



Mujeres exportadoras en el Paraguay

Taller CEPAL-OCDE

Mujeres en el comercio en América Latina y el
Caribe: Disponibilidad de datos y metodologías

8 de mayo de 2025

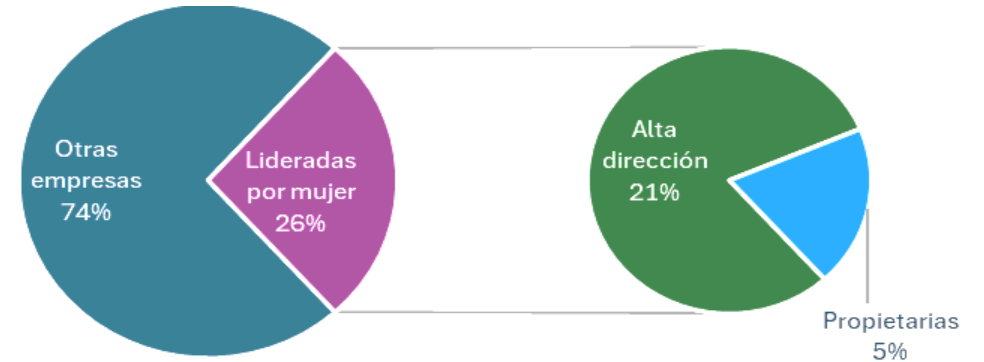
Objetivo del estudio

- Presentar una caracterización de la mujer exportadora del Paraguay y de las empresas exportadoras lideradas por mujeres (EELM) a nivel nacional, con un foco en la triple frontera
- Parte importante del análisis proviene de encuestas, entrevistas y procesamiento de datos sobre empresas exportadoras del año 2023.
- Su objetivo es servir de insumo al Viceministerio de Inversiones de Inversiones y Comercio Exterior (REDIEX) para el desarrollo de políticas e instrumentos de promoción para la internacionalización de estas empresas.
- Es producto de asistencia técnica de la CEPAL a REDIEX durante marzo-diciembre 2024

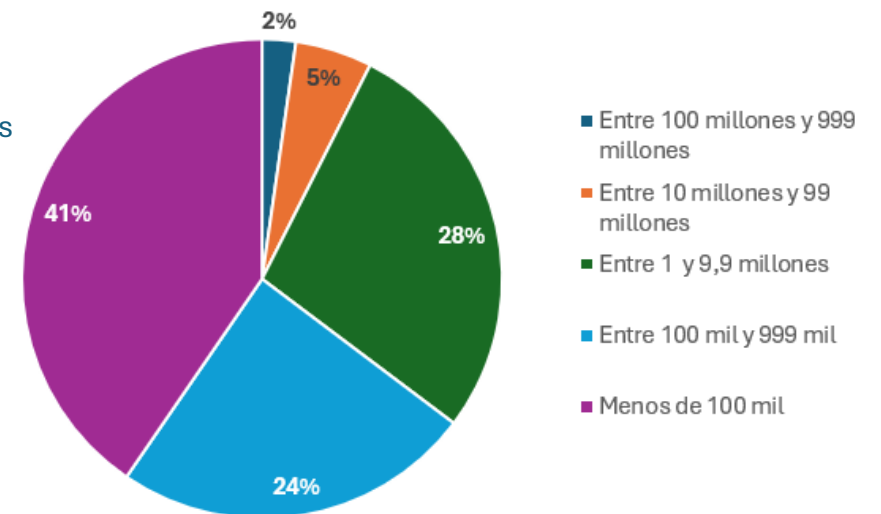
Resultados: 26% de las empresas exportadoras del Paraguay son lideradas por mujeres (EELM)

- Se identificaron 309 empresas lideradas por mujeres que exportaron en 2023.
- Las EELM tienen patrones similares con el total de empresas exportadoras, respecto del tamaño, zona geográfica de origen, tipo de producto y destinos.
- Sin embargo, las empresas de propiedad de mujeres que se pudieron identificar tienden a ser mipymes y a exportar montos bajos.
- El 65% de estas empresas exportó menos de un millón de dólares en 2023 y un 41% exportó menos de cien mil dólares.

Empresas lideradas por mujeres en el total de empresas exportadoras

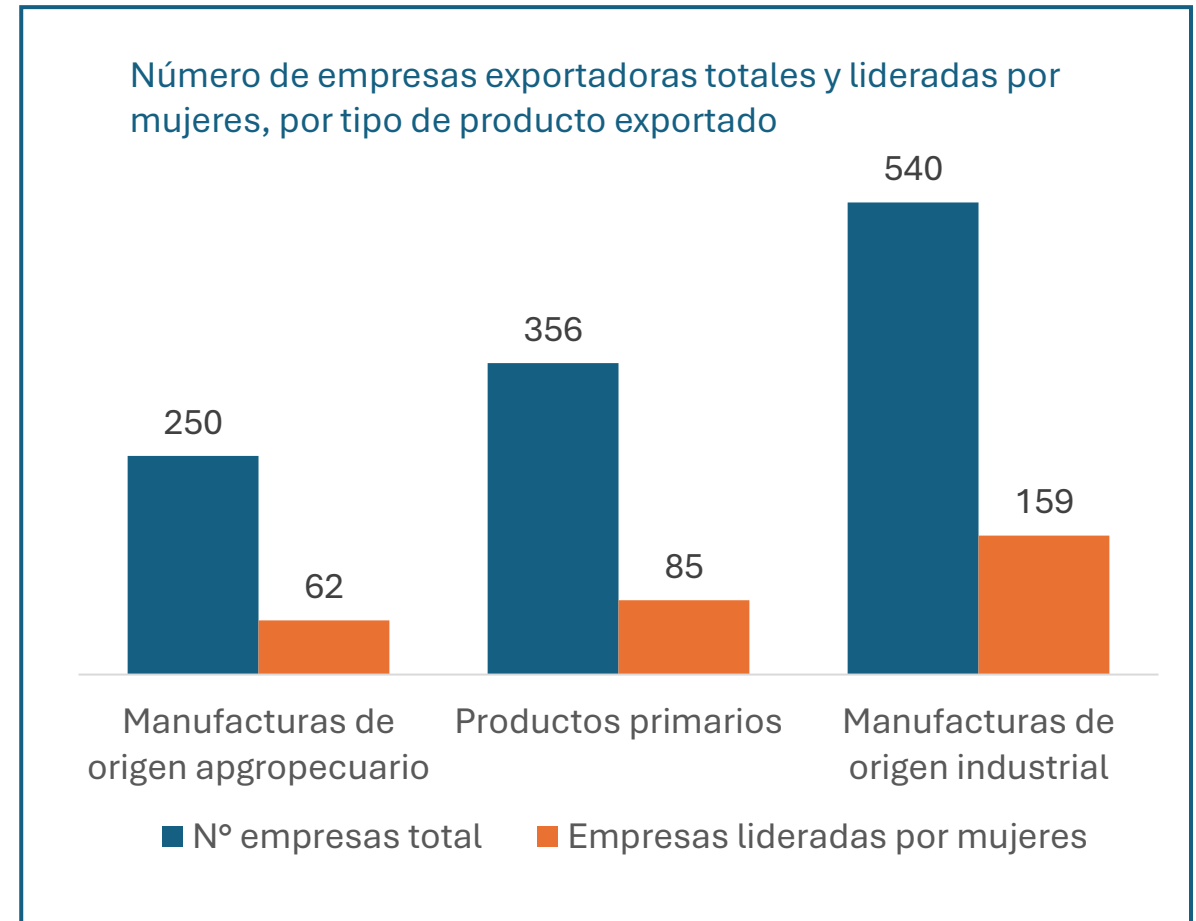


Montos exportados por empresas lideradas por mujeres



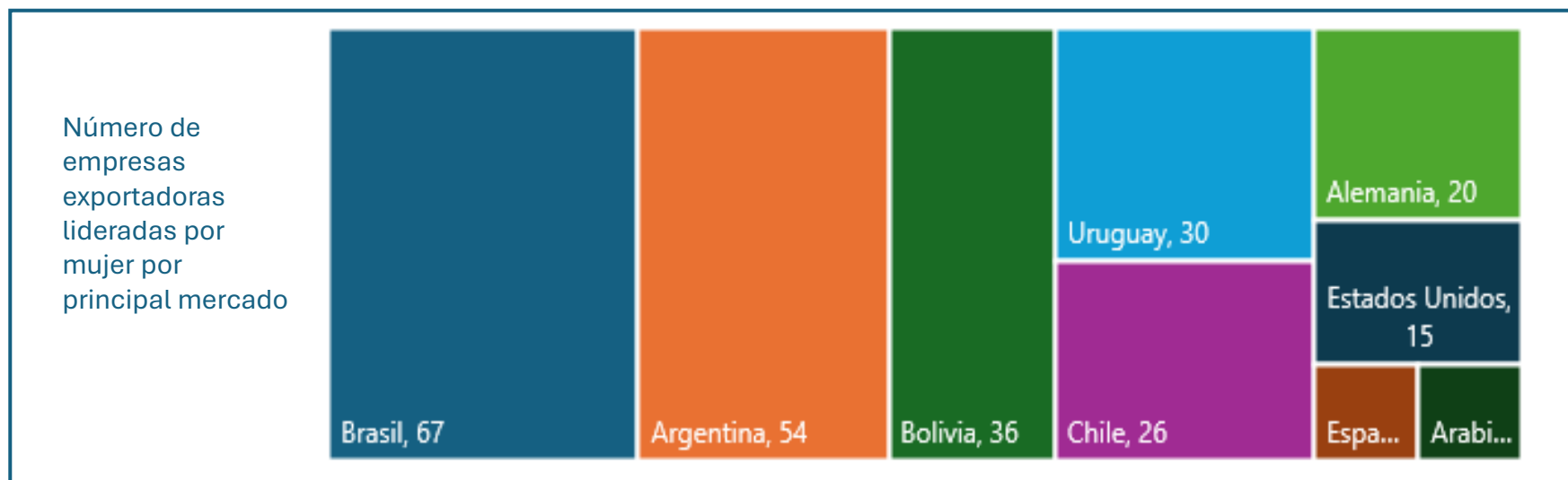
Resultados: Manufacturas industriales son los productos más exportados por EELM

- El mayor número de EELM exporta manufacturas industriales.
- El sector textil y confecciones agrupa a mayor número de EELM. Destacan productos específicos como las prendas de vestir y las manufacturas de tejidos.
- El sector de manufacturas industriales es una agrupación de productos muy variada, entre ellos plásticos, productos farmacéuticos y cosméticos, aparatos eléctricos y muebles.



Resultados: Principales destinos de las EELM están en países de la región

- Principales mercados de destino de las empresas exportadoras lideradas por mujeres están en la región.
- Dos tercios de las empresas tienen como destino principal alguno de los países del Mercosur: Brasil, Argentina o Uruguay, junto a Bolivia y Chile.
- Esta distribución es similar a la de las exportaciones del total de empresas, aunque destaca que los mercados de Bolivia y Uruguay tienen una relevancia mayor para las empresas lideradas por mujeres.

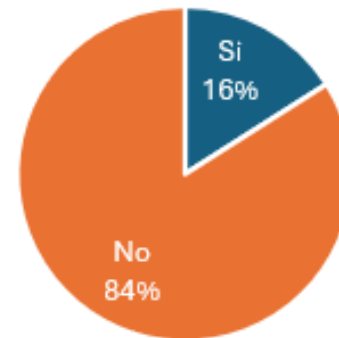


Resultados similares en Alto Paraná, aunque las mujeres de la triple frontera no se perciben como exportadoras

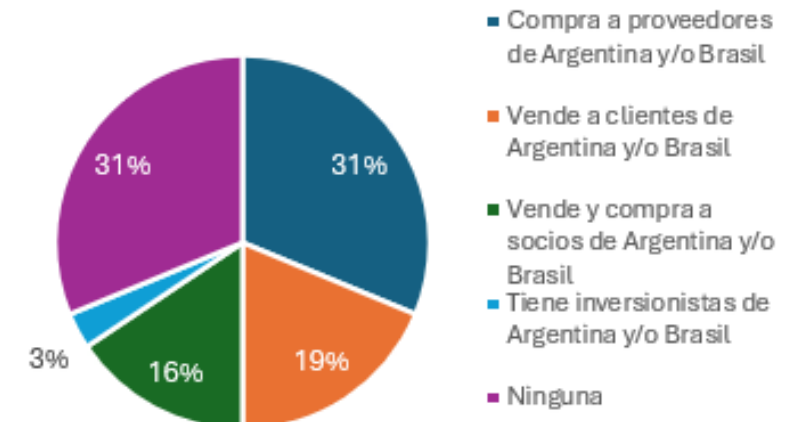
- Proporción levemente menor de EELM en total de empresas exportadoras (24%/26%)
- La mitad exporta menos de un millón de dólares (v/s 65%)
- Concentración en envíos correspondientes a Manufactura industrial (51%/50%)
- Mayor dependencia relativa de Brasil como principal destino.

Respuestas de empresarias de Alto Paraná a encuesta

A. ¿La empresa exporta?



B. Relación comercial con Argentina y Brasil (*)



Resultados: Percepciones y autopercepciones sobre las mujeres en empresas exportadoras

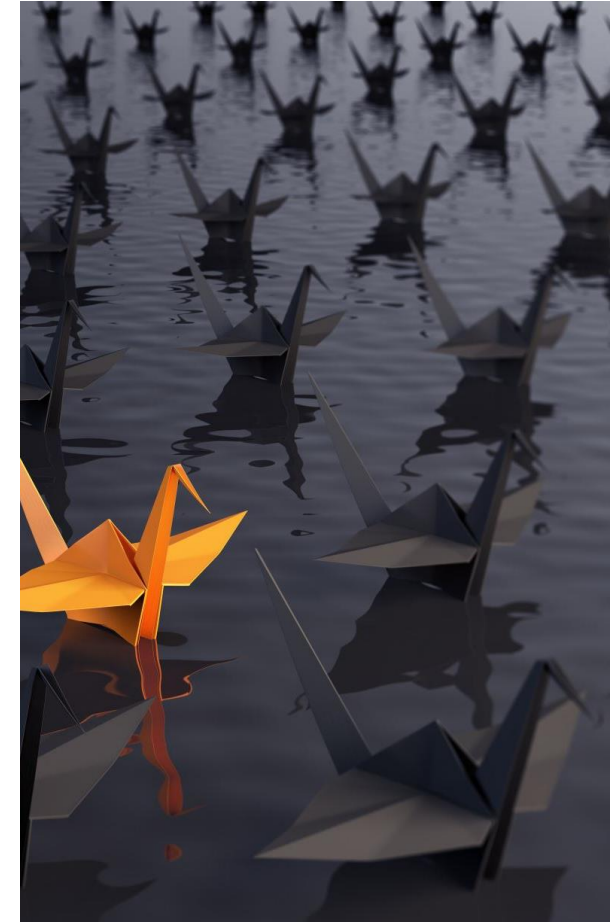


Impacto de roles de género en la empresa

- Los roles de género y especialmente las responsabilidades de cuidados impactan en:
 - Sobrecarga de labores (doble jornada)
 - Escasez de tiempo limita construcción de redes
 - Interrupción de trayectoria profesional
 - Dificultad de retomar esta trayectoria.
- Obstáculos (con lentes de género) en las empresas:
 - Un cuarto de encuestadas se ha sentido discriminada en su trabajo. Principal motivo: ser mujer
 - Brecha salarial entre hombres y mujeres es ampliamente reconocida
- Lo público (la empresa, el gremio, la política) y lo privado (la familia, los hijos, lo personal) son espacios simultáneos, complementarios y a veces contradictorios en la trayectoria vital de las mujeres.

Liderazgo, discriminación e innovación en las EELM

- Suele existir cuestionamiento a liderazgo de mujeres en la empresa, por lo cual terminan trabajando sobre todo con otras mujeres. Hay una resistencia al liderazgo femenino.
- Se enfrenta desconfianza y discriminación de parte de los clientes. A veces no informan al cliente que son ellas las dueñas de la empresa para no estar en una situación de desventaja.
- Son innovadoras en sus respectivos ámbitos de negocio, sea en productos, procesos y/o canales de comercialización.
- Buscan mercados de nicho donde la competitividad no dependa solo de los volúmenes de venta y los precios.
- Las exigencias de los mercados las empujan a innovar. Sus éxitos en los negocios parecieran estar vinculados a esta capacidad de innovación.



Algunas conclusiones

- Las empresas de propiedad y lideradas por mujeres tienden a ser **mipymes**, a exportar **montos menores** y a concentrarse en **manufacturas industriales**.
- Las EELM están concentradas en los rangos más bajos de los montos exportados.
- La mitad exporta productos del macro sector de manufacturas de origen industrial, que tiene menor incidencia en los valores exportados.
- Destaca el rubro de **textiles y confecciones**, que agrupa al mayor número de empresas de mujeres y presenta también una mayor diversidad en el tipo de productos que se exportan.
- Muy pocas de las empresarias de la triple frontera se identifican como exportadoras. Actividad comercial con los **países vecinos** no está asociada a una exportación.
- Mayoría de encuestadas no identificaron obstáculos en su carrera profesional. Una cuarta parte manifestó que sí existieron, siendo el más frecuente la **discriminación de género**.
- La mayoría de ellas reconoce la existencia de **brechas salariales** entre hombres y mujeres en un trabajo similar.