

Género y COVID-19

Brief 6

Noviembre 19 de 2020

REACTIVACIÓN ECONÓMICA CON ENFOQUE DE GÉNERO EN TIEMPOS DE COVID- 19

Por:

Susana Martínez Restrepo

Lina Tafur Marín

Pablo Cortés Sánchez

Erika Martínez Fernández





A nivel global se estima que los trabajos en los que se desempeñan las mujeres son 1,8 veces más vulnerables a la crisis que aquellos en los que se desempeñan los hombres. Las mujeres constituyen 39% del empleo global y, sin embargo, responden por el 54% de los empleos perdidos.¹ El Producto Interno Bruto (PIB) global podría reducirse en \$1 billón USD para 2030 si las mujeres no son consideradas en la recuperación económica. \$13 billones USD se añadirían si se toma acción ya para promover la equidad de género.²

La crisis está provocando una caída en escalera entre las mujeres colombianas, lo que se refiere a una crisis laboral femenina que promueve su inactividad. Las mujeres están perdiendo su estatus en el mercado laboral, en tanto que se incrementan las brechas salariales; las trabajadoras formales cambian a trabajos informales; las trabajadoras informales pasan a estar desempleadas; las mujeres desempleadas pasan a estar inactivas, dedicándose al trabajo no remunerado.³

A septiembre de 2020, se habían destruido 1,3 millones de empleos de mujeres y 627.000 de los hombres.⁴ Aunque el desempleo ha disminuido para todos los grupos, este continúa afectando al 20,7% de las mujeres que aún buscan empleo.

La reactivación de la economía debe pensarse con enfoque de género. Primero, no solo las mujeres tienen una mayor probabilidad de ser afectadas económicamente por la crisis, sino que gran parte de las estrategias de reactivación se concentran en sectores tradicionalmente masculinos: la construcción, los sectores minero-energético⁵ de logística y correo, agrícola, del comercio

esencial y de salud⁶

Segundo, estudios recientes sugieren además que 40% de los trabajos destruidos durante la pandemia podrían quedarse así de forma permanentemente.⁷ Esto, debido a que la Covid-19 no solo continúa afectando la vida de las personas, sino que también ha impulsado cambios en sus comportamientos (evitar ir a restaurantes), preferencias (comprar online vs. comprar en el sitio), y una innegable aceleración en la automatización y la digitalización. Lo anterior, sumado a que los nuevos puestos de trabajo que se están creando en respuesta a estos cambios, también concentran mano de obra masculina.

Tercero, con la gran mayoría de colegios, jardines y guarderías aún cerradas debido a la Covid-19, la carga de los cuidados del hogar recae en las mujeres, lo que afecta su productividad, sus posibilidades de buscar trabajo, de formarse para las nuevas necesidades de esta economía en transformación, o de repensar sus negocios. De hecho, un estudio reciente de Mckinsey y LeanIn.org, en los Estados Unidos, mostró que 1 de cada 4 mujeres empleadas están pensando en dejar sus trabajos debido al agotamiento⁸ causado por el aumento significativo del tiempo dedicado a los trabajos de cuidado en el hogar.

¿Cómo pensar la reactivación con un enfoque de género? ¿Qué soluciones pueden crear una reactivación inclusiva en el corto y largo plazo?

Este es el sexto Brief de la serie #GéneroyCovid de CoreWoman que busca monitorear cómo la crisis ha tenido un efecto diferenciado en las mujeres y proponer soluciones para una reactivación con enfoque de género.



1. Una afectación feminizada, una reactivación masculinizada

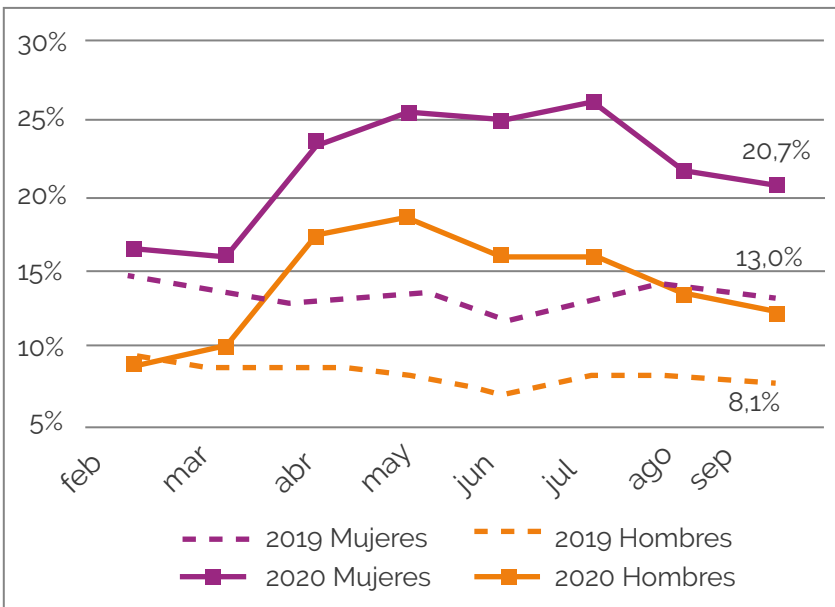
La afectación del empleo continúa siendo más fuerte en las mujeres y no se vislumbra que la reactivación de la economía esté beneficiando a toda la población de la misma forma.

1.1. El desempleo femenino durante la reactivación

El mercado laboral ha presentado señales paulatinas de recuperación luego del fuerte choque ocasionado por la pandemia; sin embargo, esta recuperación moderada del desempleo ha sido más acelerada en los hom-

bres que en las mujeres. En la Figura 1 se observa que, por ejemplo, entre abril y septiembre el desempleo femenino pasó del 23,5% al 20,7% –con un pico de 26,2% en el mes de julio–, mientras el desempleo masculino pasó del 17,3% al 12,3%. La Figura 2 resume estos efectos diferenciados de la reactivación sobre el desempleo; la recuperación que se observó para el mes de septiembre de 2020 fue de 5 pps en el caso de los hombres, y de 2,8 pps en el caso de las mujeres (respecto a abril de 2020). Como lo muestra la Figura 5, el desempleo no es mayor debido a que muchas mujeres han pasado a estar en situación de informalidad e inactividad en un efecto escalera, como lo indican García y sus coautoras⁹

Figura 1- Desempleo entre febrero y septiembre 2019 y 2020



Fuente: Construcción propia con base en GEIH, DANE (2020).

En agosto de 2020, el desempleo de las mujeres jóvenes¹⁰ alcanzó el 33,9%. Esto representa una recuperación de 10 pps (43,9%) entre julio y agosto. Esta recuperación podría estar asociada con el retorno a clases semipresenciales de escuelas y universidades, y con la reapertura de los sectores económicos más vulnerables (que coinciden en su mayoría con los sectores feminizados), como los restaurantes, los servicios de hotelería, el comercio al por menor, y los servicios artísticos y culturales que tuvieron reapertura entre

la última semana de julio y la tercera de agosto¹¹. Aunque el desempleo en las mujeres jóvenes ha sido históricamente más alto que el de los hombres jóvenes (25,6% vs. 17,5% en abril del 2019), la pandemia incrementó las brechas significativamente. Es decir, no solo el desempleo de las mujeres jóvenes es mayor, sino que, entre abril y julio de 2020, el desempleo de los hombres jóvenes se redujo en 1,1 pps, mientras el de las mujeres jóvenes aumentó en 5 pps, como lo muestra la Figura 4.

Figura 2- Reducción del nivel de desempleo entre abril y septiembre de 2020 y 2019 (pps)

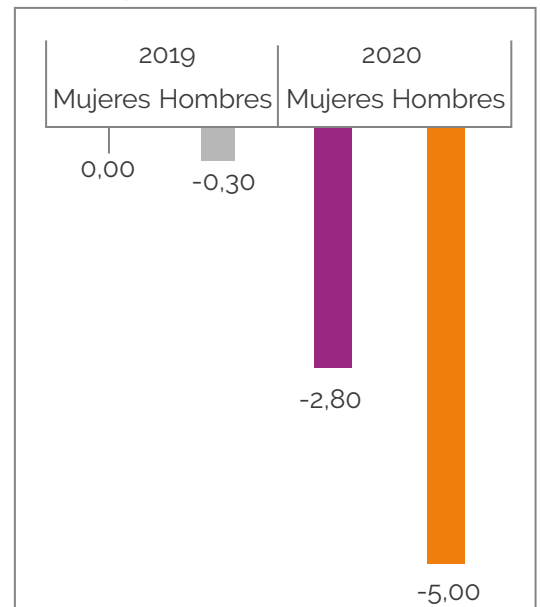
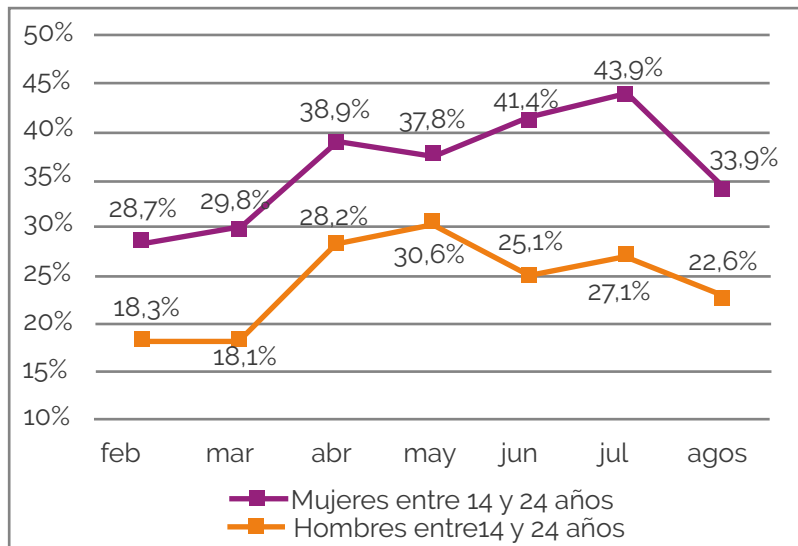


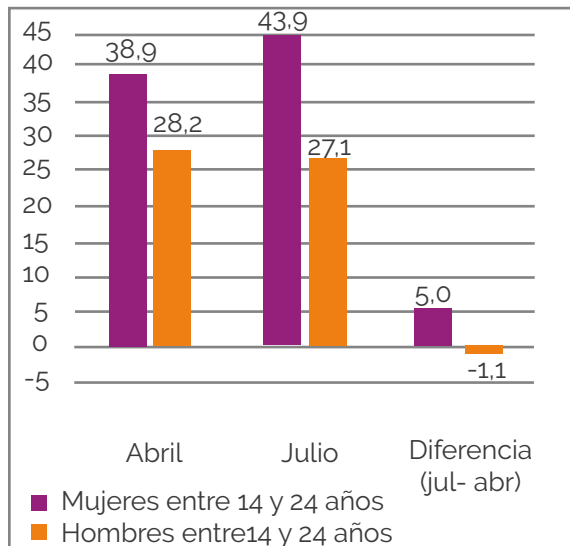
Figura 3- Tasas de desempleo juvenil, según sexo



Fuente: Construcción propia con base en GEIH, DANE (2020).

Nota: A la fecha de la publicación de este Brief, el DANE no había publicado los Microdatos necesarios para extraer datos por grupo etario del mes de septiembre.

Figura 4- Nivel de desempleo juvenil, según sexo (%) y variación abr- jul (pps)



1.2. Ocupación e inactividad

Los altos niveles de desempleo y el incremento de las brechas de género en el mercado laboral señalan que las medidas de confinamiento afectaron en mayor medida a las mujeres; adicionalmente, las consecuencias de este choque también parecen ser más agudas en las mujeres, quienes además de enfrentar los efectos de la pandemia en el mercado laboral en el largo plazo, también deben asumir el desafío relativo a una mayor destrucción permanente de empleos.

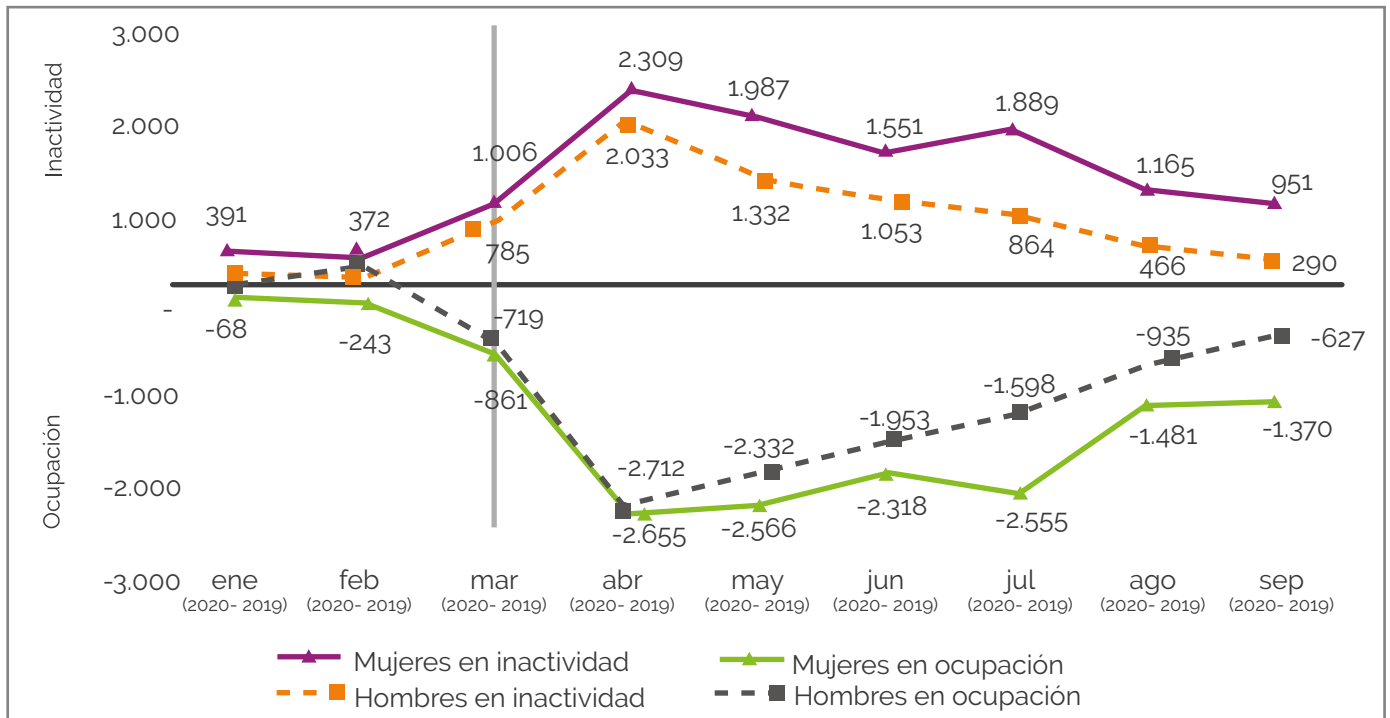
La Figura 5 muestra la magnitud del choque asociado a las medidas de confinamiento sobre la ocupación y la inactividad laboral de hombres y mujeres. Para abril de 2020, la población inactiva de mujeres aumentó en más de 2,3 millones, mientras que la inactividad de los hombres aumentó en 2 millones con respecto a abril de 2019. El aumento de las brechas se empieza a observar a partir de mayo, ya que **los efectos de la recuperación son mucho más acelerados en hombres, e**

incluso, se observan posteriores deterioros del empleo exclusivamente en mujeres en el mes de julio. De hecho, la destrucción de empleos¹²feminizados en julio llegó a más de 2,5 millones de empleos, frente a una destrucción de empleos masculinos de cerca de 1,6 millones; en este mismo mes, la inactividad femenina aumentó en cerca de 1,9 millones de mujeres, frente a 800 mil en hombres.

Los incrementos desmesurados y sostenidos de la inactividad femenina están asociados con la destrucción de empleos en el mediano y largo plazo, lo que indicaría que el desempleo femenino podría ser mucho mayor si las mujeres no desistieran de buscar trabajo. Una mayor proporción de mujeres desempleadas ha interrumpido su búsqueda de empleo, en gran medida, debido al aumento de la carga del trabajo doméstico y del cuidado.¹³ **Muestra de ello es que, para el mes de julio, las mujeres cuya razón de inactividad era la realización de oficios del hogar constituyó el 94% del total de mujeres en inactividad.¹⁴**



Figura 5- Variación entre 2020 y 2019 en el número de personas inactivas y ocupadas según mes y sexo (cifras en miles)



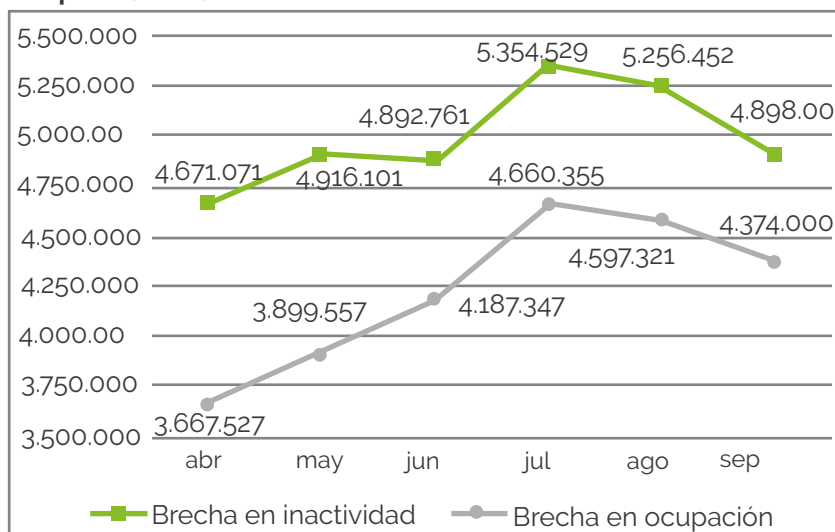
Fuente: Construcción propia con base en GEIH, DANE (2020).

Como lo muestra la Figura 6, en abril de 2020, la población femenina inactiva era mayor que la masculina por más de 4,6 millones de personas, mientras que la población ocupada masculina superó a la femenina por más de 3,6 millones de personas. Estas tendencias de las brechas absolutas continuaron aumentando hasta el mes de julio, mes en el que la brecha absoluta de inactividad fue superior a los 5,3 millones de personas, y la brecha de ocupación superior a 4,6 millones. Pero no solo las brechas absolutas señalan una tendencia creciente, sino que las brechas en los impactos de la pandemia sobre la inactividad y la ocupación también parecen estar aumentando. La Figura 7 muestra que, para el mes de abril, la población inactiva femenina aumentó en 276.068 más de lo que aumentó la población inactiva masculina (respecto a abril de 2019). Para el mes de septiembre, el efecto sobre la inactividad feme-

nina fue mayor en 743.000 personas comparado con el efecto sobre la inactividad masculina. Esto indica que la magnitud de los efectos es cada vez mayor para las mujeres.

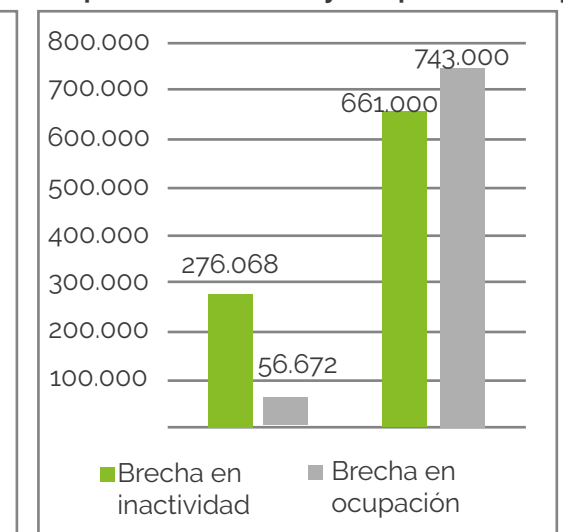


Figura 6- Brecha absoluta del total de la población inactiva y ocupada (2020)



Fuente: Construcción propia con base en GEIH, DANE (2020).

Figura 7- Brecha en el aumento año corrido de la población inactiva y ocupada (abr-sep)





2. Cómo abordar la reactivación de forma sostenible para las mujeres y para la economía

La reactivación de la economía debe pensarse con enfoque de género. La razón por la cual la reactivación no ha beneficiado de la misma forma a las mujeres incluye aspectos relacionados al cuidado, pero también, aspectos asociados a las ocupaciones y los sectores con mayor participación laboral femenina que, en gran parte, antes de la pandemia, solían caracterizarse por la concentración masiva de personas (restaurantes, turismo y hoteles, belleza), y que tras las medidas de distanciamiento social durante la pandemia serán los más afectados en el mediano y largo plazo.

Según un estudio reciente, en los Estados Unidos, la crisis por la Covid-19 ha creado tres empleos por cada diez despidos, de los cuales, el 42% resultará en una pérdida permanente de empleo. Los empleos creados durante la pandemia se concentran en áreas relacionadas con el comercio electrónico, los servicios de domicilios, la distribución de productos y alimentos, y la construcción, todos estos, sectores donde la participación laboral de las mujeres es baja.

Como lo muestra la Figura 8, es importante tener en cuenta que la crisis ha afectado el consumo y los mercados no solo debido al confinamiento y a la pérdida de poder adquisitivo, sino que también ha modificado los comportamientos y preferencias de las personas, al tiempo que está acelerando la automatización y la digitalización.¹⁵

Figura 8- Las tres dimensiones para abordar la reactivación con enfoque de género



Fuente: Elaboración de CoreWoman.

Es por esto que, para disminuir el desempleo y la inactividad de las mujeres en el corto, mediano y largo plazo, y teniendo en cuenta el impacto de la crisis, especialmente sobre las mujeres jóvenes, se deben implementar políticas con enfoque de género e interseccionales que consideren los cambios del mercado en términos de consumo y preferencias, como la aceleración de la digitalización y la automatización. Estas tres dimensiones pueden visualizarse en la Figura 8. Sumado a lo anterior, el problema de creación y destrucción de empleo puede llegar a ser más complejo en países en desarrollo como Colombia, en donde más de la mitad de los empleos son informales.

2.1. La reactivación pensada en aumentar el poder de compra y consumo

La respuesta para la reactivación de la economía a nivel global se está centrando en reactivar el poder adquisitivo debido al fuerte impacto que la pandemia ocasionó sobre este. En el caso de Colombia, se observa que:

- El 67% de los (as) colombianos (as) ha retrasado sus compras o inversiones planeadas antes de la pandemia.
- El 72% de los (as) colombianos (as) ha recortado sus gastos en todas las categorías de productos excepto en alimentos, productos de cuidado personal, provisiones domésticas, y productos de entretenimiento en casa.¹⁶

En este contexto, las transferencias monetarias a las familias más vulnerables, las obras públicas temporales, el apoyo a iniciativas minero-energéticas, los subsidios a vivienda, y el apoyo al sector financiero, para que este a su vez otorgue créditos a las empresas afectadas por la crisis, describe las principales iniciativas adoptadas en Colombia para suavizar el impacto de la pandemia sobre el consumo y el poder adquisitivo.

En cuanto a obras públicas, el sector de la construcción en Colombia fue uno de los primeros en tener protocolos de bioseguridad para su pronta reactivación. Actualmente, también se están ofreciendo subsidios de vivienda, lo que está impulsando el sector.¹⁷ Para el mes de octubre, las ventas de vivienda nueva alcanzaron las 20.361 unidades vendidas, impulsadas en gran parte por las viviendas de interés social.¹⁸

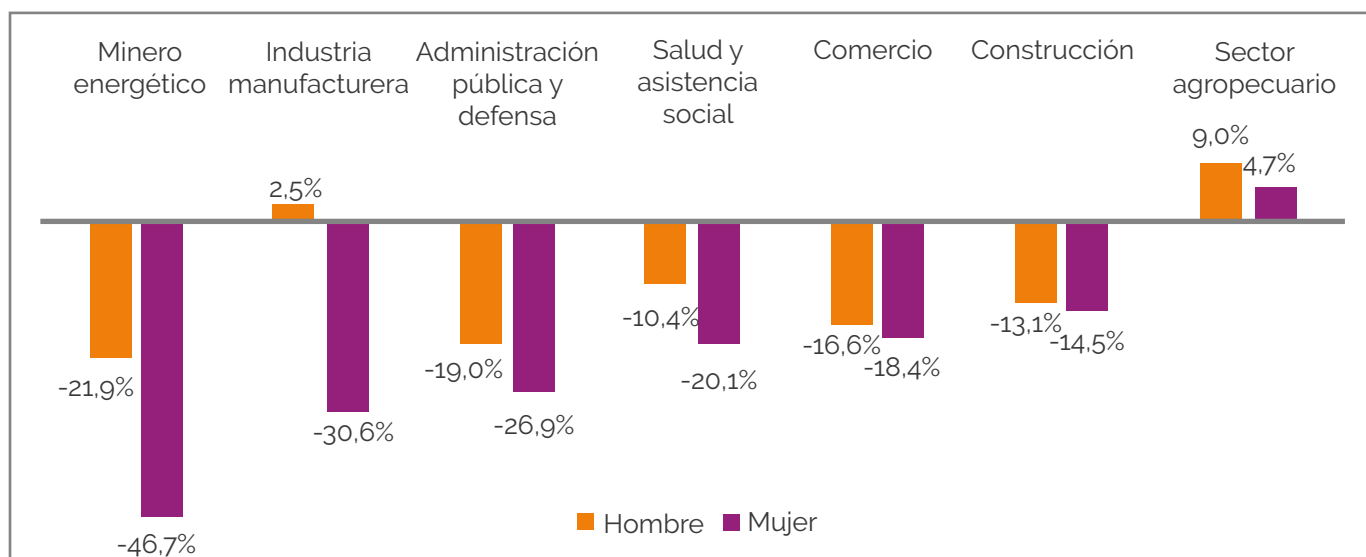
Si bien los esfuerzos del gobierno para reactivar las obras públicas y el sector vivienda son

importantes, es fundamental que las autoridades de gobierno tengan en cuenta la evidencia que indica que los sectores de la construcción, el transporte, y el desarrollo de obras de infraestructura, son predominantemente masculinizados. Asimismo, quienes toman decisiones de política pública también deben tener en consideración que, aunque los préstamos y las subvenciones pueden ayudar a las empresas a superar la crisis, históricamente, las mujeres han experimentado menor probabilidad de recibir préstamos. Esto, debido al tamaño de los negocios operados por mujeres, aspectos asociados a una mayor aversión al riesgo, algunos estereotipos que han penetrado las normas sociales, y una menor educación financiera y autonomía económica.^{19 20}

En la Figura 9 se observan, para el mes de agosto de 2020, las variaciones porcentuales (respecto al mismo mes en 2019) del empleo en los sectores clave para la reactivación económica luego de las medidas de confinamiento. A primera vista se destaca que las variaciones ponen en desventaja a las mujeres en la totalidad de los sectores. Todos estos, a excepción del agropecuario, presentan deterioros en la ocupación, siendo el sector minero energético el de mayor afectación, con una reducción del 46,7% para las mujeres, y de 21,9% para los hombres. El sector de industrias manufactureras es notorio, dado que presentó una reducción de empleo del 30,6% en las mujeres, y un aumento del 2,5% en los hombres.

Por la naturaleza de la crisis sanitaria, las mujeres cónyuges y las jefas de hogar a cargo, no solo de sus hogares, sino también de sus hijos menores, son las más vulnerables.²¹

Figura 9- Variación (%) del empleo en sectores clave para la reactivación económica en agosto de 2020 y de 2019 según sexo



Fuente: Construcción propia con base en GEIH, DANE (2020).

Nota: Se escogió agosto ya que es el último mes disponible con Microdatos publicados por el DANE.



Soluciones con enfoque de género

- Incluir mujeres en ocupaciones tradicionalmente masculinizadas y en las oportunidades de empleo que se están creando en los sectores clave de la reactivación económica, como es el caso de la construcción, minas y energía.
- Crear las condiciones necesarias en materia de seguridad, horarios flexibles, equipo y condiciones sanitarias adecuadas para incentivar la inclusión laboral de las mujeres en los diversos sectores de la economía.
- Proporcionar líneas de crédito y subvenciones especialmente diseñadas para pequeños negocios y medianas empresas propiedad de mujeres.

2.2. La crisis está afectando las preferencias y el comportamiento

La incertidumbre que trae la crisis económica causada por la emergencia sanitaria también está afectando el optimismo y las preferencias de los consumidores. De acuerdo con Barrero et al (2020), estos cambios en las preferencias y comportamientos se mantendrán en el mediano y largo plazo. Esto puede explicarse, por un lado, debido a la disminución en los ingresos de las personas y las empresas; y por otro, debido a los cambios en preferencias y comportamientos, que también son el resultado de nuevas preocupaciones, tales como las interacciones presenciales por el miedo al contagio, lo que aumenta la preferencia y la necesidad de usar los servicios digitales y aquellos que pueden ser entregados.²²

Un estudio de Kantar revela que, en Colombia, el comercio en línea (e-Commerce) creció de 8,8% a 12,4% en participación de ventas de consumo masivo a raíz de la pandemia, y se espera que continúe subiendo ya que la preferencia por lo digital prevalecerá después de terminada la crisis.^{23,24} De hecho, los cambios en el consumo también se observan en el tipo de bienes y servicios. Según YanHaas, la cuarentena ocasionó un aumento del 14% en equipos de entretenimiento del hogar (televisores, celulares inteligentes, tabletas, computadores) y del 22% en el gasto en servicios de internet y datos móviles.²⁵

En materia de plataformas digitales, las más usadas en Colombia durante el aislamiento fueron las de domicilios. Entre ellas se destacan: Rappi, Domicilios.com, iFood, Ubereats, y Merqueo, especialmente, porque le permitieron a sus usuarios tener acceso a una amplia variedad de productos, comprar desde casa, y tener sus compras en la puerta de sus hogares en un periodo de tiempo relativamente corto. Estas plataformas, a su vez,

facilitaron que restaurantes, almacenes, y otros comercios se mantuvieran activos y crearan trabajos a lo largo de la cuarentena. Por ejemplo, Rappi duplicó el número de Rappi tenderos de 25.000 a 50.000 de febrero a mayo de 2020. Sin embargo, estas vacantes que se crean para abastecer la demanda de domicilios son ocupadas en su mayoría por mano de obra masculina, quienes también experimentan una alta vulnerabilidad laboral. Se estima que el 86,6% de los rappideros son hombres jóvenes; de estos, 93,4% afirmó no estar afiliado al Sistema de Pensiones, al tiempo que el 91,2% sostuvo no estar afiliado al Sistema General de Riesgos Laborales. De acuerdo con el estudio de Fedesarrollo, los conductores y repartidores de domicilios tienen un ingreso promedio de 780 mil pesos al mes.²⁹ Un monto por debajo del salario mínimo legal en Colombia, pero que significa una fuente de ingresos representativa para un sector de la población en el que también hay una baja participación de las mujeres.

Por su parte, los productos y servicios que aún no repuntan, y que se estima que no harán en el corto y mediano plazo, se caracterizan por tener una alta participación de las mujeres en la producción y prestación de bienes y servicios. Tal es el caso de los salones de belleza, los servicios de hospedaje, restaurantes, servicios domésticos, sectores cuyos puestos de trabajo son ocupados en su gran mayoría por mujeres,³⁰ y que continuarán en decrecimiento según las proyecciones. Se estima que el 49% de las personas evitarán los salones de belleza en el futuro próximo, y 52% el uso de hoteles. Igualmente, a pesar de iniciativas como Bogotá a Cielo Abierto, el subsector de restaurantes continúa viviendo una situación complicada; solo en Bogotá 22 mil restaurantes han cerrado en lo corrido del año, dejando cerca de 320.000 personas desempleadas.³¹



- Identificar cuáles son los sectores feminizados que no se reactivarán en los próximos meses debido a las características de sus servicios, como es el caso de hoteles, restaurantes, salones de belleza, spas.
- Brindar asesoría técnica y formaciones que le permitan a las mujeres emprendedoras implementar rápidamente estrategias digitales para la actualización de sus modelos de negocio. Por ejemplo, acelerar la venta de productos en línea y los servicios a domicilio, así como la adopción de medios de pago electrónicos que no solo faciliten sus transacciones, sino que también aumenten su inclusión financiera.
- Desarrollar políticas públicas con enfoque de género en materia comercial que impulsen los negocios de las empresas lideradas por mujeres y les faciliten herramientas orientadas a robustecer sus estrategias de gestión.

2.3. Una destrucción con potencial para la creación de nuevos empleos y empresas

En el 2016, el Foro Económico Mundial preveía que 3 de cada 4 puestos de trabajo que se perderían en los próximos 10 años debido a la automatización serían trabajos realizados por mujeres.³² Esto, debido a que las mujeres tienen una menor representación con respecto a los hombres en las denominadas carreras STEM³³, y por el contrario, tienden a estar más concentradas en trabajos administrativos y rutinarios que son más sensibles a los cambios tecnológicos y la automatización.

La crisis generada por la pandemia ha acelerado la automatización y la digitalización de los procesos. En consecuencia, la destrucción de trabajos que se esperaba que ocurriera en 10 años está ocurriendo antes y mucho más rápido de lo previsto. Por lo tanto, vale la pena preguntarse, qué porcentaje de los 1.370.000 millones de empleos ocupados por mujeres y de los 627.000 empleos ocupados por hombres, que fueron destruidos entre marzo y septiembre de 2020, son empleos que no volverán debido a los cambios en los comportamientos y preferencias que perdurarán en el largo plazo, y al proceso de automatización y digitalización acelerada por la Covid-19.

La destrucción de empleos es una gran problemática; sin embargo, las cifras muestran que la creación de empleos y empresas en áreas relacionadas con la tecnología no solamente continúa, sino que está en aumento. De hecho, de acuerdo con el estudio de Barrero y sus colegas³⁴ la pandemia ha inducido un incremento en la demanda de ciertas compañías, señalando una relocalización de empleos. A esto se le denomina un choque de "reasignación".

La demanda de productos online hacia plataformas de streaming (Netflix), comercio electrónico (Amazon, Mercado Libre), y cursos online (Coursera, Platzi) ha llevado a las grandes empresas de tecnología como Apple, Alphabet -compañía matriz de Google-, Amazon, y Zoom a contratar ingenieros (as) de sistemas, científicos (as) de datos, y diseñadores (as) de productos a gran escala.³⁵ Esto está conectado al hecho de que más del 80% de los comités ejecutivos están acelerando los planes de digitalización e implementación de nuevas tecnologías en sus organizaciones porque son conscientes que, especialmente en esta coyuntura, las empresas más competitivas serán aquellas que opten por capacitar y mejorar las habilidades de sus empleados para que se adapten a estos cambios.³⁶





Tabla 1. La destrucción y creación de puestos de trabajo debido a la automatización y digitalización acelerada en la economía

Las ocupaciones que están disminuyendo como consecuencia del cambio 	Las ocupaciones que están aumentando como consecuencia del cambio 
<ul style="list-style-type: none"> • Contabilidad • Apoyo administrativo <ul style="list-style-type: none"> • Operadores de computadoras • Secretarias (os) ejecutivos y asistentes • Ayudantes - trabajadores de instalación, mantenimiento y reparación • Preparación y servicios de comidas • Construcción y extracción • Ventas • Transporte y logística 	<ul style="list-style-type: none"> • Computación en la nube • Razonamiento analítico • Inteligencia artificial (Machine Learning), Diseño de experiencia de usuario (UX design) • Ingenierías (Sistemas, Ciberseguridad) • Servicios de la salud • Mercadeo digital • Ventas digitales • Producción y edición de videos

Fuentes: Foro Económico Mundial, 2020, LinkedIn, Servicio Público del Empleo de Colombia.

El problema de las características de esta destrucción y creación de empleo es que las mujeres tienden a estar más concentradas en los trabajos que se están destruyendo, y menos representadas en los que se están creando, particularmente en STEM. En Colombia, por ejemplo, las ingenierías con

mayor participación femenina (Industrial y Ambiental) solo cuentan con una mujer por cada cuatro hombres, y en las demás ingenierías, la participación femenina oscila entre el 7% y el 18%.³⁷ Se estima que para 2025, Colombia tendrá un déficit de 42.000 ingenieros (as).

3. Recomendaciones para una reactivación con enfoque de género

Es posible que, muchas de las ocupaciones que han sido mayormente afectadas, nunca vuelvan a ser lo que eran antes de la pandemia debido a los cambios de consumo, comportamientos, preferencias, y a la aceleración de la automatización y la digitalización.

Estamos viviendo una destrucción creadora. Hoy, más que nunca, es importante entender: 1) las consecuencias de las brechas de género en el acceso a las oportunidades económicas, 2) hacia dónde va la creación de puestos de trabajo después de la "nueva nor-

malidad", y 3) adaptar la fuerza laboral a estas necesidades con un enfoque de género.

La Directiva Presidencial 11 del 13 de octubre de 2020, que propone medidas para atender el impacto económico del Covid-19 sobre las mujeres, es un paso acertado, pero que requiere de un riguroso seguimiento para que las instituciones del ejecutivo nacional la ejecuten. Para esto, es necesario que cada entidad identifique las barreras de género en su respectivo sector y adopte estrategias y planes de acción que conlleven a una inclusión real. La caja de herramientas de CoreWoman, incluida al final de esta sección, puede facilitar este proceso entre las entidades públicas y privadas.

Nuestras recomendaciones en resumen

¿Qué hacer entonces para tener una reactivación con enfoque de género?

- Incluir a las mujeres en los sectores masculinizados que se están reactivando
- Fomentar y fortalecer las empresas lideradas por mujeres en los nuevos mercados o formas de consumo transformadas por la pandemia
- Fortalecer la inclusión y las habilidades digitales de las mujeres y crear oportunidades en áreas de STEM entre las mujeres más jóvenes
- Incluir la perspectiva del cuidado y las barreras diferenciales que enfrentan las mujeres

3.1. Mujeres en trabajos, industrias y ocupaciones tradicionalmente masculinizadas

- Primero, es importante incluir mujeres en trabajos, industrias y ocupaciones tradicionalmente masculinizadas, especialmente en aquellos sectores que son clave para la reactivación como construcción, obras públicas, minas y energía, comercio, transporte, y manufacturas.
- Debido a que estos sectores no solo son masculinizados en su mano de obra, sino que también están permeados por

normas sociales sexistas a nivel organizacional, los procesos de inclusión laboral de mujeres hacia estas industrias requieren de estrategias de formación en competencias específicas que logren convocarlas y atraerlas.

- La inclusión de mujeres en estos sectores también depende de los esfuerzos de las empresas por mejorar las condiciones de sus empleados en términos de seguridad, equipamiento, y horarios flexibles.

Ejemplos de la inclusión de mujeres en sectores masculinizados

- Empresas como Argos y Codensa, que hacen parte del sector de la construcción y energético respectivamente, han logrado cambios transformadores en la conformación de equipos de hombres y mujeres en ocupaciones que estaban exclusivamente reservadas para hombres.
- El Ministerio de Minas y Energía viene liderando desde el 2019 el proceso de adopción de lineamientos para la equidad de género en el sector. Con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Insuco, y CoreWoman, las empresas y los gremios del sector están aplicando métricas y están recibiendo acompañamiento para lograr una mayor equidad de género al interior de sus organizaciones.
- Con el apoyo de CoreWoman, el Servicio Público de Empleo (SPE) desarrolló entre 2016-2017 la Estrategia de Inclusión Laboral con Equidad de Género, que buscaba mejorar la colocación de mujeres en las vacantes publicadas por la red de prestadores del SPE, especialmente en aquellos sectores tradicionalmente masculinizados. Esta estrategia, cuya implementación se desaceleró, es clave para lograr la reinserción laboral de las mujeres durante la reactivación.

3.2. Fomentar y fortalecer la participación de las empresas lideradas por mujeres en los mercados

- Proporcionar asistencia técnica a los negocios liderados por mujeres para que puedan reinventar sus productos, o la comercialización de los mismos en las nuevas oportunidades generadas por la pandemia.
- Establecer líneas de crédito y subsidios diseñados para mujeres dueñas de pequeños negocios. Estos deben ir acompañados de diagnósticos para entender cuáles son las nuevas necesidades de las empresas en la era de la Covid-19.
- No se puede promover el endeudamiento sin antes entender si las empresas deben repensar sus productos o sus estrategias de comercialización. Por lo tanto, entidades como las Cámaras de Comercio, Innpulsa, incubadoras, instituciones financieras, y programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que apoyan a las pequeñas empresas, pueden acompañar y liderar estos procesos.



Ejemplos de apoyo a mujeres emprendedoras

- La plataforma Mujeres ConnectAmericas, un espacio creado por el BID para conectar a mujeres empresarias con oportunidades de negocio, al tiempo que les brinda herramientas para mejorar la gestión de sus empresas.
- En los Estados Unidos existen certificaciones para mujeres dueñas de negocios para darles acceso preferencial a compras realizadas por gobiernos locales, estatales, y por el Federal.

3.3. Promover áreas de STEM y las habilidades digitales en las mujeres

- Promover la educación continua, como formación en lenguaje de programación dirigidos a mujeres, especialmente aquellos con modelos de educación acelerada a través de Bootcamps o campos de entrenamiento.
- Apoyar la adquisición de nuevas competencias digitales en el trabajo y durante los procesos de transición laboral de las mujeres. Esto se puede realizar a través de la red de prestadores del Servicio Público de Empleo, y a través de la suscripción de las empresas a plataformas de educación online como Ubits o Platzi, entre otras.
- Crear programas para promover la inclusión digital, la alfabetización digital, y el marketing y ventas digital, especialmente entre las poblaciones más vulnerables. Es importante tener en cuenta, en especial, a aquellos (as) trabajadores (as) sin títulos académicos, ya que estas habilidades pueden abrirles las puertas para acceder a trabajos formales.
- Promover las carreras STEM entre las niñas y mujeres jóvenes en los colegios a partir de los 12 años. Es importante iniciar temprano, ya que la brecha de la autoconfianza con las matemáticas inicia a los 13 años.
- Crear condiciones para la retención de estudiantes mujeres en carreras STEM en las universidades y en las empresas.



Ejemplo de programas para promover las habilidades digitales

El proyecto "Mujeres Programadoras" del SENA y "Laboratoria" son ejemplos de iniciativas para reducir las brechas de género en áreas STEM al fortalecer las competencias en desarrollo web y lenguajes de programación mediante Bootcamps y cursos de corta duración.





Finalmente, para que todo esto sea posible, es crucial que se tengan en cuenta las barreras diferenciadas que enfrentan las mujeres para acceder a estas oportunidades. Entre estas se destacan, la escasez de tiempo, las normas sociales, los sesgos inconscientes, la seguridad, la falta de acceso a créditos, las habilidades digitales, entre otras.

3.4. Una caja de herramientas para una reactivación con enfoque de género

Para mapear las afectaciones de las mujeres y sus posibles soluciones, teniendo en cuenta el marco de las tres dimensiones de la

crisis (Figura 8), hemos creado una caja de herramientas que busca guiar las acciones de política pública con enfoque de género en el corto, mediano y largo plazo. Esta herramienta puede ser usada por entidades de gobierno del orden nacional y local, así como por organismos internacionales, fundaciones, gremios, y empresas en sus estrategias de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Tabla 2. La caja de herramientas para la reactivación con enfoque de género

 Definir el problema y sus posibles brechas de género	 Usar las tres dimensiones para plantear estrategias a corto y largo plazo	 Incluir mujeres en las iniciativas de reactivación	 Considerar las barreras que las mujeres podrían tener para acceder a estas iniciativas
<p>Problema: Considerar los sectores, subsectores, tipo de negocios, y ocupaciones que han sido más afectados por la crisis</p> <p>Brechas de género: Medir las brechas de género existentes. Cuando la información post-Covid-19 no está disponible, la información pre-Covid-19 puede dar una idea acerca de las brechas que han tendido a incrementarse</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cambios debido a la reducción del poder adquisitivo 2. Cambios en las preferencias y los comportamientos 3. Aceleración de la automatización y la digitalización 	<p>Construir capacidades con enfoque de género entre entidades de gobierno (nacionales y locales), cámaras de comercio, y empresas</p> <p>Desarrollar líneas de crédito para negocios de mujeres</p> <p>Implementar programas acelerados de capacitación en temas como inclusión digital, alfabetización digital, marketing y ventas digitales, codificación, bioseguridad</p> <p>Adoptar campañas de comunicaciones</p>	<p>Escasez de tiempo: actividades del cuidado no remuneradas (niños (as), adultos mayores, y personas enfermas o con discapacidad)</p> <p>Normas sociales machistas: poder de negociación en los hogares, discriminación por género, edad, grupo étnico, identidad sexual</p> <p>Seguridad: turnos nocturnos y equipamiento adecuado, por ejemplo, en los sectores de minería y construcción</p> <p>Acceso limitado al crédito: en tanto que las mujeres tienden a poseer menos activos que los hombres</p> <p>Brechas en ciertas habilidades: en promedio, las mujeres cuentan con una menor inclusión digital, habilidades digitales, y otras habilidades socioemocionales cruciales para conseguir un nuevo trabajo o reinventar su negocio</p>

Fuente: Elaboración de CoreWoman.

NOTAS Y REFERENCIAS

* Un agradecimiento especial a Paula Herrera Idarraga, Profesora de la Universidad Javeriana de Bogotá, por su retroalimentación para fortalecer este brief.

1. McKinsey. "COVID-19 and gender equality: Countering the regressive effects". (McKinsey, 2020) URL: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/covid-19-and-gender-equality-countering-the-regressive-effects>.
2. McKinsey. "COVID-19 and gender equality: Countering the regressive effects". (McKinsey, 2020) URL: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/covid-19-and-gender-equality-countering-the-regressive-effects>.
3. García, et. al. "(She)cession: The Colombian female staircase fall". (Banco de la República, 2020). URL: <https://investiga.banrep.gov.co/es/be-1140>.
4. Dinero. "Los proyectos de energía que impulsarán la reactivación económica". (Dinero, 2020). URL: <https://www.dinero.com/pais/articulo/reactivacion-economica-en-colombia-proyectos-de-energia-para-2021/302704>
5. Dinero. "¿Cuáles serán las empresas que podrán impulsar la reactivación?". (Dinero, 2020) URL: <https://www.dinero.com/empresas/articulo/pandemia-cuales-sectores-podran-ser-los-motores-de-la-reactivacion/300311>
6. Barrero et al. "COVID-19 is also a reallocation shock". (Becker Friedman Institute for Research in Economics, 2020). URL: <https://econpapers.repec.org/paper/bfiwpaper/2020-59.htm>.
7. LeanIn.org and Mckinsey. "Women in the Workplace 2020". (LeanIn.org, 2020) URL: <https://womenintheworkplace.com/>.
8. García, et. al. "(She)cession: The Colombian female staircase fall". (Banco de la República, 2020). URL: <https://investiga.banrep.gov.co/es/be-1140>.
9. La destrucción de empleos es un término que hace referencia a la disminución de personas en ocupación entre dos periodos distintos.
10. Ramirez, et al. "La economía del cuidado y el rol tradicional de las mujeres en el cuidado durante la crisis por Covid-19". (Colombia: CoreWoman, 2020)
11. DANE. Gran Encuesta Integrada de Hogares. (DANE, 2019)
12. Barrero et al. "COVID-19 is also a reallocation shock". (Becker Friedman Institute for Research in Economics, 2020). URL: <https://econpapers.repec.org/paper/bfiwpaper/2020-59.htm>.
13. Mckinsey. "Survey: Colombian consumer sentiment during the coronavirus crisis". (McKinsey, 2020) URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/survey-colombian-consumer-sentiment-during-the-coronavirus-crisis>
14. Dinero. "Estas son las medidas para impulsar el sector de la construcción". (Dinero, 2020). URL: <https://www.dinero.com/economia/articulo/como-se-reactivara-el-sector-de-la-construccion-en-colombia/288880>.
15. Dinero. "Ventas de vivienda nueva en Colombia alcanzaron históricos en octubre". (Dinero, 2020). URL: <https://www.dinero.com/economia/articulo/ventas-de-vivienda-en-colombia-durante-octubre-de-2020/305839>
16. Powell, M. y Ansic, D. "Gender differences in risk behavior in financial decision-making: an experimental analysis". (Journal of Economic Psychology, 1997). URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0167487097000263?via%3Dihub>
17. Ongena, S. y Popov, A. "Gender Bias and Credit Access. Journal of Money, Credit and Banking". (Journal of Money, Credit and Banking, 2016). URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/jmcb.12361>

18. López, E y Lasso, V. "Diferencias por sexo en los flujos de trabajadores entre estados laborales y el futuro laboral de las mujeres colombianas" en Desempleo femenino en Colombia. (Banco de la República, 2016). URL: <http://babel.banrepcultural.org/digital/collection/p17054coll18/id/285/>.
19. Barrero et al. "COVID-19 is also a reallocation shock". (Becker Friedman Institute for Research in Economics, 2020). URL: <https://econpapers.repec.org/paper/bfiwpaper/2020-59.htm>.
20. Kantar. "E-commerce, el ganador de esta pandemia". (Kantar, 2020). URL: <https://www.kantarworldpanel.com/co/Noticias/Ecommerce-el-ganador-de-esta-pandemia>
21. Accenture. "Fjord Trends 2020". (Accenture, 2020). URL: <https://www.accenture.com/-co-es/insights/digital/fjord-trends-2020>
22. Yanhaas. "Un cambio de chip en los colombianos". (Yanhaas, 2020). URL: <https://yanhaas.com/un-cambio-de-chip-en-los-colombianos/>
23. Asmar, S. 2020. Plataformas de domicilios reportaron crecimiento durante la cuarentena por covid-19. La República. URL: <https://www.larepublica.co/especiales/el-boom-del-comercio-electronico/plataformas-de-domicilios-reportaron-crecimiento-durante-la-cuarentena-por-covid-19-3066590>
24. Asmar, S. "Plataformas de domicilio reportaron crecimiento durante la cuarentena por covid-19". (La República, 2020). URL: <https://www.larepublica.co/especial/es/el-boom-del-comercio-electronico/plataformas-de-domicilios-reportaron-crecimiento-durante-la-cuarentena-por-covid-19-3066590>
25. Universidad del Rosario. "¿Quiénes son los 'Rappitenderos' en Colombia?". (Universidad del Rosario, 2019). URL: <https://www.urosario.edu.co/Periodico-NovaEtVetera/Sociedad/-Quienes-son-los-rappitenderos-en-Colombia/>
26. Fernandez, C y Benavides, J. "Las plataformas digitales, la productividad y el empleo en Colombia". (Fedesarrollo, 2020). URL: https://www.fedesarrollo.org.co/sites/default/files/resumen_ejecutivo.pdf
27. DANE. 2019. Gran Encuesta Integrada de Hogares. (DANE, 2019).
28. Infobae. "Cerca de 22.000 restaurantes han cerrado en Bogotá debido a la pandemia". (Infobae, 2020). URL: <https://www.infobae.com/america/colombia/2020/11/10/cerca-de-22000-restaurantes-han-cerrado-en-bogota-debido-a-la-pandemia/>
29. World Economic Forum. "The future of Jobs". (World Economic Forum, 2016). URL: <https://reports.weforum.org/future-of-jobs-2016/>.
30. Science, Technology, Engineering, and Math componen la sigla STEM en inglés.
31. Barrero et al. "COVID-19 is also a reallocation shock". (Becker Friedman Institute for Research in Economics, 2020). URL: <https://econpapers.repec.org/paper/bfiwpaper/2020-59.htm>.
32. Cutter, C. y Thomas, P. "Looking for a Job? Big Tech is Still Hiring?". (Wall Street Journal, 2020). URL: <https://www.wsj.com/articles/looking-for-a-job-big-tech-is-still-hiring-11586712423>.
33. World Economic Forum. "The Future of Jobs Report 2020". (World Economic Forum, 2020). URL: <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020>.
34. Londoño, I. "Más ingenieras y científicas: una apuesta que vale la pena". (El Tiempo, 2020). URL: <https://www.eltiempo.com/vida/educacion/por-que-el-numero-de-mujeres-que-estudian-ciencia-e-ingenieria-es-tan-bajo-en-colombia-467894>
35. SENA. "Mujeres programadoras, una iniciativa para reducir la brecha de género del sector TIC". (SENA, 2020) URL: <https://www.sena.edu.co/es-co/Noticias/Paginas/noticia.aspx?IdNoticia=4448>

36. Tenjo et al. "Diferencias en las tasas de desempleo por género" en Desempleo femenino en Colombia. (Banco de la República, 2016). URL: <http://babel.banrepcultural.org/digital/collection/p17054coll18/id/285/>.

37. Ley 1636 de 2013, artículo 25.

CORE **W**OMAN

 @CoreWoman

 @CoreWoman

 @Core_Woman

Diseño

Laura Sánchez Castro