

INFORME

**ACCIONES PARA UNA
MAYOR PARTICIPACIÓN DE LA
MUJER EN EL COMERCIO
INTERNACIONAL DE LOS
PAÍSES DE LA ALADI**





ÍNDICE

Antecedentes	3
Resumen Ejecutivo	4
1. Introducción	6
1.1 ¿Qué papel juega el comercio internacional en la promoción de la igualdad de género?.....	6
1.2 ¿Cuáles son los efectos del comercio internacional en la situación económica de las mujeres?	7
1.3 ¿Cómo incide la desigualdad de género en el comercio internacional?.....	8
1.4 ¿En qué consiste una política comercial con perspectiva de género?.....	8
2. La inclusión de la perspectiva de género en los acuerdos comerciales suscritos por los países miembros de la ALADI.....	9
2.1 Algunos hitos internacionales.....	9
2.2 Los acuerdos suscritos por los países miembros de la ALADI.....	10
2.3 Estructura de los capítulos sobre Género y Comercio	10
3. Medición de la participación de la mujer en el comercio internacional: iniciativas de los países miembros de la ALADI.....	12
3.1 ¿Por qué es importante contar con indicadores que permitan medir la participación de hombres y mujeres en el comercio internacional?.....	12
3.2 Los primeros pasos para contar con indicadores de participación de la mujer en el comercio internacional	13
3.2.1 Los esfuerzos realizados a nivel internacional	13
3.2.2 Los esfuerzos realizados a nivel regional.....	13
3.2.3 Desafíos y dificultades para avanzar en la recopilación de datos de comercio exterior desagregados por sexo.	14
4. Herramientas de apoyo a las mujeres empresarias para su participación en el comercio exterior.	16
5. Conclusión	19
Referencias	21
ANEXO 1	22
A. Acuerdos comerciales entre países miembros de la ALADI que incluyen capítulos sobre Género y Comercio.....	22



B. Acuerdos comerciales de países miembros de la ALADI con terceros países, que incluyen capítulos sobre Comercio y Género o Comercio y Empoderamiento Económico de la Mujer.....	23
C. Acuerdos comerciales de los países miembros que contemplan disposiciones sobre la participación de la mujer en el comercio y/o igualdad de género.	24
ANEXO 2	27
Iniciativas de mediciones de comercio exterior desglosadas por sexo: indicadores priorizados	27



Antecedentes

La Secretaría General de la ALADI presenta este documento en cumplimiento de las acciones previstas en la actividad 20 - “La mujer en el comercio regional” - del Programa de Actividades de la ALADI para 2024. Su objetivo es reflejar la situación general en relación con la incorporación de la perspectiva de género en el comercio exterior de los países miembros de la ALADI.

Con base en este objetivo, el documento aborda:

- Una introducción a los fundamentos que sustentan la incorporación de la perspectiva de género y los vínculos entre género y comercio internacional, a partir de los estudios realizados.
- Las dificultades asociadas a la generación de estadísticas que cuantifiquen la participación de la mujer en el comercio internacional, así como un análisis comparativo de las iniciativas impulsadas por los países miembros.
- La incorporación de la perspectiva de género en la política comercial y de promoción del comercio, especialmente a través de los capítulos de género y comercio suscritos por los países miembros de la ALADI.

Para la elaboración del documento, la Secretaría General realizó, por un lado, una consulta en línea a las instituciones responsables de los países miembros y, por otro, un ciclo de conferencias con especialistas en la materia, que constituyeron la segunda edición del curso “Incorporación de la perspectiva de género en el comercio internacional”. Estas actividades permitieron enriquecer el informe con datos actualizados sobre la implementación de los capítulos de género en los acuerdos comerciales, las mediciones de la participación femenina en el comercio exterior y los programas de apoyo a empresas lideradas por mujeres. Además, se revisó la información publicada por la Organización Mundial de Comercio, en adelante e indistintamente “OMC”, en relación con acuerdos que incluyen capítulos o disposiciones sobre género y comercio, así como estudios sobre la participación de la mujer.

El documento se estructura en cuatro partes: la primera introduce los fundamentos teóricos que respaldan la incorporación de la perspectiva de género en la política comercial; la segunda analiza la inclusión de capítulos y disposiciones sobre género en los acuerdos comerciales y en la agenda de los espacios de integración regional; la tercera aborda los avances y desafíos en la generación de datos de comercio exterior desglosados por sexo; y, finalmente, se presentan las herramientas y programas de apoyo a la internacionalización de empresas lideradas por mujeres.



Resumen Ejecutivo

En los últimos años, el comercio internacional no solo se ha consolidado como un motor de crecimiento económico, sino también como una herramienta clave para la inclusión social. En este contexto, varios países de la ALADI han demostrado una creciente voluntad de incorporar la perspectiva de género en sus acuerdos comerciales y políticas públicas. Este informe refleja esos esfuerzos y la necesidad de seguir avanzando hacia un comercio más equitativo e inclusivo.

Apesar de los avances, la participación de las mujeres en la economía de América Latina sigue enfrentando desafíos significativos. De acuerdo con los indicadores analizados en este informe, la brecha de género en la región sigue siendo amplia, especialmente en el acceso al empleo, el emprendimiento y la inserción en el comercio exterior.

Desde la firma de los primeros acuerdos comerciales que incluyen capítulos específicos sobre Género y Comercio, hasta la implementación de programas de apoyo a empresarias y la recopilación de datos desagregados por sexo, la región ha dado pasos importantes en esta agenda. Sin embargo, aún queda camino por recorrer, y este informe busca servir como referencia para profundizar el debate y la acción en la materia.

La ALADI ha desempeñado un papel clave en la promoción de políticas comerciales más inclusivas. En los últimos años, los países miembros han adoptado resoluciones estratégicas, como la Resolución 84 del Consejo de Ministros (2023), que establece acciones para fortalecer la participación de las mujeres en el comercio regional, y la Resolución 492 del Comité de Representantes (2024), que invita a los países a adherir al Arreglo Global sobre Comercio y Género y respalda nuevas negociaciones con enfoque de género.

Actualmente, cinco acuerdos comerciales entre países de la ALADI incluyen capítulos específicos sobre Género y Comercio, mientras que otros 17 acuerdos contienen disposiciones orientadas a promover la igualdad. Estos compromisos reflejan la determinación de los países miembros por avanzar en la incorporación de la perspectiva de género en el comercio regional.

Uno de los principales desafíos que enfrentan los países de la ALADI es la falta de datos desagregados por sexo en el comercio exterior. Sin información precisa, resulta difícil evaluar con claridad el impacto del comercio en la reducción de brechas de género. No obstante, algunos países han logrado avances en esta área mediante estudios y mediciones que permiten conocer mejor la participación de las mujeres en el comercio exterior.

Ejemplos de estas iniciativas incluyen los estudios de Brasil: "Mulheres no Comércio Exterior. Uma Análise para o Brasil" (2023), Chile: "6ta. Radiografía Mujer Exportadora" (2017-2023), México: "Perfil de las empresas manufactureras de exportación (PEME)" (2023), Perú: "Evaluación de género en el sector exportador" (2023) y, Uruguay:



“Importancia Económica de las mujeres en las actividades exportadoras en Uruguay” (2023).

Estos esfuerzos representan un punto de partida para la construcción de una agenda regional más ambiciosa, en la que los países de la ALADI puedan compartir metodologías, fortalecer sus capacidades estadísticas y generar información comparable a nivel regional.

El compromiso con la inclusión no se limita a los tratados comerciales. Varios países han desarrollado programas específicos para impulsar la internacionalización de empresas lideradas por mujeres. Algunos ejemplos incluyen: Chile: “Mujer Exporta” (PROCHILE), iniciativa que ayuda a empresarias a expandir sus mercados; Brasil: “Elas Exportam” (APEX Brasil), un programa de mentoría para emprendedoras, México: “Mujer ExportaMX” (Secretaría de Economía), que vincula micro y pequeñas empresas con compradores extranjeros y; Uruguay y Ecuador con *SheTrades*, que conectan empresarias con redes internacionales.

Estos programas reflejan la voluntad de los gobiernos de apoyar activamente a las mujeres en su integración al comercio exterior, reconociendo su aporte al comercio y al desarrollo económico y social de la región.

El comercio internacional es un vehículo de oportunidades, pero también un ámbito en el que persisten desigualdades. Varios países de la ALADI han demostrado que tienen la voluntad de transformar esta realidad mediante la firma de acuerdos con capítulos de Género, el fortalecimiento de programas de apoyo y los esfuerzos por medir la participación femenina en el comercio exterior.

El reto ahora es profundizar estos esfuerzos, asegurando que las políticas comerciales realmente generen equidad y que cada vez más mujeres puedan beneficiarse de las oportunidades del comercio internacional. Para ello, será fundamental seguir impulsando acuerdos con disposiciones específicas sobre género y comercio, fortalecer la medición de la participación femenina en el comercio exterior, promover más programas de capacitación y financiamiento para empresarias, fomentar la cooperación regional en la recolección y el análisis de datos.

En este camino, la ALADI está llamada a desempeñar un papel clave, promoviendo acciones que garanticen un comercio más inclusivo y equitativo en la región.



1. Introducción

La desigualdad de género es evaluada por diferentes organismos. Según el Índice de Desigualdad de Género del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)¹, en 2022 la desigualdad en América Latina y el Caribe fue del 38,6%, reflejándose en una participación en la fuerza laboral del 51,6% para las mujeres frente al 75,3% para los hombres.

Por su parte, el “Informe Global 2024 sobre la Brecha de Género” del Foro Económico Mundial señala que la brecha general en la región es del 35,8%, lo que implica que el nivel de igualdad se sitúa en torno al 74,2%. En los subíndices de acceso a la educación y la salud, la igualdad alcanza cifras muy elevadas (99,5% y 97,6%, respectivamente). En contraste, en la participación en la actividad económica y en la toma de decisiones a nivel político, los niveles de igualdad se reducen a 65,7% y 34,0%, respectivamente.

1.1 ¿Qué papel juega el comercio internacional en la promoción de la igualdad de género?

En la Undécima Conferencia Ministerial de la OMC, celebrada en Buenos Aires en diciembre de 2017, 118 países miembros y observadores respaldaron la “Declaración Conjunta sobre Comercio y Empoderamiento Económico de las Mujeres”. Dicha declaración reconoce la necesidad de mejorar el acceso de las mujeres a las oportunidades económicas y de reducir las barreras que limitan su participación, comprometiéndose a fomentar la colaboración entre países para desarrollar políticas comerciales más sensibles al género.

Desde 2017 se ha evidenciado, a nivel multilateral, la consolidación de una perspectiva que reconoce el impacto diferencial del comercio internacional en hombres y mujeres, reflejo de las distintas posiciones que ambos ocupan en cada sociedad y estructura económica. Considerando que el comercio es un motor fundamental del crecimiento económico, esta nueva visión respalda la promoción de políticas de comercio inclusivas y de acciones que potencien la participación de la mujer en la economía, tanto a nivel nacional como internacional, contribuyendo a superar las desigualdades de género y a afianzar un desarrollo socioeconómico sostenible

En el ámbito de la ALADI, el Consejo de Ministros de Relaciones Exteriores de los países miembros aprobó la Resolución 84, la cual establece un conjunto de acciones orientadas a promover una mayor participación de las mujeres en el comercio regional.

¹ Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo – Tablas descargables del WEB [“Human Development Reports”](#) (enero 2025)



1.2 ¿Cuáles son los efectos del comercio internacional en la situación económica de las mujeres?

A nivel internacional, aún no se dispone de estadísticas desglosadas por sexo en materia de comercio exterior. Aunque los institutos de estadística de la mayoría de los países realizan mediciones del empleo diferenciadas por sexo -datos que recopila la Organización Internacional del Trabajo (OIT)-, no se cuenta con un desglose específico de la información laboral en empresas exportadoras e importadoras. No obstante, diversos organismos internacionales han puesto en marcha iniciativas que, mediante el cruce de datos de encuestas empresariales, intentan medir la participación de hombres y mujeres en el comercio.

El estudio más reciente y completo, realizado en 2019 por la OMC y el Banco Mundial², analizó datos de 54 economías en desarrollo con el objetivo de aproximarse al impacto del comercio internacional y de la política comercial en la igualdad de género y en la mejora de las condiciones de vida de las mujeres³.

El marco analítico de este estudio considera los distintos roles económicos que desempeñan las mujeres -como trabajadoras, empresarias, productoras y consumidoras- y examina cómo el comercio influye en cada uno de estos roles, así como la retroalimentación que estos tienen sobre el comercio mismo.

Según el estudio, el comercio internacional afecta de manera diferenciada a hombres y mujeres en términos de empleo y salarios. Entre los hallazgos destacan:

- Los países con mayor apertura comercial presentan niveles más altos de igualdad de género.
- La proporción de empleo femenino es mayor en las empresas integradas al comercio global y a las cadenas de valor internacionales.
- La desigualdad de género se reduce en aquellos países especializados en cadenas de valor más sofisticadas
- Las mujeres que trabajan en sectores vinculados al comercio exterior tienen menos probabilidades de ocupar empleos informales.
- En las empresas que participan en el comercio internacional, ya sea exportando y/o importando, la brecha salarial entre hombres y mujeres es menor.
- Se observa una tendencia al desplazamiento del empleo femenino hacia el sector servicios, aunque en muchas regiones la agricultura sigue concentrando la mayor proporción de empleo femenino. Los servicios con mayor potencial de trazabilidad

² WTO-WBG, 2020 “Women and Trade. The role of Trade in Promoting Gender Equality”

³ Este estudio se basa en el cruzamiento de datos de encuestas que realizan regularmente ambos organismos.



internacional son los que presentan el mayor crecimiento tanto en empleo femenino como masculino.

En cuanto al rol de propietaria de negocios, el análisis revela que:

- La proporción de empresas importadoras y exportadoras de propiedad mayoritariamente femenina es inferior a la de aquellas de propiedad mayoritariamente masculina.
- Las empresas de propiedad mayoritariamente femenina participan en menor medida en las exportaciones y en las cadenas globales de valor.
- Estas empresas se concentran en sectores que presentan barreras comerciales más elevadas, tanto en bienes como en servicios.

1.3 ¿Cómo incide la desigualdad de género en el comercio internacional?

Competitividad y productividad. En un mundo globalizado, los países que no logran una participación plena de la mujer en la economía resultan menos competitivos, ya que las desigualdades de género impiden aprovechar completamente el potencial productivo de la población. Al no explotar el potencial económico femenino, se reduce la competitividad global y, en consecuencia, la capacidad para maximizar los beneficios del comercio internacional.

Políticas comerciales no inclusivas. Si las políticas comerciales no toman en cuenta las desigualdades de género, pueden reforzar y perpetuar las brechas existentes. La falta de una perspectiva de género en la formulación de estas políticas puede conducir a medidas que, en lugar de abordar las disparidades económicas entre hombres y mujeres, las exacerban.

Estudios como el realizado por la OMC y el Banco Mundial destacan el papel fundamental del comercio en la promoción de una mayor participación de la mujer en la economía. Sin embargo, para que estos efectos positivos se materialicen, es indispensable complementar el comercio internacional con políticas apropiadas que aborden las desigualdades de género.

1.4 ¿En qué consiste una política comercial con perspectiva de género?

Contar con una política comercial con perspectiva de género implica reconocer y abordar las desigualdades de género en el comercio, buscando garantizar que tanto mujeres y hombres se beneficien equitativamente de las oportunidades que éste ofrece. En ese sentido, se identifican tres instancias principales en una política comercial inclusiva:

- a) **Evaluaciones de género ex ante.** Se realizan evaluaciones previas para considerar los efectos distributivos de los compromisos de apertura comercial en sectores con alto porcentaje de empleo y participación femenina. Estas evaluaciones permiten



identificar medidas complementarias que mitiguen los posibles costos que dichas políticas puedan generar para las mujeres.

- b) **Inclusión en la negociación de acuerdos.** Durante la negociación de los acuerdos comerciales se incorporan disposiciones o capítulos específicamente orientados a promover la igualdad de género y a maximizar el aprovechamiento de las oportunidades para las mujeres.
- c) **Compromisos de cooperación a nivel multilateral y plurilateral.** Se establecen compromisos de colaboración en el ámbito de la OMC y otros espacios de integración. Ejemplos de estos son el Grupo de Trabajo Informal sobre Comercio y Cuestiones de Género de la OMC y el Arreglo Global sobre Comercio y Género.

2. La inclusión de la perspectiva de género en los acuerdos comerciales suscritos por los países miembros de la ALADI

2.1 Algunos hitos internacionales

La “Declaración Conjunta sobre Comercio y Empoderamiento Económico de las Mujeres” cuyo objetivo principal es ayudar a las mujeres a alcanzar su pleno potencial en la economía global, contó con el apoyo de 9 países miembros de la ALADI. Los compromisos asumidos en esta declaración impulsaron la creación de un nuevo ámbito temático dentro de la OMC, incluyendo el establecimiento del Grupo Informal de Trabajo sobre Comercio y Cuestiones de Género, y promovieron por parte de la Secretaría General, diversas iniciativas de investigación, capacitación e inclusión en la ayuda para el comercio.

Un año antes de la emisión de dicha declaración se firmaron los dos primeros acuerdos comerciales que incorporan un capítulo sobre género y comercio: uno fue el acuerdo entre Chile y Uruguay, el otro, la renegociación del acuerdo entre Chile y Canadá. Posteriormente, los países miembros han suscrito nuevos acuerdos comerciales bilaterales o plurilaterales que incluyen capítulos sobre género y comercio o disposiciones relacionadas con la igualdad de género y el empoderamiento económico de la mujer.

Además, la temática de género ha sido incorporada en los espacios de integración en los que participan los países miembros, como se evidencia en los siguientes casos:

- **Alianza del Pacífico:** En 2020, los presidentes de la Alianza del Pacífico aprobaron la “Declaración sobre Igualdad de Género” y, en 2021, la “Hoja de Ruta para la Autonomía y el Empoderamiento Económico de las Mujeres en la Alianza del Pacífico” junto a su plan de implementación.
- **Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC):** En 2018, Canadá, Chile y Nueva Zelanda firmaron el “Acuerdo Global sobre Comercio y Género”, abierto a la adhesión de



otros países. En 2019, las economías de APEC aprobaron la “Hoja de Ruta de La Serena sobre Mujeres y Crecimiento Inclusivo 2019-2030”.

- ALADI: En 2023, el Consejo de Ministros de Relaciones Exteriores aprobó la Resolución 84, que establece una serie de acciones para fomentar una mayor participación de la mujer en el comercio regional. Posteriormente, en 2024, el Comité de Representantes Permanentes aprobó la Resolución 492, mediante la cual se invita a los países miembros a adherir al Arreglo Global sobre Comercio y Género e instruye a la Secretaría General a apoyar las iniciativas de negociación relacionadas con esta temática.

2.2 Los acuerdos suscritos por los países miembros de la ALADI

Los capítulos sobre Comercio y Género en los acuerdos comerciales establecen compromisos de cooperación destinados a promover la participación de las mujeres en el comercio internacional, especialmente en el contexto de la zona de libre comercio que generan dichos acuerdos.

Antes de la suscripción del primer acuerdo comercial que incorporó un capítulo específico sobre esta temática -el Acuerdo de Complementación Económica N° 73 entre Uruguay y Chile, algunos acuerdos ya incluían disposiciones relativas a la igualdad de género y al empoderamiento económico de la mujer. Estas disposiciones, en su mayoría contenidas en los capítulos de Asuntos Laborales y Cooperación, abordan la no discriminación de la mujer y fomentan la cooperación entre los países firmantes para contribuir a la igualdad de género.

A enero de 2025, de los 49 acuerdos preferenciales en vigor entre los países miembros de la ALADI, 5 cuentan con capítulos sobre género y comercio, todos con Chile como parte. Además, se encuentra en negociación un acuerdo entre Chile y México que también incluiría un capítulo sobre Género y Comercio.

Si se consideran los acuerdos suscritos por los países de la ALADI en otros mecanismos de integración o con otros socios comerciales, a la fecha existen 6 acuerdos comerciales que incluyen un capítulo sobre Género y Comercio y 17 que contemplan disposiciones sobre igualdad de género.

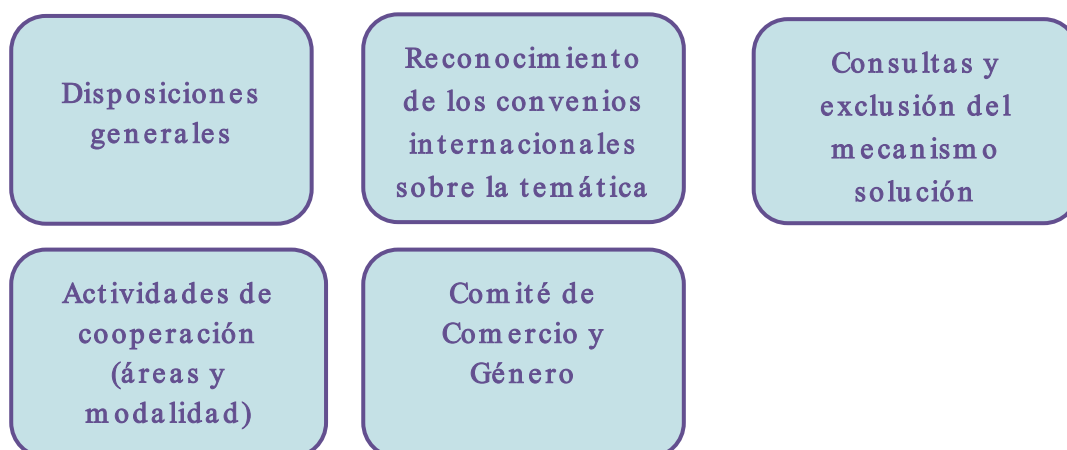
El detalle de los acuerdos puede consultarse en el ANEXO I, así como en la página web de la ALADI, específicamente en la sección relativa a Género de la pestaña “Otros Temas/Dimensión Social”.

2.3 Estructura de los capítulos sobre Género y Comercio

El capítulo sobre Género y Comercio en los acuerdos comerciales sigue una estructura general.



En esta estructura, que se detalla a continuación, los elementos clave que garantizan la efectividad y el alcance del capítulo se centran en las actividades de cooperación y en el funcionamiento del Comité de Comercio y Género.



Al inicio del capítulo, en la sección de **Disposiciones Generales**, se exponen los fundamentos que justifican su inclusión. Estos fundamentos resaltan la importancia de promover el empoderamiento económico de la mujer como condición indispensable para alcanzar el crecimiento económico, la prosperidad y el bienestar social, reconociendo al comercio exterior y a la inversión como motores de dicho crecimiento. Las cláusulas subsecuentes reiteran el compromiso de implementar los **Convenios Internacionales** sobre igualdad de género que han sido suscritos.

Las cláusulas relativas a las **Áreas y Modalidades** de cooperación constituyen el núcleo del capítulo, estableciendo el marco de acción en torno a la temática. De forma general, las áreas de cooperación abarcan:

- a) La creación de capacidades y el fortalecimiento de habilidades, con énfasis en el acceso, la participación y el liderazgo en campos como STEM, negocios e innovación.
- b) La inclusión, educación y asistencia financiera y el acceso al financiamiento.
- c) La promoción del espíritu empresarial y el liderazgo femenino, incluyendo la formación y fortalecimiento de redes.⁴
- d) La adopción de buenas prácticas empresariales para fomentar la igualdad de género.
- e) La facilitación de la participación en puestos de toma de decisiones.
- f) El desarrollo de proyectos conjuntos orientados al emprendimiento, la inversión o la exportación de empresas lideradas por mujeres.

⁴ Algunos acuerdos prevén cooperar en la integración de empresas lideradas por mujeres en las cadenas regionales y globales de valor y en los mercados de contratación pública.



- g) La definición de métodos y procedimientos para la recolección de información desagregada por sexo y el análisis de estadísticas con enfoque de género en el ámbito del comercio⁵.

La modalidad de las actividades es amplia y variada, abarcando capacitaciones, foros de intercambio, investigación colaborativa, pasantías, estudios, misiones comerciales, así como el intercambio de conocimientos técnicos y la asistencia técnica.

En caso de surgir **diferencias o discrepancias** en los asuntos relacionados con las actividades de cooperación, éstos no se someterán al Mecanismo de Solución de Controversias, sino que deberán resolverse mediante procesos de consulta.

Salvo excepciones, el capítulo establece un **Comité de Comercio y Género**, encargado de coordinar los compromisos en esta materia. Este comité es fundamental para la implementación efectiva de los objetivos y acciones definidos, estableciéndose en el capítulo las funciones, la designación de puntos focales, la frecuencia de las reuniones, el plan de trabajo, así como la relación y coordinación con otros órganos del acuerdo. Cabe destacar que, en los acuerdos más recientes, se han detallado las funciones del punto de contacto y se ha incluido un apartado sobre la participación pública, a través de la cual el Comité puede incorporar las opiniones de personas y organizaciones con legítimo interés.

3. Medición de la participación de la mujer en el comercio internacional: iniciativas de los países miembros de la ALADI

A nivel internacional se ha avanzado en la definición de los indicadores prioritarios y en el desarrollo de metodologías que permitan recolectar estadísticas oficiales comparables sobre el acceso de hombres y mujeres a la educación, la salud, la participación en la actividad económica y en la toma de decisiones. Sin embargo, en el ámbito del comercio internacional aún no se han establecido indicadores prioritarios ni criterios metodológicos que permitan tener estadísticas oficiales desagregadas por sexo; incluso en los países con sistemas estadísticos desarrollados, estas mediciones son escasas.

3.1 ¿Por qué es importante contar con indicadores que permitan medir la participación de hombres y mujeres en el comercio internacional?

La ausencia de estadísticas de comercio exterior desagregadas por sexo dificulta la evaluación precisa del nivel de participación y aprovechamiento que hombres y mujeres

⁵ En ciertos acuerdos se citan, además, áreas de cooperación que pueden considerarse laterales respecto a la política de comercio exterior. A modo de ejemplo, pueden citarse las siguientes: a) la salud y seguridad en el trabajo, b) políticas de cuidado y programas de responsabilidad social compartida, c) programas para la generación de empleo e inclusión social de mujeres en situación de alta vulnerabilidad, d) habilidades digitales y acceso a herramientas de negocio en línea, e) desarrollo de oportunidades económicas y de negocios para mujeres rurales e indígenas.



obtienen de los beneficios del comercio internacional. Esta carencia impacta en el diseño de las políticas comerciales, complicando además la formulación de políticas y programas que reconozcan y compensen las desventajas que enfrentan las mujeres, dadas las diferentes posiciones que ocupan en los sectores de actividad y en los niveles jerárquicos de las empresas, tal como lo reflejan las estadísticas nacionales de empleo.

3.2 Los primeros pasos para contar con indicadores de participación de la mujer en el comercio internacional

3.2.1 Los esfuerzos realizados a nivel internacional

Ante la necesidad, diversos organismos internacionales y nacionales han iniciado trabajos para definir indicadores y desarrollar metodologías que permitan medir la participación de hombres y mujeres en el comercio internacional. La preocupación por generar datos que permitan analizar dicha participación y su impacto, se integró en las áreas de trabajo conjunto contempladas en la “Declaración Conjunta sobre Comercio y Empoderamiento Económico de las Mujeres”, lo que impulsó la inclusión de la temática en la agenda de la OMC. En 2023, la Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo (UNCTAD) realizó un estudio para identificar indicadores que pudieran aplicarse a este fin⁶, mientras que APEC publicó el informe 2023 de indicadores relacionados con la participación de la mujer en diversos ámbitos⁷.

No obstante, a pesar de estos avances, las agencias internacionales aún no han logrado alcanzar un consenso para emitir una guía unificada que facilite la compilación de estadísticas de comercio exterior con perspectiva de género. Esta falta de consenso dificulta el trabajo en los países de la región, donde los recursos técnicos y materiales para este tipo de actividad son limitados.

3.2.2 Los esfuerzos realizados a nivel regional.

En nuestra región, diversos países han emprendido iniciativas para generar datos desagregados por sexo en materia de comercio exterior, tal como se detalla en el cuadro a continuación. Debido a su relevancia en 2018, este tema fue incluido en la agenda de la Reunión Técnica de Oficinas Gubernamentales Responsables del Suministro de la Información Estadística de Comercio Exterior de la ALADI (RECOMEX), y desde entonces se han abordado sus avances en cada encuentro anual.

Asimismo, este eje temático fue priorizado en la segunda edición del curso “Incorporación de la Perspectiva de Género en el Comercio Internacional”, con el objetivo de contar con la visión de los expertos nacionales que han colaborado en la elaboración de las mediciones realizadas por algunos países miembros.

⁶ UNCTAD, 2023 “Compilation guidelines for measurement of gender-in-trade statistics”

⁷ APEC Secretariat, 2023 “The APEC Woman and the Economy Dashboard 2023”



En el siguiente cuadro se detallan las iniciativas de medición impulsadas por países y mecanismos de integración en nuestra región.

País	Publicación	Fecha
Brasil	"Mulheres no Comércio Exterior. Uma Análise para o Brasil"	2023
Chile	"6ta. Radiografía Mujer Exportadora"	2017 a 2023
México	"Perfil de las empresas manufactureras de exportación (PEME)"	2023
Perú	"Evaluación de género en el sector exportador"	2023
Alianza del Pacífico	"Estudio de diagnóstico. Radiografía de la participación de las mujeres empresarias de la Alianza del Pacífico en el comercio exterior"	2020
Uruguay	"Importancia Económica de las mujeres en las actividades exportadoras en Uruguay"	2023

3.2.3 Desafíos y dificultades para avanzar en la recopilación de datos de comercio exterior desagregados por sexo.

Además de los recursos necesarios para generar datos de comercio exterior desagregados por sexo, los expertos han identificado diversas dificultades y desafíos en este ámbito.

El **primer** desafío radica en las limitaciones impuestas por el secreto estadístico. Aunque se trate de información recabada por organismos gubernamentales de un mismo país, el respeto al secreto estadístico restringe el acceso e integración de datos entre diferentes organismos. En países como Brasil y México, que han avanzado en la definición metodológica e identificación de indicadores prioritarios en sus estadísticas oficiales, y en Chile, que realiza un seguimiento regular a través de encuestas a empresas de la base de datos de PROCHILE, estos avances se han logrado mediante la firma de convenios interinstitucionales que establecen las condiciones para el uso compartido de los datos. En el caso de Chile y México, dicho trabajo se enmarca dentro de una Comisión Nacional de Estadísticas.

El **segundo** desafío se relaciona con la falta de campos específicos en la Aduana para recabar información sobre la propiedad de la empresa. Asimismo, en el caso de personas



jurídicas, resulta complicado acceder a datos desagregados por sexo que reflejen la participación societaria de la empresa.

El **tercer** desafío tiene que ver con la extensión de la lista de datos solicitados en las encuestas mensuales y los censos. Dado que estas encuestas ya incluyen numerosas preguntas, incorporar ítems adicionales sobre aspectos de género obliga a los equipos estadísticos a evaluar cuidadosamente qué preguntas pueden ser eliminadas para evitar sobrecargar el cuestionario.

Un análisis comparativo de las mediciones realizadas en Brasil, Chile y México ha permitido identificar indicadores comunes, entre los que se destacan⁸.

- a) La proporción total de mujeres en las empresas que operan en el comercio exterior en comparación con la de hombres.
- b) La participación de mujeres y hombres en las empresas del comercio exterior, desglosada por sector de actividad.
- c) La participación de mujeres y hombres en las empresas del comercio exterior, según el tamaño de la empresa.

Cabe señalar que el alcance de estas mediciones varía según el país. Por ejemplo, en Brasil se recopilan datos sobre el porcentaje de mujeres empleadas y emprendedoras en empresas exportadoras e importadoras, tanto de bienes como de servicios. En México, se obtiene información sobre el porcentaje de mujeres empleadas en las empresas exportadoras e importadoras de bienes, concentrándose exclusivamente en el sector manufacturero. Por su parte, en Chile se registran los datos de las empresas exportadoras lideradas por mujeres, definidas según criterios establecidos por la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales de Chile, y recopiladas a través de la base de datos de la Agencia PROCHILE.

Cada una de estas tres iniciativas incorpora indicadores adicionales, que varían en función de los objetivos específicos de cada país. En el cuadro del Anexo II se presentan en detalle los indicadores, la metodología y las fuentes correspondientes a las mediciones realizadas por estos tres países.

⁸ Es importante destacar que se han seleccionado únicamente estas tres mediciones, considerando que, entre las mencionadas en el cuadro anterior, son aquellas para las cuales está previsto un seguimiento regular de los datos.



4. Herramientas de apoyo a las mujeres empresarias para su participación en el comercio exterior.

Dentro de las políticas comerciales con perspectiva de género, varios países de la región, a través de sus dependencias y agencias gubernamentales de promoción de exportaciones, han implementado programas destinados a apoyar la internacionalización de empresas lideradas por mujeres. Estos programas se enfocan en tres áreas principales: el fortalecimiento de capacidades para el comercio exterior, la conexión y promoción comercial, y el financiamiento. En algunos casos, esta línea de acción se ha canalizado mediante asociaciones con iniciativas como *She Trades*, del Centro de Comercio Internacional (ITC).

Tal como se evidencia en el apartado relativo a los capítulos sobre género y comercio en los acuerdos preferenciales, el apoyo a las empresas de mujeres constituye una de las líneas de cooperación fundamentales. En este sentido, estos programas están presentes en la mayoría de los países que han suscrito acuerdos bilaterales que incluyen un capítulo sobre género y comercio.

La siguiente tabla detalla los programas impulsados en los distintos países miembros:

País	Programa	Institución	Objetivo
Brasil	Programa de mentoría Elas Exportan	Secretaria de Comércio Exterior (SECEX) do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços - en coordinación con APEX Brasil	Aplicação da lente de gênero aos pilares de atuação da ApexBrasil: inteligência de mercado, qualificação empresarial, promoção comercial e expansão internacional, atração de investimentos e promoção de imagem do país
	Programa Mulheres e Negócios Internacionais	Agência Brasileira de Promoção de Exportações -APEX Brasil	Aumentar a participação de empresas lideradas por mulheres no comércio exterior, por meio de mentorías que conectam empreendedoras experientes no comércio exterior a outras empreendedoras que estão iniciando sua trajetória
Chile	Mujer Exporta	PROCHILE	Facilitar a empresas exportadoras lideradas por mujeres el acceso a información estratégica, apoyar sus procesos de internacionalización y contribuir activamente a aumentar su



País	Programa	Institución	Objetivo
			presencia y permanencia en los mercados internacionales
Colombia	Ella Exporta a África	Fondo Mujer Libre y Productiva. Entidad adscrita a la Vicepresidencia de la República en alianza con PROCOLOMBIA	
Ecuador	Programa PRO MUJERES	Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca y PROECUADOR	Potenciar las habilidades y competencias de mujeres exportadoras potenciales y actuales que desempeñan cargos directivos en empresas que forman parte de la Ruta del Exportador PROECUADOR.
	Alianza <i>SHE TRADES</i>	Alianza Centro de Comercio Internacional (ITC) - Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca	Empoderar a las mujeres empresarias y conectarlas con los mercados globales, a través de capacitación, tutoría y redes de apoyo.
México	Mujer ExportaMX	Secretaría de Economía	Promover la inclusión de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) de mujeres en el comercio exterior, mediante capacitaciones y ruedas de negocios, impulsando la vinculación directa con empresas compradoras extranjeras de los mercados objetivo, donde hay oportunidades específicas a partir de la red de Tratados de Libre Comercio suscritos por México.
Uruguay	Alianza <i>SHE TRADES</i>	Alianza Centro de Comercio Internacional (ITC) - Unión de Exportadores de Uruguay	Proporcionar a las mujeres productoras y exportadoras conocimientos clave, recursos y redes; apoyar a los responsables de políticas en la formulación de políticas inclusivas; y aprovechar las asociaciones públicas y privadas para ampliar el impacto de <i>She Trades</i> .



Asimismo, desde una perspectiva regional, la ALADI en alianza con la Oficina Regional de ONU Mujeres impulsan, desde el año 2021, la iniciativa Latinas Exportan, dirigida a apoyar la internacionalización de empresas lideradas por mujeres de los países miembros. Esta iniciativa promueve el fortalecimiento de capacidades a través de semanas de conexión empresarial que consiste en cursos virtuales y conferencias informativas.



5. Conclusión

En nuestra región, las últimas mediciones indican que la participación de la mujer en la economía es aproximadamente un 34,3% inferior a la de los hombres. Sin embargo, en lo que respecta a las empresas que operan en el comercio exterior, no se dispone de datos suficientes para determinar si esta brecha se mantiene, lo que dificulta evaluar si la apertura comercial ofrece oportunidades y desafíos equitativos para ambos sexos. Incluso en países con sistemas estadísticos desarrollados, este tipo de mediciones sigue siendo escaso.

Dado que el comercio es un motor fundamental del crecimiento económico, esta diferencia en la participación puede limitar los beneficios potenciales del comercio. En este contexto, organismos como la OMC, el Banco Mundial y la UNCTAD han impulsado estudios para estimar el impacto del comercio en las mujeres en comparación con los hombres, mediante el cruce de datos de encuestas regulares.

En los últimos años, el tema ha pasado a formar parte de la agenda multilateral de comercio, así como de los espacios de integración y de las políticas comerciales de diversos países. La “Declaración Conjunta sobre Comercio y Empoderamiento Económico de las Mujeres”, emitida en la Conferencia de la OMC de 2017, marcó un punto de inflexión en la manera de abordar el comercio desde una perspectiva de género.

En nuestra región, la inclusión de este tema es cada vez más evidente. En el ámbito de la ALADI, se han firmado cinco acuerdos comerciales preferenciales que incorporan capítulos sobre género y comercio, en los que Chile figura como parte junto a Brasil, Ecuador, Paraguay y Uruguay. Además, se encuentra en negociación un acuerdo entre Chile y México que también incluiría un capítulo sobre género y comercio. Considerando otros mecanismos de integración y socios comerciales, existen seis acuerdos que incluyen un capítulo sobre género y comercio y 17 que contienen disposiciones sobre igualdad de género, principalmente en capítulos relativos a la cooperación y a los asuntos laborales.

Asimismo, las instituciones de promoción de exportaciones de varios países, especialmente aquellos con acuerdos comerciales que incluyen capítulos de género, han implementado programas de apoyo a la internacionalización de empresas lideradas por mujeres.

En cuanto a las iniciativas para generar datos desagregados por sexo en relación al comercio exterior, se han identificado seis iniciativas (cinco de carácter nacional y una de carácter regional), de las cuales se analizaron tres para este informe, con miras a establecer mediciones periódicas. No obstante, la generación de dichos datos enfrenta desafíos significativos, principalmente relacionados con el secreto estadístico y la adaptación de los documentos aduaneros. Por ello, la Secretaría General de la ALADI ha incorporado este tema en la agenda de la Reunión de Funcionarios Gubernamentales Especializados en Estadísticas de Comercio Exterior (RECOMEX), y el pasado año se



organizó un ciclo de conferencias en el marco del curso “Incorporación de la perspectiva de género en el comercio internacional”.

En resumen, aunque a nivel internacional queda mucho por avanzar en materia de participación de la mujer en el comercio exterior, es posible apreciar en los países de ALADI pasos significativos en el abordaje de la temática.



Referencias

Asia-Pacific Economic Cooperation Secretariat (APEC), 2023 “The APEC Woman and the Economy Dashboard 2023”.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID), 2020. “Estudio de diagnóstico. Radiografía de la participación de las mujeres empresarias de la Alianza del Pacífico en el comercio exterior”.

Centro de Investigaciones Económicas (CINVE), 2023. “Importancia Económica de las mujeres en las actividades exportadoras en Uruguay”.

Foro Económico Mundial, 2024. “Informe Global 2024 sobre la Brecha de Género”

Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía de México (INEGI), 2023. "Perfil de las empresas manufactureras de exportación (PEME).

Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC), 2023. "Mulheres no Comércio Exterior. Uma Análise para o Brasil".

Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, 2025. Tablas descargables de la WEB [“Human Development Reports”](#).

PROMPERÚ, 2023. “Evaluación de género en el sector exportador”.

Secretaría General de ALADI- Centro Virtual de Formación de la ALADI, 2024. Curso virtual “Incorporación de la perspectiva de género en el comercio internacional”.

Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales de Chile (SUBREI), 2023. “6ta Radiografía Mujer Exportadora”.

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), 2023. “Compilation guidelines for measurement of gender-in-trade statistics”.

Organización Mundial del Comercio y Banco Mundial (WTO-WBG), 2020. “Women and Trade. The role of Trade in Promoting Gender Equality”.

Organización Mundial del Comercio, 2024. “Base de datos sobre disposiciones de género en los ACR”.



ANEXO 1

A. Acuerdos comerciales entre países miembros de la ALADI que incluyen capítulos sobre Género y Comercio.

País o bloque	Contraparte	Acuerdo de Complementación Económica (ACE)	Suscrito el:	Vigente desde:	Enlace al texto
Chile	Argentina	ACE 35.61	04/01/2018	01/05/2019	Capítulo 15 “Género y Comercio”
Chile	Brasil	ACE 35.64	12/12/2018	25/01/2022	Capítulo 18 “Comercio y Género”
Chile	Ecuador	ACE 75 ⁹ Capítulo 18 “Comercio y Género”	13/08/2020	16/05/2022	Capítulo 18 “Comercio y Género”
Chile	México	ACE 41	30/09/2024	en negociación	Fuente
Chile	Paraguay	ACE 35.66	30/08/2023	24/01/2024	Capítulo 13 “Comercio y Género”
Chile	Uruguay	ACE 73	04/10/2016	13/12/2018	Capítulo 14 “Género y Comercio”

⁹ Profundización del ACE 65



B. Acuerdos comerciales de países miembros de la ALADI con terceros países, que incluyen capítulos sobre Comercio y Género o Comercio y Empoderamiento Económico de la Mujer.

País o bloque	Contraparte	Suscripción	Entrada en vigor	Enlace a texto	Observaciones
Alianza del Pacífico	Singapur	26/01/2022	SG: 07/07/2022 PE: 22/02/2023 CO: 05/01/2023 (Ley 2284) CH: pend. ¹⁰ Mx: pend.	Texto	Capítulo 17 “Comercio y Género” ¹¹
Chile	Unión Europea	13/12/2023	UE: 29/02/2024 (AMA) CH: 13/11/2024 (AMA y ACI)	Texto	Capítulo 27 “Comercio e Igualdad de Género” (Acuerdo Comercial Interino) Capítulo 34 “Comercio e igualdad de Género” (Acuerdo Marco Avanzado)
Chile	Canadá	05/06/2017	05/02/2019	Texto	“Acuerdo modificadorio

¹⁰ Aprobado en Cámara Diputados Chile

¹¹ De conformidad con el artículo 25.3 del Tratado, éste entrará en vigor a los 60 días siguientes a la fecha en la cual el Depositario haya recibido la última notificación escrita o, dentro de un periodo de dos años posteriores a la fecha de firma, a los 60 días siguientes al vencimiento de dicho periodo si la República de Singapur y al menos otros dos signatarios han notificado al Depositario.



País o bloque	Contraparte	Suscripción	Entrada en vigor	Enlace a texto	Observaciones
					inversiones y género”
Chile	Emiratos Árabes Unidos	29/07/2024	pendiente	Texto (AAEI)	Capítulo 14 “Comercio y Empoderamiento Económico de la Mujer”
Ecuador	Costa Rica	01/03/2023	01/10/2024	Texto	Capítulo 19 “Comercio y Género”
Ecuador	Canadá	En negociación (IV Ronda)		Avances	

C. Acuerdos comerciales de los países miembros que contemplan disposiciones sobre la participación de la mujer en el comercio y/o igualdad de género.

País o bloque	Contraparte	Suscripción	Entrada en vigor	Enlace a texto	Capítulo del acuerdo
Acuerdo de Integración Subregional Andino (Decisión 563 Comunidad Andina)	Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú	25/06/2003	25/06/2003	Texto	Artículo 130, literal g)
CPTPP - Acuerdo Global y Progresivo para la Asociación Transpacífica (Chile, México y Perú)	Australia, Brunei Darussalam, Canadá, Chile, Malasia, México, Japón, Nueva Zelanda, Perú, Singapur, Vietnam.	03/2018	MX: 30/12/2018 CH: 21/02/2023 PE: 19/09/2021	Texto	Cap. 19 – Laboral Art. 19.10 Cooperación Cap. 21 – Cooperación Art. 21.2 Áreas de Cooperación Cap. 23 – Desarrollo Art. 23.4 Mujeres y crecimiento económico



País o bloque	Contraparte	Suscripción	Entrada en vigor	Enlace a texto	Capítulo del acuerdo
Chile	Indonesia	14/12/2017	10/08/2019	Texto	Capítulo 9 – Cooperación Art. 9.4 Áreas de cooperación - i) asuntos de género relacionados con el comercio
Chile	Tailandia	04/10/2013	05/11/2015	Texto	Capítulo 11 - Cooperación Económica Art. 11.3 Áreas de cooperación
Chile	Turquía	14/07/2009	01/03/2011	Texto	Título IV – Cooperación Art. 37 Cooperación
Chile	Nueva Zelanda - Singapur	12/06/2020	05/01/2022	Texto	Acuerdo de Asociación de Economía Digital DEPA Módulo 11 - Inclusión digital Article 11.1: Inclusión digital
Chile	Vietnam	12/11/2011	04/02/2014	Texto	Capítulo 9 - Cooperación Art. 9.3 Áreas de cooperación
Colombia	Canadá	21/11/2008	15/08/2011	Texto	Capítulo 16 - (Anexo 1 del Acuerdo de Cooperación Laboral)
Colombia	EEUU	22 /11/2006	15/05/2012	Texto	Capítulo 17 - Asuntos Laborales, Anexo 17.6
Ecuador	China	11/05/2023		Texto	Capítulo 16 - Cooperación Económica
Ecuador	Corea	pendiente		Texto	Capítulo 12 - Comercio Electrónico Capítulo 18 - Cooperación
México	Canadá y EEUU	30/11/2018	01/07/2020	Texto	Capítulo 14 - Inversiones Art. 14.7 Capítulo 23 - Laboral Art. 23.12 Capítulo 25 - Pymes Art. 25.2 Capítulo 26 - Competitividad Art. 26.1
Panamá (Centroamérica)	Unión Europea	29/06/2012	01/08/2013	Texto	Título III Artículo 47 Perspectiva de género



País o bloque	Contraparte	Suscripción	Entrada en vigor	Enlace a texto	Capítulo del acuerdo
Perú	Australia	12/02/2018	11/02/2020	Texto	Capítulo 20 - Cooperación y generación capacidades Artículo 20.2-7 Capítulo 22 - Desarrollo 22.4 Mujer y crecimiento económico
Perú	Canadá	29/05/2008	01/08/2009	Texto	Capítulo 16 - Acuerdo de cooperación laboral Anexo 1 – art. 1 k) asuntos de género
Perú	China	28/04/2009	01/03/2010	Texto	Capítulo 12 - Cooperación Artículo 164 a)
Perú	Estados Unidos	12/04/2006	01/02/2009	Texto	Capítulo 9 - Contratación pública – excepción Capítulo 17 - Laboral Anexo 17.6 – 2 n) cooperación y generación de capacidades en género



ANEXO 2

Iniciativas de mediciones de comercio exterior desglosadas por sexo: indicadores priorizados

BRASIL
Estudio: "Mulheres no Comércio Exterior - Uma Análise para o Brasil". Portugués ; Español
Metodología: Integración de las bases a partir del número de identificación único de las empresas (CNPJ).
Universo analizado: - Empresas brasileñas exportadoras e importadoras: - mujeres empleadas - mujeres emprendedoras

Indicadores priorizados	Fuente de datos
1. Proporción de mujeres empleadas en empresas a) importadoras, b) exportadoras, c) que no operan en comercio exterior.	- Datos oficiales de importaciones y exportaciones de la Secretaría de Comercio Exterior (SECEX)
2. Proporción de mujeres empleadas en las 3 categorías de empresas citadas en 1), por sector: a) agropecuario, b) extractivo, c) manufacturero, d) otros.	- Datos del mercado laboral del Informe Anual de Información Social (RAIS)
3. Proporción de mujeres empleadas en las 3 categorías de empresas citadas en 1) por tamaño de empresa: a) de 0 a 9 trab, b) de 10 a 49 trab, c) de 50 a 249 trab, d) de 250 o más trab.	- Registros de empresas de la Secretaría de Ingresos Federales de Brasil (RFB)
4. Proporción de mujeres empleadas en empresas exportadoras por % de "productos diferenciados".	
5. Proporción de mujeres y hombres empleados en empresas participantes y no participantes en comercio exterior, por sector y por nivel de remuneración	
6. Proporción de empresas con mayoría societaria de mujeres por categoría de empresas (a) importadoras, b) exportadoras, c) que no opera en el comercio exterior).	
7. Proporción de empresas con mayoría societaria de mujeres por categoría de empresas (a) b) y c), y por sector: a) agropecuario, b) extractivo, c) manufacturero, d) otros.	
8. Proporción de empresas con mayoría societaria de mujeres por categoría de empresas (a) b) y c), y por tamaño: a) micro, b) pequeñas, c) grandes.	
9. Proporción de empresas con mayoría societaria de mujeres por arancel medio aplicado en destino de exportación	



CHILE

Estudio: Sexta radiografía de la mujer exportadora

Español (datos 2022) - Realizada por la Dirección de Estudios de la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales-SUBREL.

Metodología: Integración de registro de PROCHILE con registro de Servicio de Impuestos Internos y datos de Aduanas

Universo analizado: Empresas lideradas por mujeres (ELM) registradas en PROCHILE

Indicadores priorizados	Fuente de datos
1. Brecha de género en la participación de ELM en las exportaciones totales, según número de empresas	- Aduanas - Sistema de Impuestos Internos – SII - Registro PROCHILE Factor común: RUT
2. Brecha de género en la participación de ELM en las exportaciones no tradicionales, según número de empresas	
3. Brecha de género en la participación de ELM en las exportaciones no tradicionales, según número de empresas y macro sector	
4. Principales productos exportados por ELM, en millones de USD	
5. Principales productos exportados por ELM con participación porcentual mayor al 50% a nivel nacional, en millones de USD	
6. Exportaciones de productos de ELM según zona geográfica de destino, en millones de USD	
7. Exportaciones de productos de ELM por zona geográfica, según participación (%) en el valor FOB y número de exportadoras	
8. Exportaciones de productos de ELM según tratado de libre comercio, en millones de USD y según número de exportadoras	
9. Mercados de destino de ELM con participación porcentual mayor al 50% a nivel nacional, por número de empresas	
10. Participación por región de origen de ELM en comparación al valor FOB de los embarques totales, en millones de USD millones y % de participación	
11. Participación por región de origen de ELM en comparación al número de exportadoras totales	



Indicadores priorizados	Fuente de datos
12. Brecha de género en participación porcentual, según número de empresas exportadoras y región de origen	
13. Brecha de género por tamaño, número de empresas y macro sector	
14. Frecuencia exportadora de ELM según N° de días en año 2022	
15. Brecha de género en la participación de las ELM en las exportaciones de servicios, en millones de USD	
16. Principales servicios exportados por las ELM, en millones de USD Servicios exportados por ELM con participación porcentual igual al 100% a nivel nacional, en miles de USD	

MÉXICO
Estudio: Incorporación de la medición del personal ocupado por sexo en el comercio internacional de México. Datos 2023 Publicación 2022
Metodología: Registro Estadístico de Negocios de México: Servicio de Administración Tributaria - SAT Registros Administrativos de Comercio Exterior – SHCP Estadística de la Industria Manufacturera, Maquiladora y de servicios de Exportación IMMEX) Censo Económico (quinquenal) Encuesta de la Industria Manufacturera
Universo analizado: Personal contratado directamente por la razón social (de planta o eventual) que trabajó para la unidad económica, sujeto a su dirección y control, cubriendo como mínimo una tercera parte de la jornada laboral de la misma. (Incluye al personal que trabajó para la unidad económica, pero que dependían contractualmente de otra razón social, cubriendo como mínimo una tercera parte de la jornada laboral de la unidad económica.)

Indicadores priorizados	Fuente de datos
1. Personal ocupado por sexo en empresas manufactureras que importan o exportan.	Registro Estadístico de Negocios de México:
2. Personal ocupado por sexo en empresas manufactureras que importan o exportan, por subsector de actividad.	– Servicio de Administración Tributaria - SAT
3. Personal ocupado por sexo en empresas manufactureras que importan o exportan, por tamaño de la empresa: a) micro 1 a 10 trab, b) pequeña 11 a 50 trab, c) mediana 51	– Registros Administrativos de Comercio Exterior – SHCP – Estadística de la Industria Manufacturera,



Indicadores priorizados	Fuente de datos
a 250 trab, d) grande 251 a 500 trab, e) macro 501 o más traba. Variables que está previsto incorporar: – Remuneración – Horas trabajadas – Incorporación de más sectores económicos	Maquiladora y de servicios de Exportación IMMEX) – Censo Económico (quinquenal) – Encuesta de la Industria Manufacturera



sgaladi@aladi.org
www.aladi.org

