

Metodologías para obtener datos sobre empresas exportadoras lideradas por mujeres

Alicia Frohmann
Ximena Olmos



NACIONES UNIDAS

CEPAL

Gracias por su interés en esta publicación de la CEPAL



NACIONES UNIDAS

CEPAL

Si desea recibir información oportuna sobre nuestros productos editoriales y actividades, le invitamos a registrarse. Podrá definir sus áreas de interés y acceder a nuestros productos en otros formatos.

[Deseo registrarme](#)

Conozca nuestras redes sociales y otras fuentes de difusión en el siguiente link:



<https://bit.ly/m/CEPAL>



SERIE

COMERCIO INTERNACIONAL

186

Metodologías para obtener datos sobre empresas exportadoras lideradas por mujeres

Alicia Frohmann
Ximena Olmos



NACIONES UNIDAS

CEPAL

Este documento fue preparado por Alicia Frohmann y Ximena Olmos, Consultoras de la Unidad de Comercio Internacional de la División de Comercio Internacional e Integración de la CEPAL. Se agradecen los comentarios de Nanno Mulder, Jefe de la misma Unidad. También se agradece, por su inspiración, a Roberto Urmeneta quien hace ya una década destacó la importancia de generar datos sobre las empresas exportadoras lideradas por mujeres.

Las Naciones Unidas y los países que representan no son responsables por el contenido de vínculos a sitios web externos incluidos en esta publicación.

No deberá entenderse que existe adhesión de las Naciones Unidas o los países que representan a empresas, productos o servicios comerciales mencionados en esta publicación.

Las opiniones expresadas en este documento, que no ha sido sometido a revisión editorial, son de exclusiva responsabilidad de las autoras y pueden no coincidir con las de la Organización o las de los países que representa.

Publicación de las Naciones Unidas
ISSN: 1680-872X (versión electrónica)
ISSN: 1680-869X (versión impresa)
LC/TS.2025/40
Distribución: L
Copyright © Naciones Unidas, 2025
Todos los derechos reservados
Impreso en Naciones Unidas, Santiago
S.2500273[S]

Esta publicación debe citarse como: Frohmann, A. y Olmos, X. (2025). Metodologías para obtener datos sobre empresas exportadoras lideradas por mujeres. *Serie Comercio Internacional* (186) (LC/TS.2025/40). Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

La autorización para reproducir total o parcialmente esta obra debe solicitarse a la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), División de Documentos y Publicaciones, publicaciones.cepal@un.org. Los Estados Miembros de las Naciones Unidas y sus instituciones gubernamentales pueden reproducir esta obra sin autorización previa. Solo se les solicita que mencionen la fuente e informen a la CEPAL de tal reproducción.

Índice

Resumen	5
Introducción	7
I. Características de las empresas (exportadoras) lideradas por mujeres.....	9
A. ¿Qué es una empresa liderada por una mujer?	9
B. Mujeres como propietarias de empresas	10
C. Más mujeres a medida que disminuye el tamaño de la empresa	11
D. Características de empresas exportadoras lideradas por mujeres	12
E. Brechas de género en empresas	13
II. Herramientas para el levantamiento de datos	15
A. Metodología de la UNCTAD	15
B. Encuestas de empresas del Banco Mundial.....	16
C. Datos a partir de registros administrativos	17
D. Datos a partir de encuestas de empresas.....	19
1. Alianza del Pacífico.....	19
2. Unión Europea (UE).....	20
III. Datos sobre empresas exportadoras lideradas por mujeres en América Latina y el Caribe.....	23
A. Desafíos metodológicos	23
B. Brasil.....	26
C. Chile.....	29
D. Costa Rica	31
E. Paraguay.....	31
F. Perú	33
G. República Dominicana.....	35
IV. Conclusiones	37
Bibliografía.....	39

Serie Comercio Internacional: números publicados	42
--	----

Cuadros

Cuadro 1	UNCTAD: datos necesarios para medir el impacto del comercio sobre las mujeres.....	16
Cuadro 2	América Latina y el Caribe (países seleccionados): participación de exportadoras con mujeres en alta dirección, y empresas con hombres y mujeres en cargos de alta dirección que exportan, 2023	17
Cuadro 3	Registros administrativos: variables para caracterizar a las empresas exportadoras lideradas por mujeres y el empleo exportador	18
Cuadro 4	América Latina (países seleccionados): participación de empresas lideradas por mujeres en el total de empresas exportadoras según el indicador de liderazgo.....	24
Cuadro 5	Chile: empresas exportadoras lideradas por hombres y mujeres, y brecha de género, 2024	30

Gráficos

Gráfico 1	Países de la Alianza del Pacífico: posicionamiento de empresarias respecto de la actividad exportadora, 2019	20
Gráfico 2	Brasil: participación de mujeres en estructura societaria de empresas exportadoras e importadoras, 2024	27
Gráfico 3	Brasil: participación de mujeres en la alta dirección de empresas exportadoras e importadoras, 2024	28
Gráfico 4	Brasil: participación de mujeres en la estructura societaria de empresas en sectores de exportación, 2022	28
Gráfico 5	Brasil: participación de mujeres en estructura societaria por tamaño de empresas, 2022.....	29
Gráfico 6	Costa Rica: mujeres en cargos de liderazgo en empresas exportadoras, 2022.....	31
Gráfico 7	Paraguay: participación de empresas lideradas por mujeres en el total de exportadoras, 2023	32
Gráfico 8	Paraguay: empresas exportadoras lideradas por mujeres por monto exportado en 2023 ...	32
Gráfico 9	Perú: empresas exportadoras según sexo del liderazgo y tamaño, 2019	34
Gráfico 10	Perú: participación de representantes legales de empresas exportadoras en sectores por sexo y brecha de género, 2021	35
Gráfico 11	Perú: gerencia general de las empresas exportadoras según sexo, 2017,2022 y 2024	35
Gráfico 12	República Dominicana: exportaciones totales de empresas exportadoras lideradas por mujeres, enero 2023-octubre 2024	36

Recuadros

Recuadro 1	Emprendimientos de mujeres en América Latina	11
Recuadro 2	Empresas de la Unión Europea que exportan a mercados extracomunitarios	21

Diagrama

Diagrama 1	Fuentes de información nacionales para la recopilación de datos sobre empresas exportadoras lideradas por mujeres.....	18
------------	--	----

Mapa

Mapa 1	Empresas de propiedad de mujeres en el mundo, como porcentaje del total de empresas, 2021.....	11
--------	--	----

Resumen

Para desarrollar herramientas eficaces de promoción del emprendimiento exportador de las mujeres y medir los avances, es indispensable contar con datos y estudios que permitan caracterizar a las empresas exportadoras lideradas por mujeres. Sin datos adecuados, no es posible diseñar políticas efectivas ni evaluar su impacto real.

En América Latina y el Caribe, varios países han generado información específica sobre empresas exportadoras lideradas por mujeres para orientar sus políticas comerciales y contar con herramientas de fomento más específicas.

Los estudios desarrollados por estos países utilizan principalmente dos tipos de insumos: a) datos procedentes de registros administrativos de entidades públicas o privadas, y b) resultados de encuestas de empresas.

En este documento se presentan los principales aspectos de los análisis realizados por seis países de la región: Brasil, Chile, Costa Rica, Paraguay, Perú y República Dominicana. En todos los casos se identifican datos sobre la participación de las empresas exportadoras lideradas por mujeres a partir de información procedente de registros o encuestas. Los estudios son sólo parcialmente comparables entre sí porque, aun cuando utilizan fuentes similares, seleccionan indicadores y aplican metodologías algo distintas.

Conocer la información cuantitativa sobre empresas lideradas por mujeres que exportan, su número, tamaño, ubicación geográfica, montos y productos exportados, principales mercados y continuidad exportadora, es un punto de partida.

Para caracterizar plenamente a estas empresas y a las mujeres que las lideran se requiere utilizar también herramientas cualitativas. Para ello se requiere indagar sobre los obstáculos que enfrentan, las barreras de acceso financieras y la discriminación de género. Así como considerar el entorno familiar, la jefatura de hogar, las responsabilidades de cuidados, el trabajo no remunerado, y conocer cómo estas dimensiones —que marcan la vida de las mujeres—, han incidido en su trayectoria profesional y empresarial.

Introducción

El comercio impacta a las mujeres en sus distintos roles: como trabajadora (en relación con su empleo, nivel y brecha salarial, condiciones de trabajo), como emprendedora (en aspectos como el acceso al financiamiento y las asimetrías de información que enfrenta), como consumidora de bienes y servicios (considerando la asignación de recursos para la provisión de servicios sociales, los roles al interior de los hogares y el trabajo doméstico no remunerado en la economía del cuidado) (Joeques, Frohmann y Fontana, 2020). Adicionalmente, las empresas exportadoras lideradas por mujeres experimentan impactos específicos como resultado de la actividad comercial (CEPAL, 2020).

Existe poca información comparable entre países para caracterizar a las empresas lideradas por mujeres. Se sabe aún menos sobre la participación de estas empresas en el comercio internacional. La evidencia es particularmente escasa para los países en desarrollo. La obtención de dichos datos es fundamental, ya que las políticas —ya sean de comercio internacional, promoción comercial o igualdad de género— no pueden formularse en ausencia de evidencia sólida. Ha sido difícil analizar el impacto del comercio y la liberalización comercial sobre las mujeres por falta de datos, aunque recientemente se están generando algunos avances (Frohmann, 2019).

En los últimos años, varios países de América Latina y el Caribe han sido pioneros en generar metodologías y datos para caracterizar a las empresas lideradas por mujeres, y los estudios realizados se revisan en este documento. Estos datos son solo una parte del desafío más amplio de la generación de información sobre género vinculada al comercio internacional.

I. Características de las empresas (exportadoras) lideradas por mujeres

La participación de las mujeres en las empresas —como propietarias, gerentas o trabajadoras— suele ser menor a la de los hombres, reflejando patrones socioculturales y de acceso a los recursos. La mayoría de las empresas lideradas por mujeres son micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) y tienen barreras de ingreso y costos de transacción mayores que aquellas lideradas por hombres. En la mayoría de los países, estas brechas de género existen tanto en el universo total de empresas, como también en las empresas exportadoras.

A. ¿Qué es una empresa liderada por una mujer?

Aun cuando cada país maneja su propia descripción de empresa liderada por una mujer, la Organización Internacional de Estándares (ISO) propone la siguiente definición: "Empresa que es al menos en un 25% propiedad de una o más mujeres, cuya gestión y control recae en una o más mujeres, que tiene al menos un tercio de la junta directiva compuesta por mujeres, donde existe una junta, donde una mujer es signataria de los documentos legales de la empresa y de las cuentas financieras, y que es operada independientemente de empresas que ni son propiedad de mujeres ni están dirigidas por mujeres¹."

El que una mujer sea la propietaria de una empresa puede o no implicar algún nivel de control de la actividad productiva. Por lo tanto, la participación mayoritaria de las mujeres en los cargos superiores ha llegado a entenderse como un mejor indicador del empoderamiento económico de las mujeres y más importante para afinar las intervenciones consideradas en programas o políticas de género. Como cargos decisores se consideraron a las gerentas, representantes legales, jefas y coordinadoras del área de exportación de la empresa.

Estas empresas tienden a ser de menor tamaño y están concentradas en ciertos sectores (comercio, belleza y servicios de alimentos), que tienen menores economías de escala, menores barreras de entrada, una menor rentabilidad, mayores dificultades para acceder al financiamiento y mantenerse en la exportación, y una menor integración a las cadenas globales de suministro que las

¹ Véase ISO IWA 34:2021 [en línea] <https://www.iso.org/obp/ui/es/#iso:std:iso:iwa:34:ed-1:v1:es>.

medianas y grandes empresas. El predominio de los hombres en la conducción de las empresas en el sector exportador es similar al del resto de la economía.

Apenas el 35% de las economías publica estadísticas sobre empresas que son propiedad de mujeres, las cuales son clave para el diseño de políticas públicas y programas (Banco Mundial, 2024).

En las economías emergentes, las empresas lideradas por mujeres (de propiedad de una mujer o con una mujer en un cargo decisor) representaron el 28% del total de empresas a nivel global en torno a 2015 (IFC, 2017).

B. Mujeres como propietarias de empresas

En la mayoría de los países hay menos mujeres que hombres en la propiedad de las empresas. A nivel global, solo una de cada tres empresas es de propiedad de una mujer. Esto varía según regiones, desde un 18% en el sur de Asia hasta un 50% en América Latina y el Caribe según el Banco Mundial².

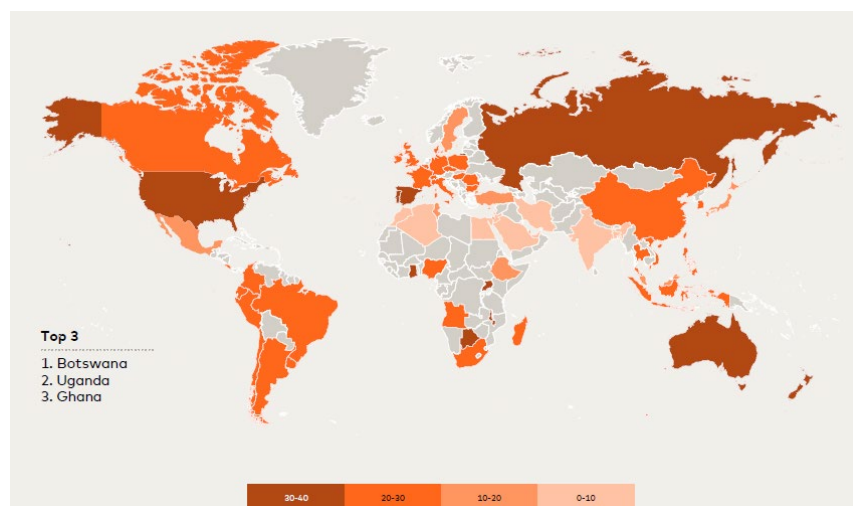
Se ha registrado un crecimiento sostenido del número de empresas formales de propiedad de mujeres en América Latina y el Caribe, pasando desde un 13,9% del total de empresas en 1991 a un 24,5% en 2018 (OIT, 2019). La participación en la propiedad es sistemáticamente superior entre las mujeres que registran una nueva empresa³. América Latina es la región con la mayor proporción de mujeres que emprenden su propio negocio, según un estudio realizado en 49 naciones (GEM, 2024).

En el mapa 1, se presenta la situación global de las empresas propiedad de mujer al 2022. El color más oscuro indica los mayores porcentajes (entre un 30% a un 40%) de empresas de propiedad de mujeres. América Latina está en el rango de entre 20% y 30%. En la región, las mujeres serían afectadas por un menor acceso a financiación empresarial, capital de riesgo y marcos empresariales menos favorables. Eso dificulta la creación y gestión de empresas. Factores culturales y sociales redundan en un ecosistema menos favorable al emprendimiento femenino. Además, hay una menor predisposición de las mujeres al riesgo empresarial, así como una baja percepción de las capacidades y las oportunidades de negocio entre las mismas mujeres.

² Para más información, véase [en línea] <https://blogs.worldbank.org/en/opendata/women-entrepreneurs-needed-stat>.

³ Según datos del Banco Mundial, véase [en línea] <https://datos.bancomundial.org/indicador/IC.FRM.FEMO.ZS>.

Mapa 1
Empresas de propiedad de mujeres en el mundo, como porcentaje del total de empresas, 2021



Fuente: The Mastercard Index of Women Entrepreneurs 2022 [en línea] <https://www.mastercard.com/news/media/phwevxccthe-mastercard-index-of-women-entrepreneurs.pdf>.

Nota: Los países destacados como Top 3 son aquellos donde se registró el mayor aumento de empresas de propiedad de mujeres entre 2021 y 2022.

Nota: Los límites y los nombres que figuran en este mapa no implican su apoyo o aceptación oficial por las Naciones Unidas.

C. Más mujeres a medida que disminuye el tamaño de la empresa

Las empresas lideradas por mujeres son generalmente más pequeñas que las dirigidas por hombres y tienen mayores probabilidades de prestar el tipo de servicios que menos se comercia internacionalmente. Ambas características inciden en que las empresas dirigidas por mujeres exporten menos que las dirigidas por hombres. Sin embargo, alrededor de un tercio de esta brecha no se explica ni por el sector ni el tamaño de las empresas, y sugiere que parte de la brecha puede atribuirse a diferencias relacionadas con el género, como prejuicios inconscientes y normas sociales (OCDE, 2023).

A nivel global, las empresas lideradas por mujeres tienden a ser pymes, frecuentemente informales (ILO 2015). Los emprendimientos de mujeres, aunque están menos orientados a la exportación que los de los hombres en la región, presentan características específicas que permiten dar cuenta de su impacto real y potencial (véase el recuadro 1).

Recuadro 1 Emprendimientos de mujeres en América Latina

América Latina es la región en desarrollo con las mayores tasas de emprendimientos de mujeres, aunque están menos orientadas que los hombres a la exportación. La excepción es Brasil, donde los emprendimientos de mujeres son 80% más propensos a exportar que los de hombres. En Colombia, las mujeres emprendedoras tienen el doble de probabilidades de contar con una oferta innovadora que los hombres. En Panamá, los emprendimientos de mujeres generan mayor empleo que los de hombres. No obstante, los emprendimientos de mujeres en la región tienen una probabilidad de cierre 20% mayor comparados con aquellos de hombres, lo que sugiere un alto nivel de volatilidad e incertidumbre. La mitad de las mujeres emprendedoras de la región son menores de 35 años y un tercio provienen de hogares de escasos recursos.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de Global Entrepreneurship Monitor (2021), Global Entrepreneurship Monitor: Women's entrepreneurship 2020/21: Thriving through crisis [en línea] <https://www.gemconsortium.org/report/gem-202021-womens-entrepreneurship-report-thriving-through-crisis>.

D. Características de empresas exportadoras lideradas por mujeres

Un análisis basado en el género de los datos de empresas exportadoras del Centro de Comercio Internacional (ITC, 2015) a nivel global llegó a las siguientes conclusiones:

- Solo una de cada cinco empresas exportadoras está dirigida por una mujer empresaria;
- Las mujeres tienden a trabajar en grandes empresas; las grandes empresas exportadoras contratan a un mayor porcentaje de mujeres que las pequeñas;
- Las mujeres tienden a ser propietarias de empresas más pequeñas que las de los hombres, en términos del número de empleados;
- Las pequeñas empresas suelen carecer de recursos para establecer un negocio de exportación e importación;
- Las mujeres y los hombres poseen y dirigen empresas en distintos sectores de exportación;
- La capacidad empresarial de las mujeres es mayor en el sector de los textiles y el vestido; y
- Las empresas de mujeres tienen una mayor presencia relativa (23%) en el sector de la informática, las telecomunicaciones y la electrónica de consumo, que tradicionalmente se asocian como actividades masculinas.

La proporción de pymes lideradas por mujeres que participan en el comercio internacional es menor que la de aquellas lideradas por hombres. Esta realidad refleja patrones socioculturales y de acceso a los recursos, con barreras de ingreso y costos de transacción también mayores. Esto aplica tanto a los países desarrollados como en desarrollo. En los países de la OCDE, según una encuesta a 10.000 empresas con presencia en Facebook en 2022, solo el 11% de las pymes dirigidas por mujeres exportaba y el 11% importaba, en comparación con el 19% y el 15% de las empresas dirigidas por hombres, respectivamente (OCDE 2023).

En los últimos años se han agregado temas emergentes asociados a la economía digital, que dan cuenta de que la propensión y facilidad de acceder al comercio internacional de las mujeres está cambiando:

- Cuando existe acceso al internet, las mujeres hacen en promedio un mayor uso de herramientas digitales para publicidad, mostrar productos, proveer información, y comunicarse con clientes y proveedores (Facebook, OCDE y Banco Mundial, 2017).
- Aun cuando las pymes lideradas por mujeres tuvieron una mayor tasa de cierre de empresas que los hombres, lograron mantener o incrementar sus ventas más que las de los hombres. Este resultado surge de una encuesta post pandemia a 22.000 empresarias y empresarios pyme de 30 países presentes en el mercado digital (META 2022).

Estas nuevas constataciones en el uso de las herramientas digitales llevan a analizar también la incidencia de temas como la conectividad, el nivel socioeconómico y las brechas tecnológicas entre hombres y mujeres.

El G20, a través del Grupo de Comercio e Inversión y bajo el liderazgo de Brasil, aborda los desafíos que enfrentan las empresas lideradas por mujeres en el comercio internacional en el Compendio de buenas prácticas para aumentar la participación de las mujeres en el comercio internacional (G20, 2023). Se identifican cuatro macrocategorías de desafíos que enfrentan estas empresas y en las que están en desmedro: i) características de la empresa (principalmente son mipymes y están en el sector servicios); ii) acceso a la información y oportunidades de negocios (destacan las limitaciones de tiempo por trabajo no remunerado de cuidado); iii) acceso al financiamiento (discriminación de género, falta de garantías) y iv) cumplimiento de procedimientos aduaneros y

regulaciones (falta de transparencias, costos y acoso). El Compendio presenta buenas prácticas de programas de 31 países o grupos de países para enfrentar estas dificultades.

E. Brechas de género en empresas

Las brechas de género son indicadores que permiten cuantificar la desigualdad entre hombres y mujeres en diferentes ámbitos, incluida la actividad económica. Para cada uno de los aspectos involucrados en la actividad económica (tiempo dedicado al trabajo no remunerado, participación en el empleo, nivel de salarios, toma de decisiones, acceso a recursos) se puede contar con brechas de género. Su análisis contribuye a la elaboración de diagnósticos en distintos países y sectores, y también puede guiar la formulación de políticas.

La desagregación por sexo permite, por un lado, caracterizar e identificar lo específico de las empresas lideradas por mujeres y, por otro, visibilizar las brechas existentes respecto de aquellas lideradas por hombres. Las tendencias en el sector exportador reflejan en buena medida la segregación laboral y empresarial de la economía en general.

Existe poca información comparable entre países para caracterizar a las empresas lideradas por mujeres. Se sabe aún menos sobre el nivel de participación de estas empresas en el comercio internacional y la evidencia es particularmente escasa para el caso de los países en desarrollo. La obtención de datos es relevante porque las políticas —sean de comercio internacional, de promoción comercial o de género— no pueden desarrollarse en el vacío.

Por ejemplo, en base a las encuestas empresariales del Banco Mundial (Enterprise Surveys), se pueden identificar y comparar las siguientes brechas de género entre regiones:

- En Asia en desarrollo, la intensidad exportadora de las empresas es mucho mayor que en América Latina y el Caribe, tanto en empresas con gerentes mujeres (13,6% versus 4,6%, respectivamente), como en empresas con gerentes hombres (11,6% versus 4,9%).
- En América Latina y el Caribe, el uso de insumos materiales y/o suministros de origen importado es mayor que en Asia en desarrollo, tanto en empresas con gerentes mujeres (65,6% versus 49,9%), como en aquellas con gerentes hombres (70,2% versus 43,7%).

II. Herramientas para el levantamiento de datos

En los últimos años, algunos organismos internacionales han apoyado a varios países a levantar datos sobre comercio y género. El Banco Mundial, la OCDE y la UNCTAD han desarrollado distintas iniciativas y metodologías que miden y evalúan los impactos del comercio sobre las condiciones materiales de las mujeres, la brecha de género y el trabajo de cuidado en los hogares.

Se han sugerido diferentes tipos de datos cuantitativos y cualitativos que deberían generar los países para mejorar sus bases de información. Algunos ejemplos son: elasticidades de igualdad de género, matrices de contabilidad social, incorporación del género en el modelo de Heckscher-Ohlin, integración de la variable género a modelos de equilibrio general, cuentas nacionales satélites con datos desagregados por sexo (Fontana, 2020), auditorías de género, evaluaciones ex ante y ex post de acuerdos comerciales que incluyan variables de género.

A. Metodología de la UNCTAD

La UNCTAD propone cuatro pasos para medir el impacto de la liberalización comercial sobre el bienestar de las mujeres y la desigualdad de género (UNCTAD, 2017):

- i) Identificar las características de la economía, los aportes de las mujeres a la economía y las distintas dimensiones de la desigualdad de género, mediante el análisis de estadísticas económicas y textos jurídicos;
- ii) Estimar el impacto económico de las reformas comerciales, utilizando datos sectoriales, incluyendo la demanda laboral. Estas estimaciones se cruzan con los datos de intensidad del empleo femenino en los distintos sectores, para identificar los sectores donde las desigualdades de género podrían disminuir o aumentar;
- iii) Proponer una lista de posibles medidas de política que podrían aumentar los impactos positivos de la apertura y disminuir sus impactos negativos; y
- iv) Desarrollar un índice de comercio y género (*Trade and Gender Index* -TGI) para monitorear la integración comercial y la desigualdad de género en el empleo a nivel sectorial. Este índice se calcula como la relación entre la brecha de género en el empleo (*Gender Employment Gap* - GEG) y la apertura comercial (*Trade Openness* - TO) por sector y año.

En un trabajo posterior (UNCTAD, 2019), se indican las categorías de datos necesarias para aplicar una metodología microeconómica que mida el impacto del comercio sobre las mujeres, sea como trabajadoras, productoras o empresarias, y consumidoras. Esta propuesta considera tanto el uso de herramientas existentes, como también el desarrollo de nuevos indicadores que a futuro podrían medir mejor estos impactos (véase el cuadro 1). Es importante complementar los datos cuantitativos con información cualitativa obtenida mediante grupos focales o encuestas.

Cuadro 1
UNCTAD: datos necesarios para medir el impacto del comercio sobre las mujeres

	Mujeres como trabajadoras	Mujeres como productoras	Mujeres como consumidoras
Herramientas utilizadas habitualmente	- Datos sobre el mercado de trabajo a nivel de empresa o trabajadores - Datos sobre reformas comerciales a nivel de empresa o sector	- Datos sobre características de los productores y resultados económicos a nivel de hogares o empresas - Datos sobre medidas de comercio, a nivel de empresas o sectores	- Datos a nivel de hogares de participación de diferentes bienes y servicios en consumo y género de jefe/a de hogar - Datos de precios de bienes y servicios
Herramientas que permitirían en el futuro obtener datos con mejor respaldo	- Encuestas a asalariados y empleadores que incluyan: a) Datos de comercio detallados y desagregados por empleadores b) Datos detallados sobre características del trabajo por empleados	- Encuestas de hogares o empresas que recojan: a) Microdatos del comercio de productores y empresas b) Estadísticas detalladas de las restricciones del lado de la oferta (cuantitativas y cualitativas) y resultados económicos para productores y empresas	- Encuestas de hogares que recojan información detallada sobre bienes y servicios (incluidos servicios públicos) consumidos por integrantes del hogar

Fuente: Traducido de UNCTAD (2019), *Making trade policies gender-responsive. Data requirements, methodological developments and challenges*, Ginebra.

B. Encuestas de empresas del Banco Mundial

La principal fuente de datos internacional sobre empresas, que incluye información sobre empresas exportadoras desagregadas por sexo, son las encuestas del Banco Mundial (*Enterprise Surveys*). Estas encuestas se realizan periódicamente a una muestra representativa de empresas privadas y formales, donde se entrevista a personas propietarias de empresas y que ejercen las gerencias. Se incluyen empresas del sector manufacturero y del sector servicios (comercio mayorista y minorista, hoteles y restaurantes, transporte, bodegaje, comunicaciones, construcción y tecnologías de la información y comunicaciones (TIC)). Se excluyen de la encuesta a empresas del sector agrícola, los servicios que provee el Estado y los servicios financieros.

En las *Enterprise Surveys*, se consideran como empresas exportadoras aquellas que envían al exterior por lo menos el 10% o más de sus ventas. Se identifican indicadores tales como tamaño de la empresa, sector, territorio, empleo, género, propiedad, alta dirección, y comercio internacional. Los datos se pueden cruzar y combinar, y también comparar con encuestas anteriores y con los mismos indicadores en América Latina y en el mundo.

Estas encuestas son una valiosa fuente de información de género en empresas. Se utiliza el concepto de "empresa liderada por una mujer" con las dos acepciones antes mencionadas: la propiedad de la empresa está en manos de mujeres (ya sea mayoritaria o parcialmente), y cuando están mujeres en la administración superior o cargo de alta dirección de la empresa.

La participación de mujeres en altos cargos de dirección en las empresas exportadoras en la región es variable (véase el cuadro 2). En un grupo seleccionado de países, la proporción de las empresas exportadoras con mujeres en la alta dirección varía entre un 10% en Colombia y el 32% en México, mientras que la proporción de las empresas con mujeres en la alta dirección que exportan varía entre el 2,7% en México al 17,9% en Costa Rica.

Cuadro 2
América Latina y el Caribe (países seleccionados): participación de exportadoras con mujeres en alta dirección, y empresas con hombres y mujeres en cargos de alta dirección que exportan, 2023

Países	Empresas encuestadas (En número)	Empresas exportadoras con mujeres en alta dirección (En porcentajes)	Empresas que exportan directa o indirectamente (En porcentajes)		
			Total	Alta dirección Hombres	Mujeres
Colombia	919	10	6,4	6,9	4,7
Costa Rica	357	31	18,4	18,6	17,9
El Salvador	729	26	16,4	16,6	15,8
México	1 322	32	4,7	5,1	2,7
Paraguay	378	25	9,3	9,1	10,1
Perú	981	12	12,9	15,1	5,6

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Banco Mundial (2023), Enterprise Surveys [en línea] <https://www.enterprisesurveys.org/en/data/exploreconomies>.

El Banco Mundial cruzó la base de datos de las encuestas de empresas con el puntaje de los países en su informe sobre mujeres, negocios y legislación (*Women, Business and the Law, WBL*)⁴ para observar la correlación entre el liderazgo femenino de empresas exportadoras (propiedad y alta dirección) y las barreras legales que enfrentan las mujeres en los negocios. A mayor puntaje menores son las barreras.

Los países con las menores barreras (puntaje WBL más alto) tienden a tener un mayor número de mujeres en posiciones de liderazgo en empresas exportadoras. Esta tendencia es marcada sobre todo en el caso de las mujeres en cargos de alta dirección en empresas exportadoras. En otras palabras, las economías con menos leyes discriminatorias por género tienen más probabilidades de tener una mayor proporción de empresas exportadoras propiedad de mujeres y dirigidas por ellas (Laperle-Forget y Gürbüz Cuneo, 2024).

C. Datos a partir de registros administrativos

Los registros administrativos son otra fuente para caracterizar a las empresas exportadoras lideradas por mujeres: de propiedad total o parcial de mujeres y/o con mujeres en cargos de tomas de decisiones (gerenta general, gerenta de exportaciones, representante legal, entre otros).

En pocos países de la región se han procesado, cruzado y combinado datos de diferentes registros administrativos que apuntan a caracterizar a las empresas exportadoras lideradas por mujeres (véase el cuadro 3).

⁴ <https://wbl.worldbank.org/en/wbl>.

Cuadro 3
Registros administrativos: variables para caracterizar a las empresas exportadoras lideradas por mujeres y el empleo exportador

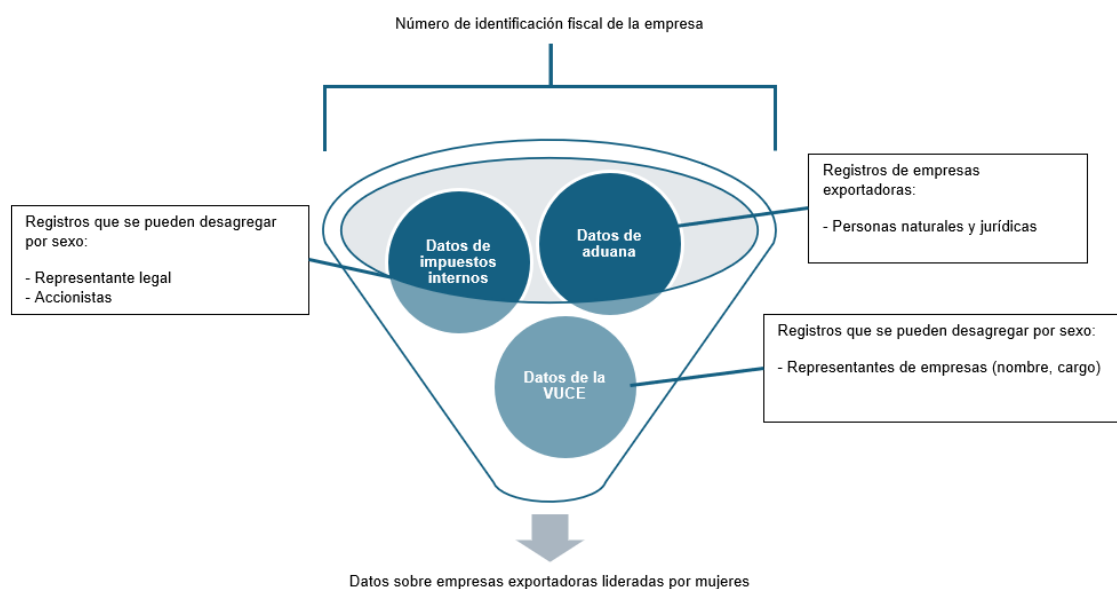
Número de empresas	Tamaño de empresas	Territorio de origen de empresas
Montos exportados	Productos exportados	Mercados de destino
Propiedad/cargos de decisión en la empresa por sexo	Empleo por sexo	Salarios por sexo

Fuente: Elaboración propia.

El principal desafío metodológico es complementar los registros aduaneros de empresas exportadoras, identificadas por su número de identificación tributaria, con una fuente de datos que indique propiedad o liderazgo de empresa y que se pueda desagregar por sexo. Esta segunda fuente puede provenir de registros de entidades como el servicio de impuestos/rentas internas (representantes legales, accionistas), ventanilla única de comercio exterior (VUCE) (representantes de empresa), ministerios del área económica, trabajo y seguridad social, institutos de estadística, registros de empresas, entre otros (véase el diagrama 1).

En muy pocos casos existe una desagregación por sexo de los altos cargos. Se usa entonces como proxy el nombre de la persona incluido en el registro, asignándole un sexo. En los registros de las aduanas, cuando la exportadora es una persona natural, se puede reconocer por su nombre sea femenino o masculino⁵, así como también en el caso de empresas que, aun siendo personas jurídicas, llevan el nombre de la propietaria o propietario.

Diagrama 1
Fuentes de información nacionales para la recopilación de datos sobre empresas exportadoras lideradas por mujeres



Fuente: Elaboración propia.

⁵ Estas metodologías no incluyen las identidades no binarias.

En diversos organismos públicos y en organismos privados de representación, como las cámaras de comercio o las asociaciones gremiales también existe información anual, mensual o trimestral por empresas con el nivel de detalle necesario para realizar estos cruces. En ocasiones la información no ha sido procesada, por lo que puede ser necesario transformar los registros en datos por empresa (Urmeneta, 2021).

D. Datos a partir de encuestas de empresas

Las encuestas longitudinales de empresas a nivel nacional pueden proveer información valiosa para caracterizar a las empresas exportadoras lideradas por mujeres. Sin embargo, éstas no están siempre disponibles, ni se realizan en forma periódica, no suelen estar desagregadas por sexo o incluir las ventas a mercados internacionales (exportaciones).

Estas encuestas se podrían aprovechar mejor. Por ejemplo, el informe de la Encuesta Longitudinal de Empresas de Chile, aun cuando incluye información sobre mujeres propietarias, socias y encargadas de la alta dirección del total de empresas, no desglosa esta información para conocer cuántas de las 14.000 empresas que exportaron en 2022 son lideradas por mujeres⁶. Otro ejemplo es la Encuesta de Empresas del Ministerio de la Producción de Perú del año 2019 (véase la sección III.E).

También se han hecho encuestas específicas para conocer las características de las empresas exportadoras lideradas por mujeres. A continuación, se presentan dos encuestas regionales: una, de las empresarias de los países de la Alianza del Pacífico y otra, de la Unión Europea.

1. Alianza del Pacífico

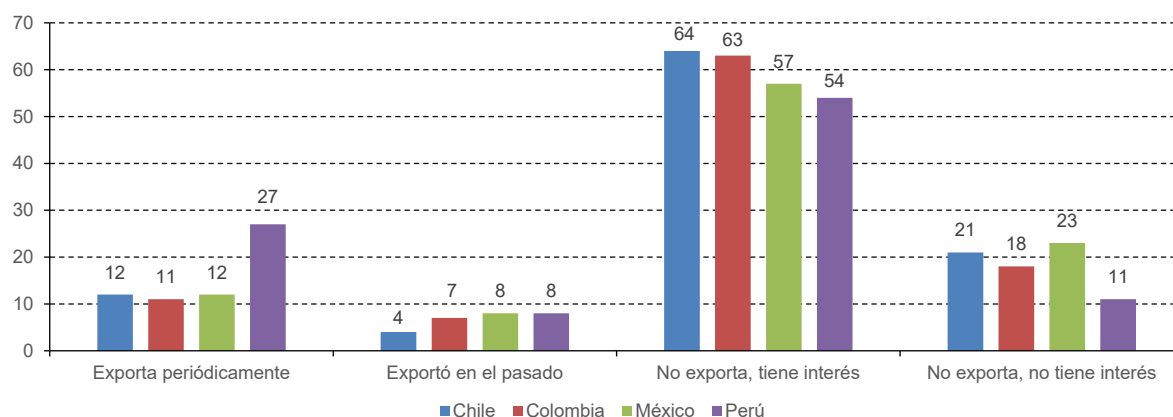
El Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2020) realizó el estudio “Radiografía de la participación de las mujeres empresarias de la Alianza del Pacífico en el comercio exterior” sobre las empresas lideradas por mujeres y las barreras que enfrentan en su actividad comercial y exportadora. Este trabajo se sustenta en encuestas en línea y personalizadas a cerca de 2.000 empresarias de los cuatro países de la Alianza: Chile, Colombia, México y Perú.

El perfil de las empresarias fue similar en los cuatro países en términos de propiedad y toma de decisiones en la empresa. La mayoría eran dueñas o accionistas principales, y se desempeñaban como directoras generales o directoras de área. En los cuatro países, entre el 69% y el 75% eran microempresas, y entre el 18% y el 23% eran pequeñas empresas. Un número reducido eran medianas o grandes empresas. Mayoritariamente, en los cuatro países, las empresas pertenecían a los sectores alimentos y bebidas, indumentaria, textil y accesorios y servicios.

En Chile, Colombia y México sólo un porcentaje menor de las empresas incluidas en la encuesta estaba exportando (entre el 11% y 12%), siendo el Perú, con un 27%, el país con una mayor participación de mujeres exportadoras (véase gráfico 1). Menos del 10% había exportado en el pasado. En los cuatro países, la mayoría de las empresas (entre el 54% y 64%) no exportaba, pero quería exportar. Según el país, entre el 11% y el 23% no tenía interés en exportar.

⁶ Ministerio de Economía y Fomento de Chile (2024), Séptima Encuesta Longitudinal de Empresas <https://www.economia.gob.cl/2024/12/27/septima-encuesta-longitudinal-de-empresas-ele-7.htm>.

Gráfico 1
Países de la Alianza del Pacífico: posicionamiento de empresarias respecto de la actividad exportadora, 2019
(En porcentajes)



Fuente: BID (2020) Radiografía de la participación de las mujeres empresarias de la Alianza del Pacífico en el comercio exterior, Washington, D.C.

La encuesta arrojó varias características comunes entre las exportadoras de los cuatro países. Estados Unidos fue el principal destino de las exportaciones. Los principales canales de comercialización eran la venta directa y a través de un distribuidor. El promedio anual de ventas de la mayoría de las empresas que exportaba era en promedio bastante bajo: menos de US\$25 mil para el 45% de los casos. Para un 19% las ventas estaban entre US\$25 mil y 50 mil; para un 16% entre US\$50 mil y 200 mil; para un 10% entre US\$200 mil y 1 millón; y para el restante 10% los envíos superaban un millón de dólares (BID, 2020).

Entre las principales dificultades que limitan el desempeño exportador, las empresarias indicaron los altos costos de los fletes y el transporte, la inteligencia comercial, los trámites de aduana, y el desconocimiento de diversos temas relacionados con el negocio exportador. En las entrevistas personales, también se mencionaron las barreras de género que enfrentan las mujeres empresarias, como la gestión del tiempo, los estereotipos de género, la mentalidad machista de los clientes y la permanente necesidad de validar su trabajo. Esta doble barrera se observa también en otros estudios (Frohmann, 2018).

2. Unión Europea (UE)

Las empresas lideradas por mujeres en la UE enfrentan retos similares a aquellas en otros países del mundo. Según datos de una encuesta a 1.118 empresas lideradas por mujeres en 12 países de la Unión Europea (ITC, 2019) que exportan a mercados extracomunitarios, sólo una de cada cinco empresas exportadoras es liderada por una mujer. Éstas tienden a ser más pequeñas que las lideradas por hombres y se concentran en sectores con menor potencial de crecimiento. Al igual que en otras regiones del mundo, las empresas exportadoras lideradas por mujeres en Europa tienden a emplear a más mujeres y muestran un mayor número de mujeres en cargos gerenciales (véase el recuadro 2).

Recuadro 2
Empresas de la Unión Europea que exportan a mercados extracomunitarios

Diferencias entre hombres y mujeres

- Subrepresentación: 1 de cada 5 empresas es liderada por una mujer y éstas representan el 30% o menos de la fuerza de trabajo
- Segregación: 1 de cada 3 empresas tiene una mujer en un cargo de alta dirección
- Desigualdad: las empresas lideradas por mujeres tienden a ser más pequeñas en términos de ventas y número de empleados
- Inclusividad: las empresas lideradas por mujeres emplean a más mujeres
- Estrategia de género: la mayoría de las empresas carece de políticas para promover el acceso y la igualdad de oportunidades para mujeres en el empleo
- Hay más hombres que mujeres en las industrias con alto potencial exportador

Similitudes entre hombres y mujeres

- Intensidad exportadora
- Adopción de canales de ventas online
- Solicitud de financiamiento para expandir empresas
- Mercados de exportación e importación

Desafíos específicos de género para las mujeres

- Acceso a conocimientos
- Acceso a financiamiento bancarios
- Aprovechamiento de redes de negocios

Fuente: Elaboración propia a partir de Centro de Comercio Internacional, ITC (2019) From Europe to the World: Understanding Challenges for European Businesswomen, Ginebra.

III. Datos sobre empresas exportadoras lideradas por mujeres en América Latina y el Caribe

A. Desafíos metodológicos

Varios países de la región se destacan por sus trabajos para generar datos sobre empresas exportadoras lideradas por mujeres. Los estudios realizados por algunos países de América Latina y el Caribe han utilizado principalmente dos tipos de datos: a) registros administrativos de entidades públicas, y b) encuestas de empresas. Estos datos permiten guiar la política comercial y afinar las herramientas para el fomento de estas empresas. Aun así, quedan desafíos metodológicos por resolver. En esta sección, se abordarán los avances y algunos de los desafíos.

En Brasil, Chile, Costa Rica, Paraguay, Perú y República Dominicana, diferentes organismos de gobierno han realizado estudios sobre empresas exportadoras lideradas por mujeres. El propósito ha sido disponer de insumos para desarrollar herramientas para promover el emprendimiento exportador de las mujeres. La mayoría de estos estudios se hicieron a partir de registros administrativos de los países. Sólo en Costa Rica y Perú se realizaron estudios a partir de una encuesta de empresas.

En el cuadro 4 se identifican los análisis realizados sobre países de la región, destacando los porcentajes de empresas exportadoras lideradas por mujeres, los que se obtuvieron a partir de la aplicación de criterios similares, utilizando registros o encuestas. Se describe el criterio utilizado para definir el liderazgo de mujer, así como las instituciones de donde proceden las fuentes de datos consideradas. Se incorpora también los resultados de las Encuestas a empresas del Banco Mundial, a modo de referencia.

Los estudios a partir de registros administrativos utilizan como punto de partida los datos sobre empresas exportadoras de las aduanas, según su número de identificación tributaria, los cuales se cruzan con datos de otro registro que permita identificar el nombre y el cargo de liderazgo en la empresa. El sexo respectivo se asigna según el nombre sea femenino o masculino.

Los estudios se refieren principalmente a empresas exportadoras de bienes debido a la limitada disponibilidad de datos sobre las exportaciones de servicios. Sin embargo, en los pocos casos donde sí existen datos sobre servicios, se observa una creciente participación de empresas lideradas por mujeres, especialmente en los sectores de servicios modernos e industrias creativas (SUBREI, 2025).

Cuadro 4
América Latina (países seleccionados): participación de empresas lideradas por mujeres en el total de empresas exportadoras según el indicador de liderazgo⁷

País y año	Participación en la propiedad	Participación en la alta dirección	Criterio para definir liderazgo de mujer	Fuente
Brasil (2023)	13,9%		Participación en estructura societaria	Secretaría de Comercio Exterior, a partir de datos propios y de la Secretaría de Ingresos Federales
Brasil (2025)	14,5%	22,5%	Participación en estructura societaria y cargos de alta dirección	Secretaría de Comercio Exterior, con datos propios, de RAIS y de la Secretaría de Ingresos Federales
Chile (2022)		7%	Personas naturales y jurídicas con nombre femenino	SUBREI, a partir de datos de ProChile y Servicio Nacional de Aduanas
Chile (2025 a)		30%	Representante legal y persona natural	SUBREI, a partir de datos de Servicio Nacional de Aduanas y Servicio de Impuestos Internos
Chile (2025 b)		13%	Usuaris de ProChile	ProChile, a partir de registros internos propios
Colombia		10%	Alta dirección	Encuesta de empresas BM
Costa Rica		31%	Alta dirección	Encuesta de empresas BM
Costa Rica (2022)	27%	33%	Propiedad y alta dirección	Encuesta de empresas PROCOMER
El Salvador		26%	Alta dirección	Encuesta de empresas BM
México		32%	Alta dirección	Encuesta de empresas BM
Paraguay		25%	Alta dirección	Encuesta de empresas BM
Paraguay (2024)	5%	21%	Propiedad y alta dirección	Estudio CEPAL/REDIEX a partir de datos de Dirección Nacional de Aduanas y VUE
Perú (2020)		27%	Propiedad y alta dirección	Encuesta de empresas, PRODUCE
Perú (2023)		26%	Representante legal	Promperú, a partir de datos de SUNAT
Perú (2024)		29%	Propiedad y alta dirección	MINCETUR, a partir de datos de SUNAT
República Dominicana	17%	12%	Propiedad y alta dirección	Encuesta de empresas BM
República Dominicana (2025)	15%		Accionista mayoritaria y persona natural	Prodominicana, a partir de datos de Dirección General de Aduana, Dirección General de Impuestos Internos

Fuente: Elaboración propia.

Los diferentes resultados de los estudios, incluso en un mismo país, tienen su origen en parte en las metodologías utilizadas (véase cuadro 4). Por ejemplo, al comparar los estudios hechos por Chile en 2022 y 2025, se observan resultados muy distintos. El estudio de 2022 utilizó como criterio de asignación del sexo del líder de la empresa los nombres femeninos de personas naturales y jurídicas que figuran en

⁷ Algunos estudios, solo indican el liderazgo femenino cuando la propiedad de la empresa es de una mujer (segunda columna), en otros sólo se indica cuando la alta dirección corresponde a una mujer (tercera columna). En otros casos, no se diferencia entre propiedad y alta dirección (segunda y tercera columnas fusionadas) y en un cuarto grupo de estudios se presenta información separada sobre propiedad y sobre alta dirección.

los registros de exportadoras de la Aduana, agregando aquellos registrados por ProChile (SUBREI, 2022). El estudio de 2025 consideró como criterio los nombres femeninos de las representantes legales de empresas exportadoras registradas en el Servicio de Impuestos Internos (SUBREI, 2025).

Los estudios son sólo parcialmente comparables entre sí porque aun cuando utilizan fuentes similares, seleccionan indicadores y aplican metodologías algo distintas. Por ejemplo, tanto Brasil como Chile, Perú y República Dominicana cruzan los datos sobre empresas exportadoras de las aduanas con registros del ente tributario respectivo. Pero mientras Chile se guía por los nombres de las representantes legales de las empresas para la desagregación por sexo; Perú, por los nombres de gerentes generales y directores ejecutivos; y Brasil y República Dominicana, por la participación societaria y los nombres de las accionistas. El cruce con los datos del ente tributario no está disponible en todos los países.

La opción por el nombre de los representantes legales para identificar el sexo de quien lidera la empresa da como resultado un número mucho mayor de mujeres líderes que la opción por la participación societaria y los nombres de los accionistas. En ambos casos, el resultado posiblemente no refleje a cabalidad el liderazgo femenino de las empresas, pero su uso como proxy es perfectamente adecuado y permite generar información sobre estas empresas.

Aun cuando la representación legal de la empresa es uno de los indicadores reconocidos por la ISO para definir que una empresa es liderada por una mujer, la opción por este indicador para identificar el sexo de quien lidera la empresa puede llevar a equívocos. Por un lado, las mujeres representantes legales podrían estar trabajando en una empresa de propiedad mayoritariamente masculina y/o con un hombre en la alta dirección. En ese caso se estaría sobreestimando la participación femenina.

Por otra parte, los hombres representantes legales podrían participar en una empresa de propiedad mayoritariamente femenina y/o con una mujer en la alta dirección. En este segundo caso, se estaría subestimando la participación de las mujeres como líderes de empresa. La participación societaria parece un dato más firme, pero tiende a subestimar el liderazgo femenino en la empresa ya que no considera a las mujeres en cargos directivos. De estar disponible, como en el Perú, la identificación de los nombres de la alta dirección de la empresa (gerentes generales y directores ejecutivos), es una buena opción.

En la medida que se identifica a una empresa liderada por mujer a partir del sexo de de un cargo o de parte de la propiedad, no es posible asegurar que el resto de las empresas sean automáticamente lideradas por hombres. Esto podría suceder solo en el caso que se conociera el sexo de todos los cargos de alta dirección y de todas las personas propietarias. Por lo tanto, al no contar con el cien por ciento de la información, parecería más adecuado metodológicamente comparar el grupo de empresas que se ha identificado como liderado por una mujer con el total de empresas, más que asignar un liderazgo masculino al remanente.

En el caso del estudio sobre Paraguay, los datos de empresas exportadoras de la aduana se cruzaron con los datos de los representantes de las empresas registrados en la Ventanilla Única de Exportaciones (VUE). En esos registros, junto con los nombres de los representantes se indican también los cargos respectivos en la empresa. Así se identificaron por sexo (según el nombre), quienes figuraban como propietarios, accionistas o responsables de la alta dirección de la empresa. Se excluyeron de la lista de funciones que indican liderazgo los agentes de aduana y los representantes legales que en el país suelen ser personas externas a la empresa.

Debería explorarse si existen registros parecidos en las Ventanillas Únicas de Comercio Exterior (VUCE) en otros países de la región, que incluyan nombre y cargo de representantes en cada empresa, y que puedan utilizarse como identificador del sexo de la persona que lidera la empresa.

Al hacerse el cruce de los datos de un solo año de las empresas exportadoras con el identificador de género del liderazgo de la empresa, se obtiene una fotografía, pero no una imagen completa del

universo exportador. Dada la alta rotación de las pymes que exportan un año y otro no, el foco en un solo año no permite observar si las empresas son exportadoras continuas, intermitentes o nuevas, lo cual es importante para desarrollar herramientas de fomento adecuadas. El cruce de datos en un horizonte temporal de unos cinco años permitiría conocer esta variable.

Posiblemente, varios de estos desafíos metodológicos podrían superarse si estuvieran disponibles periódicamente encuestas longitudinales de empresas que incluyeran preguntas desagregadas por sexo sobre liderazgo y tamaño de la empresa, sectores productivos y mercados internacionales, entre otros.

La falta de datos nacionales desagregados por sexo es un desafío. Pero la posibilidad de cruzar o complementar datos depende también de la disposición de los organismos que generan registros de empresas para compartirlos con otros organismos. Estas dificultades a veces son difíciles de superar. De hecho, los países que logran generar un cruce de datos más completo son los que cuentan con mayor cooperación interinstitucional.

Conocer los datos de cuántas empresas lideradas por mujeres exportan, su tamaño, ubicación geográfica, montos y productos exportados, principales mercados y continuidad exportadora, es un punto de partida. Para caracterizar plenamente a estas empresas y a las empresarias que las lideran se requiere utilizar también herramientas cualitativas como encuestas, *focus groups* y entrevistas en profundidad.

Una caracterización completa requiere conocer los obstáculos que enfrentan, las barreras de acceso financieras y la discriminación de género. También es relevante considerar aspectos como el entorno familiar, la jefatura de hogar, las responsabilidades de cuidados, el trabajo no remunerado, y conocer cómo estas dimensiones -que marcan la vida de las mujeres-, han incidido en su trayectoria profesional y empresarial.

A continuación, se presentan estudios de países de la región que incorporan datos sobre empresas exportadoras lideradas por mujeres. En varios de estos estudios se hace también referencia al empleo exportador de las mujeres y a áreas donde es posible potenciar la internacionalización de las empresas como la contratación pública. También se incluyen como ejemplos de buenas prácticas diversos casos de empresas lideradas por mujeres que han sido exitosas en los mercados internacionales.

B. Brasil

La Secretaría de Comercio Exterior del Ministerio de Desarrollo, Industria, Comercio y Servicios de Brasil publicó en marzo de 2025 el estudio "Women in Foreign Trade. An Analysis for Brazil", el cual es una segunda edición actualizada y en inglés del estudio publicado en 2023 "Mulheres no Comércio Exterior. Uma Análise para o Brasil".

Allí se presentan datos de empleo y de empresas vinculados al comercio internacional con una desagregación por sexo. La recopilación se realizó cruzando los datos por empresa de la Secretaría de Comercio Exterior (SECEX), con estadísticas de empleo (RAIS⁸) y con la información sobre la estructura societaria de las empresas de la Secretaría de Ingresos Federales de Brasil (Receita Federal), Su finalidad es contribuir con evidencia a los debates sobre las políticas de comercio internacional del Brasil.

Para identificar a las empresas lideradas por mujeres, se realizó un análisis de género de la estructura societaria de las empresas con datos de la Secretaría de Ingresos Federales, revisando los nombres de las personas socias y asignándoles un sexo, siguiendo la clasificación de género de los

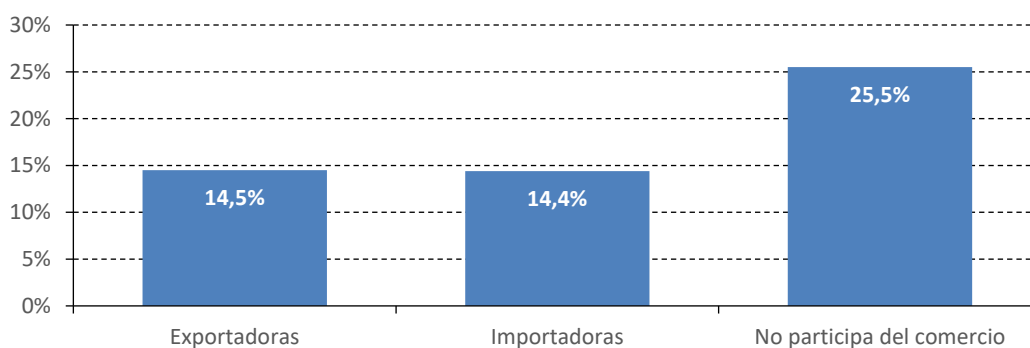
⁸ La Relación Anual de Información Social (RAIS) es un informe de información socioeconómica solicitado anualmente por la Secretaría del Trabajo del Ministerio de Economía brasileño a las personas jurídicas y otros empleadores.

nombres brasileños del censo de 2010 del Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE). Las empresas con más del 50% de mujeres en la estructura societaria fueron denominadas “empresas con socias mayoritariamente mujeres”.

Estos datos fueron entonces correlacionados con los datos de comercio internacional por empresa de la Secretaría de Comercio Exterior. Se incluyeron en los cruces de datos todas las empresas que registraron una operación de comercio exterior entre 2010 y 2022. El estudio concluyó que la estructura societaria de las empresas está dominada por hombres. En 2022, solo el 14% las empresas exportadoras son lideradas por mujeres, mientras que en las que no exportan esta participación alcanza el 23%.

En 2024, la participación de las mujeres en la estructura societaria de las empresas exportadoras se incrementó al 14,5%, mientras que en las que no participan en el comercio internacional alcanzó el 25,5% (véase el gráfico 2).

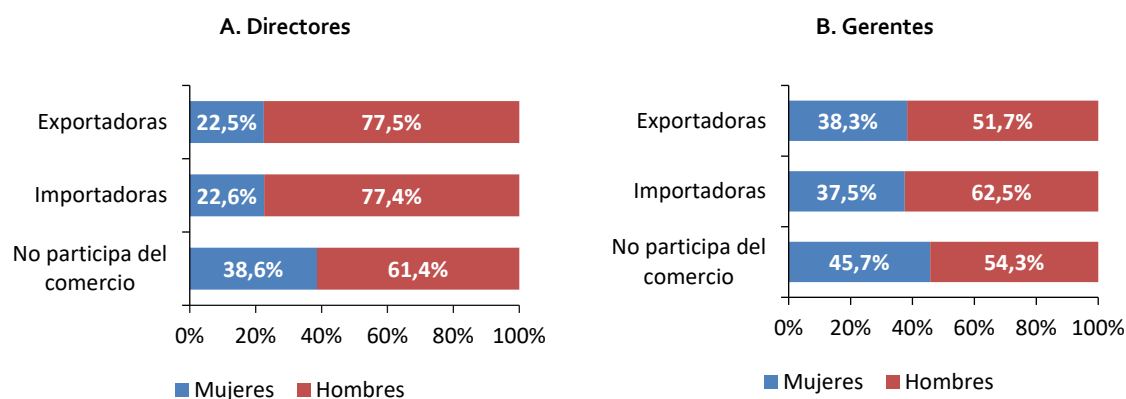
Gráfico 2
Brasil: participación de mujeres en estructura societaria de empresas exportadoras e importadoras, 2024
(En porcentajes)



Fuente: Elaboración propia sobre la base del Ministério da Indústria Comércio Exterior e Serviços (2023), Secretaria de Comércio Exterior, “Mulheres no Comércio Exterior. Uma Análise para o Brasil”, Brasília [en línea] <https://bibliotecadigital.economia.gov.br/handle/123456789/529537>.

En los cargos de alta dirección la participación de las mujeres es mayor que en la propiedad, aunque siempre minoritaria en relación con los hombres. El 22,5% de los cargos de directores y el 38,3% de los cargos de gerentes de las empresas exportadoras son ocupadas por mujeres, mientras que en las empresas que no participan en el comercio esta participación alcanza el 38,6% y el 45,7%, respectivamente (véase el gráfico 3). La participación en cargos de alta dirección es mayor en los sectores de manufacturas y servicios y menor en la agricultura y sectores extractivos. El estudio informa también una brecha promedio del 25% en los ingresos de las mujeres en cargos de alta dirección en comparación con sus pares masculinos. A la brecha de participación de las mujeres en cargos de alta dirección se agrega una brecha salarial significativa.

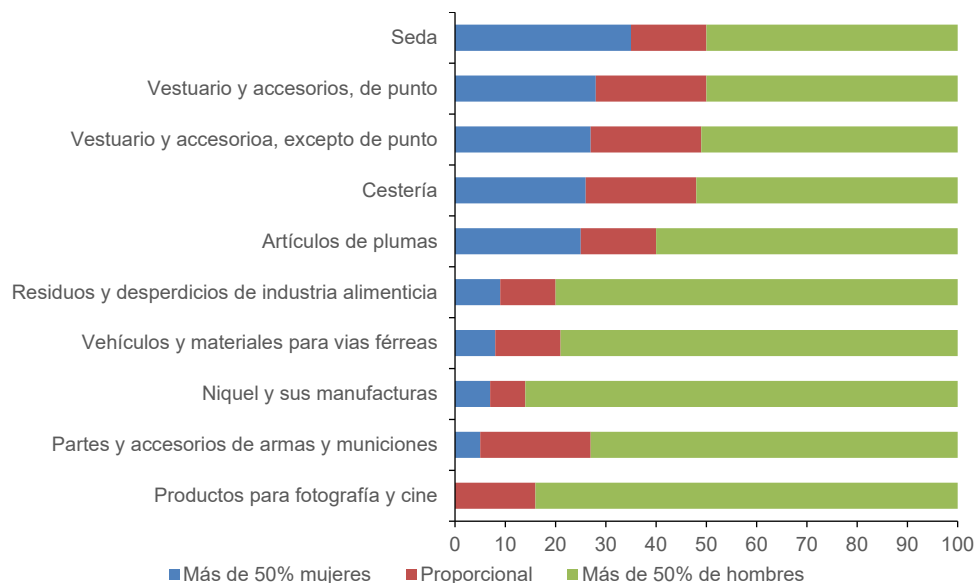
Gráfico 3
Brasil: participación de mujeres en la alta dirección de empresas exportadoras e importadoras, 2024



Fuente: Elaboración propia.

Hay una importante concentración de empresas lideradas por mujeres en el sector textil y confección (véase el gráfico 4). Los productos exportados por estas empresas tienden a enfrentar en promedio aranceles mayores que las lideradas por hombres. El estudio indica que, por ejemplo, según el World Integrated Trade Solutions (WITS)⁹ del Banco Mundial, el arancel promedio del sector textil y confección es aproximadamente el doble que el de los productos químicos.

Gráfico 4
Brasil: participación de mujeres en la estructura societaria de empresas en sectores de exportación, 2022
(En porcentajes)

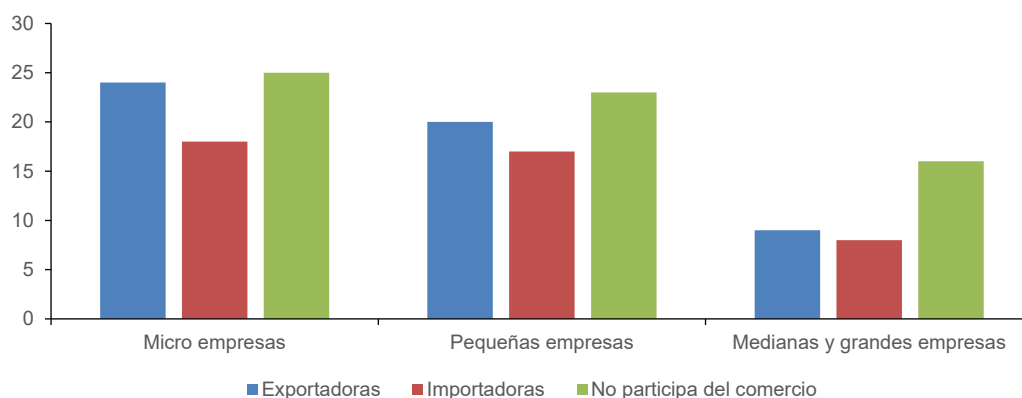


Fuente: Elaboración propia sobre la base del Ministério da Indústria Comércio Exterior e Serviços (2023), Secretaria de Comércio Exterior, "Mulheres no Comércio Exterior. Uma Análise para o Brasil", Brasília [en línea] <https://bibliotecadigital.economia.gov.br/handle/123456789/529537>.

⁹ <https://wits.worldbank.org/>.

La participación de mujeres en la propiedad de empresas, sean exportadoras o no, tiende a disminuir a medida que aumenta el tamaño de las empresas. Mientras que las empresas lideradas por mujeres representan el 24% de las microempresas exportadoras, esta participación alcanza solo el 9% en las medianas y grandes exportadoras (véase el gráfico 5).

Gráfico 5
Brasil: participación de mujeres en estructura societaria por tamaño de empresas, 2022
(En porcentajes)



Fuente: Elaboración propia sobre la base del Ministério da Indústria Comércio Exterior e Serviços (2023), Secretaria de Comércio Exterior, "Mulheres no Comércio Exterior. Uma Análise para o Brasil", Brasília [en línea] <https://bibliotecadigital.economia.gov.br/handle/123456789/529537>.

El estudio concluye señalando que las barreras estructurales que limitan la participación de las mujeres y la igualdad de género en el comercio internacional continúan siendo significativas.

C. Chile

La Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales (SUBREI) del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile publicó en marzo de 2025 la Séptima Radiografía a la Participación de las Mujeres en las Exportaciones Chilenas (SUBREI 2025). Esta publicación forma parte de su trabajo para incorporar los asuntos de género en la política comercial de Chile y aportar a la política exterior feminista definida por el gobierno. Es la séptima edición de los estudios sobre mujeres exportadoras que se han publicado regularmente desde 2017. La continuidad de los estudios permite observar, por un lado, la creciente participación de las empresas lideradas por mujeres en el sector exportador y, por el otro, la mejora en las metodologías para dar cuenta de esta participación en sus diferentes dimensiones.

Chile es un ejemplo del valor de la continuidad en el tiempo de los estudios y de cómo los resultados difieren cuando se utilizan metodologías distintas (véase cuadro 4). Por ejemplo, al comparar los estudios hechos por Chile en 2022 y 2025, se observan resultados muy distintos:

- El estudio de 2022 utilizó como criterio de asignación del sexo del líder de la empresa los nombres femeninos de personas naturales y jurídicas que figuran en los registros de exportadoras de la Aduana, agregándole aquellos registrados por ProChile (SUBREI, 2022) El resultado fue que las empresas exportadoras lideradas por mujeres representaron el 7% del total de exportadoras.

- El estudio de 2025 se guió por los nombres femeninos de las representantes legales de empresas exportadoras registradas en el Servicio de Impuestos Internos (SUBREI, 2025) y el resultado fue un 30% de participación.
- Finalmente, un estudio de 2025 de ProChile —el organismo de promoción de exportaciones— considera a las empresas lideradas por mujeres que son usuarias de sus servicios (ProChile, 2025) y arroja como resultado una participación del 13%.

La base del estudio de la SUBREI de 2025, el más completo a la fecha, son los datos sobre exportaciones del Servicio Nacional de Aduanas de Chile de 2024, donde las empresas son identificadas por su rol único tributario (RUT). Para identificar a las empresas exportadoras lideradas por mujeres, se cruzaron los RUT de la base de datos de la Aduana con los sistemas de información del Servicio de Impuestos Internos (SII). Se considera que una empresa exportadora es liderada por una mujer cuando su RUT está asociado a una representante legal de sexo femenino, y cuando el RUT de una persona natural que exporta se informa como femenino.

La Séptima Radiografía incluyó el cálculo de la brecha de género en la participación de las empresas en las exportaciones de Chile, definida como la diferencia en puntos porcentuales entre empresas exportadoras lideradas por hombres y por mujeres (véase el cuadro 5).

Cuadro 5
Chile: empresas exportadoras lideradas por hombres y mujeres, y brecha de género, 2024
(Número de empresas y porcentajes)

Exportaciones	Exportadoras totales (En números)	Lideradas por mujeres (En números)	Lideradas por hombres (En números)	Participación de lideradas por mujeres en exportadoras (En porcentajes)	Brecha de participación (En porcentajes)
Totales	8 567	2 542	6 025	29,7	40,7
No tradicionales	7 013	2 101	4 912	29,9	40,0

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de SUBREI (2025), Séptima Radiografía a la Participación de las Mujeres en las Exportaciones Chilenas [en línea] <https://www.subrei.gob.cl/estudios-y-documentos/documentos/detalle-otras-fichas-y-reportes/7%C2%AA-radiograf%C3%ADa-mujer-exportadora>.

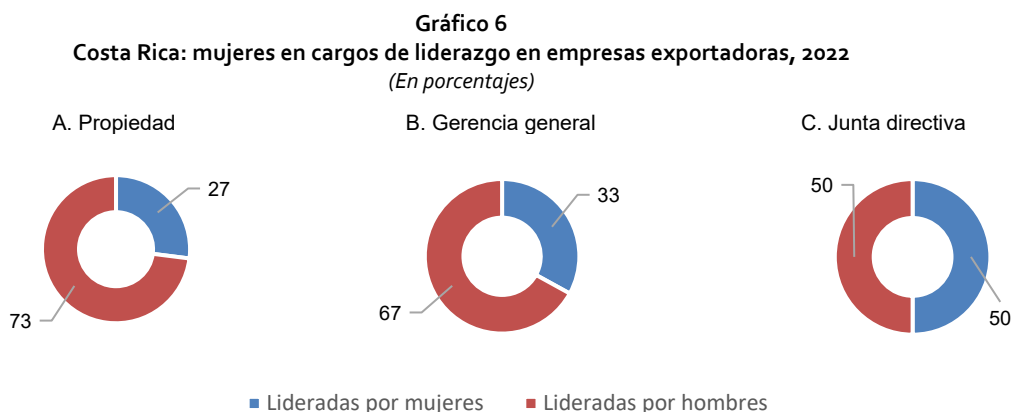
El estudio permitió identificar los principales sectores exportadores en los que se desempeñan las empresas lideradas por mujeres, destacando el sector agropecuario (24,6%), las manufacturas (20,9%) y minería (20%). También incluye información detallada sobre las empresas lideradas por mujeres que exportan servicios y analiza con un enfoque de género las cadenas de suministro de las proveedoras de la minería y la recolección de algas marinas.

Asimismo, el estudio analiza el empleo exportador, mostrando que las empresas exportadoras lideradas por mujeres son una buena fuente de empleo para las mujeres ya que emplean un mayor número de trabajadoras que las lideradas por hombres.

Las alianzas interinstitucionales y la articulación de esfuerzos son muy importantes para avanzar en el levantamiento estadístico sobre empresas lideradas por mujeres. En el caso de Chile, la colaboración entre la SUBREI, ProChile, el Servicio Nacional de Aduanas, el Instituto Nacional de Estadísticas y el Servicio de Impuestos Internos permitió generar información valiosa como insumo para políticas y programas para fomentar y facilitar la internacionalización de estas empresas y un comercio inclusivo. En la Séptima Radiografía, se contó también con la colaboración de Chile Compra, el Registro Civil, CORFO, SERCOTEC y la subsecretaría de Pesca.

D. Costa Rica

En 2022, PROCOMER realizó un estudio, a partir de una encuesta a empresas exportadoras, para medir el nivel de liderazgo femenino en el sector y analizar los factores que pueden facilitar o dificultar el cierre de la brecha de género. Si bien en el 61% de las empresas exportadoras se encuentran mujeres en cargos de liderazgo (dueñas, miembros de la junta directiva y gerencia general), solo en el 27% de las empresas exportadoras la mujer es la principal propietaria y en el 31% ocupan cargos de alta dirección (véase el gráfico 6).



Fuente: Elaboración propia sobre la base de PROCOMER (2022) Equidad de género en el sector exportador costarricense.

Según el estudio, el liderazgo femenino se presenta en particular en micro y medianas empresas y en sectores como el químico farmacéutico y se logra evidenciar que cuando hay liderazgo femenino, existen mayores políticas implementadas en temas de acoso sexual y licencia parental, y que las empresas lideradas por mujeres imparten capacitaciones en temas de equidad y no discriminación por sexo con mayor frecuencia.

Asimismo, el estudio informa que el 51% de las empresas lideradas por mujeres exportaron a América Central y el Caribe, y un 40% a América del Norte. Las ventas totales de estas empresas se ubican principalmente en el rango entre los quinientos mil y un millón de dólares.

Una extensa sección del estudio aborda los factores que facilitan o dificultan el liderazgo femenino según una variedad de indicadores y datos que resultaron de las encuestas, lo cual destaca la importancia de la investigación cualitativa para identificar temas relacionados específicamente con el género.

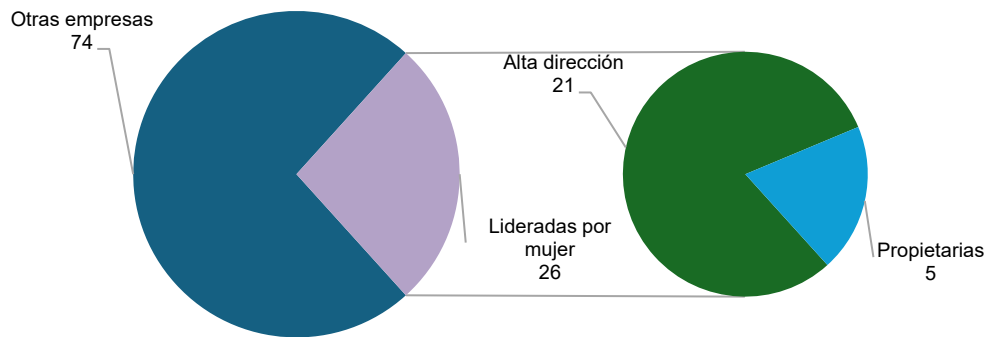
E. Paraguay

Con el objetivo de aportar insumos para promover una estrategia de internacionalización de las empresas lideradas por mujeres, el organismo de promoción comercial del Paraguay, REDIEX, encargó un estudio a la CEPAL en 2024 para caracterizar a las mujeres exportadoras.

La investigación se basó en registros administrativos del año 2023, lo que permitió identificar un grupo de empresas exportadoras de bienes lideradas por mujeres. Se consideró como criterio de selección el que la empresa tuviera al menos una mujer como accionista o propietaria, o al menos una mujer en un cargo de alta dirección.

Utilizando principalmente los datos de la Aduana y la Ventanilla Única de Exportación (VUE), se identificaron 1.153 empresas que exportaron productos paraguayos en 2023. De este total, al menos 309 empresas están lideradas por mujeres, las cuales representan el 26% del total de las empresas exportadoras (véase el gráfico 7).

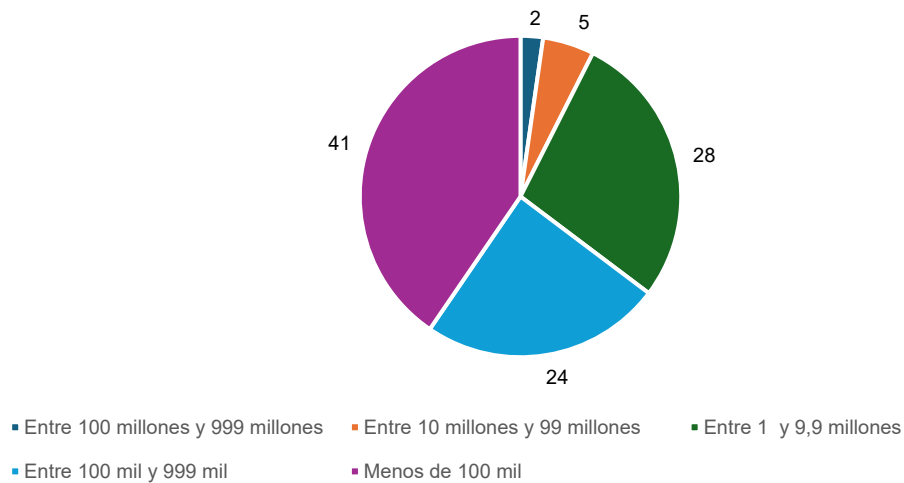
Gráfico 7
Paraguay: participación de empresas lideradas por mujeres en el total de exportadoras, 2023
(En porcentajes)



Fuente: Frohmann y Olmos (2024) Caracterización de las empresas exportadoras lideradas por mujeres del Paraguay.

La participación de las empresas exportadoras lideradas por mujeres en los montos exportados fue baja. A pesar de que estas empresas constituyen más de un cuarto del total de exportadoras, sólo el 9,5% del total de 10,5 mil millones de dólares exportados en 2023 provino de aquellas lideradas por mujeres, las cuales se concentran en los rangos más bajos de los montos exportados. El 64% exportó menos de un millón de dólares en 2023 y un 40% exportó menos de cien mil dólares (véase el gráfico 8).

Gráfico 8
Paraguay: empresas exportadoras lideradas por mujeres por monto exportado en 2023
(En porcentajes y montos en dólares)



Fuente: Frohmann y Olmos (2024) Caracterización de las empresas exportadoras lideradas por mujeres del Paraguay.

El 52% de las empresas exportadoras lideradas por mujeres envían manufacturas industriales al exterior. Le siguen en importancia las empresas que exportan productos primarios y en tercer lugar las que envían manufacturas de origen agropecuario. El sector textil y confecciones es el rubro específico que agrupa al mayor número de empresas de mujeres.

En términos metodológicos, es de especial interés que en este estudio se utilizó una fuente distinta para obtener datos desagregados por sexo, los registros de la Ventanilla Única de Exportadores (VUE), que incluyen el nombre y cargo del representante de la empresa.

Adicionalmente el estudio incluyó resultados de encuestas realizadas a las empresas exportadoras y entrevistas en profundidad que complementaron los resultados con análisis cualitativos sobre este tipo de empresas y las empresarias mismas.

F. Perú

En Perú, se observan tres estudios realizados con metodologías diferentes, por distintas instituciones, pero resultados relativamente similares. Cronológicamente, el primero es un análisis del Ministerio de la Producción (PRODUCE) realizado en 2020 a partir del cruce de información proveniente de una encuesta de empresas (Ministerio de la Producción del Perú 2023). El segundo fue publicado por Promperú (2023), y se basa en cruces de registros administrativos de empresas exportadoras y datos de sus representantes legales de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT). El tercero, y más actualizado, es el estudio del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), publicado en 2025, que utiliza datos de la SUNAT de gerentes generales y directores ejecutivos de empresas exportadoras (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2025).

El estudio de PRODUCE es parte del informe Perfil de la Mujer Emprendedora, que se publica periódicamente, e incluye información sobre empresas exportadoras lideradas por mujeres a partir de la Encuesta de Empresas 2019¹⁰.

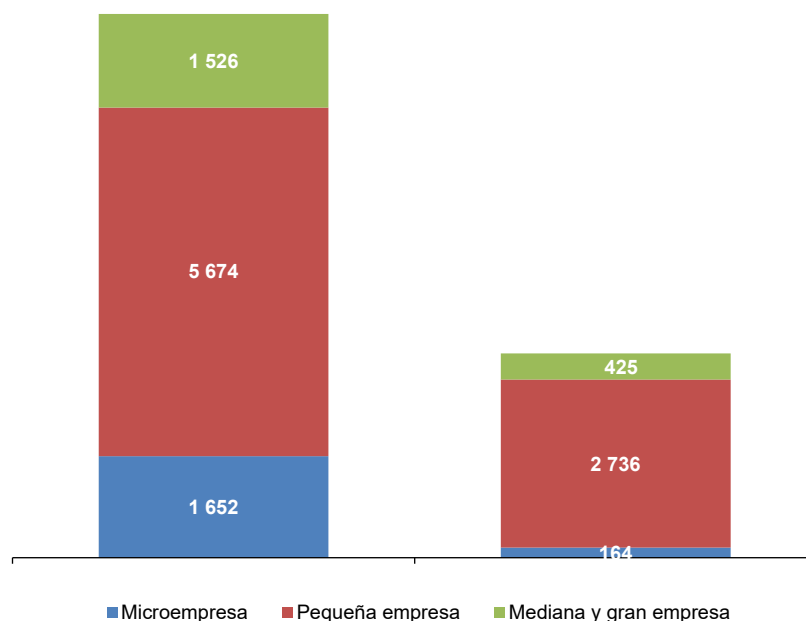
Del total de 12.177 empresas exportadoras identificadas en 2019 en la encuesta, un 27,3% eran conducidas por mujeres. Estas empresas estaban concentradas en el segmento de las pequeñas empresas (véase gráfico 9). Del total de las pequeñas empresas conducidas por mujeres, una proporción mayor estaba en la actividad exportadora que en las empresas a cargo de hombres. En cambio, tanto en las microempresas como en las medianas y grandes empresas, era mayor la participación exportadora de las empresas conducidas por hombres que en las de mujeres.

En 2023, Promperú publicó el estudio "Evaluación de género en el sector exportador" (Promperú, 2023) que incluye, entre otros variados análisis, un cálculo del número de empresas exportadoras lideradas por mujeres a partir del cruce de los datos aduaneros sobre empresas exportadoras con la información sobre representantes legales de las mismas empresas registrados en la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT).

Según estos datos de 2021, de un total de 5.391 empresas exportadoras, el 76% tenía representantes legales hombres y el 24% tenía representantes mujeres. Uno de los criterios de Promperú para definir que una empresa es liderada por una mujer es la presencia de una representante legal de sexo femenino, criterio que es internacionalmente reconocido.

¹⁰ La Encuesta de Empresas 2019 define al conductor de la empresa como la persona a cargo de la conducción administrativa y operativa de la empresa, responsable de la toma de decisiones. En el caso de las mipymes, este cargo suele ser desempeñado por quien tiene la propiedad de la empresa.

Gráfico 9
Perú: empresas exportadoras según sexo del liderazgo y tamaño, 2019
(En número)



Fuente: Elaboración propia sobre la base de Ministerio de la Producción (2020), Perfil de la mujer emprendedora en el Perú, datos de Encuesta Nacional de Empresas 2019, Lima.

Nota: el tamaño de la empresa está determinado por la ley 30056.

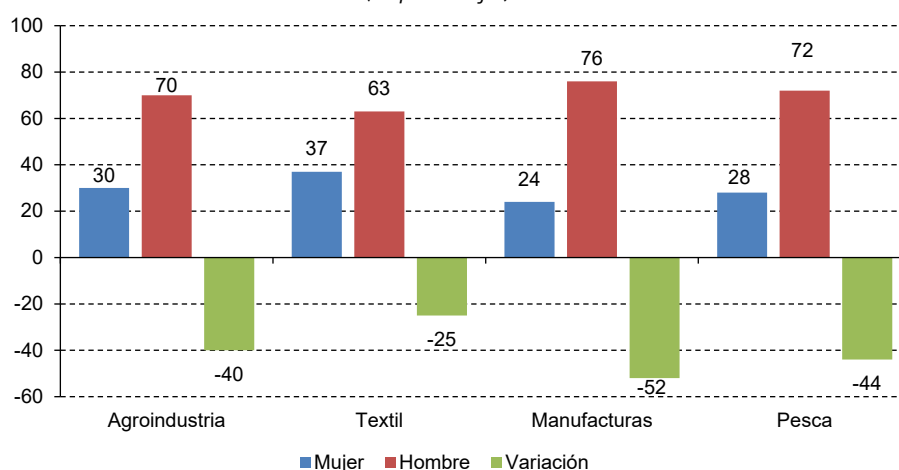
En el estudio, la proporción de representantes legales difiere en algunos puntos porcentuales según el tamaño de la empresa. Mientras que, en las empresas grandes, el 31% de representantes legales son mujeres, en las mipymes alcanzan alrededor de 25% y 26%, respectivamente. El sector textil exportador es el que tiene una mayor proporción de representantes legales de sexo femenino y el sector de manufacturas tiene la menor (véase el gráfico 10).

El estudio publicado por MINCETUR en 2025 complementa la base de datos de operaciones de comercio exterior, que incluye a las empresas exportadoras, con una base de datos de empresas de SUNAT, de la cual se ha considerado la información sobre los gerentes generales, titular gerente de las EIRL y presidente de Directorio de las exportadoras; asignando el sexo de acuerdo con sus nombres.

El estudio muestra cómo entre 2017 y 2024 aumentaron no sólo el número de empresas exportadoras (de 7.104 a 9.138), sino que la participación de empresas exportadoras lideradas por mujeres se incrementó del 23% al 29% (véase el gráfico 11). Se observa que la participación en el liderazgo de las exportadoras es inversamente proporcional al tamaño de las empresas. Mientras que en las microempresas la participación de las mujeres en la gerencia general es de 35% del total de exportadoras de ese tamaño, en la gran empresa, es sólo un 19%.

El estudio también muestra que los sectores donde la participación de la mujer en cargo del liderazgo es más alta, son la minería e hidrocarburos (40%) y textil y confecciones (39%). En los sectores agro y pesca la participación de la mujer en la gerencia es menor al 30%.

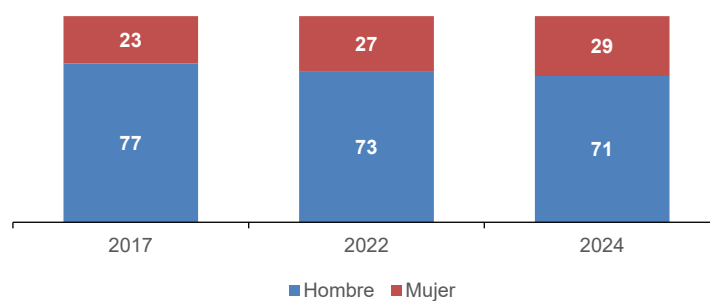
Gráfico 10
Perú: participación de representantes legales de empresas exportadoras en sectores por sexo y brecha de género, 2021
(En porcentajes)



Fuente: Elaboración propia sobre la base de Promperú (2023), Evaluación de género en el sector exportador, Lima [en línea] <https://repositorio.promperu.gob.pe/items/edf51bbo-176b-414f-8706-d63befbdddff>.

Nota: El término representante legal es asimilado a liderazgo de la empresa.

Gráfico 11
Perú: gerencia general de las empresas exportadoras según sexo, 2017, 2022 y 2024
(En porcentajes)



Fuente: Elaboración propia sobre la base de MINCETUR (2025) La mujer peruana en el comercio internacional. Reporte especial marzo 2025.

Aun cuando las metodologías utilizadas en los estudios difieren, cabe observar que los resultados respecto de la participación de mujeres líderes en empresas exportadoras están en un rango similar: el de PRODUCE (27,3%), el de Promperú (24%) y MINCETUR (29%). El primero utiliza una base de empresas exportadoras mayor, en un plazo temporal distinto, con criterios de liderazgo de empresa que incluyen la propiedad y la alta dirección y no solo la representación legal de la empresa. Finalmente, el estudio de MINCETUR utiliza la alta dirección como criterio de liderazgo de empresa.

G. República Dominicana

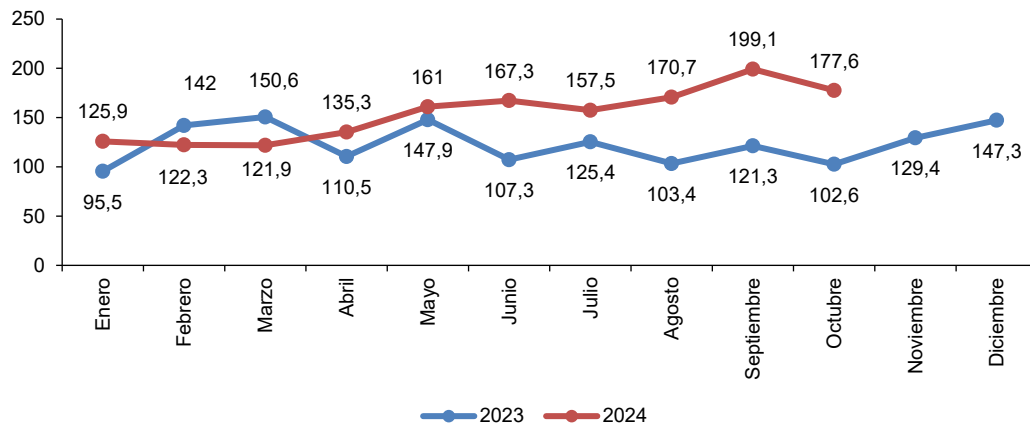
El informe de PRODOMINICANA (2024), Estudio Mujeres: Sumando para un futuro más innovador y sostenible, incluye tanto datos sobre empresas exportadoras lideradas por mujeres, como información sobre actividades de promoción con enfoque de género, oportunidades para estas empresas en el mercado público y relatos de experiencias exitosas de mujeres que han incursionado en los mercados internacionales.

Los datos de exportaciones fueron obtenidos de la Dirección General de Aduanas y se utilizaron datos de Impuestos Internos para identificar las empresas lideradas por mujeres. La combinación de estos conjuntos de datos permitió determinar el número de empresas exportadoras lideradas por mujeres y los montos exportados, desglosados por productos y países de destino, así como otras variables relacionadas con las exportaciones. La empresa es definida como liderada por una mujer cuando tiene una mujer como accionista mayoritaria.

El estudio informa que entre 2012 y 2024 exportaron 4.225 empresas lideradas por mujeres, de las cuales el 78% eran personas naturales y 22% personas jurídicas. Muchas de estas empresas exportaron solo esporádicamente.

En 2023, 578 empresas lideradas por mujeres exportaron un monto total de 1.494 millones de dólares. El monto mayor correspondió a las exportaciones de oro que alcanzaron los 1.121,6 millones y los restantes correspondieron principalmente a productos agrícolas. Los montos exportados por estas empresas se concentraron en los rangos más bajos: un 70% de las empresas exportó menos de 50 mil dólares y sólo el 1% realizó envíos de más de 10 millones de dólares. El estudio muestra un crecimiento sostenido de las exportaciones de las empresas lideradas por mujeres durante el año 2024 (véase el gráfico 12).

Gráfico 12
República Dominicana: exportaciones totales de empresas exportadoras lideradas por mujeres,
enero 2023-octubre 2024
(En millones de dólares)



Fuente: Elaboración propia sobre la base de PRODOMINICANA (2024) Estudio Mujeres: Sumando para un futuro más innovador y sostenible.

IV. Conclusiones

Para desarrollar herramientas eficaces para promover el emprendimiento exportador de las mujeres y medir los avances, es indispensable contar con datos y estudios que permitan caracterizar a las empresas exportadoras lideradas por mujeres. Sin datos adecuados, no es posible diseñar políticas efectivas ni evaluar su impacto real.

A nivel internacional, existen algunos aportes relevantes como las Encuestas de Empresas del Banco Mundial, que proporcionan datos desagregados por sexo sobre las características de las empresas, la alta dirección y su participación en el comercio internacional. No obstante, estas encuestas no se realizan de forma periódica y su cobertura es limitada debido al tamaño relativamente pequeño de las muestras utilizadas.

En América Latina y el Caribe, varios países han hecho avances importantes al generar información específica sobre empresas exportadoras lideradas por mujeres. Estos esfuerzos han permitido orientar mejor las políticas comerciales y afinar las herramientas de fomento. A pesar del progreso alcanzado, aún persisten desafíos metodológicos significativos que requieren atención.

Uno de los principales retos metodológicos es la falta de comparabilidad entre los estudios. Las diferencias en los enfoques, indicadores seleccionados y fuentes utilizadas provocan que los resultados no siempre sean consistentes entre sí, incluso cuando se parte de bases de datos similares. Esto limita la posibilidad de establecer diagnósticos regionales más sólidos.

Además, la mayoría de los estudios se concentran en las exportaciones de bienes debido a la limitada disponibilidad de datos sobre servicios en los registros aduaneros. Sin embargo, en los pocos casos donde sí existen datos sobre servicios, se observa una creciente participación de empresas lideradas por mujeres, especialmente en los sectores de servicios modernos e industrias creativas.

Gran parte de estos estudios se basan en registros administrativos nacionales, los cuales se combinan con indicadores proxy como el nombre del representante legal o el accionista registrado en las entidades tributarias para inferir el sexo de la persona líder de la empresa. Este enfoque, aunque útil, tiene limitaciones importantes.

Por ejemplo, identificar el sexo del líder empresarial a partir del nombre del representante legal suele arrojar un número significativamente mayor de mujeres líderes que si se utiliza la información societaria o los nombres de los accionistas. En algunos casos no siempre los representantes legales están en la toma de decisiones directa de las empresas. Esta diferencia metodológica incide directamente en la magnitud de los resultados obtenidos.

Asimismo, el uso de *proxies* para determinar el sexo del líder empresarial conlleva ciertas dificultades analíticas. Una vez asignado el sexo femenino a quienes detentan la propiedad o altos cargos de una empresa, no es posible asegurar que el resto de las empresas sea liderado por hombres. En este contexto, puede ser más adecuado comparar las características y brechas entre el conjunto total de empresas exportadoras y aquellas lideradas por mujeres.

Existen además otras posibilidades metodológicas que deberían explorarse, como el cruce de datos aduaneros con identificadores del sexo del líder empresarial. Por ejemplo, sería útil analizar si los sistemas nacionales de Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUE o VUCE) contienen información relevante como nombres y cargos de los representantes empresariales asociados a las exportaciones, que podrían servir como indicadores más precisos.

Las encuestas longitudinales de empresas a nivel nacional representan otra fuente potencialmente valiosa para caracterizar a las empresas exportadoras lideradas por mujeres. No obstante, estas encuestas no siempre están disponibles, no se realizan de forma periódica, y con frecuencia carecen de datos desagregados por sexo o no incluyen preguntas sobre internacionalización.

Pese a las diferencias metodológicas, en líneas generales, los análisis reafirman lo identificado por estudios globales: las empresas exportadoras lideradas por mujeres son una minoría respecto de las lideradas por hombres, están más concentradas en las empresas de menor tamaño, y son responsables de menores montos de exportación.

Conocer cuántas empresas lideradas por mujeres participan en el comercio internacional es apenas un punto de partida. Para lograr una caracterización más completa, es necesario complementar los datos cuantitativos con herramientas cualitativas que permitan comprender mejor a estas empresas y a las empresarias que las dirigen.

Una descripción integral debe considerar también los obstáculos específicos que enfrentan las mujeres empresarias, incluidas las barreras de acceso al financiamiento y a la información, la discriminación de género y otros factores estructurales. Así como el entorno familiar, la condición de jefatura de hogar, las responsabilidades de cuidado y la carga del trabajo no remunerado inciden de manera significativa en la trayectoria profesional y empresarial de las mujeres.

De esa manera, al considerar aspectos cuantitativos y cualitativos se podrá caracterizar de mejor forma el liderazgo e inserción de las mujeres en las empresas exportadoras, y conocer también las razones estructurales que determinan esta participación. Todos estos factores deben ser tomados en cuenta para comprender las dinámicas del emprendimiento exportador de las mujeres y promover su participación plena y autonomía económica.

Bibliografía

- Banco Mundial (2024), "La Mujer, la Empresa y el Derecho 2024." Resumen ejecutivo. Banco Mundial, Washington DC [en línea] <https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/2682c448-558b-44a2-974c-239eea51218e/content>.
- Banco Mundial (sin fecha), Encuesta de empresas [en línea] <https://espanol.enterprisesurveys.org/es/enterprisesurveys>.
- BID (Banco Interamericano de Desarrollo) (2020), Radiografía de la participación de las mujeres empresarias de la Alianza del Pacífico en el comercio exterior, Washington D.C. [en línea] <https://alianzapacifico.net/grupotecnico-de-genero/>.
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) (2020), Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe, 2020 (LC/PUB.2020/21-P), Santiago [en línea] https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46613/1/S2000805_es.pdf.
- Facebook, OCDE y Banco Mundial (2017), Future of Business Survey, Management Gender in Business [en línea] <https://dataforgood.facebook.com/dfg/impact>.
- Fontana, M. (2020), Guía para el análisis de datos sobre género y comercio [en línea] https://www.genderandtrade.com/_files/ugd/c947e9_3005f7417cbb4aa483a4edo225dec2a6.pdf.
- Frohmann A. (2019), "Herramientas de política comercial para contribuir a la igualdad de género", Serie de comercio internacional, N° 153 (LC/TS.2019/111), Santiago: CEPAL [en línea] <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/45063>.
- _____(2018), "Género y emprendimiento exportador: iniciativas de cooperación regional", Documentos de Proyectos (LC/TS.2018/4), Santiago: CEPAL [en línea] <https://www.cepal.org/es/publicaciones/43287-genero-emprendimiento-exportador-iniciativas-cooperacion-regional>.
- Frohmann A. y Olmos, X. (2024) Caracterización de las empresas exportadoras lideradas por mujeres del Paraguay [Informe no publicado].
- G20 (2023), Compendio de buenas prácticas para aumentar la participación de las mujeres en el comercio internacional (en línea) https://g20.utoronto.ca/2024/G20_Compendium_of_Good_Practices_to_Increase_the_Participation_of_Women_in_International_Trade.pdf.
- GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2024), Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report, London [en línea] <https://gemconsortium.org/report/global-entrepreneurship-monitor-gem-20232024-global-report-25-years-and-growing>.
- _____(2021), Global Entrepreneurship Monitor: Women's entrepreneurship 2020/21: Thriving through crisis [en línea] <https://www.gemconsortium.org/report/gem-202021-womens-entrepreneurship-report-thriving-through-crisis>.

- IFC (Corporación Financiera Internacional) (2017), MSME FINANCE GAP [en línea] <https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/03522e90-a13d-4a02-87cd-9eega297b311/121264-WP-PUBLIC-MSMEReportFINAL.pdf?MOD=AJPERES&CVID=m5SwAQA>.
- ITC (Centro de Comercio Internacional) (2019), From Europe to the World: Understanding Challenges for European Businesswomen, Ginebra [en línea] <https://intracen.org/resources/publications/from-europe-to-the-world-understanding-challenges-for-european-businesswomen>.
- _____(2015), Abriendo mercados para mujeres comerciantes, Ginebra [en línea] <https://intracen.org/resources/publications/unlocking-markets-for-women-to-trade>.
- Joekes, S., A. Frohmann, M. Fontana (2020), Manual sobre género y comercio; Gender, Social Inclusion and Trade Working Group (GST) [en línea] https://www.genderandtrade.com/_files/ugd/c947e9_87c1c5d2479a4f2abof28bae82da186b.pdf.
- Laperle-Forget, L. y A. Gürbüz Cuneo (2024), Women, International Trade, and the Law: Breaking Barriers for Gender Equality in Export-Related Activities, Global Indicators Briefs No. 26, Washington D.C.: Banco Mundial [en línea] <https://documents1.worldbank.org/curated/en/099719003262429360/pdf/IDU1db100dac106bf14cdd1ac4c11c1a90dfe62b.pdf>.
- Mastercard (2022), The Mastercard Index of Women Entrepreneurs 2022 [en línea] <https://www.mastercard.com/news/media/phwvexcc/the-mastercard-index-of-women-entrepreneurs.pdf>.
- Meta (2022), Global State of Small Business Report [en línea] <https://dataforgood.facebook.com/dfg/resources/Oct-2022-executive-summary-slide-deck>.
- Ministério da Indústria Comércio Exterior e Serviços (2025), Secretaria de Comércio Exterior, "Women in Foreign Trade. An Analysis for Brazil" 2nd edition, Brasilia (en línea) https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/comercio-exterior/estatisticas/outras-estatisticas-de-comercio-exterior-1/women_in_foreign_trade_2nd_edition.pdf.
- _____(2023) "Mulheres no Comércio Exterior. Uma Análise para o Brasil", Brasilia [en línea] <https://bibliotecadigital.economia.gov.br/handle/123456789/529537>.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2025), La Mujer Peruana en el Comercio Internacional, Reporte Especial, Lima.
- Ministerio de Economía y Fomento de Chile (2024), Séptima Encuesta Longitudinal de Empresas [en línea] <https://www.economia.gob.cl/2024/12/27/septima-encuesta-longitudinal-de-empresas-ele-7.htm>.
- Ministerio de la Producción del Perú (2023), Perfil de la mujer emprendedora en el Perú 2020, Lima [en línea] https://www.producempresarial.pe/wpcontent/uploads/2023/12/Libro_Mujer_emprendedora_2020_Final.pdf.
- OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) (2023), SME and Entrepreneurship Outlook, Paris [en línea] <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/eeda6517-en/index.html?itemId=/content/component/eeda6517-en>.
- OIT (Organización Internacional del Trabajo) (2019), La brecha salarial entre hombres y mujeres en América Latina: En el camino hacia la igualdad salarial [en línea] https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/--americas/--ro--lima/documents/publication/wcms_697670.pdf.
- Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica-PROCOMER (2022), Equidad de género en el sector exportador costarricense, San José, presentación de Karolina Ramírez Morera.
- Promperú (2023), Evaluación de género en el sector exportador, Lima [en línea] <https://repositorio.promperu.gob.pe/items/edf51bbo-176b-414f-8706-d63befbbdddf>.
- ProChile (2025), Empresas lideradas por Mujeres. Una caracterización de las usuarias de ProChile [en línea] <https://cdc.prochile.cl/documento/empresas-lideradas-por-mujeres-una-caracterizacion-de-las-usuarias-de-prochile-marzo-2025/>.
- PRODOMINICANA (2024), Estudio Mujeres: Sumando para un futuro más innovador y sostenible, Santo Domingo.
- _____(2023), Mujeres en exportación https://prodominicana.gob.do/Documentos/Estudio_Mujeres_en_Exportacion_4.0.pdf.

- SUBREI (Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales) (2025), Séptima Radiografía a la Participación de las Mujeres en las Exportaciones Chilenas [en línea] <https://www.subrei.gob.cl/estudios-y-documentos/documentos/detalle-otras-fichas-y-reportes/7%C2%AA-radiograf%C3%Ada-mujer-exportadora>.
- _____ y ProChile (2022), Quinta Radiografía de la Participación de las Empresas Lideradas por Mujeres en las Exportaciones Chilenas [en línea] https://www.subrei.gob.cl/docs/default-source/estudios-y-documentos/otros-documentos/5ta-radiograf%C3%ADa---mujer-exportadora.pdf?sfvrsn=62469cef_1.
- UNCTAD (ONU Comercio y Desarrollo) (2019), Making trade policies gender-responsive: Data requirements, methodological developments and challenges, Ginebra.
- _____ (2017), Trade and Gender Toolbox – How will the Economic Partnership Agreement between the European Union and the East African Community affect Kenyan Women?, Ginebra.
- Urmeneta, R. (2021), "Empleo, salarios y productividad en las empresas exportadoras e importadoras. Diferencias según tamaño, sector, género, región y destino", *Documento de Proyecto*, Santiago: CEPAL [en línea] <https://www.cepal.org/es/publicaciones/47654-empleo-salarios-productividad-brechas-genero-empresas-exportadoras-importadoras>.



NACIONES UNIDAS

Serie

CEPAL

Comercio Internacional

Números publicados

Un listado completo así como los archivos pdf están disponibles en
www.cepal.org/publicaciones

186. Metodologías para obtener datos sobre empresas exportadoras lideradas por mujeres, A. Frohmann y X. Olmos (LC/TS.2025/40), 2025.
185. Comercio electrónico transfronterizo en América Latina: estrategias y herramientas para las pymes y empresas lideradas por mujeres, J. Arteaga, E. Libertelli, M. Pueyrredón y P. Trevisan (LC/TS.2025/26), 2025.
184. Caracterización y tipología de sitios en línea de servicios en América Latina y el Caribe, B. Díaz de Astarloa y J. de la Cal Medina (LC/TS.2025/10), 2025.
183. Análisis comparativo de las ventanillas únicas de comercio exterior de Colombia, El Salvador, Panamá, el Paraguay y la República Dominicana, Álvaro Gálvez (LC/TS.2025/6), 2025.
182. Desafíos y oportunidades para las asociaciones público-privadas en América Latina y el Caribe, Jeannette Lardé, (LC/TS.2024/118), 2024.
181. Sustainable inland transport connectivity indicators: Plurinational State of Bolivia, 2024, M. Rodríguez Laconich (LC/TS.2024/117), 2024.
180. Evaluación preliminar de las exportaciones latinoamericanas potencialmente afectadas por el reglamento de la Unión Europea relativo a la comercialización de productos asociados a la deforestación, Sebastián Herreros, José Durán, Ximena Olmos (LC/TS.2024/84), 2024.
179. Análisis comparativo de cinco ventanillas únicas de comercio exterior de América Latina: Chile, Costa Rica, México, Perú y Uruguay, Álvaro Gálvez (LC/TS.2024/41), 2024.
178. Efectos económicos de un acuerdo comercial entre China y la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI): análisis mediante un modelo de equilibrio general dinámico multisectorial y multipaís, Jesús E. Morales y José E. Durán Lima (LC/TS.2023/174), 2023.
177. Panorama del desempeño exportador de servicios de América Latina y el Caribe: el caso de los servicios modernos, (2005-2022), Miryam Saade Hazin y Roberto Constantino (LC/TS.2023/173), 2023.

COMERCIO INTERNACIONAL

Números publicados:

- 186 Metodologías para obtener datos sobre empresas exportadoras lideradas por mujeres
Alicia Frohmann y Ximena Olmos
- 185 Comercio electrónico transfronterizo en América Latina
Estrategias y herramientas para las pymes y las empresas lideradas por mujeres
Javiera Arteaga, Erica Libertelli, Marcos Pueyrredón y Pedro Trevisan
- 184 Caracterización y tipología de sitios de servicios en línea en América Latina y el Caribe
Bernardo Díaz de Astarloa y Jorge de la Cal Medina
- 183 Análisis comparativo de las ventanillas únicas de comercio exterior de Colombia, El Salvador, Panamá, el Paraguay y la República Dominicana
Álvaro Gálvez



Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)
Economic Commission for Latin America and the Caribbean (ECLAC)
www.cepal.org



<https://bit.ly/CEPAL2025-40S>