

Curso presencial de

Internacionalización de empresas lideradas por mujeres de la triple frontera

Apoyan:



MINISTERIO DE
INDUSTRIA Y
COMERCIO
PARAGUAY



NACIONES UNIDAS

CEPAL

Organizan:



rediex

amedap
ASOC. DE MUJERES EMPRENDEADORAS DEL ALTO PARANÁ
juntas, impulsando negocios



CAPALT

Calidad para la Exportación



NACIONES UNIDAS

CEPAL

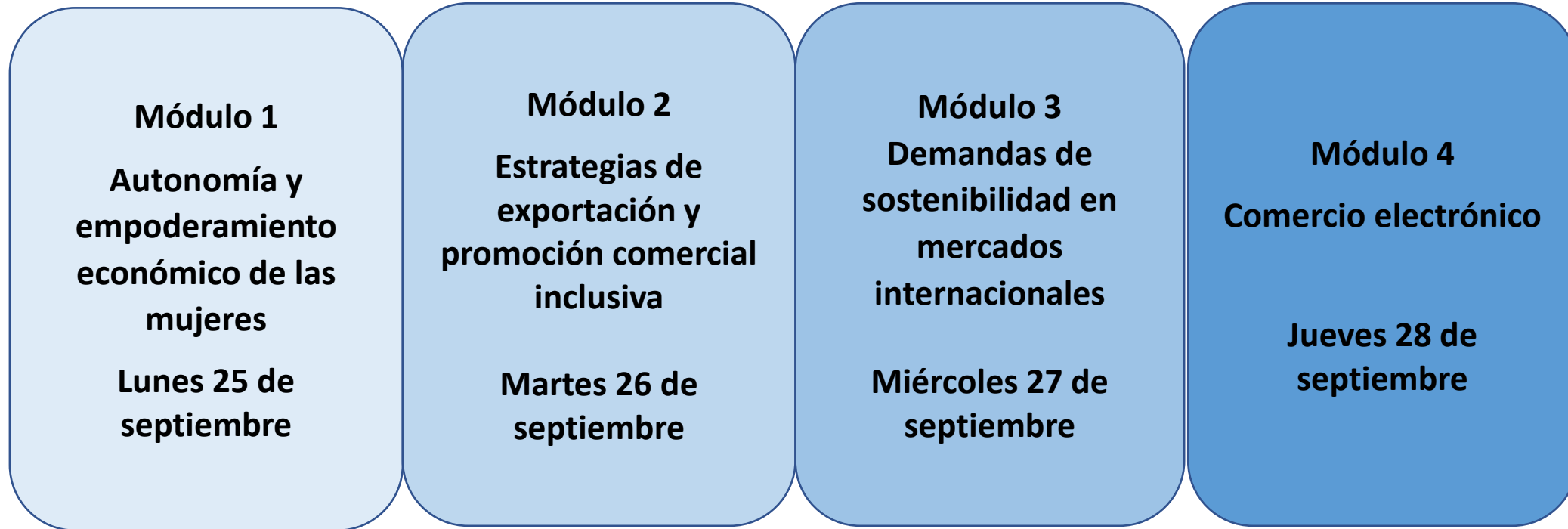


MÓDULO 2

Estrategias de exportación y
promoción comercial inclusiva

Alicia Frohmann y Ximena Olmos
Consultoras CEPAL

Curso: Internacionalización de empresas lideradas por mujeres de la triple frontera




¿Qué haremos hoy?

- Encuesta
- Comercio internacional e inversión del Paraguay
- Impacto del comercio en las mujeres
- Encuesta
- Trabajo en grupo
- Desafíos de las empresas lideradas por mujeres
- Áreas críticas del proceso exportador
- Encuesta
- Comentarios y preguntas

Encuesta



Comercio internacional e IED en Paraguay

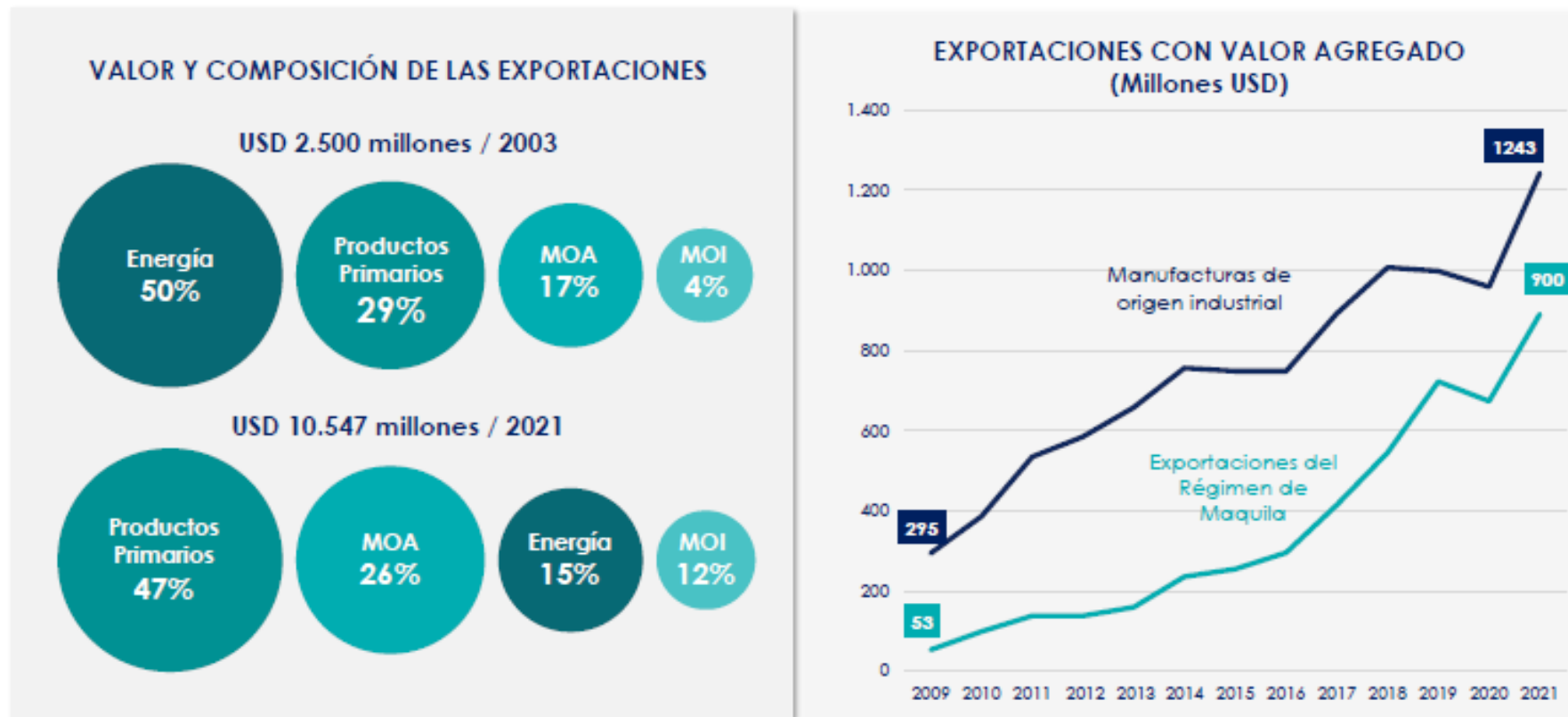


Comercio internacional en Paraguay

Promoción y necesidad de diversificación

- El comercio exterior y la inversión están concentrados en pocas empresas. Hay poco espacio para las pymes
 - En cambio, la economía interna y la economía informal transfronteriza son muy dinámicas e incluyen a un gran número de pequeñas empresas
 - El empleo informal representó el 64,4 % del total de la población activa en 2020
 - El Gobierno se ha esforzado por diversificar la economía y atraer IED. Se promueven bajos costos de mano de obra y energía, así como tasas impositivas muy bajas. La juventud de la población paraguaya (66 % tiene menos de 35 años) es promovida como una ventaja comparativa.
 - Importancia de zonas francas y maquiladoras.
-

Paraguay: Evolución de las exportaciones por grupos de productos, 2003-2021

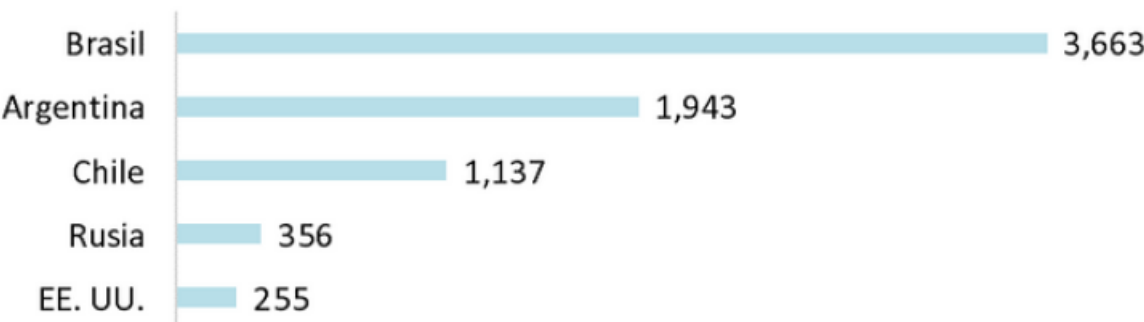


MOA: Manufacturas de Origen Agrario
MOI: Manufacturas de Origen Industrial

Principales socios comerciales

Mayormente comercio fluvial y terrestre

Exportaciones 2022: 9.953 millones de dólares



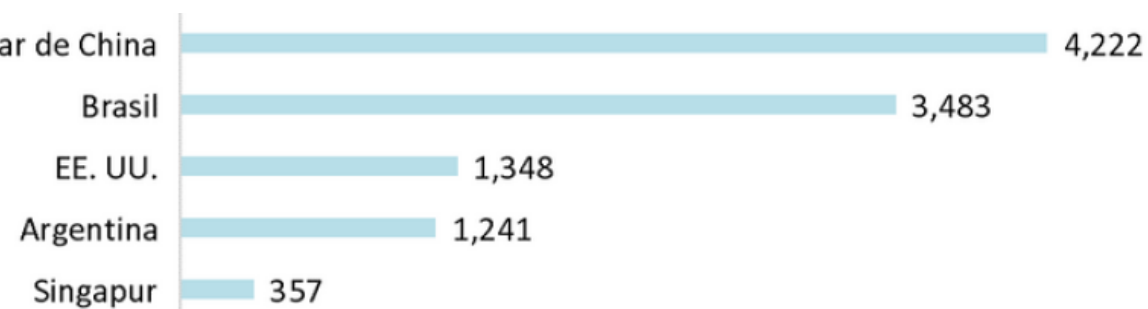
Brasil: energía eléctrica, maíz, arroz, hilos y cables, habas de soja y carne bovina.

Argentina: habas de soja, energía eléctrica, aceite de soja, maíz, harina de soja e hilos y cables.

Chile: carne bovina (refrigerada y congelada), maíz, arroz, harina de soja y tapas de metal para envases.

60% de exportaciones van al Mercosur

Importaciones 2022: 14.587 millones de dólares



RP China: teléfonos inteligentes, máquinas para procesamiento de datos, insecticidas, neumáticos, aparatos de televisión y chapas y tiras de aluminio.

Brasil: automóviles, abonos, insecticidas, máquinas agrícolas y tractores.

Estados Unidos: gasoil, nafta, abonos, medicamentos, automóviles e insecticidas.

Sectores de exportación destacados del Paraguay (puesto a nivel global)

1°

Exportador neto
de energía
limpia a nivel
mundial



3°

Exportador
mundial de
yerba mate



6°

Exportador
mundial de
aceite de
soja



2°

Productor
mundial de
stevia



4°

Exportador
mundial de
soja y chí



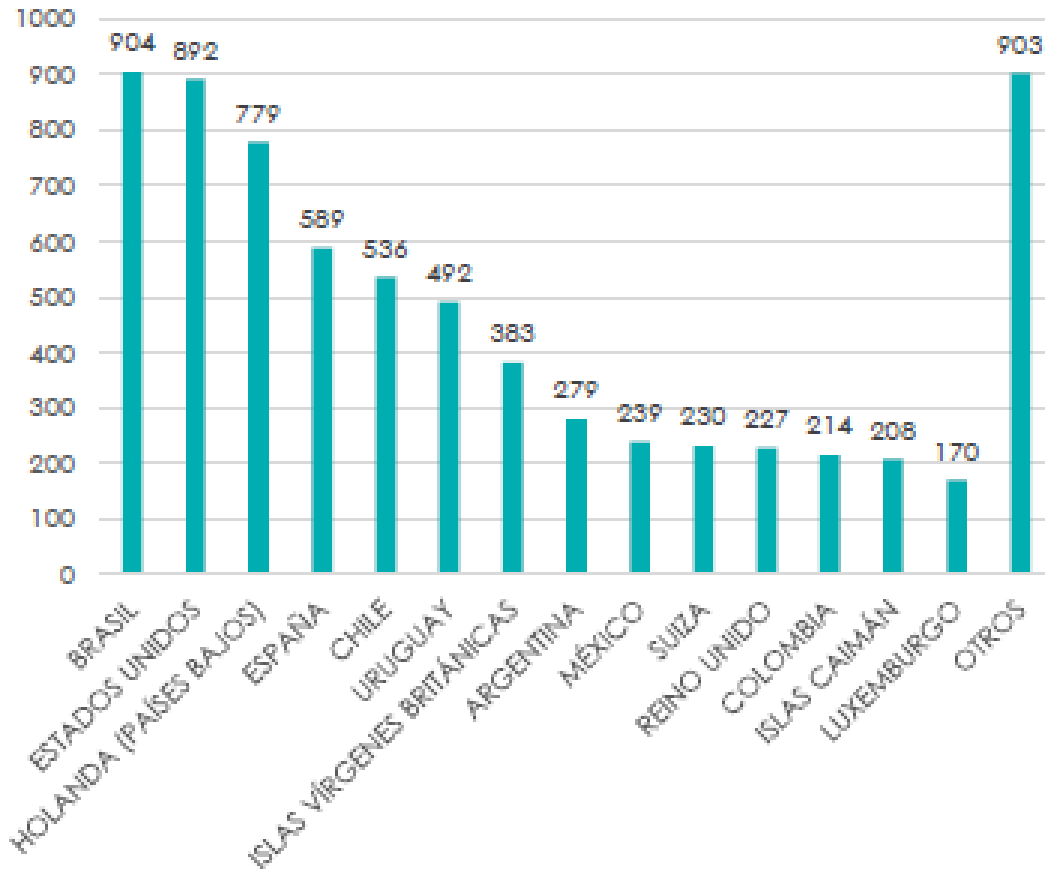
8°

Exportador
mundial de
carne

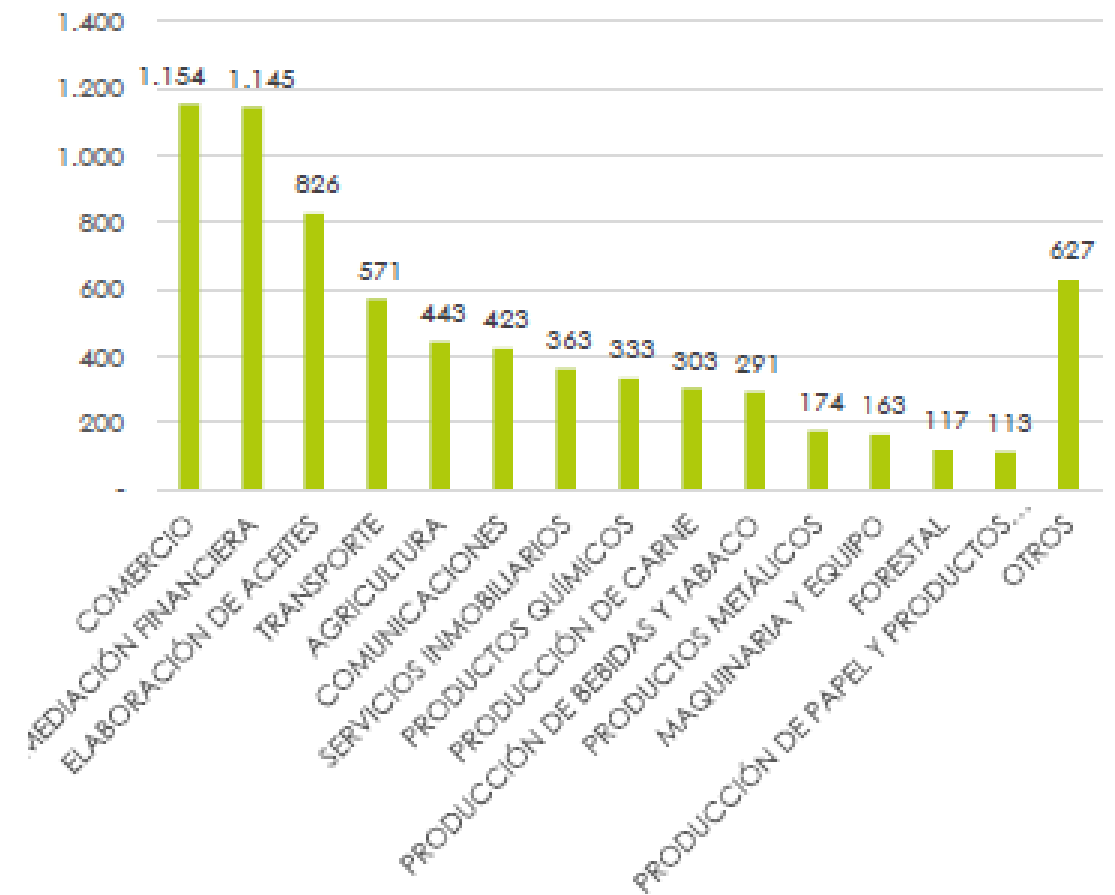


Paraguay: Saldo de la Inversión extranjera directa, 2021 (en dólares)

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN



PRINCIPALES SECTORES DE INVERSIÓN

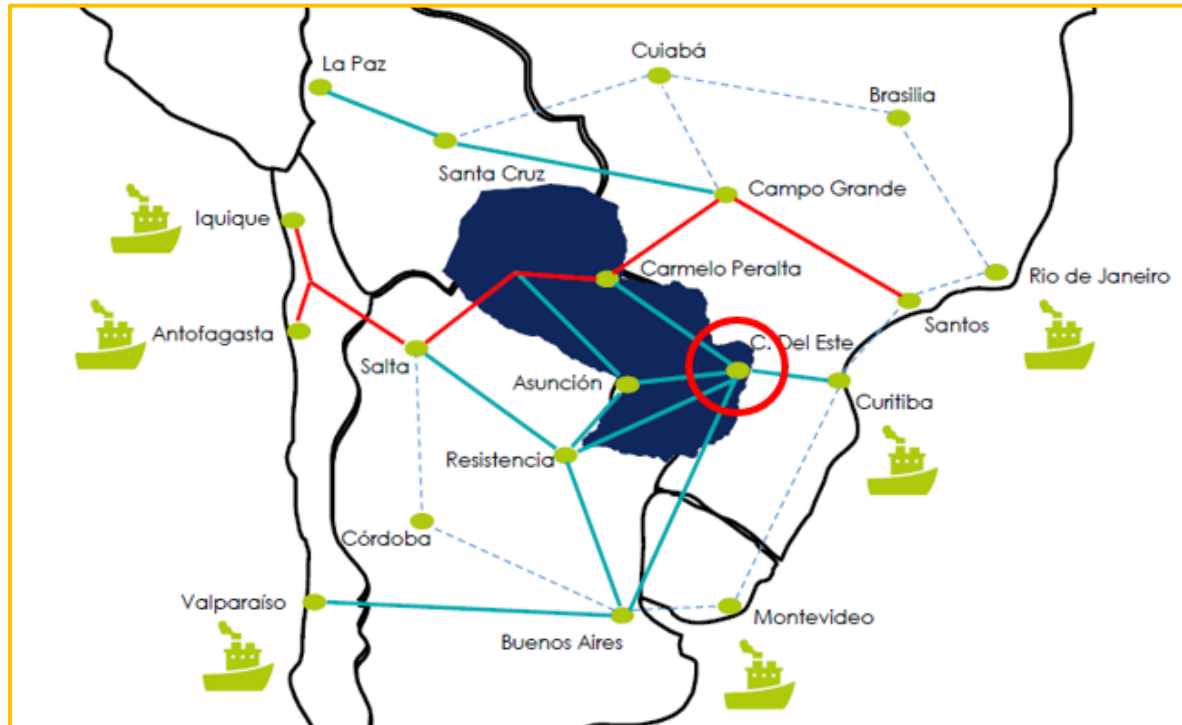


Fuente: REDIEX 2021

Exportaciones por maquila

- Régimen que permite a una empresa extranjera instalarse en el país, o subcontratar a empresas paraguayas ya existentes, para procesar bienes y servicios para la exportación.
- Importar materias primas, maquinarias e insumos necesarios, bajo el régimen de admisión temporaria (suspensión de los impuestos aduaneros), y exportar el producto al mercado regional o internacional.
- En 2021 Paraguay exportó un total de 881 millones de dólares desde las instalaciones de capital extranjeros, bajo régimen de maquila.
- Principales rubros: Autopartes (27 %), Confecciones y textiles (17 %) Productos alimenticios (14 %), Aluminio (14%); Plásticos (11 %).
- Principales destinos: Brasil (78%), Argentina (9%) y Estados Unidos (4 %)
- En 2021, 19.249 trabajadores (predomina empleo femenino y juvenil).

La Triple Frontera

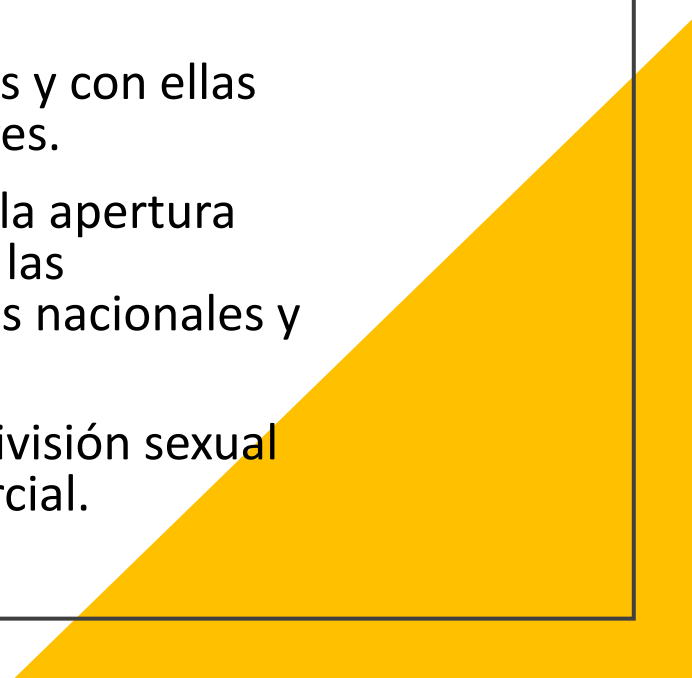


- El dinamismo de la Triple Frontera se expresa en el intenso comercio transfronterizo - formal e informal, legal e ilegal- y en un mercado de trabajo integrado entre los tres países que convergen en esta región.
- También se desarrolla una red de relaciones empresariales, sociales, políticas, que incluye actores locales, nacionales y transnacionales.
- En CdE la actividad comercial está al centro del dinamismo económico. Los turistas que visitan la ciudad participan de manera importante en este comercio.
- En Foz de Iguazú, la generación de energía es importante, además del turismo, compras, los negocios y los eventos internacionales

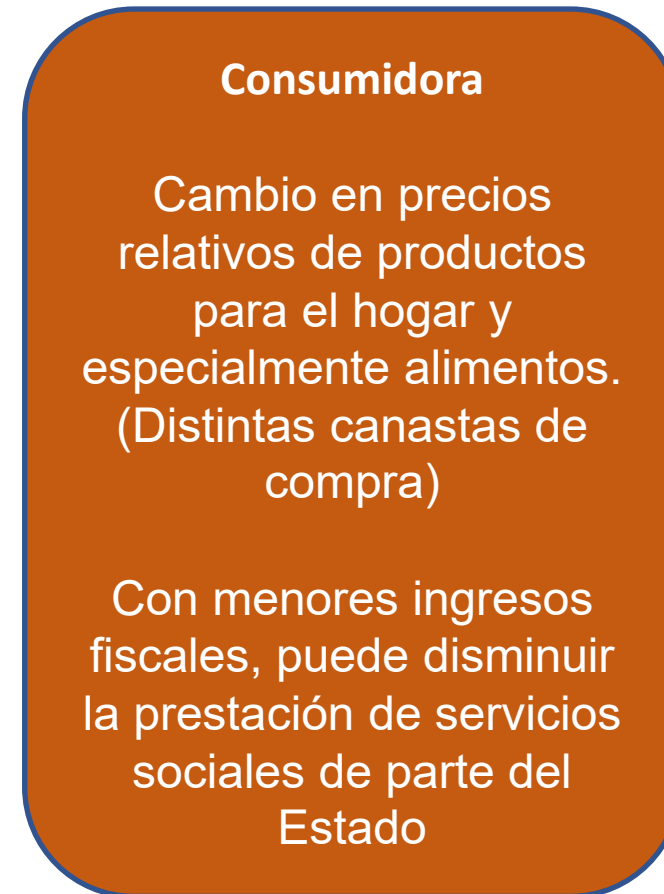
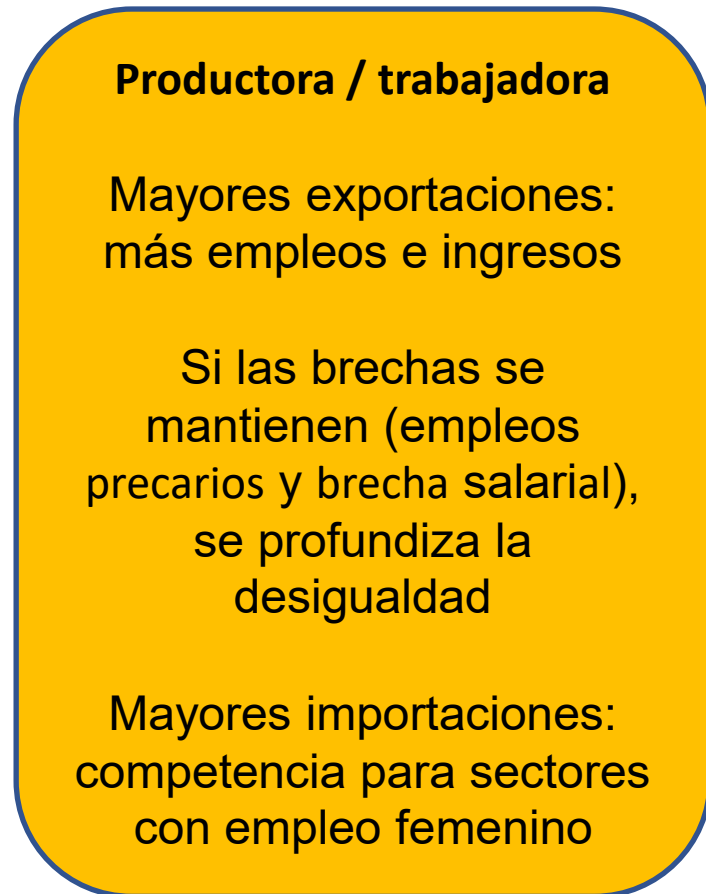
Impacto del comercio en las

Como productoras, empresarias, trabajadoras
consumidoras

El impacto del comercio en las mujeres es ambiguo

- La economía es una estructura de género con normas y disciplinas que determinan la asignación desigual entre hombres y mujeres de los recursos, el trabajo y el uso del tiempo.
 - El comercio internacional tiende a reproducir y eventualmente acentuar esta desigualdad. El impacto del comercio sobre las mujeres es heterogéneo y ambiguo; difiere entre sectores, territorios, nivel socioeconómico y educacional.
 - Por un lado, la apertura comercial puede generar mayores exportaciones y con ellas nuevos empleos e ingresos, facilitando el empoderamiento de las mujeres.
 - Pero, si se mantienen las brechas de género en el empleo y los salarios, la apertura puede reforzar la desigualdad. Por otro lado, si se incrementan también las importaciones, esto puede afectar negativamente a sectores productivos nacionales y al empleo femenino en estos sectores.
 - Los efectos distributivos dependen de distintos factores, entre ellos la división sexual del trabajo, la segregación laboral de género y también la política comercial.
- 

Impacto ambiguo de la liberalización comercial sobre las mujeres



Acuerdos comerciales: capítulos de género han posicionado la igualdad de género en la agenda comercial

- Capítulos independientes sobre comercio y género en los tratados comerciales, han sido adoptados por un número creciente de países; todos con énfasis en la promoción de los derechos de las mujeres y la cooperación.
- América Latina ha sido una región pionera.
- Más que apuntar a disciplinas comerciales específicas no discriminatorias e inclusivas, el foco de los capítulos está puesto en el empoderamiento económico y el adelanto de los derechos de las mujeres.
- El TLC entre el Paraguay y Chile (2021) incluye un capítulo de género
- En diciembre de 2021, el Mercosur adoptó la Directiva 21 sobre «Comercio Internacional para la Autonomía Económica de las Mujeres en toda su Diversidad»,
- Mercosur está negociando un capítulo de género con Canadá.

Encuesta





Trabajo en grupo

Oportunidades y dificultades de negocios en la Triple Frontera

Los extraterrestes tienen más dudas: **¿Cómo hacen negocios internacionales las mujeres en la triple frontera?**

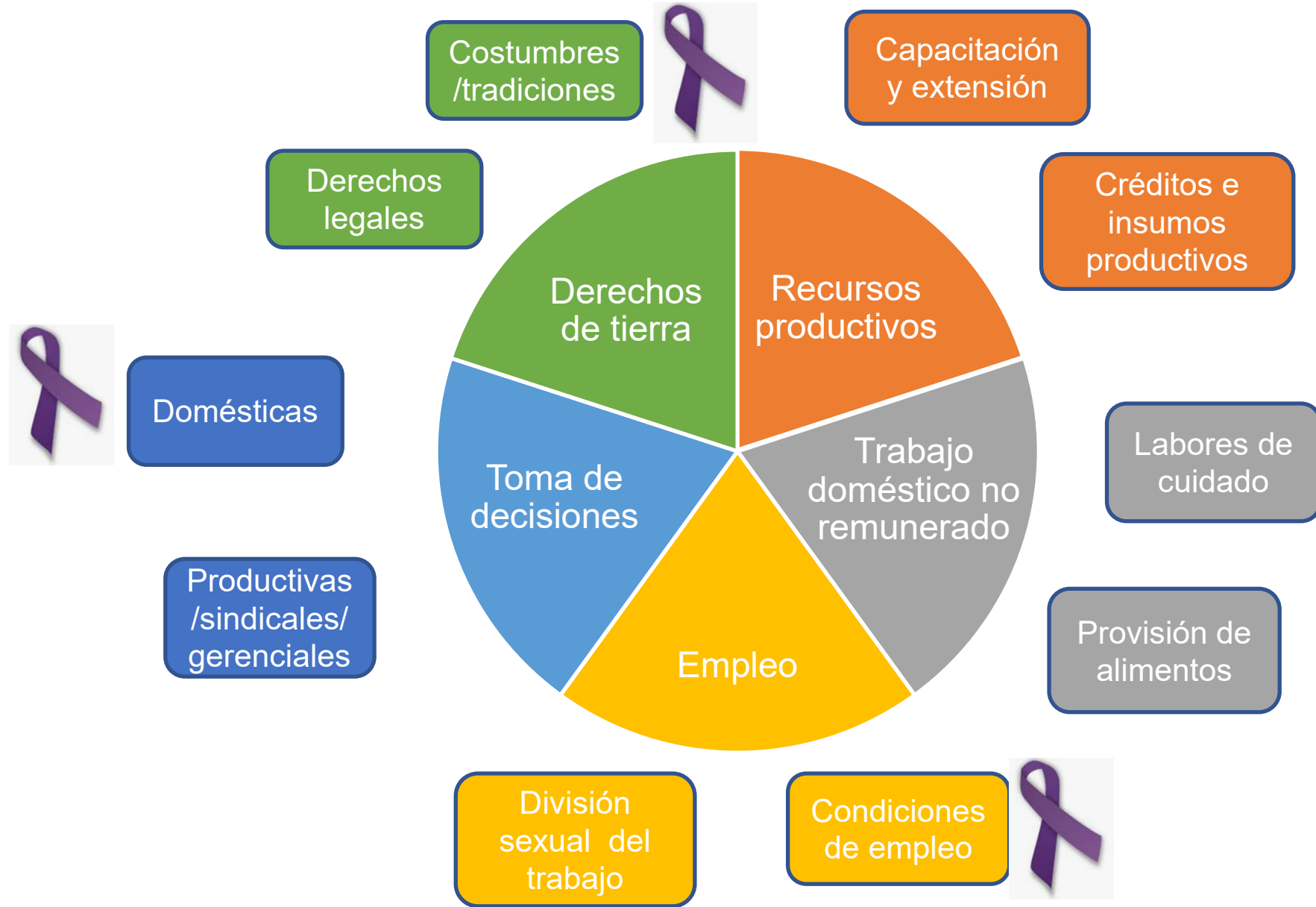
Formaremos 5 grupos para analizar los negocios desde distintas perspectivas

- Como exportadoras (productoras/vendedoras) de bienes (elegir un producto)
- Como exportadoras (productoras/vendedoras) de servicios (elegir un servicio)
- Como consumidoras de bienes o servicios (elegir uno)





Desafíos para las empresas
po



Obstáculos de género que enfrentan las mujeres en su labor productiva

El trabajo de mujeres puede ser fuente de competitividad para las empresas



- Sectores de inversión como la confección, la electrónica de consumo y la producción hortícola han contratado a mujeres trabajadoras en gran número.
- Estas inversiones generaron el aumento de la participación de las mujeres en la fuerza laboral y permitieron que muchas de ellas accedan a ingresos por cuenta propia por primera vez.
- Las entradas de IED en estos sectores se asocian positivamente con la igualdad de género, medida a través de indicadores como la esperanza de vida, la educación y los ingresos de las mujeres.
- Pero, el trabajo precario y bajos salarios de las mujeres pueden actuar como fuente de competitividad para empresas exportadoras (p.ej. maquiladoras), y consolidan la desigualdad, aun cuando representen oportunidades de ingresos propios para las mujeres.

Empresas lideradas por mujeres



www.freepik.es

- Son de propiedad de una mujer (o socia mayoritaria) o tienen una mujer en un cargo decisor
- Como cargos decisores se consideran gerentes, representantes legales, jefas y coordinadoras del área de exportación
- Empresa cuenta con estrategias para enfrentar la violencia de género en el lugar de trabajo y en el espacio doméstico (Promperú).

Norma ISO IWA 34:2021(es)

Emprendimiento femenino — Definiciones clave y criterios generales

Características de empresas exportadoras lideradas por mujeres

Solo una de cada cinco empresas exportadoras está dirigida por una mujer

Son predominantemente mipymes, con menores ventas y número de trabajadores que las empresas lideradas por hombres.

Tienen más probabilidades de encontrar obstáculos al comercio.

Las empresas pertenecientes a mujeres que exportan tienden a ganar más, pagar más, contratar a más gente y ser más productivas que las empresas que solo operan en el mercado interior.

Las grandes empresas exportadoras contratan a un porcentaje más elevado de mujeres que las empresas más pequeñas.

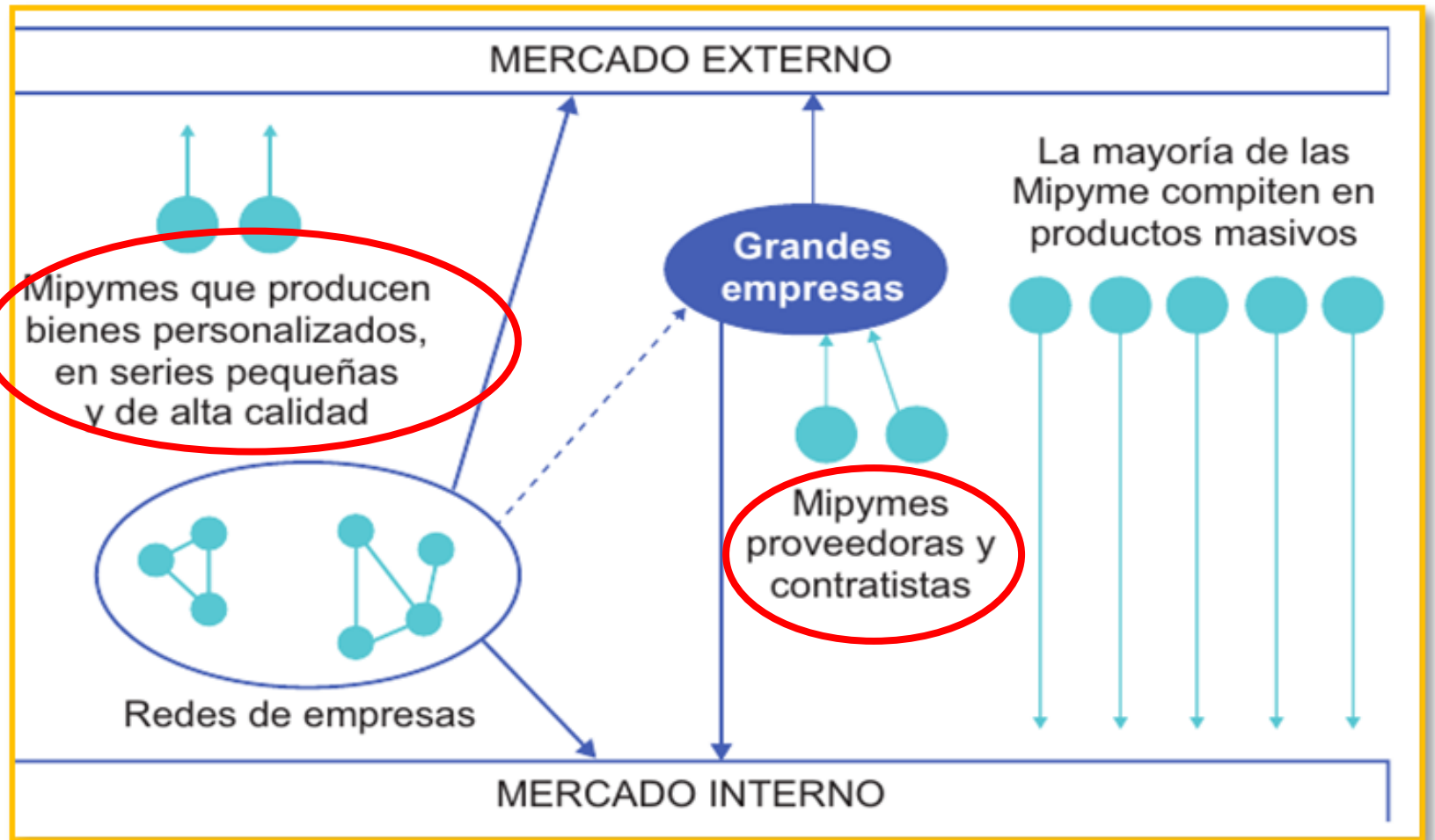
Origen socioeconómico condiciona las barreras, estímulos y contactos que facilitan o dificultan el emprendimiento.

Participación de mujeres en empresas exportadoras del Paraguay

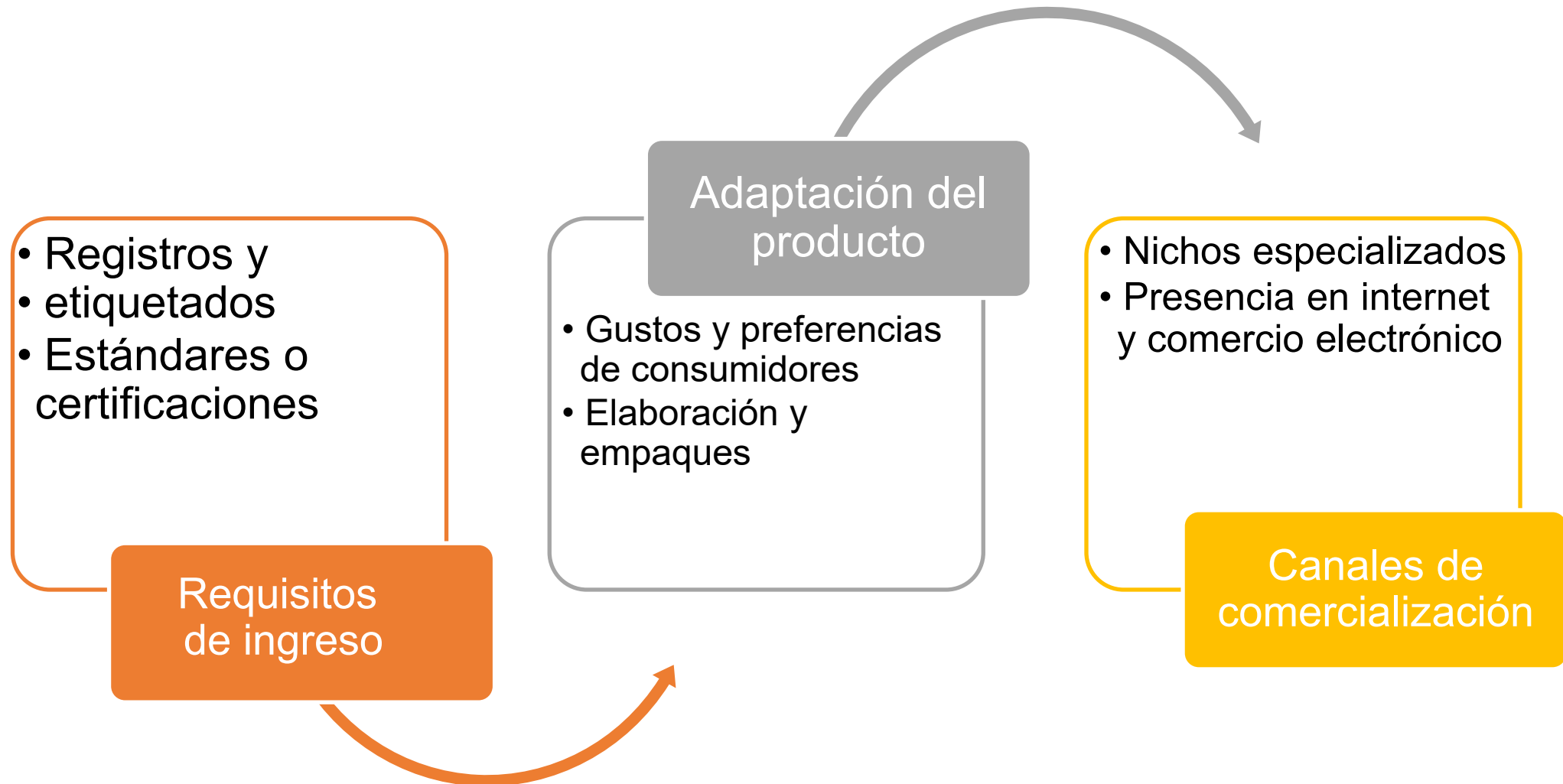
- Dos tercios (66 %) de todas las empresas de Paraguay y el 85 % de las empresas exportadoras tienen participación femenina en la propiedad, muy por encima del resto de la región.
- Solo el 20 % de las empresas con 5 o más empleados tienen una mujer en un alto cargo gerencial (2017) y solo el 6,8 % de estas empresas son exportadoras directas
- Solo el 1,6 % de todas las empresas exportan directamente y tienen a una mujer en un alto cargo gerencial, y el 3,3 % de las empresas que exportan (directa o indirectamente) tienen una gerenta mujer. Estos niveles están muy por debajo de los promedios regionales (5,6 % y 8,5 % respectivamente) .
- Estos datos sugieren que el Paraguay tiene un potencial considerable para mejorar la proporción de mujeres líderes (en propiedad o gestión) en el negocio exportador.

Fuente: Banco Mundial: Encuestas Empresariales, Género/Exportador, Paraguay, 2017 (364 firmas encuestadas)

¿Cómo se insertan las pymes en el comercio internacional?



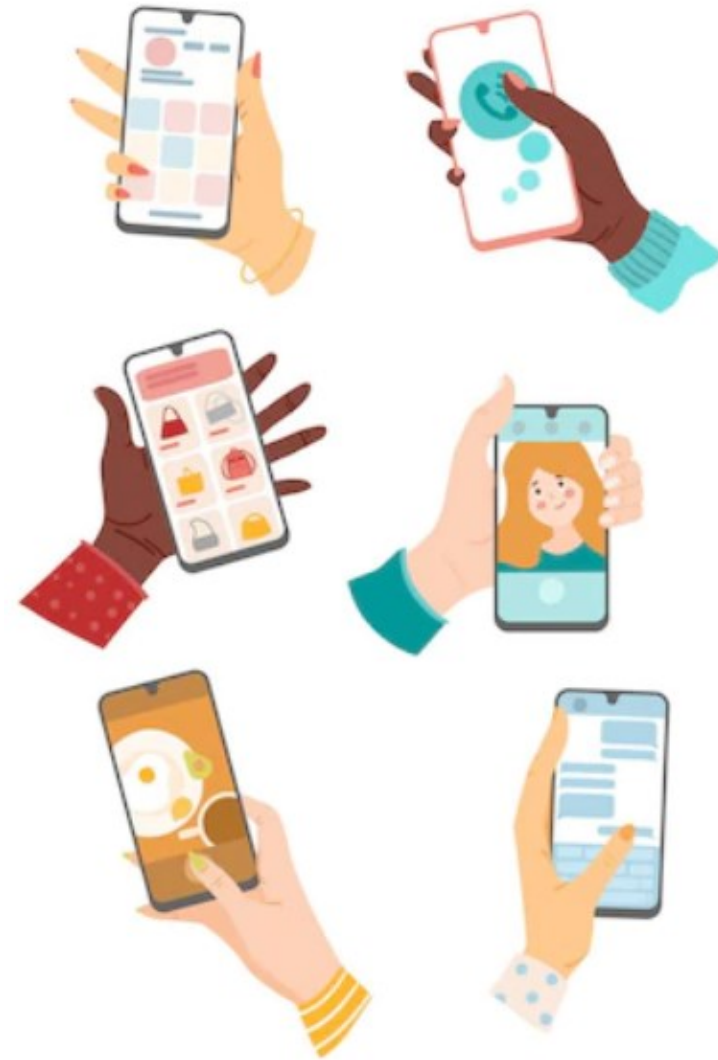
Áreas críticas del proceso exportador



El fortalecimiento de las pymes exportadoras lideradas por mujeres requiere una doble agenda

Asuntos generales de negocios	Asuntos de género
Estudios de mercado y tendencias, incluyendo mercados de nicho, participación en ferias	Capacitación para el empoderamiento de las mujeres
Oportunidades de negocios, captación de clientes potenciales	Apoyo intergrupar entre mujeres, fortalecimiento de redes
Fomento de la asociatividad,	Estrategias de motivación, mentoría
Capacitación en normas y estándares internacionales. Certificación de calidad. Registro de marcas. Producción orgánica	Protocolos de negociación para mujeres con empresas internacionales manejadas por hombres
Exportación de servicios. Innovación y tecnología. Comercio electrónico	Cultura exportadora con perspectiva de género
Financiamiento	Emprendimiento de las mujeres
Capacitación en logística y gestión	Crecimiento personal y profesional
Diversificación de productos Etiquetas y empaques	Conocer buenas prácticas y casos exitosos de mujeres exportadoras a nivel nacional e internacional

Encuesta





NACIONES UNIDAS

CEPAL

MUCHAS GRACIAS Y NOS VEMOS MAÑANA

Alicia Frohmann y Ximena Olmos
Consultoras CEPAL