreso y sexo.

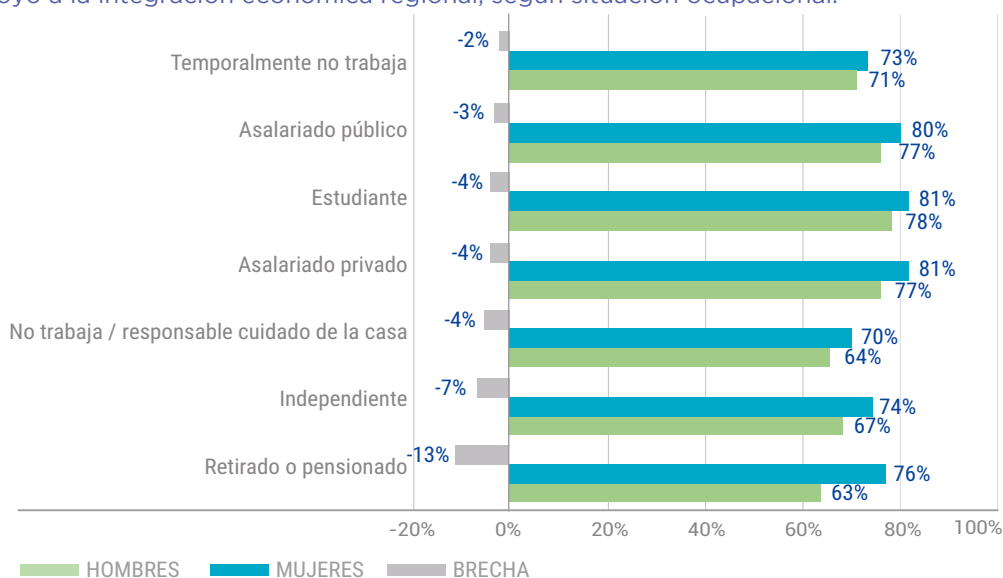


Fuente: Elaboración propia en base a datos de Latinobarómetro 2018

Matizada por la condición ocupacional. Las personas que estudian y que trabajan en relación de dependencia (asalariados) son quienes más apoyan la integración económica regional, mientras que las personas que no trabajan o se ocupan del cuidado del hogar son el segmento que menos apoya estas ideas (Ver Gráfico 8). Sin embargo, la brecha de género alcanza un máximo de 13 pp. entre las personas retiradas o pensionadas (63% de apoyo entre las mujeres y 76% de apoyo entre los hombres) y un piso de 2 pp. entre las personas que temporalmente no trabajan (71% de apoyo entre las mujeres y 73% entre los hombres) ¹².

Gráfico 8

Apoyo a la integración económica regional, según situación ocupacional.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Latinobarómetro 2018

¹². Se verifica la dependencia entre las variables, mediante el test chi-cuadrado con un nivel de confianza del 99%, tanto para el caso de las mujeres como de los hombres.

Preparando la estrategia:

¿Qué hay detrás de esta brecha? A partir de la caracterización de la brecha de género en América Latina, se observan algunas particularidades que merecen atención a la hora de analizar las diferencias de opinión entre hombres y mujeres. Por ejemplo, en condiciones materiales de abundancia, las opiniones de mujeres y hombres tienden a distanciarse y, en la pobreza, la brecha de género es menor. Además, existe una amplia diferencia de opinión entre hombres y mujeres retirados y pensionados. Otra observación es que, acorde aumenta la educación, la brecha se reduce. Dichas observaciones integran las hipótesis que serán testeadas bajo los distintos modelos en la siguiente sección.

Al poner el foco en la situación socioeconómica estructural de las mujeres es notable la mayor vulnerabilidad en la que se encuentran respecto a los hombres. En primer lugar, existe una gran disparidad entre los salarios obtenidos por unos y otros. Según OIT (2019), la brecha en América Latina y el Caribe ronda el 20% y, según OCDE (2016) se mantiene incluso en el caso de mujeres con alto nivel educativo. **En segundo lugar, las mujeres cuentan con menores niveles de participación laboral que los hombres.** En 2018, esta tasa alcanzaba el 52%, con una diferencia de 26 pp. con respecto a su contraparte masculina (OIT & CEPAL, 2019). Entre las principales causales se encuentran la carga desproporcionada de trabajo doméstico no remunerado, la segregación laboral y la discriminación y estereotipos de género presentes en el mercado laboral (Barafani y Barral Verna, 2020). **Los datos de Latinobarómetro 2018 también muestran una mayor desigualdad femenina:** al 48% de las latinoamericanas el ingreso no les alcanza para satisfacer sus necesidades (vs 43% entre los hombres) ¹³, el 29% no han tenido suficiente comida para alimentarse (vs 24% entre los hombres) ¹⁴, y el 38% enfrentan dificultades para pagar la electricidad (vs 36% entre los hombres) ¹⁵.

En este marco, cabe preguntarse si es la mayor vulnerabilidad socioeconómica de las mujeres la condicionante de su menor apoyo a la integración económica, o si por el contrario dichas diferencias de opinión radican en otros factores observados en la encuesta. En las subsiguientes secciones se explorarán diferentes hipótesis, como el apego al status quo, cuestiones ideológicas de diferente índole, el rechazo a lo desconocido, las percepciones sobre la situación económica, la aversión a las pérdidas y posibles consecuencias de la integración.

Resultados de estrategias previas

A nivel global, existen algunos estudios que logran identificar variables con significatividad estadística para explicar los sesgos de género en las preferencias sobre cuestiones relacionadas la integración regional, aunque muy pocos llegan a resultados concluyentes. Pese a que la mayor parte del trabajo académico sobre la brecha de género se ha centrado en los países desarrollados, las hipótesis que estos estudios formulan y sus hallazgos representan otro interesante punto de partida para revisar si los resultados obtenidos en Latinoamérica se condicen con los hallazgos de otras partes del mundo.

¹³. Corresponde a la pregunta: El salario o sueldo que Ud. percibe y el total del ingreso familiar, ¿Le permite cubrir satisfactoriamente sus necesidades? ¿En cuál de estas situaciones se encuentra Ud.?

¹⁴. Corresponde a la pregunta: En los últimos doce meses, ¿Cuán seguido Ud. o su familia no han tenido suficiente comida para alimentarse?

¹⁵. Corresponde a la pregunta: ¿Alguna vez ha tenido dificultades para pagar la cuenta de la luz o electricidad de su hogar? ¿Cuál de las siguientes situaciones representa mejor su experiencia con el pago de la cuenta de la luz de su hogar?

Burgoon y Hiscox (2004), utilizando una encuesta sobre 1.400 adultos estadounidenses en 2003, observan que la diferencia de género en el apoyo al comercio exterior en Estados Unidos se amplía notablemente entre las personas de edad avanzada y casadas. **Para explicarlo, plantean la hipótesis de que la dinámica del mercado laboral asociada con la maternidad puede estar desempeñando un papel importante en la formación de opiniones.** Por ejemplo, que las mujeres con responsabilidades familiares consideran más costoso o difícil cambiar de trabajo y, por lo tanto, son más sensibles a los riesgos de dislocación económica asociados con la apertura comercial. Sin embargo, no encuentran evidencia directa que respalde esta hipótesis. **Además, analizan la hipótesis de que las mujeres, sobre todo las de mayor edad, suelen presentar diferencias ideológicas con los hombres, tendiendo a apoyar ideas más intervencionistas en la economía, visiones religiosas y conservadoras más arraigadas y una mayor voluntad de renunciar a sus propios beneficios materiales personales con tal de mitigar las pérdidas del resto de la sociedad.** Sin embargo, tampoco logran encontrar en estas variables una explicación para la brecha de género, dejando la pregunta abierta a futuras investigaciones.



Burgoon y Hiscox (2008) continúan con esta línea de investigación y encuentran que la exposición a ideas e información económica logran explicar la brecha de género en el apoyo a la apertura comercial. Utilizando datos de una encuesta realizada en Estados Unidos para 1.610 adultos, exploran la relación entre la brecha de género y el riesgo de ingresos asociado a la maternidad, los valores políticos o las preferencias de consumo (importado/nacional), pero no encuentran evidencia de que estos factores expliquen esta diferencia. **Sin embargo, según los autores, las personas que han tenido formación económica suelen conocer los beneficios que conlleva el comercio, resultando más favorables a este. Remarcan que existe evidencia de que las mujeres tienen menores probabilidades de haber estado expuestas a estas ideas porque son menos proclives a estudiar carreras económicas. Comprueban que dicha variable cumple en explicar las diferencias de opinión entre hombres y mujeres.** Como explicación alternativa, proponen que las personas expuestas a esos ámbitos de formación podrían ser receptoras de conceptos y nociones basadas en una ideología pro-mercado que promueve la liberalización del comercio. Es decir, la conexión entre la exposición a la economía y el apoyo al comercio puede tener menos que ver con la información que con la inculcación de ciertos valores de libre mercado. Sin embargo, no encuentran sustento econométrico en relación a esta última explicación en los resultados de la regresión propuesta.

Beaulieu y Napier (2008), utilizando datos del International Social Survey Programme's National Identity para los años 1995 (24 países de distintas regiones) y 2003 (35 países de distintas regiones), **concluyen que la brecha de género en el apoyo al libre comercio no se explica por características observables.** Los autores cuantifican la contribución de las diferencias grupales en las características medibles, como la educación, la participación en el mercado laboral y el sector de ocupación, y encuentran que una muy baja proporción de la brecha de género se explica por estas características. **A su vez, se preguntan si la brecha podría explicarse por las características específicas de la economía de cada país. Encuentran que la brecha existe en la mayoría de los países ricos, pero es menos probable en los países de bajos ingresos.**

Mansfield, Mutz, y Silver (2015), basados sobre una encuesta nacional representativa de trabajadores de Estados Unidos, **demuestran que ni el conocimiento sobre economía ni los intereses materiales de las mujeres explican la brecha de género en las actitudes y el apoyo al libre mercado en ese país.** Identifican entre las mujeres actitudes menos favorables hacia la competencia (menos predispuestas que los hombres a competir), una menor predisposición a relocalizarse por trabajo, y actitudes más aislacionistas en materia de política exterior (menos interesadas que los hombres en que el país se involucre activamente en asuntos internacionales). **Concluyen que, si bien el comportamiento económico y preferencias de las mujeres ponen en duda muchos de los supuestos del libre mercado (como competencia y relocalización geográfica), no encuentran evidencia suficiente para argumentar que la negativa a involucrarse en asuntos internacionales pueda explicar la brecha de género en el apoyo al comercio.**

Drope y Chowdhury (2014), utilizando tres encuestas de opinión pública para Estados Unidos, seis países de Latinoamérica y cinco países de Asia y África, encuentran evidencia para afirmar que, **cuando las mujeres se perciben más seguras económicamente y/o observan mejores perspectivas macroeconómicas, tienden a mostrar una visión más favorable al comercio internacional. Al contrario, las que se perciben más vulnerables económicamente tienden a mostrarse más escépticas. Además, afirman** que no necesariamente existe un mecanismo automático entre los mayores niveles de educación y el apoyo a la liberalización económica.

Desde la teoría clásica y neoclásica, se sostiene que los agentes económicos (*homo economicus*) motivados por su interés personal, toman decisiones óptimas que maximizan su bienestar. Sin embargo, la economía del comportamiento (behavioral economics) ha demostrado que los individuos comúnmente incurren en decisiones subóptimas por varias razones. En principio, porque no se cumplen los supuestos clásicos de información perfecta y porque la capacidad de las personas para procesar e interpretar la información es limitada. Además, identifica sesgos cognitivos como el apego a lo conocido, la sobrevaloración del presente, la aversión a la pérdida, o sesgo de la disponibilidad, el efecto ancla de las primeras informaciones y el optimismo desmedido, que permiten predecir “comportamientos irracionales” en las personas, distintos a los esperados del *homo economicus* clásico.

Un reciente experimento de economía del comportamiento publicado en la Revista de Integración y Comercio del INTAL-BID analiza si la exposición a la información (proveniente de medios de comunicación, redes sociales, debates políticos, etc.) genera sesgos cognitivos que pudieran alterar las opiniones y el nivel de apoyo de los latinoamericanos con respecto al comercio internacional. **El estudio demuestra una mayor sensibilidad entre las mujeres a los diferentes marcos ¹⁶: la información negativa llevó a un apoyo al comercio menor para las mujeres en 3,8 pp. con respecto a los hombres, la información positiva a un aumento del apoyo al comercio de 1,7 pp., y el marco mixto a una caída de 2,8 puntos.** Utilizando datos de la encuesta Latinobarómetro 2018, trata de explicar cuán sensibles son las personas a información positiva y negativa sobre el comercio, y analiza la posibilidad de contrarrestar el efecto de un tipo de información con información del tipo opuesto ¹⁷.

¹⁶. El *framing effect* “es un sesgo cognitivo por el cual la gente reacciona de un modo diferente frente a una decisión, dependiendo de la manera en la cual ésta es presentada”. (p. 39) (Rodríguez Chatruc et al., 2019).

¹⁷. Las personas encuestadas -en los 18 países- fueron divididas aleatoriamente en cuatro grupos y cada grupo fue asignado a diferentes marcos (positivos, negativos y mixtos) de la pregunta sobre su apoyo al comercio internacional:

- Grupo de control (C): ¿Está a favor o en contra de que (su país) aumente el comercio con otros países?
- Marco positivo (M1): ¿Está a favor o en contra de que (su país) aumente el comercio con otros países de manera que disminuyan los precios y aumente la variedad de productos que usted puede comprar?
- Marco negativo (M2): ¿Está a favor o en contra de que (su país) aumente el comercio con otros países, aunque se pierdan empleos en algunos sectores importadores?
- Marco mixto (M3): ¿Está a favor o en contra de que (su país) aumente el comercio con otros países de manera que disminuyan los precios y aumente la variedad de productos que usted puede comprar, aunque se pierdan empleos en algunos sectores importadores?

El experimento muestra que la exposición a información puramente positiva, como la disminución de precios y mayor variedad de productos, no consigue aumentar el nivel promedio de apoyo (se mantiene en 73%). Asimismo, confirma que, en 17 de 18 países de la región las personas son sensibles a la información negativa, como la pérdida de empleo en sectores importadores, generando una caída del apoyo al comercio internacional de 26 puntos (de 73% a 47% para el promedio regional). Sin embargo, cuando la información negativa es proporcionada junto con información positiva (marco mixto), el apoyo sube 9 puntos (de 47% a 55%) ¹⁸ (Rodríguez Chartruc et al., 2019).

La estrategia propia: Modelo y Metodología

Con el propósito de entender los factores determinantes de la brecha de género en el apoyo a la integración regional, en esta sección se realizan una serie de modelos econométricos de tipo lineal ¹⁹, que reflejan la probabilidad de que las variables incluidas influyan sobre las percepciones sobre la integración económica. Se considera como variable dependiente las respuestas de los latinoamericanos a la pregunta “¿Está Ud. a favor o en contra de la integración de su país con los otros países de la región?”. Primero, se presenta un modelo base en el que se controla por variables tradicionalmente reconocidas por la literatura por su efecto en las opiniones de las personas sobre el libre comercio. Luego, con el objetivo de verificar la validez en la región de las hipótesis exploradas por distintas investigaciones, se formulan otros seis modelos alternativos, donde se incorporan y testean variables que reflejan estas últimas hipótesis. ²⁰

Modelo base

El modelo básico está controlado por las siguientes variables: “género femenino”, “nivel educativo” (años de educación), “edad” y “país”. En la Tabla 1, se ofrecen los resultados de la regresión lineal para cada una de las variables de control.

Tabla 1
Modelo Base. Resultados de la regresión lineal.

VARIABLES	MODELO BASE
Genero (Fem.)	-0.0442*** (0.00593)
Nivel Educativo	0.0139*** (0.000786)
Edad	0.0001 (0.000195)
Constante	0.634*** (0.0177)

Nota: Errores estándar entre paréntesis. Los símbolos de uno, dos y tres asteriscos (*, ** y ***) denotan que el efecto es significativo a un nivel de confianza del 90, 95 y 99 por ciento, respectivamente. Incluye dummies por país. Cantidad de observaciones: 18.069. R2 Ajustado: 0.0435. F(20, 18048)= 42,04 - Prob > F = 0.000

18. Si bien los marcos no hacían mención a los salarios, quienes recibieron el marco anti-comercio (M2) aumentaron su percepción con respecto al grupo de control de que el comercio internacional puede afectar negativamente el empleo y los salarios. El marco mixto logra contrarrestar el efecto del marco negativo sólo cuando se hace mención a mayor variedad de productos y menor precio, pero no cuando se hace mención de la posibilidad de pérdida de empleo.

19. Los coeficientes y significatividad de los modelos no lineales, tipo logit y probit, no presentados en este documento, han sido testeados y resultaron similares a los del modelo lineal.

20. Las especificaciones sobre la base de datos, la construcción de todas las variables y modelos utilizados se encuentran en el Anexo Metodológico.

En este primer modelo, la variable “Género (fem)” resultó significativa y negativa. Es decir, **el hecho de ser mujer reduce la probabilidad de estar a favor de integración económica regional en 4,4 pp.** En sintonía con De Azevedo y Harracá (2019) ²¹, el modelo econométrico confirma la existencia de una brecha de género en el apoyo a la integración económica en la región. La variable de nivel educativo demostró significatividad estadística y signo positivo. Es decir, **independientemente del género, las personas que han alcanzado un mayor nivel educativo tienen, por cada año adicional de educación, 1,4 pp. más de probabilidad de apoyar la integración regional** ²². Sin embargo, en el presente modelo la edad no parece tener incidencia en las opiniones respecto a la integración económica regional (variable no significativa).

Cabe aclarar que se incorporó una variable adicional tipo dummy por país, que busca neutralizar el efecto relacionado a la pertenencia del encuestado a un determinado país sobre las percepciones. Son numerosos los estudios que encuentran que las preferencias individuales de política comercial se modifican por las características de los países. Por ejemplo, O’Rourke y Sinnott (2002) muestran que los países ricos experimentan más apoyo comercial de personas más capacitadas que los países pobres. Baker (2005), al examinar si las diferencias en los ingresos de los países determinan el apoyo al libre comercio utilizando la Encuesta Mundial de Valores (WVS), encuentra que las personas pobres tienen menos probabilidades de apoyar la liberalización del comercio que las personas ricas, en países moderadamente ricos y ricos. En cambio, en los países donde los consumidores enfrentan precios muy altos, se percibe al comercio como una solución ya que la importación disminuiría los precios internos.



Modelo 1.

Valores morales, conservadurismo y sesgo del status quo

Para la economía del comportamiento, las personas muestran una marcada tendencia a preferir la opción por defecto, es decir, a preferir que las cosas sigan tal cual como están (inercia) en vez de optar por el cambio en primera instancia (sesgo del “status quo”). Como se cita en Mansfield, Mutz y Silver (2015), algunos estudios muestran que los ingresos de las mujeres casadas generalmente disminuyen después de la movilidad geográfica por razones laborales, mientras que los ingresos de los hombres casados aumentan, incluso cuando la mujer tiene un mayor potencial de ingresos. Otros, afirman que mujeres tienden a experimentar un mayor estrés psicológico como resultado de la relocalización geográfica ²³, que podría deberse a una mayor preocupación por reubicar a sus hijos o porque soportan desproporcionadamente la carga de cuidar a los familiares de mayor edad. En consecuencia, dado que la integración regional se asocia a un aumento de movilidad de factores, entre ellos de relocalización de trabajadores, la primera

²¹. Estos autores, utilizan los datos de Latinobarómetro 2018 para replicar el modelo Mayda y Rodrik (2001), que realizó un gran aporte a la literatura al identificar factores por los cuales las personas y los países mantienen posturas más proteccionistas que otros. Mayda y Rodrik pusieron a prueba una serie de hipótesis en un conjunto heterogéneo de veintitrés países, principalmente de Europa, América del Norte y Asia-Pacífico. Demostraron que las actitudes expresadas hacia el comercio están relacionadas con las políticas comerciales reales; el apoyo promedio para la apertura comercial en diferentes países se correlaciona negativamente con los niveles arancelarios promedio.

²². El valor del coeficiente de género (fem) no se ha modificado con la inclusión de la variable de educación, por lo que se concluye que no es un factor que incida en la opinión de las mujeres respecto a la integración.

²³. La relocalización geográfica refiere a la migración por cuestiones laborales que una mayor integración puede traer aparejada.

hipótesis a explorar afirma que las mujeres con responsabilidades familiares encuentran más costoso (o difícil) cambiar de trabajo porque son más sensibles a los riesgos económicos de la relocalización geográfica asociados con la apertura comercial ²⁴ (Burgoon y Hiscox, 2004). El modelo propuesto se aproxima a esta noción mediante la idea de que las mujeres casadas podrían mostrar una actitud adversa a los riesgos y, por lo tanto, brindar un menor apoyo a este tipo de iniciativas ²⁵.

Por otro lado, Burgoon y Hiscox (2004) exploran la idea de que las mujeres de edad avanzada mantienen diferencias ideológicas significativas con respecto a su contraparte masculina. Por ejemplo, suelen apoyar menos las medidas de mercado y más las intervenciones gubernamentales. En base a esta hipótesis, encuentran que las diferencias más amplias entre hombres y mujeres en las actitudes con respecto al comercio emergen en las cohortes de mayor edad. **Por otro lado, testean el efecto de la religión sobre las actitudes frente al comercio, bajo el supuesto de que los valores contrarios al materialismo podrían limitar la respuesta de los individuos a incentivos materiales. Sugieren, además, que existe un sesgo de género en cuanto a la religión, siendo las mujeres más apegadas a este tipo de creencias.** Sin embargo, no encuentran evidencia de que esto último juegue un rol significativo en el apoyo al comercio.

Por lo tanto, siguiendo la línea de los autores citados anteriormente, la hipótesis detrás del presente modelo es que las latinoamericanas podrían brindar un menor apoyo a la integración económica por la vigencia de valores morales conservadores, por apego a la tradición y por los mayores costos de relocalización, razones que las llevan a preferir el *status quo*. Para una aproximación a estas nociones y su análisis en la población latinoamericana, se incorporaron y testearon variables que reflejan el estado civil (personas casadas), las creencias religiosas, la pertenencia a un segmento social de edad avanzada retirado del mercado laboral (personas jubiladas o pensionadas) y si consideran la posibilidad de relocalización (o la rechazan completamente como una opción) ²⁶. En la Tabla 2 se ofrecen los resultados de la regresión lineal.

Tabla 2
Modelo “valores morales y conservadurismo”. Resultados de la regresión lineal.

VARIABLES	MODELO 1
Genero (Fem.)	-0.0440*** (0.00596)
Nivel Educativo	0.0137*** (0.000791)
Edad	-0.0001 (0.000222)
Religión	0.00517 (0.00628)
Estado Civil (Casado)	0.00556 (0.00611)
Retirado (Jub/pens)	0.0201 (0.0141)
Relocalización	-0.0125* (0.00684)
Constante	0.644*** (0.0189)

Nota: Errores estándar entre paréntesis. Los símbolos de uno, dos y tres asteriscos (*, ** y ***) denotan que el efecto es significativo a un nivel de confianza del 90, 95 y 99 por ciento, respectivamente. Incluye dummies por país. Cantidad de observaciones: 18.069. R2 Ajustado: 0,0436. F(24, 18044) = 35,31 - Prob > F= 0.0000

24. Es decir, que una mayor apertura al comercio suele generar mayores oportunidades laborales en lugares geográficos distintos.
25. En la encuesta no se incluye ninguna variable que capte la carga de trabajo doméstico no remunerado, por lo que se aproxima esta noción mediante el estado civil de las mujeres.
26. Para aclaraciones sobre la definición de las variables Ver Anexo Metodológico.

De las cuatro variables testeadas, sólo la variable “relocalización” resultó significativa; **las personas que no consideran la posibilidad de vivir en otro país tienen 1,3 pp. menos de probabilidad de estar a favor de la integración. En cambio, ni el estado civil, ni la religión, ni el retiro del mercado laboral por edad avanzada muestran incidencia sobre el apoyo que dan las personas a la integración económica regional en América Latina.** Sin embargo, la variable de género -que no sufrió grandes modificaciones en magnitud ni significatividad-, se mantuvo en un valor cercano al del modelo base (-4,4 pp). Por lo tanto, **los resultados sugieren que la brecha de género no se explicaría por la predominancia de valores religiosos, estado civil, situación de retiro, ni tampoco por la negativa a la relocalización, si bien esta última se muestra influyente en la opinión de la totalidad de los individuos.**



Modelo 2. Vulnerabilidad socioeconómica

Un estudio realizado por Ajzenman y López Bóo (2019), basado en conceptos de la economía del comportamiento, argumenta que la falta de recursos genera que los individuos se enfoquen aún más en lo urgente intensificando su sesgo por el presente. Prestar atención, mantener rutinas y tomar decisiones importantes es siempre más difícil cuando la mente está ocupada en la supervivencia.

Como fue mencionado en secciones previas del documento, tanto en América Latina como a nivel mundial, las mujeres suelen verse afectadas por una mayor vulnerabilidad económica en relación a los hombres en términos de ingresos y en el acceso al alimento. **Por lo tanto, la hipótesis que explora el modelo propuesto radica en que las mujeres apoyan menos la integración porque integran el segmento más vulnerable de la sociedad y, por lo tanto, se benefician menos que los hombres de la liberalización del comercio, lo que las lleva a estar más en contra de estas medidas** (Korinek, 2005).

Sobre el modelo base se incorporaron y testearon variables para reflejar la precariedad social como la presencia de necesidades básicas insatisfechas (personas con dificultades para acceder regularmente al alimento), la insuficiencia del ingreso para satisfacer necesidades y la condición socioeconómica del encuestado ²⁷. Los resultados del modelo se muestran en la Tabla 3.

Según los resultados de la regresión, **la insuficiencia de ingresos emerge como una variable significativa y negativa**, es decir, que a medida que los individuos tienen más dificultades para cubrir sus necesidades básicas, presentan 2,6 pp. menos de probabilidad de brindar apoyo a la integración regional. La condición socioeconómica también es significativa y positiva, por lo que la probabilidad de apoyar la integración económica aumenta 1,5 pp. acorde aumenta su condición. Asimismo, las personas con dificultades para acceder al alimento regularmente tienen una menor probabilidad (-1,7 pp.) de brindar apoyo a la integración económica regional.

²⁷. Para aclaraciones sobre la definición de las variables ver Anexo Metodológico.

Tabla 3

Modelo de vulnerabilidad social. Resultados de la regresión lineal.

VARIABLES	MODELO 2
Genero (Fem.)	-0.0400*** (0.00593)
Nivel Educativo	0.0115*** (0.000831)
Edad	0.00011 (0.000196)
Ingreso Insuficiente	-0.0263*** (0.00385)
Nivel Socioeconómico	0.0147*** (0.00389)
Dificultades acceso al alimento	-0.0172** (0.00738)
Constante	0.666*** (0.0243)

Nota: Errores estándar entre paréntesis. Los símbolos de uno, dos y tres asteriscos (*, ** y ***) denotan que el efecto es significativo a un nivel de confianza del 90, 95 y 99 por ciento, respectivamente. Incluye dummies por país. Cantidad de observaciones: 18.069. R2 Ajustado: 0,0486. F (23, 18045) = 41.13 - Prob > F = 0.000

El modelo de vulnerabilidad permite evidenciar el menor apoyo a la integración económica regional en los sectores más desfavorecidos. Controlando el efecto de ingresos, condición socioeconómica y dificultades para acceder al alimento se observa una reducción de la magnitud de la variable de género en 0,4 pp. con respecto al modelo base (la variable “género femenino” pasa de 4,4 pp. a 4,0 pp., pero se mantiene significativa). **Por lo tanto, el modelo de vulnerabilidad socioeconómica podría estar explicando parcialmente la brecha de género, pero no de forma concluyente.**

Modelo 3.

Visualización de las pérdidas

Algunos estudios demuestran que la opinión pública de las personas está determinada también por la solidaridad o empatía que sienten respecto a los beneficiados o perjudicados por una determinada medida (Sniderman, Brody y Tetlock, 1993; Nelson y Kinder, 1996). En particular, **experimentos conductuales realizados en universidades de Estados Unidos evidencian que, frente a ciertos estímulos, las mujeres suelen reaccionar más que los hombres con conductas altruistas y aversión a la desigualdad** (Bolton y Ockenfels, 2000; Fehr y Schmidt, 1999). **Burgoon y Hiscox (2004) afirman que las mujeres suelen demostrar una mayor voluntad de renunciar a sus beneficios materiales individuales con tal de mitigar las pérdidas del resto de la sociedad.**

En línea con la literatura, la principal hipótesis de este modelo es que las mujeres brindan menor apoyo a la integración económica regional porque perciben con más intensidad que los hombres algunos efectos indeseados de esta política sobre ellas mismas y sobre otras personas, por ejemplo, la pérdida del empleo en algunos sectores que compiten con la importación. Para una aproximación a esta noción, se tomaron las respuestas sobre la percepción de “injusticia” en la distribución del ingreso en cada uno de los países y la visión de las personas sobre la situación económica del país ²⁸. Los resultados del modelo se muestran en la Tabla 4.

²⁸. Para aclaraciones sobre la definición de las variables Ver Anexo Metodológico.

Tabla 4
Modelo de visualización de pérdidas. Resultados de la regresión lineal.

VARIABLES	MODELO 3
Genero (Fem.)	-0.0428*** (0.00590)
Nivel Educativo	0.0139*** (0.000784)
Edad	0.0002 (0.000195)
Distribución Injusta Ingreso	-0.0591*** (0.00780)
Perspectivas Económicas Desfavorables	-0.0626*** (0.00678)
Constante	0.693*** (0.0185)

Nota: Errores estándar entre paréntesis. Los símbolos de uno, dos y tres asteriscos (*, ** y ***) denotan que el efecto es significativo a un nivel de confianza del 90, 95 y 99 por ciento, respectivamente. Incluye dummies por país. Cantidad de observaciones: 18.069. R2 Ajustado: 0,0521. F(22, 18046) = 46.16 - Prob > F = 0.000

Este modelo permite comprender que las personas que más visualizan la injusticia en la distribución del ingreso tienen una probabilidad 5,9 pp. menor de apoyar la integración económica regional. Al mismo tiempo, entre quienes consideran que la situación económica de su país empeorará en el corto plazo, la probabilidad se reduce en 6,3 pp. Controlando el modelo por estas variables, la variable de género disminuye en sólo en 0,1 pp. con respecto al modelo base, pero permanece significativa (se traslada de -4,4 pp a -4,3 pp).

Se concluye que el modelo de visualización de las pérdidas logra explicar parte de la diferencia entre hombres y mujeres, pero es insuficiente para explicar de forma concluyente sus bases dado que se mantiene la significatividad de la variable género.

Modelo 4. Sesgos ideológicos

Según Burgoon y Hiscox (2004), las mujeres suelen presentar diferencias ideológicas con los hombres, tendiendo a apoyar ideas más intervencionistas en la economía. En este modelo, se busca explorar la incidencia de los sesgos ideológicos en el nivel de apoyo a la integración económica regional. Para ello, se consideraron las respuestas de quienes se mostraron nacionalistas -en lo económico-, se autorreconocieron en los extremos ideológicos de derecha o de izquierda y quienes consideraron que la economía de mercado es la única política posible para el desarrollo de sus respectivos países ²⁹. En la tabla se muestran los resultados de la regresión lineal.

²⁹. Para aclaraciones sobre la definición de las variables Ver Anexo Metodológico.

Tabla 5
Modelo Sesgos Ideológicos. Resultados de la regresión lineal

VARIABLES	MODELO 4
Genero (Fem.)	-0.0411*** (0.00589)
Nivel Educativo	0.0133*** (0.000783)
Edad	0.0002 (0.000195)
Nacionalismo económico	-0.0423*** (0.00609)
Ideología de izquierda	-0.0550*** (0.00822)
Ideología de derecha	-0.0192** (0.00801)
Apoyo a la economía de mercado	0.0816*** (0.00620)
Constante	0.615*** (0.0184)

Nota: Errores estándar entre paréntesis. Los símbolos de uno, dos y tres asteriscos (*, ** y ***) denotan que el efecto es significativo a un nivel de confianza del 90, 95 y 99 por ciento, respectivamente. Incluye dummies por país. Cantidad de observaciones: 18.069. R2 Ajustado: 0,0576. F(24, 18044) = 47.03 - Prob > F = 0.000

En base a los resultados de la regresión, se puede afirmar que **existe evidencia considerable para indicar que las personas con fuertes sentimientos nacionalistas tienen menos probabilidad (-4,2 pp.) de apoyar la integración económica regional**. Por su parte, las personas que se autorreconocen dentro del campo ideológico de extrema izquierda tienen 5,5 pp. menos de probabilidad de apoyar este proceso (variable significativa y negativa) y que la pertenencia a corrientes ideológicas de extrema derecha también reduce la probabilidad de apoyar la integración económica (-1,9 pp.). Además, las personas que consideran que la economía de mercado es la única política posible para conseguir el desarrollo de su país, tienen una probabilidad 8,2 pp. mayor de dar a apoyo a la integración. Al controlar el modelo por las variables “nacionalismo”, “ideología de izquierda”, “ideología de derecha” y “apoyo a la economía de mercado”, la variable que recoge el efecto del género se reduce de -4,4 pp. a -4,1 pp. con respecto al modelo base, pero permanece significativa. **Por lo tanto, el modelo de sesgo ideológico logra reducir la variable género en el apoyo a la integración económica regional en América Latina, pero es también es insuficiente para explicar sus bases de forma concluyente.**

Modelo 5.

Aversión a la pérdida y seguridad económica

Un estudio realizado por Drope y Chowdhury (2014) evidencia que, en Estados Unidos, las mujeres más calificadas se muestran más favorables a apoyar la liberación comercial, pero advierte que esto no ocurre en países en desarrollo, donde las mujeres educadas son “relativamente nuevas” en trabajos calificados. Indica que estas últimas obtienen menores salarios y enfrentan un mayor desempleo en relación a los hombres educados en dichos países. **Dado que las políticas de libre comercio pueden generar cambios económicos significativos tanto positivos como negativos sobre el mercado laboral femenino, las mujeres (incluso las más educadas en países en desarrollo) podrían sentirse vulnerables frente a la posible pérdida del empleo y generar una visión más escéptica o negativa con respecto a este tipo de políticas.**

La hipótesis de este modelo es que las mujeres pueden ser más sensibles a los riesgos de pérdida de empleo asociados con la apertura comercial. En economías desarrolladas, varios estudios muestran que el temor de las mujeres a perder el empleo se manifiesta también como un mayor rechazo a la inmigración que el observado entre los hombres (Hainmueller y Hiscox, 2007), factor que puede representar una consecuencia directa de una mayor integración regional. Para una aproximación a estas ideas, se corrió el modelo base incorporando la variable “preocupación por perder el empleo” y la variable “inmigración como amenaza” ³⁰. Los resultados de la regresión se muestran en la Tabla 6.

Tabla 6
Modelo Aversión a la pérdida del empleo. Resultados de la regresión lineal

VARIABLES	MODELO 5
Genero (Fem.)	-0.0444*** (0.00593)
Nivel Educativo	0.0136*** (0.000785)
Edad	0.00001 (0.000195)
Preocupación por pérdida de empleo	-0.0128** (0.00619)
Inmigración como amenaza	-0.0626*** (0.00648)
Constante	0.681*** (0.0184)

Nota: Errores estándar entre paréntesis. Los símbolos de uno, dos y tres asteriscos (*, ** y ***) denotan que el efecto es significativo a un nivel de confianza del 90, 95 y 99 por ciento, respectivamente. Incluye dummies por país. Cantidad de observaciones: 18.069. R2 Ajustado: 0,0486. F(22, 18046) = 42.96 - Prob > F = 0.000

Los resultados del modelo sugieren que en América Latina **las personas más preocupadas por la posible pérdida del empleo en el corto plazo tienen una probabilidad menor de mantener una opinión favorable (-1,3 pp.) respecto a la integración económica regional**. Además, quienes perciben que la llegada de inmigrantes a su país los perjudica, tienen una probabilidad 6,3 pp. menor de apoyar la integración. Sin embargo, **al controlar el modelo por estas dos variables, la variable de género se mantiene constante y significativa en 4,4 pp. Por lo tanto, aunque la preocupación por la pérdida del empleo y el rechazo a la inmigración juegan un rol importante en la formación de opiniones, no logran explicar la brecha de género en el apoyo a la integración económica regional en América Latina**.

³⁰. Para aclaraciones sobre la definición de las variables ver Anexo Metodológico.

Modelo 6.

Aceptación de lo conocido

La literatura global ha investigado el nexo entre el apoyo a las políticas de apertura comercial y la exposición a ideas económicas. Existen dos visiones alternativas respecto a este tema. **Uno de los supuestos subyacentes es que la gran mayoría de los cursos de economía -o relacionados- imparten o refuerzan una ideología pro-mercado. Es decir, la conexión entre la exposición a la economía y el apoyo al comercio puede tener menos que ver con la provisión de información que con la inculcación de ciertos valores. Otra visión alternativa indica que el hecho de que las mujeres enfrenten menores probabilidades de recibir educación económica durante sus años escolares y de seguir carreras relacionadas a estas temáticas, ya sea por estereotipos de género u otros factores, podría implicar un mayor desconocimiento en relación a los beneficios del comercio y, por ende, un menor apoyo a este tipo de políticas** (Burgoon y Hiscox, 2008). Existe evidencia de que las mujeres tienden a tomar menos cursos económicos en sus carreras universitarias, dado que suelen encontrarlos poco atractivos (Ferber (1995) en Burgoon y Hiscox, 2008), que los docentes de economía suelen adoptar pedagogías que favorecen a alumnos hombres (Jensen and Owen (2000) en Burgoon y Hiscox, 2008), y que suelen percibir las clases de economía poco amigables para mujeres (Hall and Sandler (1982) y Becker (2000) en Burgoon y Hiscox (2008)).

Sobre esta base, se analiza la posibilidad de que la exposición a ideas económicas pueda incidir en el apoyo a la integración económica regional en América Latina pero no necesariamente por una comunión ideológica con esos principios, sino más bien, por la familiaridad que esas ideas representan. La hipótesis que se plantea en este modelo es que lo conocido se acepta y lo desconocido tiende a ser rechazado. Para una aproximación a esta noción, se incorporan variables que reflejan si las personas tuvieron oportunidad de conocer otros países (si viajaron al exterior) y si están familiarizadas con la existencia y el accionar de otros países y bloques y tienen una “visión global” positiva (variable que refleja la opinión del individuo acerca de determinados países o bloques económicos) ³¹. Asimismo, la variable “exposición a ideas económicas”, que en la bibliografía global suele referirse al nivel de conocimiento en el área de la economía, en este modelo fue aproximada con una metodología similar a la utilizada por Burgoon y Hiscox (2008), mediante el nivel de reconocimiento que las personas mostraron sobre organismos/instituciones financieras internacionales ³². Dado que no es únicamente en los ámbitos de educación formal donde las personas adquieren conocimientos de esta índole, se testó también la variable “Medios”, que recoge la cantidad de medios de comunicación que cada individuo utiliza para informarse. Los resultados de la regresión se muestran en la Tabla 7.

³¹. Para aclaraciones sobre la definición de las variables Ver ANEXO.

³². Dada la limitación de preguntas de la encuesta, se decidió seguir con la lógica tomada por los autores Burgoon y Hiscox (2008), quienes utilizan como aproximación a la exposición a ideas económicas una pregunta sobre el conocimiento de los países que integran el NAFTA. En el presente trabajo, se utiliza la pregunta P44STA, que consulta sobre el conocimiento de determinados organismos financieros internacionales como aproximación a dicha noción (ver Anexo para mayor detalle). El supuesto detrás se basa en que el hecho de que las personas conozcan gran parte de organismos financieros internacionales se debe a su mayor exposición a ideas económicas o conocimientos sobre economía internacional. Esto último engloba tanto la educación formal recibida como la informal, tanto en ámbitos laborales, sociales como en medios de comunicación. Quedaría abierto a investigación la incidencia en el modelo de la cantidad de mujeres que estudian carreras económicas o toman cursos relacionados, al no contar con dichos datos en la encuesta de Latinobarómetro.

Tabla 7
Modelo de Aceptación a lo conocido. Resultados de la regresión lineal

VARIABLES	MODELO 6
Genero (Fem.)	-0.0343*** (0.00597)
Nivel Educativo	0.00980*** (0.000839)
Edad	-0.000145 (0.000198)
Viajó al exterior	0.0220*** (0.00705)
Visión global positiva	0.109*** (0.0375)
Exposición a ideas económicas	0.0668*** (0.00651)
Medios	0.0134*** (0.00231)
Constante	0.484*** (0.0420)

Nota: Errores estándar entre paréntesis. Los símbolos de uno, dos y tres asteriscos (*, ** y ***) denotan que el efecto es significativo a un nivel de confianza del 90, 95 y 99 por ciento, respectivamente. Incluye dummies por país. Cantidad de observaciones: 18.069. R2 Ajustado: 0,0535. F(24, 18044) = 43,56 - Prob > F = 0.0000

Los resultados del modelo mostraron que **las personas que mantienen una opinión positiva sobre otros países o bloques tienen 10,9 pp. más de probabilidad de apoyar la integración económica regional** (variable visión global significativa y positiva). Quienes reconocen a las instituciones y organismos económico-financieros multilaterales como CAF, BID, FMI, y Banco Mundial, también demuestran una mayor probabilidad (6,7 pp.) de apoyar la integración. El modelo muestra, además, que por cada medio de comunicación adicional utilizado, esta probabilidad aumenta en 1,3 pp., sugiriendo que cuanto más informadas se encuentren las personas, mayor será su apoyo. Lo mismo ocurre con quienes tuvieron al menos una oportunidad de viajar al exterior, que muestran 2,2 pp. más de probabilidades de dar apoyo a este proceso, frente a las personas que nunca lo hicieron. **Controlando por las variables de involucramiento global, exposición a ideas económicas, medios de información y viajes al exterior, la magnitud de la variable de género se reduce de -4,4 pp. a -3,4 pp. El modelo de aceptación de lo conocido es el que presenta una mayor reducción de la variable género entre los seis modelos testeados con respecto al modelo base, pero es también insuficiente para explicar sus causas de forma concluyente (la variable de género femenino permanece significativa).**

Modelo Ampliado

En esta sección se plantea un modelo ampliado en el que se corre la regresión logística para todas variables que resultaron significativas en los modelos previos (Ver Tabla 8). El objetivo de este último es explorar cómo estas diferentes variables interactúan de forma conjunta sobre la variable género y si logran explicarla de forma concluyente. Asimismo, busca observar si existen modificaciones importantes en las magnitudes y significatividad de las variables para explicar las opiniones de los individuos con respecto a la integración regional.

Tabla 8
Modelo Ampliado. Resultados de la regresión lineal

VARIABLES	MODELO 1	MODELO 2	MODELO 3	MODELO 4	MODELO 5	MODELO 6	MODELO 7
Genero (Fem.)	-0.0440*** (0.00596)	-0.0400*** (0.00593)	-0.0428*** (0.00590)	-0.0411*** (0.00589)	-0.0444*** (0.00593)	-0.0343*** (0.00597)	-0.0284*** (0.00592)
Nivel Educativo	0.0137*** (0.000791)	0.0115*** (0.000831)	0.0139*** (0.000784)	0.0133*** (0.000783)	0.0136*** (0.000785)	0.00980*** (0.000839)	0.00810*** (0.000860)
Edad	-0.0001 (0.000222)	0.00011 (0.000196)	0.0002 (0.000195)	0.0002 (0.000195)	0.0000 (0.000195)	-0.000145 (0.000198)	0.000233 (0.000200)
Religión	0.00517 (0.00628)						
Estado Civil (Casado)	0.00556 (0.00611)						
Retirado (Jub/pens)	0.0201 (0.0141)						
Relocalización	-0.0125* (0.00684)						-0.00849 (0.00683)
Ingreso Insuficiente		-0.0263*** (0.00385)					-0.0167*** (0.00385)
Nivel Socioeconómico		0.0147*** (0.00389)					0.00807** (0.00388)
Dificultades de acceso al alimento		-0.0172** (0.00738)					-0.0123* (0.00388)
Distribución injusta del ingreso			-0.0591*** (0.00780)				-0.0511*** (0.00778)
Perspectivas económicas			-0.0626*** (0.00678)				-0.0505*** (0.00674)
Nacionalismo				-0.0423*** (0.00609)			-0.0413*** (0.00603)
Ideología de izquierda				-0.0550*** (0.00822)			-0.0513*** (0.00813)
Ideología de derecha				-0.0192** (0.00801)			-0.0272*** (0.00795)
Apoyo a economía de mercado				0.0816*** (0.00620)			0.0705*** (0.00617)
Preocupación por pérdida de empleo					-0.0128** (0.00619)		-0.00126 (0.00618)
Inmigración como amenaza					-0.0626*** (0.00648)		-0.0540*** (0.00641)
Viajo al exterior						0.0220*** (0.00705)	0.0131* (0.0709)
Visión global positiva						0.109*** (0.0375)	0.111*** (0.0370)
Exposición a ideas económicas						0.0668*** (0.00651)	0.0616*** (0.0648)
Medios						0.0134*** (0.00231)	0.0111*** (0.00229)
Constante	0.644*** (0.0189)	0.666*** (0.0243)	0.693*** (0.0185)	0.615*** (0.0184)	0.681*** (0.0184)	0.484*** (0.0420)	0.596*** (0.0454)
Observaciones R2 ajustado	18.069 0.0436	18.069 0.0486	18.069 0.0521	18.069 0.0576	18.069 0.0486	18.069 0.0535	18.069 0.0796

Nota: Los símbolos de uno, dos y tres asteriscos (*, ** y ***) denotan que el efecto es significativo a un nivel de confianza del 90, 95 y 99 por ciento, respectivamente. En itálica se observan los desvíos estándar. Incluye dummies por país. Test de significatividad global del modelo ampliado: F(36, 18032) = 44.41 - Prob > F = 0.0000

En este modelo ampliado, las variables, “Relocalización” y “Preocupación por pérdida de empleo” pierden su significatividad para explicar las opiniones de los latinoamericanos con respecto a la integración. Por el contrario, las que han ganado magnitud fueron “Ideología de derecha” y “Visión global”. Asimismo, **se destacan las variables “Visión Global”, “Exposición a Ideas Económicas” y “Apoyo a la Economía de Mercado” como las que más aumentan las probabilidades de apoyar la integración regional en los individuos (11,1 pp., 6,2 pp. y 7,1 pp. respectivamente)**. La visión de la inmigración como una amenaza, las perspectivas económicas desfavorables y la percepción de distribución injusta del ingreso toman valores cercanos a los -5 pp., indicando que estas visiones reducen las posibilidades de apoyar la integración regional en los individuos. Algunas cuestiones ideológicas, como el nacionalismo y las ideologías extremistas de izquierda o derecha también se mantienen significativas. Por último, las variables que captan el nivel socioeconómico del entrevistado también son formadores de opinión, pero su magnitud es menor a los 2 pp.

Después de haber controlado el modelo por una gran cantidad y diversidad de variables, se observa que la variable de género se reduce en un 40% con respecto al modelo base, trasladándose desde -4,4 pp. a -2,8 pp. Se puede afirmar que, si bien las variables exploradas en este documento explican parcialmente las diferencias de opinión entre hombres y mujeres, la variable de género se mantiene robusta como predictora de las opiniones de los latinoamericanos con respecto a la integración regional.

Final del juego: una lectura transversal de los resultados

Una de las primeras observaciones que surgen de los diferentes modelos e hipótesis exploradas en las secciones anteriores es que **las variables que sintetizan las dimensiones de los valores morales y el conservadurismo no resultaron significativas** (modelo 1). Esto podría tener implicancias en diferentes niveles. A nivel metodológico, cabría revisar la pertinencia de las variables (estado civil de las personas, pertenencia a una religión, estar retirado/a del mercado de trabajo, etc.) que tradicionalmente ha considerado la literatura para representar estas dimensiones. Por otro lado, es pertinente cuestionar el supuesto según el cual se considera como una característica propia del género femenino el hecho de que la persona sea más conservadora, más arraigada a lo moral, más religiosa y menos dispuesta a tomar riesgos. O sí, por el contrario, forma parte de los estereotipos sociales que se mantienen hacia el sexo femenino. Aunque la mayor disposición a relocalizarse por trabajo fue la única variable que mostró una influencia positiva en la opinión acerca de la integración, **el modelo de valores morales y conservadurismo no muestra las causas de la brecha de género en el apoyo a la integración económica regional.**

El modelo de aversión a la pérdida (Modelo 5) tampoco logra explicar el menor apoyo que las mujeres brindan a la integración. La preocupación por perder el empleo y la percepción de la inmigración como una amenaza emergen como variables significativas que reducen las probabilidades de estar a favor de la integración económica regional, pero no han mostrado incidencia en la brecha de género. Sin embargo, dado que la encuesta no incluye preguntas sobre sector de actividad específico, no es posible captar cómo influyen estas diferencias en la opinión de las mujeres. El sector en el cual trabajan los encuestados, y principalmente las mujeres, podría verse especialmente afectado por el comercio e influir significativamente en la opinión sobre la integración.

En cambio, **la formación e información económica emergen como las principales causas del menor apoyo a la integración regional por parte de las mujeres latinoamericanas dentro de los modelos explorados.** Los individuos que mostraron mayor conocimiento sobre estas temáticas fueron los más proclives a apoyar la integración. Además, el modelo 6 es el que logró explicar en mayor medida la brecha de género. **La problemática no parece radicar en un tema de cantidad de años de educación o nivel educativo alcanzado -donde las brechas de género son muy bajas³³- sino en un tema de segregación educativa, es decir, el tipo de educación o información que reciben, eligen y se les estimula a interesarse y estudiar a las mujeres.** En este ámbito actúan tanto las pedagogías para enseñar e impartir los conocimientos sobre economía, como los estereotipos sociales implícitos, la “masculinización” de este tipo de disciplinas y la “feminización” de otras, orientadas a la enseñanza y el cuidado de las personas. **Además, otro ámbito donde las personas adquieren información sobre estas temáticas es en el laboral. Dado que, por ejemplo, en América Latina el contenido de empleo femenino en las exportaciones es bajo³⁴, este podría ser un indicio de que las mujeres no participan lo suficiente del comercio y, en consecuencia, no están en contacto con este tipo de información o educación. Estos últimos son aspectos que, de algún modo, constituyen un factor más de la vulnerabilidad femenina.**



Un segundo factor que se ha evidenciado que influye parcialmente en la opinión de las mujeres es su vulnerabilidad socioeconómica, expresada por los ingresos insuficientes para satisfacer necesidades. La razón que podría estar detrás de este factor es que las mujeres se encuentran en mayor medida que los hombres en situaciones precarias, como la informalidad laboral, el acceso a recursos productivos, a capital social, educación y a mayores cargas de trabajo no remunerado (Barafani y Barral Verna, 2020). **Esta situación les supone importantes obstáculos para percibir los beneficios que el comercio trae aparejados, resultando menos favorables a la apertura comercial derivada de la integración económica.**

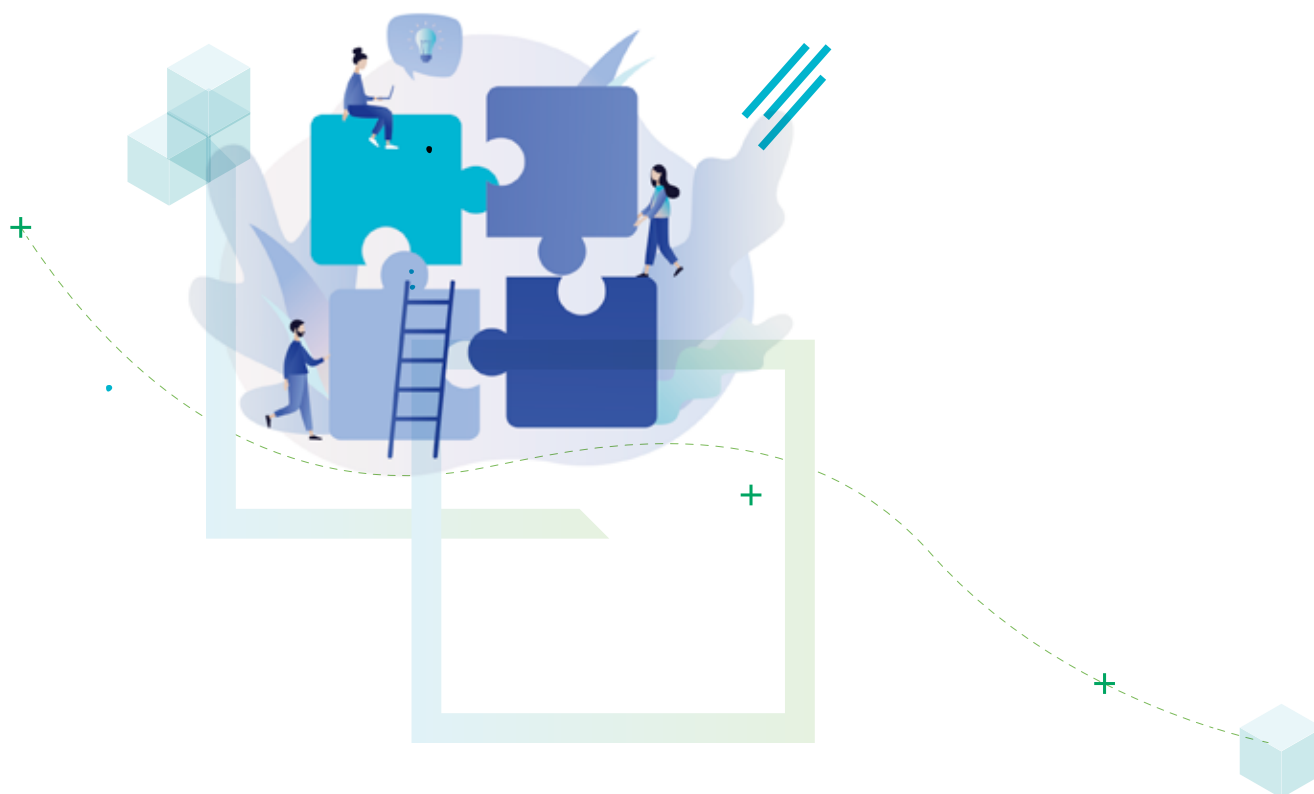
En menor medida, algunas cuestiones ideológicas y la visualización de las pérdidas potenciales para la población y el país también parecen incidir sobre el menor apoyo del género femenino a la integración regional. El apoyo a la economía de mercado aumenta significativamente las probabilidades de apoyar la integración, mientras que la pertenencia a corrientes ideológicas de extrema izquierda (y en menor medida, de extrema derecha) reducen las probabilidades. Asimismo, la percepción de injusticia en la distribución del empleo y perspectivas económicas desfavorables demostraron tener también significatividad estadística tanto en el modelo de visualización de las pérdidas (modelo 3) como en el modelo ampliado (modelo 7).

³³. Según datos de Latinobarómetro 2018, se encuentra una brecha de género de sólo el 1% entre hombres y mujeres con educación superior.

³⁴. Azar, Espino y Salvador (2009) encuentran que el contenido de empleo femenino en las exportaciones e importaciones de Argentina, Brasil y Uruguay es alrededor de un cuarto; siendo que su participación en la fuerza de trabajo total es superior al 40%. Además, sólo una de cada cinco empresas exportadoras pertenece a una mujer, y las empresas pertenecientes a mujeres tienen más probabilidades de encontrar obstáculos al comercio.

Sin embargo, ninguno de estos modelos resultó concluyente para explicar estas divergencias, dejando huecos entre las piezas de juego diagramadas. La brecha de género continúa robusta ante la agregación de variables de diferente índole. En este sentido, cabe mencionar que existen algunos obstáculos que limitan la posibilidad de análisis del estudio. En primer lugar, la encuesta de Latinobarómetro no fue especialmente diseñada para encontrar los factores que explican la brecha de género en la integración ni ninguna de las teorías presentadas en estudios realizados con anterioridad. Esta situación dificulta la inclusión de las variables que otros autores prueban y requiere la utilización de aproximaciones imperfectas para captar parcialmente sus efectos. Otra limitación a mencionar es el carácter observacional del estudio, donde los coeficientes obtenidos en los modelos no demuestran causalidad, sino correlación. Estas situaciones dificultan la obtención de conclusiones, ya que pueden presentarse problemas relacionados a la omisión de variables, errores de medición o interrelación de los regresores. Es fundamental entonces continuar profundizando e investigando mediante nuevos estudios experimentales dedicados a este objetivo, que generen, por ejemplo, variabilidad exógena cambiando la saliencia de los temas que preocupen a las mujeres, entre otras posibles metodologías. De esta forma, se podrá armar el Tetris de la brecha de género en el apoyo a la integración de los latinoamericanos.

Parafraseando a Burgoon y Hiscox (2004), se podría afirmar que el proteccionismo femenino es un rompecabezas también en América Latina.





> CONCLUSIONES

Los datos de Latinobarómetro 2018 reflejan grandes diferencias en el apoyo de las mujeres y los hombres de América Latina a los procesos de integración económica regional y al aumento del comercio internacional. Las brechas de género en ambos casos han resultado de 8 pp. La diferencia en el apoyo a la integración regional es transversal a todos los países encuestados, a excepción de Panamá, y es más pronunciada en Perú, Bolivia y El Salvador. Se presenta también fuerte en la cúspide de la pirámide: es más pronunciada entre las personas de mejor condición socioeconómica y se recorta notablemente entre los segmentos más desfavorecidos. La brecha está matizada por la condición ocupacional: alcanza un máximo entre las personas retiradas y es menor entre los trabajadores en relación de dependencia y los que temporalmente no trabajan. Y responde a estímulos formativos: se reduce conforme mejora la educación, logrando un pico entre las personas con educación básica o inferior.

Esta diferencia en las opiniones entre hombres y mujeres sobre el comercio y la integración parece ser común a otras partes del mundo. Y si bien existe gran cantidad de estudios que han explorado esta temática, son lamentablemente insuficientes los resultados obtenidos para explicar la brecha. Asimismo, en su mayoría se han focalizado en países desarrollados, sin evidencia considerable sobre Latinoamérica. Distintos académicos han estudiado factores relacionados a la maternidad, al supuesto conservadurismo femenino, la religión y la empatía. La vulnerabilidad, las expectativas económicas, los sesgos cognitivos y comportamentales también han sido hipótesis ampliamente exploradas para explicar el mayor proteccionismo femenino. Otros han profundizado sobre cuestiones educativas, como la exposición a ideas económicas, o factores como el contacto con el exterior y las visiones positivas o negativas sobre otros países. Sin embargo, casi ninguna de estas investigaciones ha resultado concluyente.



Para contribuir al esclarecimiento de estas cuestiones en América Latina y corroborar si los hallazgos de los estudios previos se cumplen en la región, se ha desarrollado una investigación mediante la formulación de siete modelos de regresiones lineales que captan las hipótesis esbozadas por la literatura. Si bien las bases de la brecha aún resultan difíciles de develar, se ha avanzado en identificar algunos factores esclarecedores. En primer lugar, entre todos los modelos testeados, **el tipo de educación e información que las mujeres reciben emerge como uno de los principales factores que inciden en la brecha**, captado por variables como la visión positiva sobre países o bloques económicos del exterior, la exposición a ideas económicas (aproximado por el conocimiento de determinados organismos internacionales relacionados a la economía y finanzas), la cantidad de medios de comunicación utilizados para informarse y el apoyo a la economía de mercado (expresado como la creencia de que es la única política posible para el desarrollo de los países). **Por otro lado, la mayor vulnerabilidad relativa de las mujeres, que recoge variables como la insuficiencia alimentaria, el ingreso insuficiente para cubrir sus necesidades y el nivel socioeconómico, emergen también como un importante factor explicativo.** Es probable que, tanto la mayor desigualdad como la menor información sobre estas temáticas, esté situando a las mujeres en desventaja a la hora de conocer y aprovechar las oportunidades que el comercio trae aparejado, y por ello mantengan una visión menos positiva de la integración regional.

Sin embargo, ninguno de los modelos realizados en este documento logró explicar la brecha de género de forma concluyente. Esto puede tener diferentes implicancias. Por un lado, puede ser que una parte de la brecha se explique por factores no observables o difícilmente medibles, como algunos comportamientos o actitudes imposibles de captar en un cuestionario acotado. Por otro lado, pone en duda la pertinencia de las hipótesis exploradas por la literatura, la utilidad de las variables disponibles para representarlas e incluso de algunas variables que la encuesta no aborda, como, por ejemplo, la participación de los individuos en sectores expuestos al comercio, el tipo de carrera universitaria estudiada o su participación en cursos de

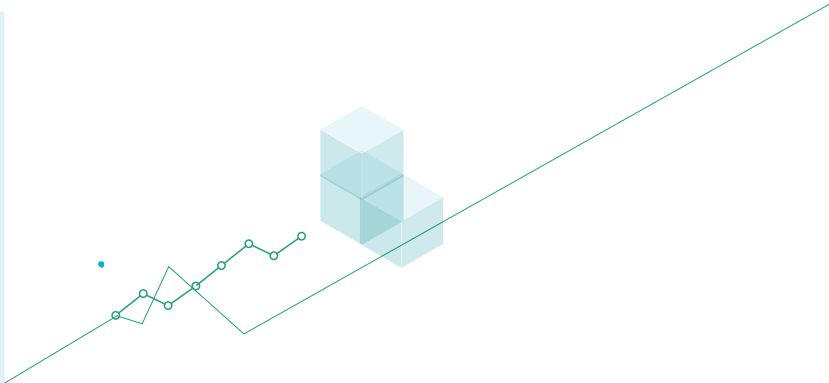
economía, comercio internacional, o relacionados. Asimismo, tanto el carácter observacional del estudio como el hecho de que la encuesta no haya sido diseñada con el objetivo de estudiar las brechas de género suponen limitantes para la obtención de conclusiones. En este sentido, es esencial continuar investigando las posibles bases de las diferencias de género en el apoyo a la integración.

Si bien este estudio no logra resolver completamente el “Tetris de la integración” en las mujeres, contribuye a esclarecer que parte de la brecha puede explicarse por cuestiones de vulnerabilidad y menor educación económica. **En este sentido, para abordar la mayor vulnerabilidad femenina, resulta fundamental nivelar las condiciones objetivas por las cuales los beneficios de la integración actualmente no se reparten de forma equitativa.** Es clave la implementación de políticas activas que reduzcan las inequidades iniciales entre hombres y mujeres. A fin de aliviar las asimetrías en el mercado laboral, deberá focalizarse en la nivelación del trabajo no remunerado, como las tareas domésticas y de cuidado, que recae desproporcionadamente sobre las mujeres. Además, es necesario fomentar la participación femenina en puestos jerárquicos y en sectores tradicionalmente masculinizados para mitigar la segregación laboral de las mujeres en sectores de cuidado, como educación y salud. De esta forma, se podrá establecer un punto de partida más igualitario para mejorar el acceso de las mujeres a las nuevas oportunidades que trae el comercio, como nuevos puestos de trabajo y el acceso a una mayor diversidad de productos y mercados.

Sumado a esto, el fomento de la utilización de herramientas digitales puede también impulsar en su rol como emprendedoras o propietarias la participación de las mujeres en estos mercados y, por lo tanto, incrementar su apoyo. Según algunos estudios, podrían permitir una mayor flexibilidad horaria, mejor acceso a clientes del exterior y redes de contacto y disminuir la discriminación mediante la reducción de las interacciones personales en las transacciones (Barafani y Barral Verna, 2020).

Por último, para abordar las cuestiones educativas, es fundamental la implementación de programas tendientes a mitigar los estereotipos de género. Si bien es una cuestión arraigada en las bases de la sociedad, es fundamental la reformulación de cuestiones pedagógicas y métodos de enseñanza más igualitarios y sin sesgos de género; y estimular el interés y la participación de las mujeres en temáticas económicas y comerciales.

En todos los casos, para terminar de armar el Tetris del apoyo a la integración, es necesario continuar investigando y trabajando a la par de los gobiernos latinoamericanos. El objetivo es que las mujeres puedan tener las mismas oportunidades que los hombres para beneficiarse del comercio, de forma tal de lograr un impacto positivo en sus condiciones de vida. En la medida que se logre esto, es más probable que las mujeres tengan una mayor visión positiva sobre esta temática, percibiendo su contribución al desarrollo de la región.



Anexo

Notas metodológicas

Datos

Los datos utilizados para el estudio corresponden a la encuesta Latinobarómetro 2018, que constituye uno de los principales bancos de datos de opinión pública en América Latina. Se trata de una encuesta anual en 18 países de la región, con muestras representativas de cada país, que aplica un cuestionario común con una unidad metodológica y técnica. La encuesta permite captar las diferentes opiniones, actitudes, comportamientos y valores los latinoamericanos encuestados. El estudio representa una población de 600 millones de habitantes y los temas principales de su abordaje y seguimiento son la democracia, el estado de la economía, el desarrollo social de los países y los esfuerzos de integración regional, entre muchas otras temáticas. Para descargar la base de datos y mayor información, sírvase de consultar el siguiente link:

<http://www.latinobarometro.org/lat.jsp>

Definiciones de variables y aclaraciones

Modelo Base

Variable dependiente: Apoyo a la integración económica. Se construye en base a la pregunta de Latinobarómetro P39ST.A ¿Está Ud. a favor o en contra de la integración de su país con los otros países de la región? ¿Está Ud. muy a favor, algo a favor, algo en contra o muy en contra de la integración económica?

Muy a favor	1
Algo a favor	2
Algo en contra	3
Muy en contra	4
NS/NR	0

En base a esta pregunta se generó una variable dummy que toma como valor “1” si el individuo responde “muy a favor” o “algo a favor” y “0” en caso contrario. Las observaciones donde el individuo respondió “NS/NR” no fueron incluidas en la muestra. También se descartaron las observaciones que no sabían o no respondían la pregunta S4, sobre la suficiencia del ingreso. La muestra final se conformó con un total de 18.069 individuos.

Variables independientes:

- **Género (fem):** se genera una variable dummy que toma como valor “1” si el individuo es mujer y “0” si es varón.
- **Nivel educativo:** se utiliza la pregunta de Latinobarómetro S10. ¿Qué estudios ha realizado? ¿Cuál es el último año cursado? ¿Escuela técnica de qué, instituto de qué..., etc.? que categoriza a los encuestados según cantidad de años de educación que estos indicaron, de forma creciente.
- **Edad:** se utiliza la edad que los individuos han indicado al responder la encuesta.
- **País:** se agregaron también variables dummy por cada país de los 18 encuestados: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. De esta forma se intenta captar la heterogeneidad y particularidades de cada país que pueda incidir en la opinión de sus habitantes.

Modelo 1

Variables independientes:

1.1 Religión: Se utiliza como base a la pregunta de Latinobarómetro S5.A. ¿Y cómo se considera Ud.?

Muy practicante	1
Practicante	2
No muy practicate	3
No practicante	4
No sabe	8
No responde	0
No aplicable	9

Se genera una variable de tipo dummy que toma valor “1” si el encuestado respondió “Muy practicante” o “Practicante” y “0” en caso contrario.

1.2. Estado civil (casado): Se utiliza como base la pregunta de latinobarómetro S23. ¿Cuál es su estado civil?

Casado / Conviviente	1
Soltero	2
Separado / Divorciado / Viudo	3
NS / NR	0

Se genera una variable dummy que toma el valor “1” si el encuestado respondió “Casado/Conviviente” y “0” en caso contrario.

1.3. Retirado: Se utiliza como base la pregunta de Latinobarómetro S14.A. ¿Cuál es su situación ocupacional actual?

Independiente / Cuenta propia	1
Asalariado en emp. pública	2
Asalariado en emp. privada	3
Temporalmente no trabaja	4
Retirado / Pensionado	5
No trabaja / responsable de las compras y el cuidado de la casa	6
Estudiante	7

Se genera una variable dummy que toma valor “1” si el individuo respondió “Retirado/Pensionado” y “0” en caso contrario.

Modelo 2

Variables independientes:

2.1. Ingreso insuficiente: Se utiliza como base la pregunta de Latinobarómetro S4. El salario o sueldo que Ud. percibe y el total del ingreso familiar, ¿Le permite cubrir satisfactoriamente sus necesidades? ¿En cuál de estas situaciones se encuentra Ud.?

Les alcanza bien, pueden ahorrar	1
Les alcanza justo, sin grandes dificultades	2
No les alcanza, tienen dificultades	3
No les alcanza, tienen grandes dificultades	4
No sabe	8
No responde	0

Las respuestas no sabe y no responde fueron eliminadas de la muestra.

2.2. Nivel socioeconómico: Se utiliza como base la pregunta de Latinobarómetro S26. APRECIACIÓN DEL NIVEL SOCIOECONÓMICO DEL ENTREVISTADO. Tomar como punto de referencia: CALIDAD DE LA VIVIENDA, CALIDAD DE AMUEBLADO Y APARIENCIA GENERAL DEL ENTREVISTADO.

Muy bueno	1
Bueno	2
Regular	3
Malo	4
Muy malo	5

A fines metodológicos, se invirtió el valor de las respuestas, es decir, la variable se torna decreciente acorde disminuye el nivel socioeconómico del encuestado.

2.3. Dificultades de acceso al alimento: Se utiliza como base la pregunta de Latinobarómetro S2. En los últimos doce meses, ¿Cuán seguido Ud. o su familia no han tenido suficiente comida para alimentarse?

Nunca	1
Rara vez	2
Algunas veces	3
Seguido	4
No sabe	8
No responde	0

Se generó una variable dummy que toma valor “1” si el individuo responde “Algunas veces” o “Seguido” y “0” en caso contrario.

Modelo 3

Variables independientes

3.1. Distribución injusta del ingreso: Se utiliza como base la pregunta de Latinobarómetro P23ST. ¿Cuán justa cree Ud. que es la distribución del ingreso en (PAÍS)?

Muy justa	1
Justa	2
Injusta	3
Muy injusta	4
No sabe	8
No responde	0

Se generó una variable dummy que toma valor “1” si el individuo responde “Injusta” o “Muy injusta” y “0” en caso contrario.

3.2. Perspectivas macroeconómicas desfavorables: Se utiliza como base la pregunta de Latinobarómetro P8STIC. ¿Y en los próximos doce meses cree Ud. que, en general, la situación económica del país será mucho mejor, un poco mejor, igual, un poco peor, o mucho peor que ahora?

Mucho mejor	1
Un poco mejor	2
Igual	3
Un poco peor	4
Mucho pero	8
No responde	0

Se generó una variable dummy que toma valor “1” si el individuo responde “Un poco peor” o “Mucho peor” y “0” en caso contrario.

3.3. Relocalización: Se utiliza como base la pregunta de Latinobarómetro S7. ¿Ud. y su familia han pensado en la posibilidad concreta de ir a vivir a otro país?

Se generó una variable dummy que toma valor “1” si el individuo responde “No” y “0” en caso contrario.

Modelo 4

Variables independientes:

4.1. Nacionalismo: Se utiliza como base la pregunta de Latinobarómetro P56N. Si pudiera elegir entre dos productos, uno es importado de marca conocida internacionalmente y el otro es producido en el país de marca nacional reconocida nacionalmente, ¿cuál elige?

P56N. C Si el producto importado es más económico que el nacional.

Nacional	1
Importado	2
Indiferente	3
NS / NR	0

Se generó una variable dummy que toma valor “1” si el individuo responde “Nacional” y “0” en caso contrario. De esta forma se busca captar la respuesta de aquellos encuestados que tienen marcadas preferencias por el producto nacional a pesar de que su precio sea más elevado.

4.2. Ideología: Se utiliza como base la pregunta de Latinobarómetro P22ST. En política se habla normalmente de “izquierda” y “derecha”. En una escala donde “0” es la “izquierda” y “10” la “derecha”, ¿Dónde se ubicaría Ud?

Se generaron dos variables dummy: ideología de izquierda e ideología de derecha. La primera, toma valor “1” si el encuestado responde valores “0”, “1” y “2”, caso contrario, toma valor “0”. La segunda, toma valor “1” si el encuestado responde valores “8”, “9” y “10”, caso contrario toma valor “0”. De este modo se intenta captar a los encuestados más extremistas en este tipo de orientaciones ideológicas.

4.3 Economía de mercado: Se utiliza como base la pregunta de Latinobarómetro P26ST. La economía de mercado es el único sistema con el que el (PAÍS) puede llegar a ser desarrollado.

Muy de acuerdo	1
De acuerdo	2
En desacuerdo	3
Muy en desacuerdo	4
NS / NR	0

Se generó una variable dummy que toma valor “1” si el individuo está “De acuerdo” o “Muy de acuerdo”, y “0” en caso contrario.

Modelo 5

Variables independientes:

5.1. Preocupación por la pérdida de empleo: Se utiliza como base la pregunta de Latinobarómetro S3. ¿Cuán preocupado diría Ud. que está de quedar sin trabajo o de estar desempleado durante los próximos doce meses o no tiene Ud. trabajo?

Muy preocupado	1	
Preocupado	2	
Poco preocupado	3	
No está preocupado	4	
No tiene trabajo	5	(CESANTE, ESTUDIANTES)
NS / NR	0	(DUEÑAS DE CASA, JUBILADOS)

Se generó una variable dummy que toma valor “1” si es individuo responde “Muy preocupado” o “Poco preocupado” y “0” en caso contrario.

5.2. Inmigración como amenaza: Se utiliza como base la pregunta de Latinobarómetro P42NC. Ahora le pediría que me dijera desde su punto de vista y el de su familia si cree Ud que la llegada de inmigrantes al país, lo beneficia o lo perjudica

Lo beneficia	1
Lo perjudica	2
NS / NR	0

Se generó una variable dummy que toma valor “1” si es individuo responde “Lo perjudica” y “0” en caso contrario.

Modelo 6

Variables independientes:

6.1. Viajó alguna vez al exterior: Se utiliza como base la pregunta de Latinobarómetro S13.C ¿Ha viajado al exterior alguna vez en su vida?

Nunca viajé al exterior	1
Viajé pocas veces	2
Viajo al menos una vez al año	3
Viajo más de una vez al año	4
NS / NR	0

Se generó una variable dummy que toma valor “1” si es individuo responde “Viajé pocas veces”, “Viajo al menos una vez al año” o “Viajo más de una vez al año” y “0” en caso contrario.

6.2. Visión global: Se utiliza como base la pregunta de Latinobarómetro P40ST. Me gustaría conocer su opinión sobre los siguientes países u organizaciones que le voy a leer ¿Tiene Ud. una muy buena (1), buena (2), mala (3) o muy mala (4) opinión sobre?

P40ST.A EEUU, Estados Unidos
P40ST.B Rusia
P40ST.C China
P40ST.D Unión Europea
P40ST.E Cuba
P40N. F India

Se generó una variable dummy que toma valor “1” si el individuo presenta una visión positiva (respuestas “Muy buena” o “Buena”) de tres o más países o bloques.

6.3. Exposición a ideas económicas: Se utiliza como base la pregunta de Latinobarómetro P44STA. De la lista de instituciones que están en la tarjeta mencione todas las que conoce. (Conoce: “1”, no conoce “2”)

P44STB BID (Banco Interamericano de Desarrollo)
P44T.C CAF (Banco de Desarrollo de América Latina)
P44ST.G FMI (Fondo Monetario Internacional)
P44ST.H Banco Mundial

Se generó una variable dummy que toma valor “1” si el individuo conoce dos o más instituciones y “0” en caso contrario.

6.4. Medios: Se utiliza como base la pregunta P19ST, que consulta sobre los medios con los cuales el individuo se informa de asuntos políticos. Se generó una variable que indica la cantidad de medios de información que la persona utiliza, teniendo en cuenta: radio, diarios y revistas, medios electrónicos, televisión.

REFERENCIAS

- Ajzenman, N. & López Bóo, F. (2019). Nudges para mejorar vidas. Intervenciones para el bienestar de los países en desarrollo. *Revista de Integración y Comercio (I&C N°45, Año 23, Abril 2019)*. INTAL-BID.
- Azar, P., Espino, A. & Salvador, S. (2009). Los vínculos entre comercio, género y equidad. Un análisis para seis países de América Latina. *Capítulo Latinoamericano de la Red Internacional de Género y Comercio* (LA-IGTN).
- Baker, A. (2005) Who Wants to Globalize?: Consumer Tastes and Labor Markets in a Theory of Trade Policy Beliefs. *American Journal of Political Science*, 49(4): 924-938.
- Balassa, B. (1964). *Teoría de la integración económica*. México: UTHEA.
- Barafani, M. & Barral Verna, A. (2020). Género y Comercio: *Una Relación a Distintas Velocidades*. INTAL - Banco Interamericano de Desarrollo. INTAL.
- Beaulieu, E. & Napier, M. (2008). Why are women more protectionist than men?. *University of Calgary, Department of Economics*.
- Becker, W. (2000). Teaching Economics. *Journal of Economic Perspectives* 14 (1): 109-19.
- Bolton, G. E., & Ockenfels, A. (2000). ERC: A theory of equity, reciprocity, and competition. *American economic review*, 90(1), 166-193.
- Burgoon, B. A. & Hiscox, M. J. (2004). The mysterious case of female protectionism: gender bias in attitudes toward international trade. *Harvard University Weatherhead Center for international affairs*.
- Burgoon, B. A. & Hiscox, M. J. (2008). The Gender Divide over International Trade: Why do men and women have different views about openness to the world economy?. *Cambridge, MA: Harvard University*.
- CEPAL (2016). Pese a avances en el nivel educacional de las mujeres, persiste brecha salarial de género en la región. Disponible en: <https://www.cepal.org/es/comunicados/pese-avances-nivel-educacional-mujeres-persiste-brecha-salarial-genero-la-region>
- CEPAL & OIT. (2019). Evolución y perspectivas de la participación laboral femenina en América Latina. *Coyuntura Laboral en América Latina y el Caribe, N° 21 (LC/TS.2019/66)*, Santiago.
- Costinot, A. & Rodríguez-Clare, A. (2014). Trade theory with numbers: Quantifying the consequences of globalization. *Handbook of International Economics, Vol. 4, pp. 197-261*.

- De Azevedo, B. (2019). Vocación por la Convergencia. Miradas sobre inserción internacional. *Revista de Integración y Comercio (I&C N°45, Año 23, Dic 2019)*. INTAL-BID.
- De Azevedo, B. & Harracá, M. (2019). Proteccionismo bajo la lupa: incidencia de las variables demográficas en las opiniones. *Revista de Integración y Comercio (I&C N°45, Año 23, Dic 2019)*. INTAL BID.
- Deutsch, K. (1971). *El nacionalismo y sus alternativas*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Drope, J. & Chowdhury, A. (2014). Economic (In)Security and Gender Differences in Trade Policy Attitudes. *William Davidson Institute Working Papers Series wp1067, William Davidson Institute at the University of Michigan*.
- Fehr, E., & Schmidt, K. M. (1999). *A theory of fairness, competition, and cooperation. The quarterly journal of economics, 114(3), 817-868.*
- Ferber, M. (1995). *The Study of Economics. American Economic Review 85 (2): 357-61.*
- Hainmueller J. & Hiscox M. J. (2007). Educated Preferences: Explaining Individual Attitudes Toward Immigration in Europe. *International Organization 61 (2) :399-442.*
- Haas, Ernst (1970). The Study of Regional Integration: Reflections on the Joy and anguish of Pretheorizing. Vol. 24, No. 4, *Regional Integration: Theory and Research (Autumn, 1970), pp. 607-646*
- Hall, H. K., C. Kao & D. Nelson (1998). Women and Tariffs: Testing the Gender Gap Hypothesis in a Downs-Mayer Political-Economy Model. *Economic Inquiry, 36(2), 320-332.*
- Hall, R. M., & Sandler, B. R. (1982). The Classroom Climate: A Chilly One for Women?. *Washington D.C.: Association of American Colleges.*
- Holsti, K. (1980). Change in the international system: interdependence, integration, and fragmentation. *En Changes in International System, editado por O. Holsti, R. Siverson y A.L. George. Boulder, Colorado: West-View Press, 23.*
- International Labour Organization (2013). *Women and men in the informal economy: A statistical picture*. Second Edition. Geneva.
- International Labour Organization (2018). *Care Work and Care Jobs for the Future of Decent Work*. Geneva: ILO, 2018
- International Labour Organization (2019). *La brecha salarial entre hombres y mujeres en América Latina: En el camino hacia la igualdad salarial*. Lima: OIT / Oficina Regional para América Latina y el Caribe, 2019. 108 p. (OIT Américas, Informes Técnicos 2019/16)
- Jensen, E. and A. Owen (2000). Why are Women such Reluctant Economists?. *American Economic Review 90 (2): 466-70.*

- Korinek, J. (2005). Trade and Gender: Issues and Interactions. *Policy Working Papers*, 2005/3. OCDE.
- Mansfield, E., Mutz, D., & Silver, L. (2015). Men, Women, Trade, and Free Markets. *International Studies Quarterly* 59:303-315.
- Mayda A. M. & D. Rodrik (2005). Why are Some People (and Countries) More Protectionist than Others? *European Economic Review*, 80: 1393-1430.
- Nelson, T. E., & Kinder, D. R. (1996). Issue frames and group-centrism in American public opinion. *The Journal of Politics*, 58(4), 1055-1078.
- OCDE (2016). *OECD Employment Outlook 2016*. OECD Publishing. París.
- ONU Mujeres (2015). Hechos y cifras: *Empoderamiento económico*. Disponible en: <http://www.unwomen.org/es/what-we-do/economic-empowerment/facts-and-figures#notes>
- O'Rourke, K. H. & Sinnott, R (2001). The Determinants of Individual Trade Policy Preferences: International Survey Evidence. *Trinity Economics Papers 200110*, Trinity College Dublin, Department of Economics.
- Rodríguez Chatruc, M., Stein, E. y Vlaicu, R. (2019). *Trade Attitudes in Latin America: Evidence from a Multi-Country Survey Experiment*. Inter-American Development Bank. Washington DC.
- Rodríguez Chatruc, M., Stein, E., Vlaicu, R. & Zuluaga Gonzalez, V. (2019). Las causas de un amplio apoyo. Actitudes frente al comercio exterior. *Revista de Integración y Comercio (I&C N°45, Año 23, Dic 2019)*. INTAL-BID.
- Samuelson, P. (1939). The gains from international trade. *Canadian Journal of Economics and Political Science*, 5(2), pp. 195-205.
- Sniderman, P. M., Brody, R. A., & Tetlock, P. E. (1993). *Reasoning and choice: Explorations in political psychology*. Cambridge University Press.
- Stokes, B. (2018). Americans, Like Many in Other Advanced Economies, Not Convinced of Trade's Benefits. Recuperado desde: <https://www.pewresearch.org/global/2018/09/26/americans-like-many-in-other-advanced-economies-not-convinced-of-trades-benefits/>
- Tamames, R. (1998). Prólogo. *En Europa e Iberoamérica: Dos escenarios de integración económica*. Editorial Parteluz, 21-36
- UNCTAD (2009). *Mainstreaming gender in trade policy*. Note by the UNCTAD secretariat. TD/B/C.I/EM.2/2/Rev.1. Disponible en: http://www.unctad.org/en/docs/ciem2d2_en.pdf
- World Economic Forum (2020). *Global Gender Wage Gap Report 2020*. WEF: Geneva.