

Informe
RUEDAS DE NEGOCIOS

Latinas Exportan

2da
edición

6 al 8 de septiembre | 2022

 **PIMES** LATINAS
Grandes Negocios



INFORME RUEDA:

Rueda de Negocios Latinas Exportan, segunda edición.

Presentación

Por segundo año consecutivo, la ALADI apuesta al impulso económico de las mujeres empresarias y emprendedoras mediante la promoción del comercio y el uso de las herramientas contenidas en la plataforma Pymes Latinas Grandes Negocios. En tal sentido, en conjunto con ONU MUJERES y la Organización Mundial del Comercio (OMC), se buscó dar respuesta a los retos que enfrentan las mujeres en la internacionalización de sus emprendimientos poniendo especial énfasis en la brecha de información general sobre las reglas y acuerdos comerciales.

Adicionalmente, este año se dio prioridad al acceso al financiamiento de los servicios financieros, al ser identificado como el mayor problema que enfrentan las Mipymes que buscan internacionalizarse. En América Latina, sólo el 49% de las mujeres tiene una cuenta bancaria, el 11% ahorra y el 10% dispone de crédito (CAF, 2018).

Desde la Secretaria General actuamos desde el compromiso hasta la promoción y coordinación con diferentes entidades e instituciones:

- Compromiso con un modelo de desarrollo exportador inclusivo y con la igualdad de género.
- Transversalizar la perspectiva de género en las actividades de la ALADI
- Registro, identificación y caracterización de las empresas lideradas por mujeres en los eventos
- Levantamiento de información acerca de las demandas de las propias mujeres exportadoras que participan de los diferentes eventos que organizamos.
- Promoción y coordinación con organismos internacionales afines, entidades e instituciones

En este marco, se llevó a cabo la segunda edición de la Rueda de Negocios Latinas Exportan, en formato virtual, que tuvo lugar entre el 6 y el 8 de setiembre del 2022.

¿Qué sectores participaron?

De bienes:

- i. Alimentos y bebidas procesados
- ii. Productos de higiene y belleza (cosméticos)
- iii. Materias colorantes y preparaciones similares de las utilizadas en cerámica, pintura artística, esmaltado o en las industrias del vidrio, del cuero y textil

- iv. Textiles, Confecciones y Calzado v. Manufacturas de cuero; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos de mano (carteras) y similares
- vi. Peletería y confecciones de peletería; peletería facticia o artificial
- vii. Artesanías de cualquier materia, joyería y orfebrería

De servicios:

- i. Servicios profesionales
- ii. Servicios de informática y conexos
- iii. Servicios de telecomunicaciones
- iv. Servicios audiovisuales
- v. Servicios de construcción y servicios de ingeniería conexos
- vi. Servicios de enseñanza

¿Quiénes participaron?

Empresas propiedad de o dirigidas por mujeres que tuvieran interés en comercializar sus productos y/o servicios en los mercados de la región.

Actividades previas realizadas sobre la temática de la Rueda:

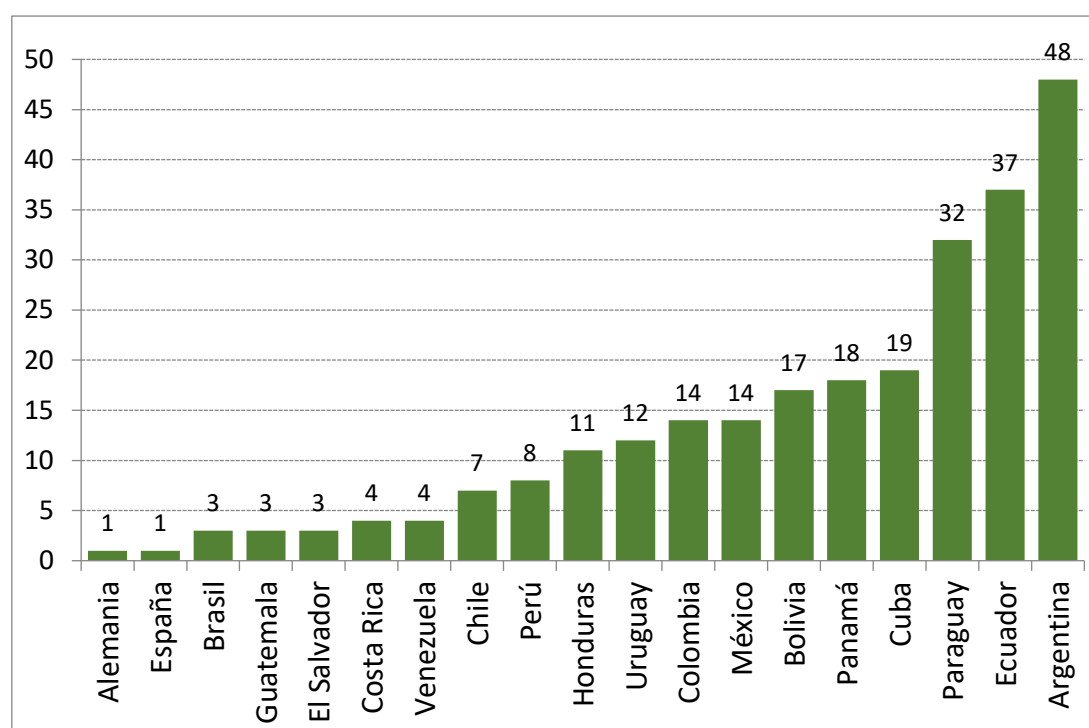
En el marco de la realización de la Rueda, la ALADI y ONU MUJERES ofrecieron un CURSO en línea gratuito y un WEBINAR.

- **Curso Latinas Exportan, una guía para empresas lideradas por mujeres.**

El objetivo del curso desarrollado entre el 22 al 31 de agosto de 2022, fue el de brindar herramientas y conocimientos claves para el desarrollo de los emprendimientos de las empresarias de la región en los mercados externos.

El curso, brindado en modalidad virtual, buscando la flexibilidad necesaria para que las interesadas pudieran realizarlo en su tiempo libre. En total se registraron 256 participantes, mayoritariamente de los países miembros de la ALADI y también de otras partes del mundo, conforme se puede observar en el grafico 1. Cabe destacar que el número de participantes fue considerablemente superior a las 144 personas registradas en el marco de la Rueda del 2021 (Latinas Exportan. Ganar-Ganar).

GRÁFICO 1. Cantidad de participantes en el curso



Fuente: SG-ALADI

- **Webinar de Apertura de la “Segunda Edición de la Rueda de Negocios Virtual de Latinas Exportan: Inclusión y Comercio”.**

El jueves 1 de setiembre, con la participación de Maria Noel Vaeza, Directora Regional de ONU Mujeres; Anoush der Boghossian, Jefa de la Unidad de Comercio y Género de la Organización Mundial del Comercio y Rocio Zeballos junto con Daniel Escalante en representación de Blue Orchard Finance, siendo este el mayor fondo de microcrédito a nivel mundial, se llevó a cabo el Webinar; “Latinas Exportan: Inclusión y Comercio”, el cual abordó la importancia del comercio y el acceso al financiamiento como estímulo para la igualdad de género. El evento contó con 75 participantes, a los que se deben sumar aquellos que tuvieron la oportunidad de ver el vídeo en el canal Youtube de la ALADI.

1. Principales resultados de la Rueda de negocios

1.1. Citas de negocios

En esta sección del informe, se analizan detalladamente los resultados obtenidos de la participación empresarial y las citas de negocios entre el 6 y 8 de setiembre del 2022. Las empresas fueron clasificadas por su perfil (exportador o comprador) y habilitadas para generar reuniones de negocios, indistintamente del perfil, buscando fomentar la complementariedad regional. También se agregó un tercer perfil dedicado exclusivamente a los servicios financieros en virtud a la falta y/o dificultad que mantienen las mipymes lideradas por mujeres para el acceso al financiamiento, tal como se señaló en la nota conceptual que acompañó la invitación a esta Rueda virtual.

Durante el presente evento participaron 65 empresas, las cuales concretaron un total de 70 citas, de 114 que inicialmente estaban pactadas y confirmadas. En lo que respecta a los montos de intenciones de negocios, éstos fueron obtenidos con base en la declaración voluntaria de las empresas participantes. De este modo, se recabó información de 11 citas, en las cuales las empresas reflejaron, en cifras, sus intenciones de negocios con las correspondientes contrapartes. El 100% de las respuestas señalaron tener intenciones de negocios con montos de hasta 5.000 dólares.

CUADRO 1. Principales indicadores

Indicadores	Valor
Cantidad de empresas registradas (*)	328
Cantidad de empresas participantes	65
Total de citas realizadas	70
Citas con intención de negocios	11
Intención de negocios promedio (US\$)	
Hasta 5.000 USD	100%
De 5.000 a 10.000 USD	-
Más de 10.000 USD	-

(*) En todas sus modalidades: preinscripta, aceptada, confirmada o rechazada.

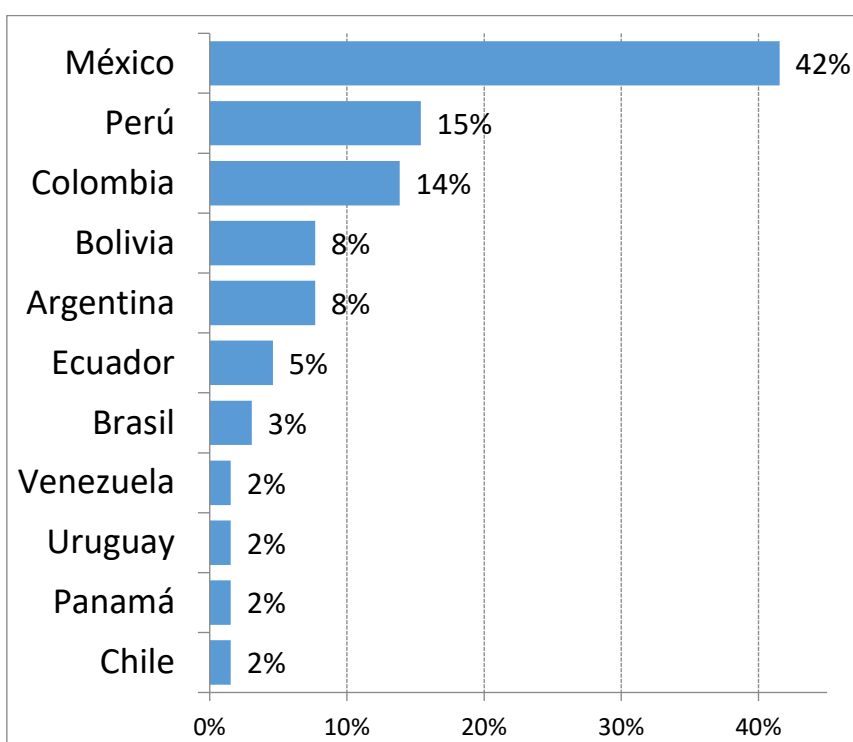
Fuente: Plataforma y SG-ALADI

2. Participación de empresas

2.1. Por país

De acuerdo a los lineamientos de participación en las ruedas de negocios de la ALADI, se invitaron a empresas exportadoras y compradoras de los 13 países miembros. Asimismo, se invitó a diferentes empresas asociadas a los servicios financieros. Los países con mayor participación en el evento fueron: México con 42%, Perú con 15% y Colombia con 14% del total de 65 empresas participantes (ver gráfico 2).

GRÁFICO 2. Participación empresas por país



Fuente: Plataforma y SG-ALADI

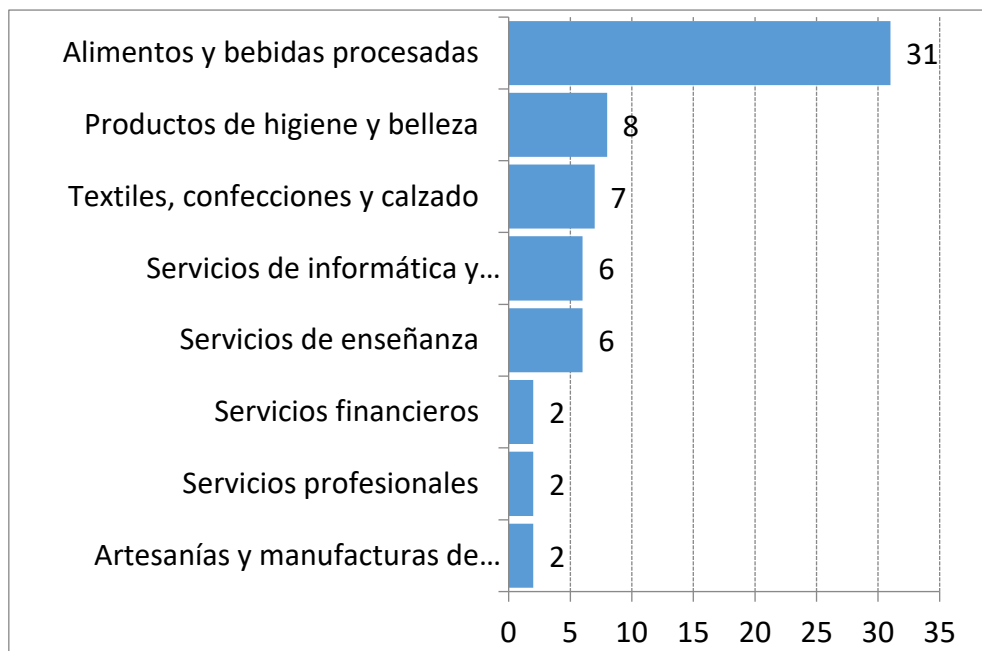
2.2. Por sector

Las empresas participantes definieron su sector principal para la rueda de negocios al momento de su inscripción y, en base a ello, fue posible presentar los resultados por sectores priorizados.

Cabe señalar que cada empresa selecciona su rubro principal de actividad; sin embargo, puede participar en otros sectores de la Rueda de Negocios.

De las empresas que efectivamente participaron se desprende que el sector con mayor número de registros fue el de alimentos y bebidas procesadas con el 48%, seguido de higiene y belleza con el 12% y textiles, confecciones y calzado con el 11%.

GRÁFICO 3. Cantidad de empresas participantes por sector



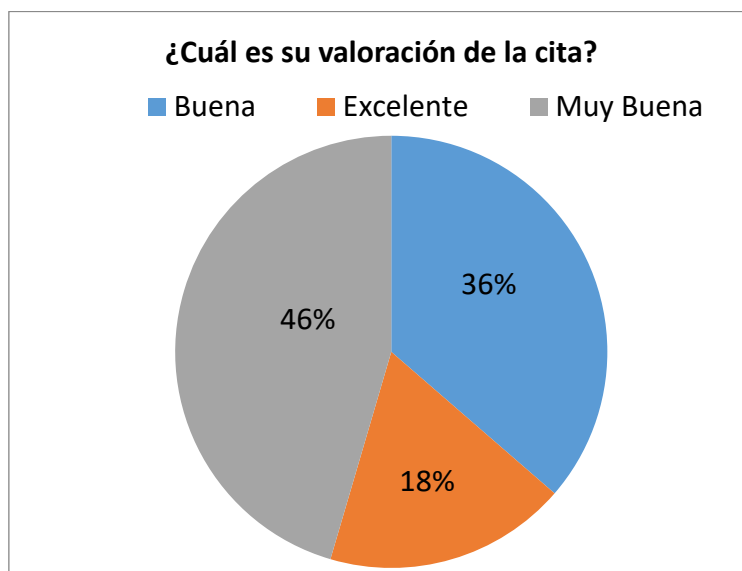
Fuente: Plataforma y SG-ALADI

3. Valoración y encuesta de satisfacción

3.1. Valoración de las citas

A fin de estimular la participación en las encuestas de evaluación de la rueda de negocios, se incorporaron en la plataforma indicadores no monetarios, lo cual resultó muy positivo y alcanzó el objetivo de aumentar el número de respuestas de los empresarios. Ello redundó en un incremento de la cobertura y la confiabilidad estadística en el análisis y en la evaluación de la Rueda de negocios. Todas las respuestas relativas a la valoración de la rueda la calificaron positivamente como excelente (18%), muy buena (46%) y buena (36%), en lo referente a las citas de negocio, por citar un ejemplo (gráfico 4).

GRÁFICO 4. Valoración de la cita



Fuente: Plataforma y SG-ALADI

Con respecto al indicador del servicio ofrecido en la Rueda, se podría decir que el 100% de los encuestados sostiene que el servicio tiene potencial como para seguir desarrollándolo.

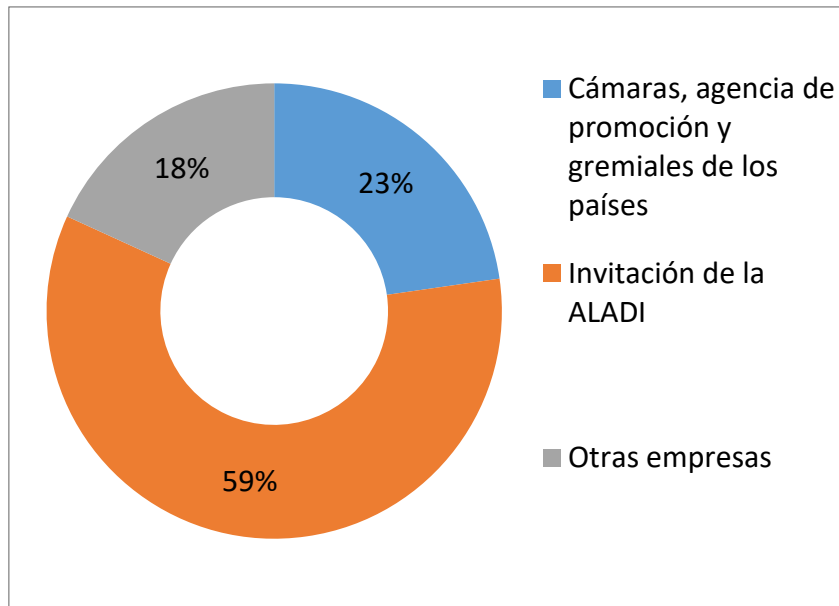
Como síntesis, la gran mayoría, esto es el 73% de los encuestados, califica a la contraparte como excelente y muy buena.

3.2. Encuesta de satisfacción de la Rueda

Con base en la encuesta de satisfacción realizada al finalizar la Rueda, se recopilaron 22 respuestas de interés para mejorar e identificar potenciales áreas para futuros eventos. Buscando conocer y fortalecer los medios de comunicación de la Asociación con los empresarios, éstos fueron consultados respecto a los canales de comunicación mediante los cuales tomaron conocimiento de la rueda de negocios (Gráfico 5). El 59% tomó conocimiento de la Rueda a través de la

ALADI, lo que denota que existe todavía un amplio margen que puede ser mejorado mediante la participación activa de las agencias de promoción comercial de los países miembros.

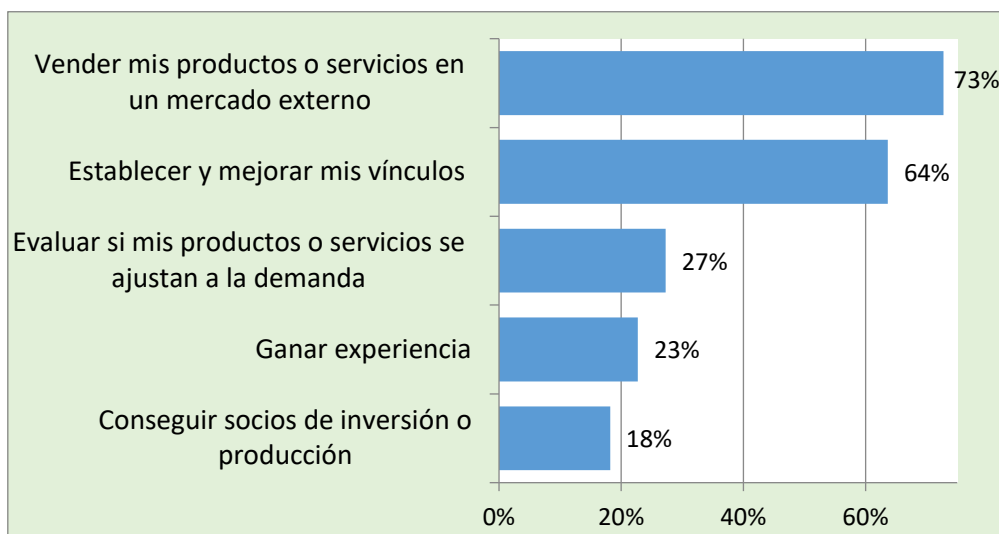
GRÁFICO 5. ¿Cómo se enteró de la Rueda?



Fuente: Plataforma y SG-ALADI

A la pregunta: “¿Qué expectativa tiene de la rueda?”; el 73%, de los empresarios expresó su interés en vender bienes y servicios en el mercado externo; el 64%, en establecer y mejorar sus vínculos empresariales; el 27%, en evaluar si sus productos o servicios se ajustan a la demanda; el 23%, en ganar experiencia y, finalmente un 18%, en conseguir o buscar socios en materia de inversión o producción (Gráfico 6).

GRÁFICO 6. Expectativas en cuanto a las citas

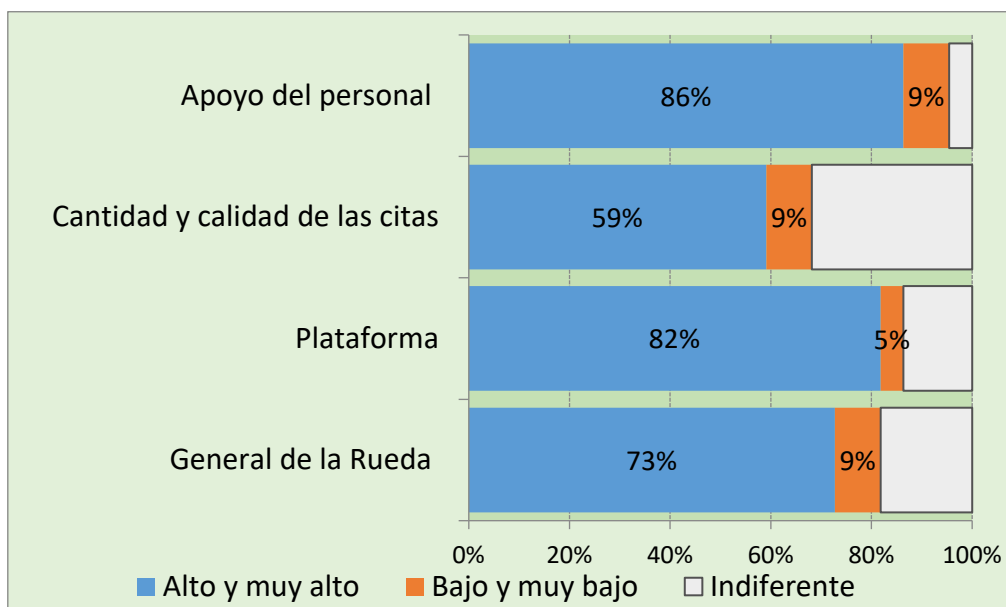


Fuente: Plataforma y SG-ALADI

Al ser consultados por el apoyo del personal encargado de Rueda, casi exclusivamente funcionarios de la Secretaría General, éste fue considerado como la categoría mejor valorada por los empresarios con un 86%. De otro lado, la plataforma y su funcionamiento también fue evaluada positivamente por los empresarios calificándola entre “alta” y “muy alta” en 82% de las respuestas.

Adicionalmente, 7 de cada 10 empresarios (73%) calificó la Rueda con un nivel de satisfacción general “alto” y “muy alto”.

GRÁFICO 7. Nivel de satisfacción sobre los siguientes aspectos



Fuente: Plataforma y SG-ALADI

Finalmente, ante la consulta de si recomendaría la Rueda de negocios a otros empresarios, la respuesta fue categórica. El 95% de los empresarios respondió afirmativamente, mientras que solamente el 5% manifestó que no lo haría.

4. Referencias bibliográficas

- 1- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2020). Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe.
- 2- El financiamiento en las empresas dirigidas por mujeres.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762020000200045&lng=en&nrm=iso
- 3- CAF - Banco de Desarrollo de América Latina (2018). Inclusión Financiera de las mujeres en América Latina. Situación actual y recomendaciones de política.
- 4- Organización Mundial del Comercio (2022). Las Mujeres y el Comercio, Nota informativa.
- 5- The Global Findex Database 2021: Financial Inclusion, Digital Payments, and Resilience in the Age of COVID19
<https://www.worldbank.org/en/publication/globalindex>
- 6- Women and Trade: The Role of Trade in Promoting Women's Equality
<https://www.worldbank.org/en/topic/trade/publication/women-and-trade-the-role-of-trade-in-promoting-womensequality>
- 7- Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe. Notas para la igualdad No. 30;
https://oig.cepal.org/sites/default/files/nota_para_la_igualdad_-_genero_y_comercio_n31.pdf