

Por segundo ano consecutivo, a ALADI aposta no impulso econômico das mulheres mediante a promoção do comércio e o uso das ferramentas contidas na plataforma Pmes Latinas – Ótimos Negócios. Junto com ONU-Mulheres e a Organização Mundial do Comércio, queremos dar resposta aos desafios enfrentados pelas mulheres

Por que a Rodada de Negócios Latinas Exportam?

A promoção de uma maior participação das pmes no comércio regional e o aproveitamento dos benefícios decorrentes dos acordos comerciais assinados entre seus países-membros constitui uma linha de trabalho priorizada na agenda da ALADI. Por esta razão, a Associação está dedicando grande parte dos seus esforços e atividades para facilitar a internacionalização dos empreendimentos por meio de ferramentas de inteligência comercial e de promoção de negócios, desenhadas especialmente para atender as necessidades das pequenas e médias empresas.

Os dados da Enquete de Produtividade das MPMEs realizada pelo Centro Internacional de Comércio – ITC indicam que as empresas dirigidas por mulheres tendem a ser menores e menos proclives a exportar em comparação com as dirigidas por homens. Atualmente a taxa de internacionalização dos empreendimentos de mulheres é quase 2 vezes inferior à dos homens (4.9 % e 8.9%, respectivamente).

Por outro lado, embora o impacto da crise causada pela pandemia da COVID-19 tenha repercutido de diversas formas nos setores exportadores, o emprego de mulheres foi particularmente afetado inclusive naqueles setores que tiveram aumento, como o comércio de produtos agrícolas e agropecuários e equipamentos médicos, no primeiro semestre de 2020.

No mundo, **somente uma de cada cinco empresas exportadoras está liderada por uma mulher empreendedora**, fundamentalmente devido à desigualdade gerada pela falta de vinculação entre a educação recebida e as competências necessárias para ser bem-sucedido no mundo (ITC, 2015).

na internacionalização dos seus empreendimentos, para que a pressão competitiva gerada pelo comércio, em lugar de aumentar a discriminação contra as mulheres, opere como uma ferramenta de empoderamento de trabalhadoras, empreendedoras, consumidoras e membros da família.

Por outro lado, os empreendimentos de mulheres enfrentam-se a uma brecha de informação geral sobre as regras e os acordos comerciais, visto que **somente 50% dos empreendimentos de mulheres recebe capacitação sobre comércio e 35%, sobre regulações comerciais e procedimentos aduaneiros**, segundo dados da OMC.

Junto com o desigual acesso e desconexão entre a educação recebida e as habilidades requeridas para empreender de forma bem-sucedida, em particular se o objetivo for exportar, a maior barreira identificada é a falta e/ou dificuldade no acesso ao financiamento dos projetos liderados por mulheres.

As barreiras comuns para o acesso ao financiamento são a **pouca bancarização**, a **falta de história creditícia** e a **informalidade**, fatores que aumentam no segmento feminino da população. **Na América Latina, somente 49% das mulheres tem uma conta bancária, 11% economiza e 10% dispõe de crédito.**

O financiamento em geral é determinante para o crescimento e a permanência no mercado de uma pme e, no caso das pmes lideradas por mulheres, torna-se ainda mais difícil ter acesso a um crédito devido aos altos custos e excessivos requisitos e trâmites que, em muitas ocasiões, são barreiras insuperáveis. Por este motivo, a segunda edição da rodada de negócios Latinas Exportam incorpora a perspectiva do financiamento para a inclusão e o comércio.

“A inclusão financeira é um conceito de caráter multidimensional que incorpora elementos tanto da oferta de produtos financeiros, quanto da demanda, sendo suas dimensões básicas o acesso, o uso, a qualidade e o impacto sobre o bem-estar financeiro das pessoas, famílias e lares, bem como sobre a inovação, produtividade e crescimento das empresas”.

(CAF 2018)



Que objetivos tem a Rodada?

Esta rodada busca oferecer às empresas de propriedade de ou dirigidas por mulheres da região um espaço de promoção comercial que:

- Gere novas oportunidades para exportar seus produtos e serviços em mercados da região, além de identificar fornecedores regionais.
- Permita conhecer as preferências da demanda, bem como a oferta dos seus competidores e, com

base nisso, ter elementos para ajustar sua oferta

- Facilite a inserção das suas empresas em redes empresariais regionais.
- Forneça informações das diversas opções de financiamento para o desenvolvimento dos seus empreendimentos
- Promova a criação de uma comunidade empresarial regional

— QUAIS OS SETORES SELECIONADOS? —

BENS

- i. Alimentos e bebidas processados
- ii. Produtos de higiene e beleza (cosméticos)
- iii. Matérias colorantes e preparações semelhantes das utilizadas em cerâmica, pintura artística, esmaltado ou nas indústrias do vidro, do couro e têxtil
- iv. Têxteis, Confecções e Calçado
- v. Manufaturas de couro; artigos de correeiro ou seleiro; artigos de viagem, bolsas e artigos semelhantes
- vi. Peles com pelo e obras destas; peles com pelo artificiais
- vii. Artesanatos de qualquer matéria, joias e ourivesaria

SERVIÇOS

- i. Serviços profissionais
- ii. Serviços de informática e conexos
- iii. Serviços de telecomunicações
- iv. Serviços audiovisuais
- v. Serviços de construção e serviços de engenharia conexos
- vi. Serviços de ensino

Como definimos uma empresa propriedade de ou dirigida por mulheres?

Segundo o critério estabelecido por documento **IWA/ISO 34:2021**

- **Empresa propriedade de mulheres:** refere-se à empresa que é mais de 50 % propriedade de uma ou mais mulheres, cuja gestão e controle estão em uma ou mais mulheres, onde uma mulher é signatária dos documentos legais da empresa e das contas financeiras, e que é operada independentemente de empresas que não são propriedade de mulheres.
- **Empresa dirigida por mulheres:** refere-se à empresa que é pelo menos 25 % propriedade de uma ou mais mulheres, cuja gestão e controle estão em uma ou mais mulheres, que tem pelo menos um terço do conselho diretivo composto por mulheres, onde haja um conselho, em que uma mulher é signatária dos documentos legais da empresa e das

Quem pode participar?

As empresas propriedade de ou dirigidas por mulheres que tenham interesse em comercializar seus produtos e/ou serviços nos mercados da região.

contas financeiras, e que é operado independentemente de empresas que não são propriedade de mulheres nem estão dirigidas por mulheres.

- **Cooperativa dirigida por mulheres:** cooperativa na que mulheres detêm mais de 50 % do número total de votos, onde a maioria do conselho de administração são mulheres e onde a maioria das posições de liderança, se aplica, estão ocupados por mulheres

Adicionalmente, é levado em conta o critério do *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* para:

- **Negócio estabelecido** definido como o negócio que pagou salários ou outro tipo de pagamento aos donos por mais de 42 meses ou tipo de pagos a los dueños por más de 42 meses.

Como preparar-se para a Rodada?

Antes da realização da Rodada, ALADI e ONU MULHERES oferecerão um **CURSO** on-line gratuito e um **WEBINAR**.

WEBINAR

Na quinta-feira, 01 de setembro, às 12h do Uruguai, terá lugar o **Webinar “Latinas Exportam: Inclusão e Comércio”**, que abordará a importância do comércio e o financiamento na promoção da igualdade de gênero.

CURSO

O objetivo do curso é introduzir as empresárias interessadas nos diferentes aspectos relevantes para operar como empresa o mercado externo.

Este **curso em modalidade virtual** terá a flexibilidade necessária para que cada interessada possa realizá-lo no seu tempo disponível. Iniciará em 8 de agosto e até os dias anteriores à Rodada. Para mais informações ingressar na aba “Capacitação” desta plataforma.



◀ Saiba mais e **cadastre-se** escaneando o código ou clicando aqui.

pymesgrandesnegocios.org
aladi.org



#Trade for Women

Um evento para empresas lideradas por mulheres.

6 a 8 de setembro



Referências

• Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), **Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe, 2020** (LC/PUB.2020/21-P), Santiago, 2021.

<https://www.cepal.org/es/publicaciones/46613-perspectivas-comercio-internacional-america-latina-caribe-2020-la-integracion#:~:text=El%20comercio%20exterior%20de%20Am%C3%A9rica,gobiernos%20para%20frenar%20su%20propagaci%C3%B3n>

• 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

• Inclusión Financiera de las mujeres en América Latina. Situación actual y recomendaciones de política CAF 2018

<http://scioteca.caf.com/handle/123456789/1162>

• Las Mujeres y el Comercio, Nota informativa Informe OMC 2022

https://www.wto.org/spanish/tratop_s/womenandtrade_s/womenandtrade_s.htm#:~:text=El%20aumento%20de%20la%20participaci%C3%B3n,la%20lucha%20contra%20la%20pobreza

• The Global Findex Database 2021: Financial Inclusion, Digital Payments, and Resilience in the Age of COVID19

<https://www.worldbank.org/en/publication/globalfindex>

• 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-womens-equality>

• 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