



Restringido. Para uso exclusivo das Representações.

Secretaria-Geral

ALADI/SEC/di 3095
12 de abril de 2023

RELATÓRIO

SEMANA DE CONEXÃO EMPRESARIAL

Latinas Exportam

Gênero, comércio e inclusão social



#Trade for Women



Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura

I. Apresentação

A Semana de Conexão Empresarial Latinas Exportam, celebrada de 6 a 10 de março, organizada pela Secretaria-Geral (SG) da ALADI, contou com ONU MULHERES como aliado estratégico e o apoio, bem como a participação da Organização Mundial do Comércio (OMC) e da FAO, em especial o Programa +Algodão.

Antecedem a esta Semana de Conexão as Rodadas de Negócios denominadas Latinas Exportam (Ganha-Ganha) e Latinas Exportam na sua segunda edição, celebradas nos anos 2021 e 2022 respectivamente, sob a premissa de que o comércio é chave para impulsionar o empoderamento econômico das mulheres e ter acesso a novas oportunidades comerciais com inclusão e equidade.

Uma maior participação das mulheres no comércio é essencial para possibilitar sua inserção nos mercados nacionais e regionais, bem como uma maior participação da mulher no comércio regional significaria atender 50% da sua população. Para tanto, no âmbito da iniciativa Latinas Exportam da ALADI, está sendo criada uma comunidade de mulheres empreendedoras.

II. Contexto

A pandemia da COVID 19 e a guerra entre a Rússia e a Ucrânia continuam afetando, de maneira desproporcionada, os grupos mais vulneráveis da região. No caso das mulheres, o impacto implicou um retrocesso de mais de uma década nos avanços alcançados em matéria de equidade de gênero.

No mundo somente 27% das mulheres ocupam cargos gerenciais. Na nossa região essa porcentagem se reduz a 2%. Adicionalmente, a média da brecha salarial é 22% e a participação laboral é de cerca de 52% com respeito a 80% dos homens. Neste contexto, 60% das mulheres da região tem trabalhos informais e as mulheres utilizam de 2 a 5 vezes mais tempo nas tarefas domésticas que os homens (Foro Económico Mundial, 2022).

As empresas lideradas por mulheres enfrentam mais obstáculos para participar do comércio. A desconexão entre a educação recebida e as competências necessárias para sair, de forma bem-sucedida, ao mundo, as dificuldades para o acesso ao financiamento e a informalidade constituem a base de uma profunda desigualdade que resulta em que somente uma de cada cinco empresas lideradas por mulheres exporte aos mercados internacionais (ITC, 2015).

As mulheres carecem de informação sobre as regras e os acordos comerciais, somente 50% delas recebe capacitação sobre comércio e 35%, sobre regulações comerciais e procedimentos aduaneiros (BM e OMC, 2020).

III. Comércio e gênero

Os esforços da Secretaria para transversalizar a perspectiva de gênero no comércio, no âmbito do seu acordo com ONU Mulheres, abrangem atividades orientadas ao fortalecimento de capacidades das mulheres no comércio, ferramentas para a internacionalização de empreendimentos, assessoria e assistência a empresárias Pmes mediante os serviços da Plataforma “Pmes Latinas – Ótimos Negócios” (PLON).

Neste âmbito, Latinas Exportam consolida-se como uma atividade específica da ALADI, que se traduz em diferentes eventos de promoção, capacitação e conexões de negócios para a mulher empresaria latino-americana. Desta maneira, mediante a plataforma, as empresárias preparam-se, capacitam-se, divulgam seus produtos, expõem suas demandas, estabelecem contatos, tecem redes empresariais e, com o tempo, concretizam negócios de caráter internacional.

Durante o presente ano, especialistas da ALADI, ONU mulheres, a OMC, junto com empresárias líderes da região e mulheres empresárias, participaram das seguintes atividades:

- **Eventos de promoção e capacitação dirigidos a empresárias Pmes**
- **Assessoria e assistência sobre os serviços disponíveis na PLON para a internacionalização dos empreendimentos liderados por mulheres mediante a divulgação de produtos e serviços, negócios de exportação e redes de contatos empresariais.**

IV. Atividades desenvolvidas

A ALADI ofereceu gratuitamente aos empresários participar das seguintes atividades:

- **Capacitação on-line: Instrumentos digitais para a inserção no comércio regional**
- **Webinários, assessoria e assistência técnica**
- **Assessoria, assistência técnica e registro em CE**

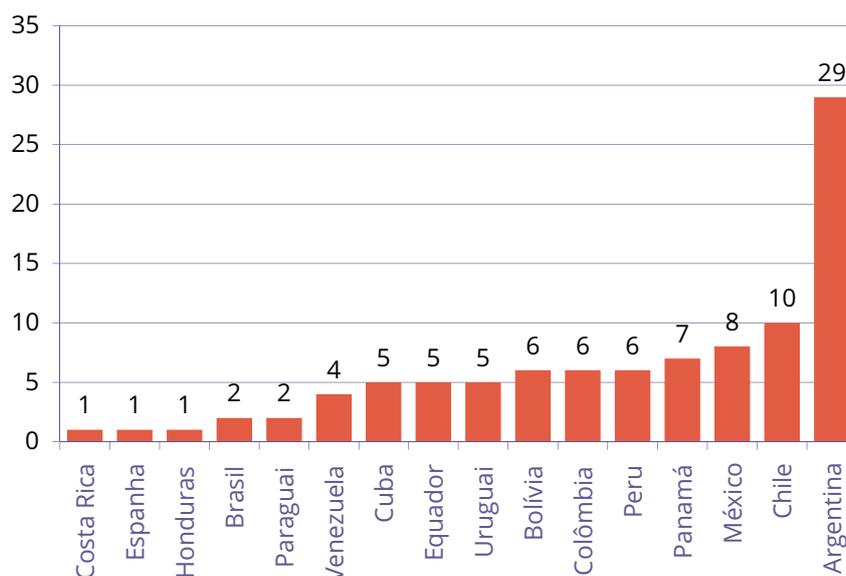
O detalhe de cada uma das atividades pode ser revisado no link: <https://pymesgrandesnegocios.org/wp-content/uploads/2023/02/Agenda-LE-2023-sin-registro-esp-2.pdf>

V. Os dados da Semana

• Da capacitação on-line

Desenvolveu-se de forma virtual, buscando a flexibilidade necessária para que as interessadas pudessem realizá-la no seu tempo livre. No total, foram contabilizados no curso 98 participantes, principalmente dos países-membros da ALADI e também de outras partes do mundo, conforme é possível observar no gráfico 1.

Gráfico 1. Quantidade de participantes no curso por país

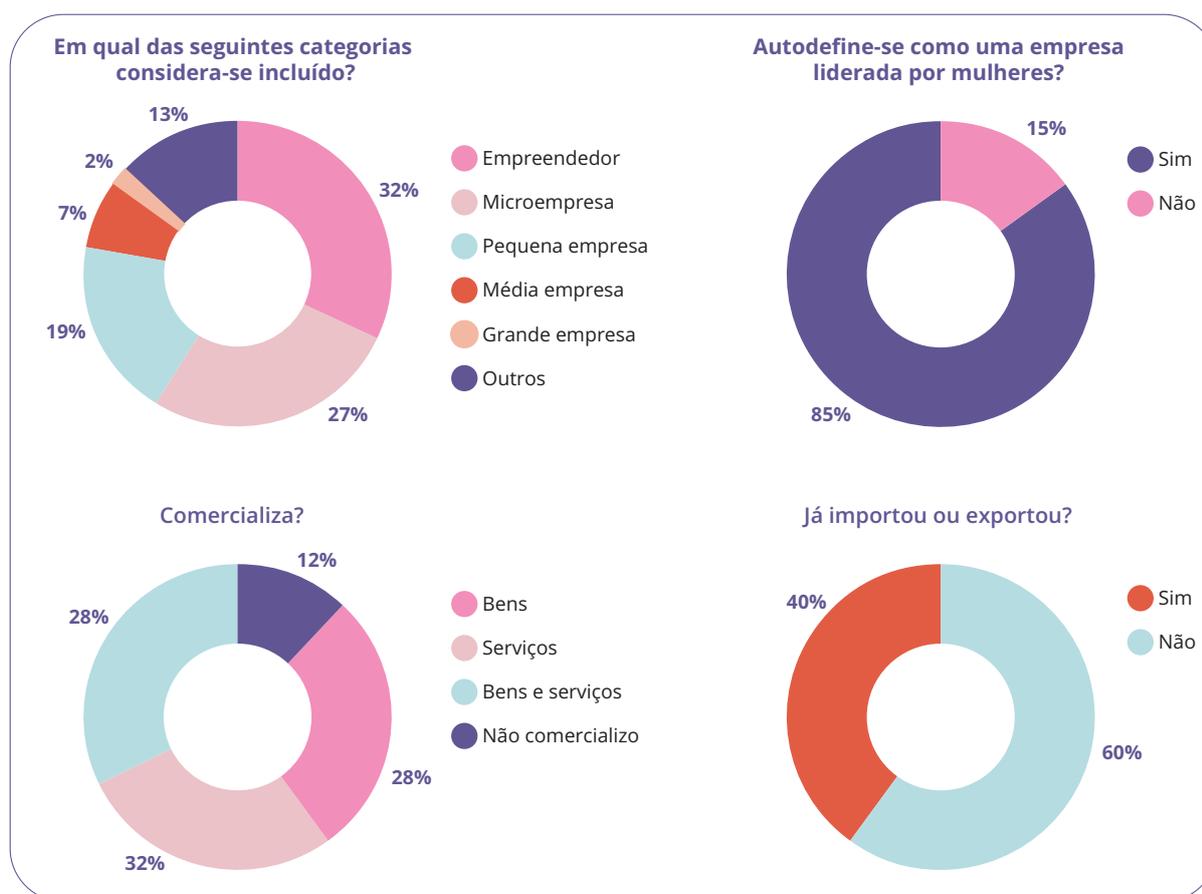


Fonte: SG-ALADI

• Participantes registrados na Semana

De acordo com os registros neste evento, 53% dos participantes considera sua empresa como uma Mpme, enquanto que 32% manifesta-se como um empreendedor. Quanto a temas de gênero, 85% autodefiniu-se como uma empresa que é liderada por mulheres. Por outro lado, em termos de comércio, caberia dizer que 88% manifesta ter comercializado seus produtos ou serviços enquanto que somente 40% importou ou exportou (ver figura 1).

Figura 1. Dados dos participantes registrados



Fonte: Elaboração própria com base em dados da Secretaria-Geral da ALADI

Do total de registros e de empresas lideradas por mulheres, 53% não exporta nem importa, razão pela qual o principal mercado de destino é o interno.

Quanto aos dados de promoção do evento, podemos destacar que 27% tomou conhecimento mediante a Secretaria-Geral e sua divulgação, 28%, por redes sociais, 14%, por ONU Mulheres e o restante 31%, por outros meios.

- **Contatos em PLON e empresas registradas em Conexão Empresarial (CE)**

A seguir, apresentam-se os dados sobre a quantidade de contatos no diretório PLON, junto com as empresas que são parte de CE antes e depois do evento celebrado. Paralelamente também foi quantificado o número de inícios de sessão em CE durante a Semana.

Quadro 1. Contatos e empresas

Semana de Latinas Exportam	Antes	Durante	Depois
Contatos no diretório PLGN	102.067	-	102.814
Empresas em conexão empresarial (CE)	41.586	-	41.645
Início de sessão em CE	-	7.132	-

Fonte: Elaboração própria com base em dados da Secretaria-Geral da ALADI

Antes do evento, a SG contava em seu diretório em PLON com um total de mais de 100 mil contatos registrados, enquanto que em CE dispunha de 41.588 empresas. A principal origem das empresas pode ser observada no quadro 2 onde Colômbia, Argentina, México e Uruguai representam mais de 50% das empresas registradas em CE.

Após a Semana de Conexão Empresarial Latinas Exportam, o número de contatos em PLON aumentou para 102.814, isto é, 747 contatos novos, enquanto que o número de empresas aumentou para 59 alcançando as 41.645.

Quadro 2. Origem das empresas registradas em CE

PAÍSES	ANTES DA SEMANA	DEPOIS DA SEMANA	VARIAÇÃO ABSOLUTA
Colômbia	7.209	7.214	5
Argentina	5.204	5.217	13
México	4.739	4.747	8
Uruguai	4.494	4.497	3
Paraguai	3.535	3.535	0
Brasil	3.147	3.148	1
Peru	3.036	3.039	3
Equador	2.520	2.520	0
Chile	2.163	2.174	11
Bolívia	1.862	1.861	-1
Venezuela	1.457	1.459	2
Cuba	1.341	1.349	8
Panamá	830	833	3
Outros países	49	52	3
TOTAL	41.586	41.645	59

Fonte: Elaboração própria com base em dados da Secretaria-Geral da ALADI

Ademais, durante toda a Semana do evento, registraram-se mais de 7 mil inícios de sessão em CE pelos empresários como observado no quadro 1.

VI. Referências bibliográficas

- Banco de Desarrollo de América Latina, CAF (2018). Inclusión Financiera de las mujeres en América Latina. Situación actual y recomendaciones de política.
- Banco Mundial y Organización Mundial del Comercio (2020). Las mujeres y el comercio: el papel del comercio en la promoción de la igualdad de género.
- BID, Género y comercio Una relación a distintas velocidades, 2020
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2020). Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe.
- International Trade Centre (2015). Abriendo Mercados para Mujeres Comerciantes
- Organización Mundial del Comercio (2022). Las Mujeres y el Comercio, Nota informativa.

Anexo

Principais mensagens apresentadas durante as conferências

- **Dia 1. Boas-vindas e conferência sobre as oportunidades de comércio e inclusão para as mulheres empreendedoras, a realidade da mulher empresária diante do comércio, o ABC da exportação e o registro em CE.**

“As dificuldades que enfrentam as mulheres para ter acesso ao crédito e participar do comércio exterior acentuam-se no caso das mulheres indígenas e é necessário continuar a luta pelos seus direitos”.

Elmer Catarina. Presidente do Comitê de Representantes da ALADI

“A SG dispõe de ferramentas para facilitar a inclusão das mulheres no comércio exterior. Nossa consigna é: Mais conhecimento => Mais emprego => Mais dignidade => Mais comércio => Mais integração com inclusão social”.

Sergio Abreu. Secretário-Geral da ALADI

“A importância da aliança estratégica entre ONU Mulheres e a ALADI para ministrar capacitação e fortalecer a participação das mulheres no comércio exterior”.

María Noel Vaeza. Diretora Regional ONU Mulheres

“As limitações econômicas que enfrentam as mulheres e sua dificuldade para ter acesso ao comércio, principalmente pela falta de acesso ao crédito; a falta de redes de contato e participação no mercado; a falta de formação em habilidades específicas; os altos custos e em alguns casos inacessíveis custos de internacionalização. Somado às limitações específicas: masculinização de alguns setores produtivos (agro, tecnologia, etc.); medos; discriminação implícita e explícita; características dos mercados e dificuldade para articular a vida familiar e profissional”.

Teresa Pérez del Castillo. Consultora ONU Mulheres

“O intercâmbio intrarregional pós-pandemia tem sido mais dinâmico que com o resto do mundo. Entre 2020 e 2021, as exportações intrarregionais cresceram 40%, enquanto que com o resto do mundo foi de 26%, foi superado o nível de comércio antes da pandemia. Neste âmbito, a ALADI conta com mais de 100 Acordos de Alcance Regional ou Parcial”.

Alejandro Bonilla. Chefe Departamento de Acordos e Negociações da ALADI

- **Dia 2. Conferência sobre as oportunidades e os desafios das mulheres rurais para exportar em cadeias de valor não tradicionais, mais os principais obstáculos para a mulheres empresárias no comércio, os instrumentos para a inserção no comércio regional, promoção do comércio e inclusão social e o registro em CE.**

“A discriminação de gênero está associada a 3 problemáticas principais:

a) as mulheres padecem, em maior medida, o flagelo da fome; b) há uma feminização da pobreza, e c) a carga de trabalho doméstico não remunerado limita a possibilidade de trabalho da mulher. O desafio do desenvolvimento sustentável está associado a estas brechas pelo que implica trabalhar em sistemas alimentares inclusivos; o acesso da mulher a mercados locais e internacionais; o acesso da mulher a recursos, entre os que destacou o acesso à terra, o acesso à digitalização e a mudança da cultura patriarcal”.

Claudia Brito Bruno. Oficial da FAO exporta em gênero

“Os desafios que enfrentam as mulheres rurais: Por um lado, os próprios inerentes à ruralidade: brecha no acesso a serviços de qualidade (esgoto, água, eletricidade, etc) e os vinculados à logística. E por outro lado, aqueles exclusivos das mulheres como a recarga de trabalho doméstico não remunerado e a vulnerabilidade das mulheres por violência de gênero. É importante o olhar transversal de gênero tanto na política pública, quanto nos mercados e as lições aprendidas:

a) criar ou materializar a oportunidade, o qual acelera os processos, b) gerar conhecimentos para que a inserção da mulher no mercado seja favorável e segura (por exemplo, o que tem a ver com o uso de agroquímicos e adubo), c) promover alianças, nas que as mulheres compartilham suas experiências e também suas soluções, d) promover a digitalização (nas redes, a produção e o consumo)”.

Erika Zárate. Especialista Sistemas Agroalimentares Sustentáveis da FAO

“Os benefícios que representa a rede de acordos da ALADI devem ser aproveitados mediante as ferramentas desenvolvidas em favor das PMES que podem ser acessadas no portal Pmes Latinas – Ótimos Negócios”.

Jorge Llosa

- **Dia 3. Conferência sobre os instrumentos idôneos à disposição da mulher empresária na OMC, a realidade e a inserção comercial das empreendedoras e o registro a CE.**

“O comércio eletrônico, o qual embora represente uma boa oportunidade, é necessário estar atentas e conhecer os custos ocultos que este pode implicar e fez referência aos referidos custos, bem como a algumas experiências promovidas pela OMC”.

“A importância de ampliar as oportunidades mediante a inovação no produto ou serviço e citou algumas experiências”.

Anoush Der Boghossian. Chefa de Gênero e Comércio da OMC



ALADI

sgaladi@aladi.org
www.aladi.org

