PRO DOMINICANA

ENCUENTRO NACIONAL
MUJERES en EXPORTACIÓN
2023

MUJERES

EN EXPORTACIÓN **APROVECHANDO** NUEVAS **OPORTUNIDADES** EN UN **DESAFIANTE** PANORAMA **INTERNACIONAL**







4TA. EDICIÓN

MUJERES EN EXPORTACIÓN

APROVECHANDO NUEVAS OPORTUNIDADES EN UN DESAFIANTE PANORAMA INTERNACIONAL

SANTO DOMINGO
REPÚBLICA DOMINICANA

PRO DOMINICANA

TABLA DE CONTENIDO

01 ..... **P.08** **PRESENTACIÓN**

P.14 1.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

02 ..... **P.18** **UN ENFOQUE GENERAL EN LOS ESQUEMAS DE GÉNERO Y LA TRANSFORMACIÓN**

P.21 2.1. UN NUEVO PARADIGMA EN MATERIA DE IGUALDAD DE GÉNERO

03 ..... **P.22** **EMPODERAMIENTO VINCULANTE**

P.27 3.1. LA OLA ENVOLVENTE Y EQUIDAD DE GÉNERO

P.28 3.2. LOS PROGRAMAS CONCURRENTES

04 ..... **P.30** **LAS INTERRELACIONES Y LOS AGENTES PROPULSORES EN LA IGUALDAD DE GÉNERO**

P.33 4.1. ESTRATEGIA Y PROYECTO NACIONAL DE GÉNERO

P.34 4.2. SOBRE LA INICIATIVA SELLO IGUALANDO RD PARA EL SECTOR PÚBLICO

05 ..... **P.36** **OPORTUNIDADES DE INTERNACIONALIZACIÓN, PROMOCIÓN COMERCIAL Y MUJERES EMPRENDEDORAS**

P.40 5.1. UNA OPCIÓN PARA CONSIDERAR

06 ..... **P.42** **IMPACTO DE LAS MUJERES EN LAS EXPORTACIONES DOMINICANAS**

P.44 6.1. CARACTERIZACIÓN GENERAL

P.45 6.2. VENTAS TOTALES

P.46 6.3. COMPRAS TOTALES

P.48 6.4. IMPUESTOS

P.51 6.5. EMPLEOS

P.59 6.6. UBICACIÓN GEOGRÁFICA

P.60 6.7. VALORES EXPORTADOS

P.62 6.7.1. DESTINOS DE EXPORTACIÓN

P.67 6.7.2. RÉGIMEN ARANCELARIO

P.68 6.7.3. EXPORTACIONES POR PROVINCIAS

P.70 6.7.4. MEDIO DE TRANSPORTE

P.72 6.7.5. PRODUCTOS EXPORTADOS

07 ..... **P.76** **CONTRIBUCIÓN DE LAS MUJERES EN LA ECONOMÍA DOMINICANA**

P.78 7.1. SECTOR EMPRESARIAL
P.82 7.2. INDUSTRIA LOCAL

08 ..... **P.86** **INICIATIVAS PARA LA PROMOCIÓN DE LAS MUJERES EXPORTADORAS**

P.88 8.1. ENTREVISTA PAMELA COKE HAMILTON, DIRECTORA EJECUTIVA ITC
P.94 8.2. INICIATIVA SHETRADES
P.100 8.3. PROGRAMAS DE APOYO A MUJERES EN ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS
P.118 8.4. PROGRAMAS DE FINANCIAMIENTO
P.120 8.5. ESCOSISTEMA DIGITAL PRODOMINICANA
P.122 8.6. PARTICIPACIÓN EN EVENTOS INTERNACIONALES DE PRODOMINICANA

09 ..... **P.124** **VINCULACIÓN DE LA MUJER EN LAS EXPORTACIONES Y LAS CONTRATACIONES PÚBLICAS**

10 ..... **P.128** **RECOMENDACIONES**

11 ..... **P.130** **BIBLIOGRAFÍA**

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 - CANTIDAD DE EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN MONTO EXPORTADO P.44

TABLA 2 - EMPLEADOS FORMALES EN LAS EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN ACTIVIDAD P.55

TABLA 3 - EXPORTACIONES DE EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN PAÍSES/MERCADOS P.64

TABLA 4 - EXPORTACIONES DE EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN RÉGIMEN ARANCELARIO P.67

TABLA 5 - EXPORTACIONES DE EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN MEDIO DE TRANSPORTE P.70

TABLA 6 - EXPORTACIONES DE EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN ADMINISTRACIÓN ADUANAL P.71

TABLA 7 - EXPORTACIONES DE EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN PRODUCTO P.74

TABLA 8 - PARTICIPACIÓN DE EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES EN FERIAS INTERNACIONALES P.122

TABLA 9 - SERVICIOS INSTITUCIONALES BRINDADOS A EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES P.123

TABLA 10 - EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES COMO PROVEEDORAS DEL ESTADO P.126

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 - VENTAS TOTALES DE LAS EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN CLASIFICACIÓN P.45
GRÁFICO 2 - VENTAS TOTALES DE LAS EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA P.46
GRÁFICO 3 - COMPRAS TOTALES DE LAS EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN CLASIFICACIÓN P.46
GRÁFICO 4 - COMPRAS TOTALES DE LAS EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA P.47
GRÁFICO 5 - RECAUDACIÓN DE LAS EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN CLASIFICACIÓN P.48
GRÁFICO 6 - RECAUDACIÓN DE LAS EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN TIPO DE IMPUESTO P.49
GRÁFICO 7 - TOTAL DE EMPLEADOS FORMALES EN LAS EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES P.51
GRÁFICO 8 - SALARIO PROMEDIO DE LAS EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES P.52
GRÁFICO 9 - EMPLEADOS FORMALES EN LAS EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN RANGO DE EDAD P.53
GRÁFICO 10 - EMPLEADOS FORMALES EN LAS EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN ACTIVIDAD P.54
GRÁFICO 11 - EMPLEADOS FORMALES EN LAS EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN PROVINCIA P.57
GRÁFICO 12 - UBICACIÓN DE EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN PROVINCIA P.59
GRÁFICO 13 - EXPORTACIONES DE EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES - HISTÓRICO 2013-2022 P.61
GRÁFICO 14 - EXPORTACIONES DE EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN REGIONES GEOGRÁFICAS P.62
GRÁFICO 15 - EXPORTACIONES DE EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN PROVINCIA P.68
GRÁFICO 16 - EXPORTACIONES DE EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN PRODUCTO P.72
GRÁFICO 17 - EMPRESAS POR SEXO Y ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA MÁXIMA AUTORIDAD P.78
GRÁFICO 18 -RANGO DE EDAD DE LA MÁXIMA AUTORIDAD DE LAS EMPRESAS P.79
GRÁFICO 19 - EMPRESAS POR ÚLTIMO NIVEL EDUCATIVO ALCANZADO POR LA MÁXIMA AUTORIDAD DE LA EMPRESA P.80
GRÁFICO 20 - EMPRESAS QUE ENFRENTARON OBSTÁCULOS PARA EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN P.81
GRÁFICO 21 - CANTIDAD DE EMPLEADAS FORMALES EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA LOCAL P.83

1. PRESENTACIÓN

BIVIANA RIVEIRO DISLA

DIRECTORA EJECUTIVA
PRODOMINICANA





La Organización de las Naciones Unidas (ONU), en el Artículo 1, establece el compromiso de: "Realizar la cooperación internacional [...] en el desarrollo y estímulo del respeto a los derechos humanos y a las libertades fundamentales de todos, sin hacer distinción por motivos de raza, sexo, idioma o religión". Siguiendo esa lógica, diferentes organismos internacionales sostienen que, si la desigualdad deviene en generador de pobreza, entonces la igualdad de género promueve el bienestar social.

Bajo este entendimiento, la Comisión Económica para América Latina y Caribe (CEPAL), en el estudio "La Superación de Brechas de Género en el Comercio Justo", describe la naturaleza diversa y cambiante que culminan en desigualdad de género en los diferentes espacios de convivencia social; y, resalta que "Los mayores obstáculos para el cambio en la situación de la mujer son los aspectos culturales y las normas sociales que generan discriminación...".

En cuanto a igualdad de género, y su impacto en el comercio, sobresale el Informe Global de Brecha de Género del Foro Económico Mundial, el cual resalta que "las condiciones desiguales de las mujeres (...) representan un factor causal de la pobreza y el sufrimiento en todo el mundo"[1]. A su vez, en la versión del 2022, el Foro enfatizó la importancia de la igualdad de género en el proceso de recuperación económica, al mostrar que, en los casos de procesos dirigidos por mujeres, la superación del colapso de la pandemia fue más rápida, efectiva y acorde a las necesidades sociales de la población objetivo.

---

1 Obtenido de World Economic Forum's Global Gender Gap Report (2021); https://www.unwomen.org/sites/default/files/2021-12/Progress-on-the-sustainable-development-goals-the-gender-snapshot-2021-es.pdf



Lo anterior resalta la importancia de la mujer y su rol activo en la actividad económica y comercial; ejemplo claro de motivación para continuar impulsando acciones conducentes a un mejor aprovechamiento de la participación de las mujeres en las esferas del comercio internacional. Sobre todo, porque para alcanzar el crecimiento económico en República Dominicana, resulta preciso ejecutar acciones orientadas hacia la eliminación de barreras sociales que frenan la participación de las mujeres en la dinámica productiva.

En consonancia con esa visión, el presidente de República Dominicana se ha enfocado en aquellos sectores productivos generadores de empleos, con características de inclusión y orientados a la internacionalización de las empresas y los productos dominicanos. Como medida de política y siguiendo los lineamientos estratégicos del presidente Luis Abinader, el Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (ProDominicana), apoya las oportunidades de las empresas lideradas por mujeres, para empujar el ascenso hacia la prosperidad. Desde el superior gobierno se plantea la participación de las mujeres en el aspecto del comercio exterior y atribuye a las exportaciones un efecto multiplicador que produce un dinamismo en las actividades comerciales en la demanda interna y, de igual manera, se produce una mayor participación de los diferentes sectores sociales en las actividades económicas de la nación; con esa lógica estratégica, el gobierno está promoviendo que se genere un incremento en la calidad de vida de la familia dominicana.

En los intercambios comerciales ya se ha hecho visible la capacidad de la mujer en acumular capital humano que tiende a la reducción de la brecha de género, y su capacidad para conducir procesos socialmente deseados, que van desde la generación de empleos productivos, incremento de la productividad y mejoras de la competitividad comercial, con efecto en un mayor acceso a los mercados internacionales.

Y, consecuentemente, las empresas exportadoras mostrarán tendencia a expandirse con mayor rapidez y a integrarse a los procesos de innovación que sirven de base para alcanzar nuevos nichos de mercados en el exterior, a través de mayores niveles de eficiencia productiva (costos más bajos por unidad de producto), a partir de una mayor intensidad en el uso de las nuevas tecnologías.

Considerando lo anterior, en esta versión del informe Mujeres en Exportación 2023, se reafirma el seguimiento al Plan Nacional de Fomento de las Exportaciones (PNFE) y cómo ProDominicana ha asumido el compromiso de desarrollar y poner en marcha el apoyo técnico previsto a favor de las mujeres exportadoras de nuestro país. Esto es, ejecutar acciones que favorezcan la equidad y el empoderamiento de las mujeres dominicanas dedicadas a la exportación para lograr un mejor aprovechamiento del comercio exterior[2].

Sobre los hombros de esas puntualizaciones estratégicas, se ha concretado el presente esfuerzo, cuyo propósito es alcanzar una mayor penetración en los mercados internacionales de los productos de nuestras mujeres exportadoras que persiguen penetrar cada día más en los mercados internacionales. Además, creemos firmemente, en los beneficios sociales de ampliar la participación de las mujeres en el aparato productivo y su posterior inserción en el mercado internacional como un paso esencial para la generación de mayores ingresos de las mujeres empresarias; lo cual contribuye a un crecimiento económico sostenible y brinda una mayor posibilidad de expansión de las empresas que aquellas dedicadas solamente a abastecer el mercado interno.

Eso ha implicado, un reforzamiento interno de ProDominicana para incrementar la oferta de apoyo a los servicios para la identificación de oportunidades en el mercado exterior, mediante la puesta en marcha de herramientas digitales; tomando en consideración que las acciones en favor de las mujeres exportadoras es una obligación moral y un acto de reconocimiento a la destreza mostrada por la mujer para superar obstáculos en el mundo de los negocios, a partir de elevados estándares de desempeño en posiciones directivas y los estándares de calidad de su oferta exportable.

ProDominicana, cumpliendo con el propósito de mantener el enfoque de género respecto a la facilitación del comercio, se enorgullece al poner en sus manos esta IV edición del informe "Mujeres en exportación", el cual representa otro aporte que consolida los vínculos de las mujeres exportadoras con esta instancia de apoyo técnico institucional como lo es Prodominicana. En ese sentido, nos acercamos poco a poco hacia la consolidación de nuevos procesos y aptitudes que mejoran el desarrollo productivo y la penetración de nuestros productos en el exterior.

Para esta cuarta versión en tres años, se ha compilado informaciones que testifican el accionar de la mujer exportadora en la República Dominicana; sobre ese particular, se incluyen datos de exportación correspondientes al primer semestre del presente año 2023, con el fin de conocer su participación en el comportamiento de las exportaciones, siendo éste un importante renglón de las actividades comerciales que impulsan la economía dominicana.

2 Ver Plan Nacional de Fomento a las Exportaciones, Santo Domingo, R.D.,año 2020.
https://prodominicana.gob.do/Documentos/PD%20PNFERD%20W.pdf



En esta IV edición del estudio Mujeres en Exportación, los objetivos de ProDominicana están enfocados en:

Presentar algunas líneas que definen los esquemas de políticas en materia de género a partir de los abordajes técnicos que han recomendado los organismos internacionales, regionales y locales en cuanto a la posición teórica sobre que "las mujeres aún enfrentan mayores obstáculos que los varones para insertarse en el mercado de trabajo, acceder a empleos de calidad, sostener sus trayectorias laborales y ocupar puestos de decisión"[3].

Contribuir con la facilitación en los procesos y avances para que la mujer dominicana continúe aprovechando las oportunidades del comercio exterior, afianzando su trayectoria para posicionar una mujer exportadora más proactiva y exitosa, apoyando su participación plena y efectiva en condiciones de igualdad de género respecto a oportunidades de liderazgo en todos los niveles directivos, de empleo, decisiones en la esfera política y de la vida pública.



En la segunda sección del documento, se describe la importancia del diseño de programas inclusivos como puntal estratégico de las mujeres empresarias hacia la incorporación en los mercados externos.

En esta versión de Mujeres en Exportación se resaltan las iniciativas de ProDominicana, en apoyo de la premisa sobre que una mayor participación de las mujeres en la actividad económica reduce sensiblemente la desigualdad.

---

3 Gala Díaz Langou, Gimena de León; Equidad Económica de Género, Metas Estratégicas para Transformar Argentina, septiembre 2019.

1.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

El diseño esquemático de la presente edición del estudio Mujeres en Exportación 2023, explora el concepto de igualdad de género desde una óptica del comportamiento histórico de su origen; y, con especial atención, a los elementos identificados como cruciales en la asignación de roles. Desde esa perspectiva, los organismos internacionales han construido un instrumental teórico en favor de una sociedad más justa, a partir de la igualdad de género. En ese sentido, se destaca el estudio "La Superación de Brechas de Género en el Comercio Justo", en donde la CEPAL expresa que la desigualdad de género está vinculada con aspectos culturales generadores de discriminación[4].

Pero, resulta que la igualdad de género, además de ser un derecho humano fundamental, es un aspecto clave para lograr sociedades jurídicamente ordenadas y orientadas hacia la cooperación social; bajo ese principio, la ONU entiende el género como el conjunto de valores, conductas, aptitudes y expectativas que se consideran propias para un hombre y una mujer en un contexto y una época determinada[5].

Siguiendo esa ruta de la ONU, esta cuarta edición de Mujeres en Exportación plantea un enfoque de igualdad de género en el comercio exterior como estrategia válida para incrementar las exportaciones dominicanas; lo cual implica la eliminación de ciertas restricciones que enfrentan las empresarias para colocar sus productos en el exterior, debido a que la desigualdad de género en el ámbito social se traslada a la dinámica propia del comercio internacional. En tal sentido, se ha procedido a la identificación de diferentes fuentes de investigación para conocer las mejores prácticas a seguir en la reducción de la brecha de género; y orientar acciones futuras de las mujeres en cuanto al proceso a seguir para la internacionalización de sus empresas.

Entre los organismos internacionales que han realizado investigaciones focalizadas sobre la problemática de género, y cómo la desigualdad afecta la participación de las mujeres en la actividad productiva, se destaca el documento ''Las mujeres y el comercio: El papel del comercio en la promoción de la igualdad de género''[6], elaborado por la Organización Mundial del Comercio y el Banco Mundial (2020).

4 Ximena Olmos "La superación de brechas de género en el comercio justo" página 10, Comisión Económica para América latina y el Caribe, CEPAL, Santiago de Chile, año 2021.

5 Ver Naciones Unidas, Desafíos Globales: Igualdad de Género. https://www.un.org/es/global-issues/gender-equality

6 Banco Mundial y Organización Mundial del Comercio.''Las mujeres y el comercio: El papel del comercio en la promoción de la igualdad de género''. Washington D.C. Año 2020



Dicho informe ilustra los canales de transmisión, a través de los cuales la práctica actual del comercio penaliza a las mujeres. Dicho documento propone acciones concretas para solventar el sesgo de género,

- Establecer políticas que permitan a las mujeres aprovechar las oportunidades en la exportación de servicios.
- Entrenar a las mujeres en el uso de las tecnologías digitales para mejorar los procesos de negociaciones comerciales.
- Incluir el tema de género en las políticas y los acuerdos comerciales.
- Eliminar las limitaciones de género que frenen la participación de las mujeres en las actividades comerciales orientadas hacia la exportación.



Del mismo modo, la Conferencia de las Naciones Unidas para Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés), en el ''Análisis del nexo entre el comercio y el género desde la perspectiva del desarrollo: un breve resumen. Conceptos, definiciones y marcos analíticos''[7], presenta pautas para reducir la brecha de género, en el momento mismo del emprendimiento comercial. Las siguientes notas, extraídas directamente del referido documento, permiten visualizar el sentido de sus recomendaciones:

1

''Las mujeres productoras pueden beneficiarse de la liberalización del comercio aprovechando la ampliación de los mercados y la mejora de los precios de las exportaciones, e integrándose en las Cadenas Globales de Valor como productoras y pequeñas empresarias''.

2

''La actividad emprendedora desempeña una importante función en todos los países, incluidos los países en desarrollo. Contribuye al crecimiento económico, ya que estimula la creación de empleo, mejora las capacidades técnicas y fomenta la innovación tecnológica''.

3

''Las estrategias dirigidas a dinamizar el sector tradicional orientado a la subsistencia deberían tener una perspectiva de género y apoyar la capacidad de producción y exportación de las mujeres''

4

''...las exportaciones de servicios se han convertido en una importante fuente de empleo para las mujeres en muchos países en desarrollo, tanto en los sectores formales como en los informales''.

De la misma manera, el Grupo Banco Mundial, en su plan estratégico titulado ''Promoción de la igualdad de género para reducir la pobreza y fomentar la prosperidad compartida'', contempla un conjunto de prácticas y planes de acción a ser implementados durante el período 2016-2023 para reducir la brecha de género: y, de manera enfática expresa que ''las economías suelen crecer de forma más sostenible cuando los hombres y las mujeres participan plenamente como empleados, empresarios, líderes y partes interesadas de la comunidad''[8].

---

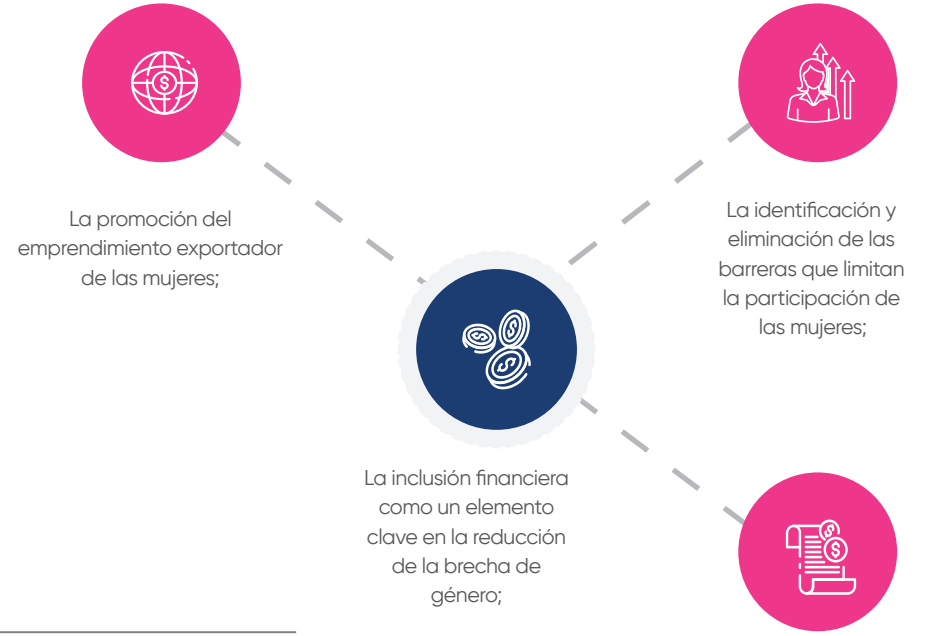
7 Obtenido de Conferencia de las Naciones Unidas para Comercio y Desarrollo. ''Análisis del nexo entre el comercio y el género desde la perspectiva del desarrollo: un breve resumen. Conceptos, definiciones y marcos analíticos''. Geneva. Año 2022.

8 Obtenido de Grupo Banco Mundial. ''Promoción de la igualdad de género para reducir la pobreza y fomentar la prosperidad compartida''. Washington D.C. Año 2015.

Por otro lado, la CEPAL, en el documento ''Herramientas de política comercial para contribuir a la igualdad de género'', destaca la importancia y ventajas del empoderamiento económico de las mujeres, enfatizando la influencia que tienen las políticas comerciales en la promoción del emprendimiento exportador femenino y su efecto en la internacionalización de sus empresas.

Asimismo, resalta la necesidad de ''Identificar y comprender las necesidades de las empresas lideradas por mujeres'' a partir de la recolección de datos y medición de resultados. Además, delimita las disposiciones específicas para cada sector, brindando así una orientación más precisa para guiar negociaciones comerciales sin el sesgo de género y lograr una creciente inserción de las mujeres exportadoras en entornos internacionales[9].

En ese sentido, en su documento ''Género y emprendimiento exportador: iniciativas de cooperación regional'', CEPAL plantea la necesidad de garantizar el acceso igualitario de las mujeres a las oportunidades comerciales, sugiriendo un replanteamiento de las políticas nacionales y multilaterales, con énfasis especial en torno a los siguientes aspectos puntuales[10]:



De igual manera, conviene subrayar el informe: ''Género y Comercio: Una relación a distintas velocidades'' del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), y su panorámica respecto a la participación de las mujeres en América Latina y el Caribe, orientado hacia la búsqueda de políticas inclusivas que promuevan efectos productivos con igualdad y mayor crecimiento económico[11].

9 Ver Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). ''Herramientas de política comercial para contribuir a la igualdad de género. Santiago de Chile. Año 2019.

10 Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL).
''Género y emprendimiento exportador: Iniciativas de cooperación regional''. Santiago de Chile. Año 2018.

11 Ver Banco Interamericano de Desarrollo (BID). ''Género y Comercio: Una relación a distintas velocidades''. Washington D.C. Año 2020.

2.
UN ENFOQUE GENERAL EN LOS ESQUEMAS **DE GÉNERO Y LA TRANSFORMACIÓN**




OELIA
MONTECRISTI R.D.
Apiario Miel Noelia
Origen botánico
Recomendaciones

2. UN ENFOQUE GENERAL EN LOS ESQUEMAS **DE GÉNERO Y LA TRANSFORMACIÓN**

A pesar de la disponibilidad de suficiente capital productivo y mejoras en la productividad, generado por la revolución digital, en la actualidad se observa la existencia de cierto rezago en la igualdad de género en la actividad de generación de riquezas. En ese sentido,



"Se establecen pautas en los procesos de producción que suelen ser utilizados para respaldar la calidad y la introducción de buenas prácticas ambientales y sociales. Los aspectos de género, que algunos de estos instrumentos promueven, se centran en una mayor participación de mujeres en la actividad económica, una mejor condición laboral, un acceso a recursos productivos y a la capacitación e instrucción técnica"[12].

La CEPAL señala los cambios favorables que se generarían en el ámbito de la sostenibilidad del desarrollo a partir de la igualdad de género en los sectores productivos. Esa concepción puede ser perfectamente asumida en el análisis de República Dominicana, donde se observan variadas formas en cuanto a las diferencias de participación de la mujer en cada sector productivo. En el estudio ***"La Superación de Brechas de Género en el Comercio Justo"***, la CEPAL insiste en que los obstáculos en la situación desfavorable de la mujer en la esfera productiva están vinculados a ciertos aspectos culturales que generan discriminación[13]. En tal sentido, para una inserción competitiva en el mercado internacional, una correcta definición estratégica y oportuna respecto a la igualdad de género, debe considerar como factor determinante, la capacidad de innovación de las personas.

12 Ver Periódico el Dinero "igualdad de Género en el Sector Agrícola..." Raileny Alvarado, 5 de julio, 2023. https://eldinero.com.do/236883/la-igualdad-de-genero-en-el-sector-agricola-aun-es-una-utopia/

13 Ver Ximena Olmos "La superación de brechas de género en el comercio justo", página 10, Comisión Económica para América latina y el Caribe, CEPAL, Santiago de Chile, año 2021.

2.1. UN NUEVO PARADIGMA **EN MATERIA DE GÉNERO**

La idea sobre cómo se visualiza tradicionalmente el concepto de igualdad de género, amerita ser replanteada para que ese concepto describa la aplicación social en la actividad productiva, a partir de las habilidades y destrezas de las personas para la ejecución de determinadas tareas. Eso nos acerca a una idea de la igualdad vinculada directamente a un derecho fundamental. Se expresa así, que las diferencias físicas no deben desencadenar en desigualdad social en el marco de la producción de bienes y servicios. A partir de ahí, se puede afirmar que:

"La desigualdad resultante de esta valoración social impide que ambos géneros tengan el mismo acceso a oportunidades para su desarrollo personal y colectivo. Ninguna persona por ella misma se ha propuesto estar en condiciones de superioridad o inferioridad, pero su formación de género le asigna un espacio en alguna de estas posiciones"[14].

Afianzar la idea de igualdad de género, a partir del stock de capital humano necesario para la ejecución de procesos productivos con énfasis en la competitividad internacional, representa una visión que deja de lado el concepto de desigualdad derivado del conjunto de valores, conductas, aptitudes y expectativas que se consideran propias para un hombre y para una mujer en un contexto y una época de producción determinada, y que están en la base misma de relaciones desiguales en la producción económica y de poder[15]. Bajo esa perspectiva, cualquier enfoque o análisis de las proposiciones de género, no debe:

"Limitarse al papel de las mujeres en la sociedad, sino que implica, necesariamente, estudiar las formas de organización y funcionamiento de las sociedades basándose en las relaciones sociales dadas entre mujeres y hombres, debiendo identificar: trabajo productivo y reproductivo, acceso y control de beneficios, limitaciones y oportunidades y la capacidad de organización de mujeres y hombres para promover la igualdad"[16].

Los estudios sobre ese particular, realizados por instituciones como el Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana, muestran los valiosos aportes de la mujer en las exportaciones de bienes y servicios y los beneficios vinculados al mejoramiento de la calidad de vida de la mujer, su empoderamiento y los aportes a la generación de divisas a lo interno de la economía dominicana[17].

14 Alfaro, María Cecilia, Develando el Género: elementos conceptuales básicos para entender la equidad, Instituto Nacional de las Mujeres, México, 1999. http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/101137.pdf
15 Ver Naciones Unidas, Desafíos Globales: Igualdad de Género. https://www.un.org/es/global-issues/gender-equality
16 Ver op. Cit. Alfaro, María Cecilia, Develando el Género: elementos conceptuales básicos para entender la equidad, Instituto Nacional de las Mujeres, México, 1999. http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/101137.pdf
17 Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (ProDominicana): "Mujeres en Exportación: Hacia la Consolidación Exportadora", tercera edición, Santo Domingo D.N., noviembre 2022.

3.
EMPODERAMIENTO
VINCULANTE





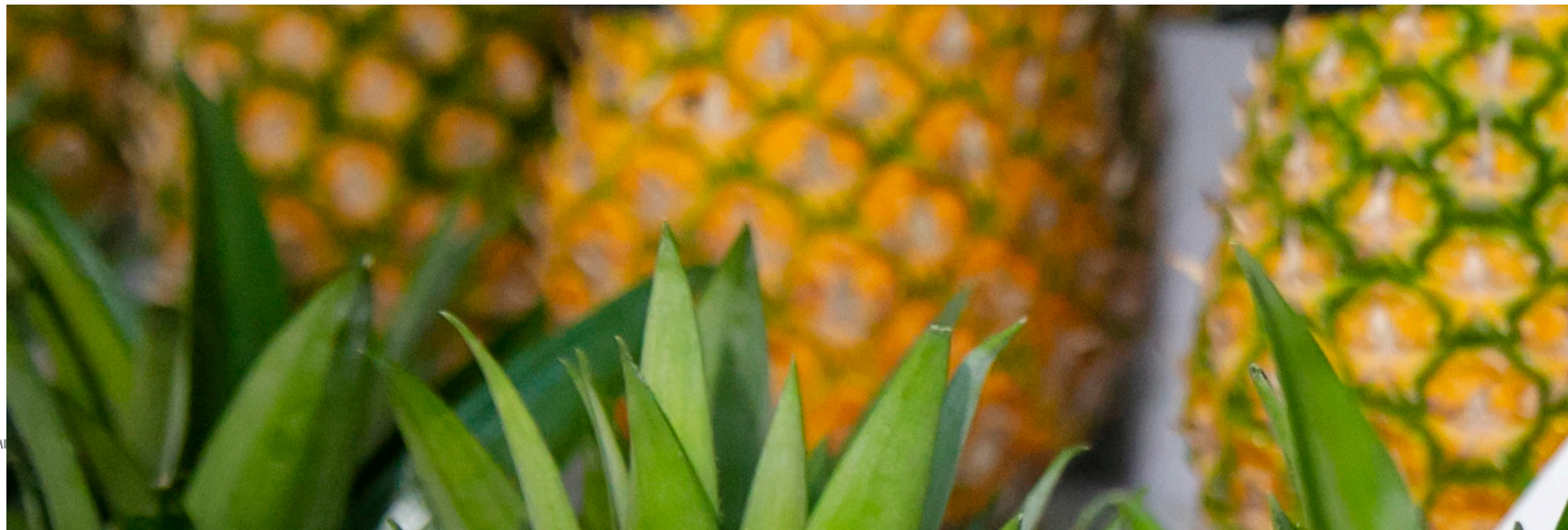
3. EMPODERAMIENTO **VINCULANTE**

"Entonces tenemos que decirle a la gente lo que hacemos"

En ProDominicana, como instancia gubernamental de promoción de las exportaciones, se han creado facilidades de apoyo para mejorar la capacidad administrativa, técnica y de negocios de las mujeres exportadoras, en lo concerniente a la toma de decisiones y que asuman el control proactivo en el desarrollo de sus empresas. Además, que estén en capacidad de incrementar su presencia en los rangos directivos de las diferentes organizaciones sociales. Este proceder se vincula con el interés expreso de la Comisión de Condición Jurídica y Social de la Mujer, de las Naciones Unidas.

Tomando como punto de partida lo estipulado por la ONU, se ha definido como de vital importancia para una mayor expansión del comercio exterior y el desarrollo social, implementar políticas orientadas hacia la reducción o total eliminación de obstáculos generadores de desigualdad de género; entre los cuales sobresale el "acceso a la educación, y a la salud de calidad, a los recursos económicos y a la participación en la vida política igualitaria tanto para mujeres como para hombres".







Con sus efectos negativos de acceso al empleo productivo, así como a posiciones de liderazgo en las diferentes organizaciones sociales[18].

En ese orden, el secretario general de Naciones Unidas, Antonio Guterres, manifiesta que la igualdad de género para empoderar a las mujeres del presente constituye el principal reto para instaurar un efectivo régimen de derecho[19].

18 Ver Naciones Unidas "Igualdad de Género una tarea Inacabada" *https://www.un.org/es/global-issues/gender-equality*

19 Op. Cit. Naciones Unidas "Igualdad de Género una tarea Inacabada" *https://www.un.org/es/global-issues/gender-equality*




L.T
Laura Tosato
L.T
Laura Tosato



3.1 LA OLA ENVOLVENTE
Y EQUIDAD DE GÉNERO

La estructuración de roles diferenciadores ha sido la clave en la estructuración ideológica de género en la sociedad; sobre esa visión se suele afirmar que:

> *"La perspectiva de género se ha incorporado en numerosas agendas de discusión a nivel internacional y regional, siendo los ámbitos intrafamiliares y escolares los que mayor atención han recibido en investigaciones, estrategias y proyectos. No ha sido el contexto de las organizaciones (empresas y corporaciones) sobre los cuales se ha indagado lo suficiente al respecto..."*[20]

Esa perspectiva es la base de sustentación de los esfuerzos de ProDominicana con miras a la transformación de paradigmas orientados hacia la reducción de la brecha de género, en donde se establece el referente de la igualdad como un requerimiento de derecho social para empujar la maquinaria productiva y consolidar el aprovechamiento de las oportunidades del comercio exterior. En este sentido, se asume que,

> *"La igualdad y no discriminación entre mujeres y hombres conlleva la participación activa y equilibrada de ambos, en todas las esferas de la vida económica y social. El enfoque de derechos humanos permite la inclusión de esa perspectiva de igualdad y no discriminación (también conocida como perspectiva de género), que contribuye a la transformación de prácticas culturales y organizacionales, a fin de promover y consolidar la igualdad de derechos, de oportunidades y el respeto de las diferencias"*[21].

---

20 La perspectiva de género en el sector empresarial. Problemas, tendencias y buenas prácticas, Revista de Ciencias Sociales y Humanas, Universidad Nacional de San Juan, febrero 2019.

21 Isabel Torres García y Vera Aguilar Cruz "Igualdad y no discriminación en el ámbito empresarial", publicado en la Revista Petra Costa Rica, año 2015.

3. 2 LOS PROGRAMAS CONCURRENTES

Diferentes organismos internacionales, consideran los retos a enfrentar al momento de equiparar posiciones de igualdad entre las personas para vencer la marginación histórica de ciertos grupos sociales. En esa concurrencia sociológica, se han suscitado etapas diferenciadoras y momentos esclarecedores sobre el concepto de género y su aparición como un paralelo social que, ni une ni enfrenta las corrientes de pensamientos sobre la materia.

Sobre ese particular, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), presenta análisis de las brechas de género y los desafíos a superar respecto al vínculo entre lo social y lo productivo. Se argumenta que la inversión en las personas debe considerar los intereses naturales de los grupos humanos, particularmente durante la infancia, la adolescencia y la juventud; y, mantener como objetivo el fomento del desarrollo creativo de manera inclusiva, como un acercamiento efectivo para una mayor igualdad[22]. Al respecto, la CEPAL señala que:

> *"La persistencia de altos niveles de desigualdad y pobreza en América Latina y el Caribe, pese a los logros significativos registrados en el primer decenio y medio del presente siglo y que hoy están en riesgo de retroceso, nos obliga a reflexionar sobre la necesidad de superar las brechas y restricciones estructurales que socavan la posibilidad de un desarrollo con igualdad y sostenibilidad en nuestra región"[23].*

Esta posición se describe en la Primera Reunión de la Mesa Directiva de la Conferencia Regional sobre Desarrollo Social de América Latina y el Caribe, en donde se señalan las múltiples dimensiones de la desigualdad social. De igual manera, se enfatiza la necesidad de ampliar el análisis de las características que dan forma a la desigualdad social y, cómo la etnia y las diferentes etapas del ciclo de vida de las personas son aspectos relevantes en la senda del desarrollo sostenible y cumplir los objetivos de la Agenda 2030[24].

En ese aspecto, se reconoce que los cambios de paradigmas en la estructura de género han de fundamentarse en políticas realmente funcionales para garantizar la igualdad. En cuyo caso, la CEPAL sugiere que,

22 Ver CEPAL Brechas, ejes y desafíos en el vínculo entre lo social y lo productivo, Segunda Reunión de la Conferencia Regional sobre Desarrollo Social de América Latina y el Caribe Montevideo, 25 a 27 de octubre de 2017.

23 Este planteamiento aparece citado en el documento de CEPAL: Brechas, ejes y desafíos en el vínculo entre lo social y lo productivo, Segunda Reunión de la Conferencia Regional sobre Desarrollo Social de América Latina y el Caribe Montevideo, 25 a 27 de octubre de 2017.

24 Ver CEPAL, La matriz de la desigualdad social en América Latina, I Reunión de la Mesa Directiva de la Conferencia Regional sobre Desarrollo Social de América Latina y el Caribe, Santo Domingo, 1 de noviembre de 2016.

"La decisión de analizar las políticas públicas que inciden positivamente en el logro de la igualdad de género se sustenta en la convicción del papel activo que, como una condición clave para alcanzar el desarrollo, debe desempeñar el Estado en la construcción de sociedades igualitarias. En este contexto, las políticas públicas son una herramienta fundamental para impulsar las transformaciones hacia mayores niveles de justicia, además de expresar la decisión política de los gobiernos de avanzar en la solución de los problemas de desigualdad que afectan a las mujeres"[25].

Se requiere, por tanto, propuestas coherentes sobre las exigencias de igualdad, a partir del reconocimiento de las capacidades técnicas, empresarial, responsabilidad política y social de la participación de la mujer; se trata, pues, de crear un ambiente de convivencia social que propicie la eliminación de todo tipo de desequilibrios que culminan en sesgo social. En cuyo caso, se entiende que,

"Las políticas de género basadas en la igualdad como horizonte y como principio deberán hacer posible que las mujeres detenten mayor autonomía y poder, que se supere el desequilibrio de género existente y que se enfrenten las nuevas formas de desigualdad. En nuestra convicción, es fundamental tomar acciones para difundir la información que generan estos cambios de políticas en los ámbitos técnico, político, social y cultural, de manera de elaborar nuevas categorías de análisis que permitan responder a los desafíos que implica transformar las situaciones de injusticia de género"[26].

25 María Cristina Benavente R. Alejandra Valdés B. "Políticas públicas para la igualdad de género", Un aporte a la autonomía de las mujeres. Publicado por CEPAL y Cooperación Española, Santiago de Chile, año 2014.

26 Tomado del prólogo del estudio realizado por María Cristina Benavente R. Alejandra Valdés B. "Políticas públicas para la igualdad de género", Un aporte a la autonomía de las mujeres. Publicado por CEPAL y Cooperación Española, Santiago de Chile, año 2014.

4.
LAS INTERRELACIONES
Y LOS AGENTES PROPULSORES

SIN GLUTEN
SOLO MAN

4. LAS INTERRELACIONES Y LOS AGENTES **PROPULSORES EN LA IGUALDAD DE GÉNERO**

Es una responsabilidad social enarbolar la potencialidad de la mujer en el aparato productivo, lo cual representa un valioso recurso para el desarrollo económico sostenible; dado que, como bien reconoce la CEPAL,

"Los distintos grados de avance en relación con la igualdad de género en los países de la región muestran que todavía hay un largo camino por recorrer, especialmente en cuanto al fortalecimiento de las capacidades estatales para la puesta en marcha efectiva de políticas públicas orientadas a disminuir las brechas de género"[27].

Se enarbola que la perspectiva de género ha quedado inserta en experiencias de discusión a escala global, donde tanto el centro escolar como el círculo familiar muestran una mayor preponderancia en las investigaciones sobre estrategias y proyectos para acortar la brecha de género. Sin embargo, no ha sucedido lo propio en estamentos de Estado y sectores empresariales, en cuanto a participación de la mujer como directivo principal en las estructuras de toma de decisiones. Resulta mandatorio, por tanto, encaminar esfuerzos hacia una *"sistematización de buenas prácticas encaminadas a erradicar las brechas de género y combatir cualquier tipo de discriminación y actos violentos en estos espacios"*[28].

---

27 Prólogo del estudio realizado por María Cristina Benavente R. Alejandra Valdés B. "Políticas públicas para la igualdad de género", Un aporte a la autonomía de las mujeres. Publicado por CEPAL y Cooperación Española, Santiago de Chile, 2014

28 María Cristina Benavente R., Alejandra Valdés B," Políticas Públicas para la Igualdad de Género", CEPAL, Santiago de Chile, octubre 2014.

4.1 ESTRATEGIA Y PROYECTO **NACIONAL DE GÉNERO**

En una perspectiva de largo plazo, la orientación hacia esquemas de desarrollo socialmente inclusivo se ha de plantear como objetivo central de la política pública sobre igualdad de derecho; en cuyo caso, privilegiar el talento humano representa una valiosa estrategia hacia la disminución de desigualdades[29].

Esa lógica muestra la validez de lo expresado por el Instituto de las Mujeres de España, en donde se indica que, la *"Política Nacional de Igualdad de Género busca mejorar la eficacia y calidad de la actuación de las entidades de la administración pública, en todos los niveles de gobierno, para garantizar los derechos humanos de las mujeres en igualdad y sin discriminación"*.

En general, todo proyecto sobre igualdad de género debe centrarse en un conjunto ordenado de medidas programáticas, que puedan ser evaluadas a partir del conocimiento de la realidad específica de participación de las mujeres como un sujeto de importancia en la producción de bienes y servicios. Evidentemente, la Administración Pública está obligada a garantizar la igualdad de trato y de oportunidades en el ámbito laboral y, en consecuencia, adoptar medidas para evitar cualquier tipo de discriminación entre mujeres y hombres.

29" La perspectiva de género en el sector empresarial. Problemas, tendencias y buenas prácticas", Revista de Ciencias Sociales y Humanas, Universidad Nacional de San Juan, Argentina, febrero 2019.

4. 2 SOBRE LA INICIATIVA SELLO **IGUALANDO RD PARA EL SECTOR PÚBLICO**

La iniciativa Sello Igualando RD promueve la transversalización de género en la estructura organizacional, con el objetivo de acelerar el logro de la igualdad en el Estado, mediante cierto grado de transformación de la institucionalidad, considerando sus dimensiones internas y externas.

Dicha iniciativa forma parte de las acciones que viene ejecutando el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, el cual persigue la igualdad de género en el Estado y constituye parte integral de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030. Se trata, pues, de guiar, apoyar y reconocer los esfuerzos que realizan las instancias del sector público para garantizar el derecho a la igualdad entre hombres y mujeres[30].

Sobresale que, Sello Igualando RD está en consistencia con la Estrategia Nacional de Desarrollo, el Plan Nacional de Igualdad y Equidad de Género y otras disposiciones de política pública. Su implementación, en otras naciones, ha derivado en políticas públicas que impactan favorablemente en la igualdad de género y promueven el empoderamiento de las mujeres[31].

Para Mayra Jiménez, ministra de la Mujer, el Sello Igualando RD constituye una importante herramienta para la transversalización de la igualdad de género, en cuyas iniciativas más relevantes se aborda el tema del cambio cultural; lo cual implica abordar la evolución cultural, y los factores generadores de desigualdad. Por tanto, la propuesta Sello Igualando RD está bien valorado como instrumento efectivo en la igualdad de derecho y obligaciones sociales[32].



"El Sello de Igualdad de Género en el Sector Público" no sólo es una iniciativa innovadora que valora el trabajo de las instituciones en materia de igualdad, sino que proporciona una ruta concreta y mirada reflexiva sobre igualdad de género en la gestión pública. Concretamente, establece conexiones entre la estructura organizacional y el impacto de las políticas públicas en el bienestar social. Mediante la iniciativa de Sello Público se han obtenido resultados con impacto en más de 23,000 colaboradores del sector público del país (56% mujeres y 44% hombres)[33].

30 Ver Ministerio de la Mujer "Sello de Igualdad en el Sector Público" Carta Compromiso entre el PNUD y Ministerio de la Mujer.
31 Información publicada en el periódico El Dinero, 03 de agosto de 2023.
32 El concepto, Transversalizar la perspectiva de género significa visibilizar y analizar las desigualdades entre los géneros, las relaciones de poder existentes entre los mismos, e intervenir para modificarlo.
33 Ver Inka Mattila, representante Residente del PNUD, en reconocimiento a instituciones Igualando a RD para el sector público. Periódico El Dinero, Santo Domingo, 3 de agosto de 2023.



5.

OPORTUNIDADES DE INTERNACIONALIZACIÓN, **PROMOCIÓN COMERCIAL Y MUJERES EMPRENDEDORAS**





5. OPORTUNIDADES DE INTERNACIONALIZACIÓN, **PROMOCIÓN COMERCIAL Y MUJERES EMPRENDEDORAS**



Socialmente se reconoce la importancia relativa de las mujeres en la producción de bienes y servicios; sin embargo, se han resaltado obstáculos que impiden una mayor participación de las mujeres empresarias en el comercio exterior. Superar ese sesgo requiere de un cambio de paradigma que facilite una mayor participación de las mujeres (con sus empresas y productos) en los diferentes destinos comerciales.

En esta cuarta edición de "Mujeres en Exportación" se postula una línea estratégica, orientada a incentivar la creación de redes de trabajo, colaboración en temas de adquisición de bienes de capital e insumos, así como en la generación de productos hacia destinos preferenciales para un incremento de colocación de productos nacionales en el mercado externo. El objetivo es reducir la brecha de género en cuestiones de negocios para crear condiciones que le permitan a las mujeres dominicanas una mayor participación en la economía internacional bajo las condiciones de un mundo globalizado[34].

34 Ver Iván Bernal Marín, "El potencial de las empresas lideradas por mujeres para aportar en la Alianza Pacífico", 20 de diciembre 2021, https://www.larepublica.co/.



POTENCIALIDAD DE LAS EMPRESAS Y **LIDERAZGO REGIONAL DE LA MUJER**

A corto y mediano plazo, expandir el horizonte empresarial de la mujer dominicana constituye un objetivo central en un mejor aprovechamiento de las oportunidades que se presentan en la dinámica de los mercados internacionales. Eso requiere "convalidar los distintos tipos de empresas propiedad y lideradas por mujeres de cara a crear bases de datos, investigar sus obstáculos e impactos del comercio, desarrollar programas específicos para ellas y demás políticas de desarrollo"[34].

Para lo cual, la identificación de "buenas prácticas" ligadas al comercio exterior de las mujeres empresarias, resulta un aspecto crucial para arribar a lo que se denomina programas inclusivos para empresas exportadoras lideradas o que son propiedad de mujeres. La experiencia disponible indica que, en parte de Latinoamérica, las mujeres en altos cargos empresariales son minoría; puesto que muy pocas mujeres ocupan cargos como CEO, o miembros de juntas directivas en las grandes organizaciones empresariales[35].

Otros estudios, muestran que, en Latinoamérica, República Dominicana (50,5%), Honduras (41%) y Brasil (38,7%) representan el conjunto de naciones con la mayor cantidad de mujeres en puestos directivos. Y, al considerar el total de países, y según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), sólo un 19% de los puestos ejecutivos registrados en 2019 fueron ocupados por mujeres[36].

35 Ver Teresa Guillén Zulueta, "Programas inclusivos para empresas propiedad de mujeres... estándar internacional en igualdad de género", 11 de julio 2022. https://mujerexportadora.blog/

36 Ver SALOMÓN ASMAR SOTO, artículo: Las seis CEO que lideran en el ranking de las 100 empresas más grandes, 8 de marzo 2021. https://www.larepublica.co/especiales/mujeres-empresarias/las-mujeres-ceo-que-lideran-en-el-ranking-de-las-100-empresas-mas-grandes-del-pais-3135300

37 Ver Salomón Asmar Soto, op. Cit.

5.1 UNA OPCIÓN PARA CONSIDERAR

Al asumir el compromiso de la reducción de la brecha de género en el comercio exterior, se debe plantear la tarea de hacer más expedita la ruta de colocar sus productos en los mercados internacionales, a partir de productos y servicios exportables con los estándares demandados.

En esa perspectiva, tal como señala el estudio de diagnóstico ***"La Participación de las Mujeres Empresarias en la Alianza del Pacífico en el Comercio Exterior",*** resulta necesario desarrollar iniciativas para ***"reivindicar el trabajo y aporte de la mujer en el ámbito exportador, a través del empoderamiento económico"***. Haciendo un paralelo con República Dominicana, debemos admitir que resulta necesario, como exigencia de mercado, ampliar las facilidades de entrenamiento y fortalecimiento de habilidades empresariales que permita generar nuevas propuestas e ideas que culminen mejoras sustanciales de la productividad de las empresas lideradas por mujeres exportadoras o con potencial para exportar[38].

Una referencia importante, es la creación de programas de suplidores diversificados que pueden implementarse con el apoyo de grandes empresas nacionales y/o multinacionales; de hecho, la experiencia disponible confirma que,

"Los programas de diversidad de proveedores ofrecen a las empresas propiedad de mujeres la oportunidad de crecer a través del acceso a cadenas de suministro nuevas o en expansión. Estos programas también permiten a las empresas construir cadenas de suministro sólidas y aumentar su competitividad"[39].

Al referirse a la participación de las mujeres en programas de compras sostenibles y licitaciones, la Organización de las Naciones Unidas, en el documento ***"La adquisición sensible al género"*** indica que las empresas lideradas por mujeres pueden beneficiarse como proveedoras en compras del Estado, así como en licitaciones de empresas privadas; sin embargo, lo que se observa es que sólo el 1% de todas las licitaciones públicas fueron adjudicadas a mujeres en todo el mundo, lo cual agrega una limitación adicional en la desigualdad de género[40].

---

38 Ver Iván Bernal Marín, "El potencial de las empresas lideradas por mujeres para aportar en la Alianza Pacífico", 20 de diciembre 2021, https://www.larepublica.co/

39 "Programas inclusivos para empresas propiedad de mujeres...estándar internacional en igualdad de género", op. Cit . 11 de julio 2022. https://mujerexportadora.blog/

40 Ver ONU Mujeres "La adquisición sensible al género", https://www.unwomen.org/es



PRO DOMINICANA



6.

IMPACTO DE LAS MUJERES **EN LAS EXPORTACIONES DOMINICANAS**



6. IMPACTO DE LAS MUJERES EXPORTADORAS EN LA ECONOMÍA DOMINICANA

6.1. CARACTERIZACIÓN GENERAL

Las empresas lideradas por mujeres han representado una participación importante en el sector exportador de la República Dominicana, acumulando un total de 3,557 agentes económicos, con registros de exportación desde inicio del año 2012 hasta agosto 2023. De ese conjunto, un total de 2,635 (74.1%) son personas físicas y un total de 922 son personas jurídicas (25.9%); a su vez, según fuera identificado y puntualizado en la primera edición de este estudio sobre mujeres exportadoras, los datos revelan que las empresarias exportan de manera esporádica y, además, se estima que aproximadamente el 50% sólo exportó durante un año del período analizado.

Para el año 2022, se tienen registros de un total de 513 empresas lideradas por mujeres que llevaron a cabo ventas de sus productos hacia el mercado externo. De este grupo de empresas, el 47.6% realizaron exportaciones por un monto inferior a los US$10,000 (diez mil dólares), 1.9% realizó exportaciones por un monto que supera los US$10.0 millones de dólares (Ver Tabla 1). En base a estos resultados, se puede deducir que, el grupo de empresas lideradas por mujeres se caracteriza mayormente por empresas pequeñas, en donde el 66.5% realiza exportaciones que anualmente contabilizan un monto inferior a US$50,000 (cincuenta mil dólares).

TABLA 1 -
CANTIDAD DE EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN MONTO EXPORTADO
VALORES EN CANTIDAD Y %, AÑO 2022

Valor exportado en US$	No. de Firmas	Part. %
≤ 10,000	244	47,6%
10,001 ≤ 50,000	97	18,9%
50,001 ≤ 100,000	47	9,2%
100,001 ≤ 500,000	63	12,3%
500,001 ≤ 1 millón	20	3,9%
1 millón ≤ 10 millones	32	6,2%
>10 millones	10	1,9%
Total general	**513**	**100%**

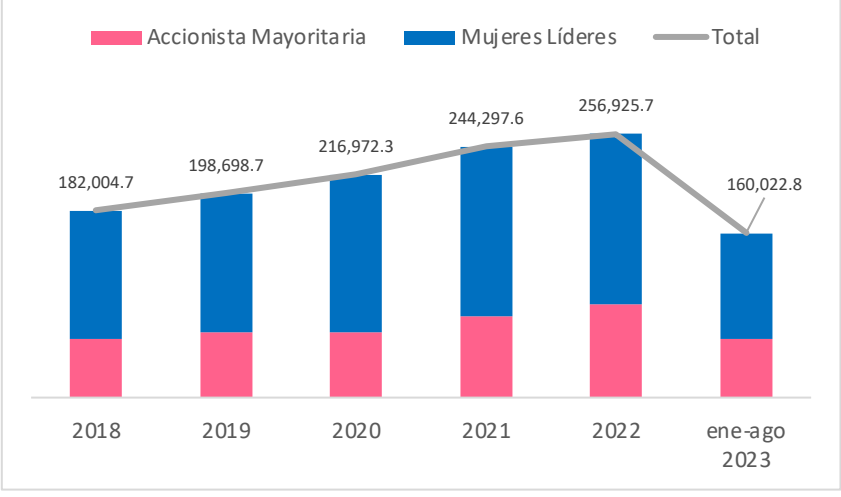
Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGII

6.2. VENTAS TOTALES

El peso específico de las empresas lideradas por mujeres en cuanto a actividad económica queda sellado por los niveles de ventas de dichas empresas. En el año 2018, las ventas ascendieron a RD$182,004.7 millones de pesos, estas se incrementaron significativamente en los años subsiguientes, logrando ventas por valor de RD$256,925.7 millones de pesos en el año 2022.

Esta línea de crecimiento continuo refleja un cambio de un 41% en el año 2022 respecto al 2018. Ese nivel de ventas es indicativo de sustentación de esas empresas pues en el año 2020, aún con la crisis sanitaria, las ventas se mantuvieron creciendo, alcanzando los RD$216,972.3 millones y el incremento fue de 9% con respecto al 2019 que fue el año prepandemia.

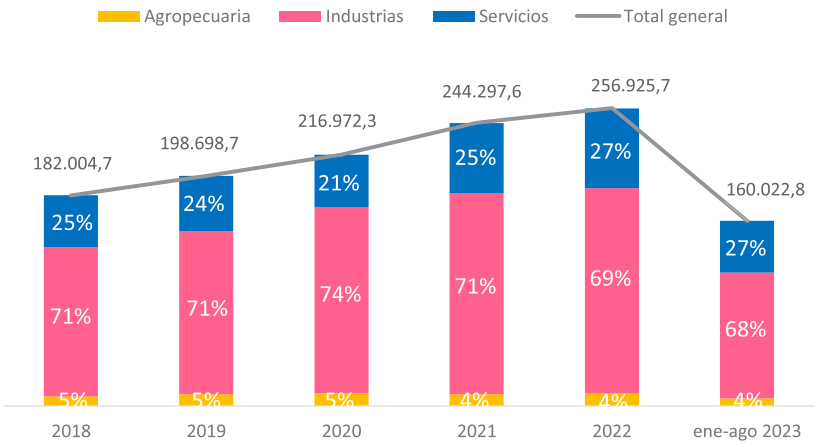
GRÁFICO 1 -
VENTAS TOTALES DE LAS EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN CLASIFICACIÓN
VALORES EN RD$ MILLONES



Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGII

Al momento de identificar las ventas de las empresas lideradas por mujeres considerando el tipo de actividad económica, se observa que el sector industrial presenta la mayor participación a lo largo del período 2018/2022 y enero/agosto 2023. El sector industrial representaba el 71% de las ventas para el año 2018. Esa tendencia se mantiene para los siguientes años de la serie y, en el 2022 la participación fue de un 69%. Para los primeros ocho meses del año 2023 la industria participa con el 68% de las ventas. El sector servicios se ubica en segundo lugar con una participación de un 27% de las ventas para el año 2022 y un 28% en enero/agosto 2023.

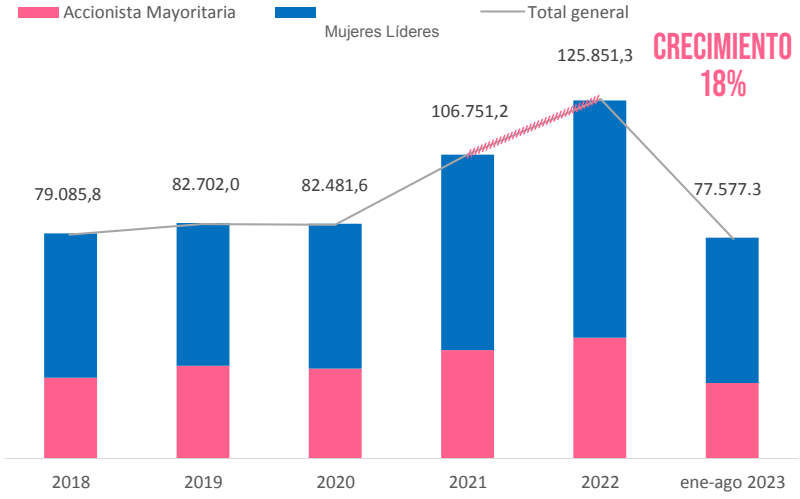
GRÁFICO 2 -
VENTAS TOTALES DE LAS EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA
VALORES EN RD$ MILLONES



6.3. COMPRAS TOTALES

En el caso de las compras realizadas por las empresas lideradas por mujeres, la tendencia muestra un crecimiento en los años de la serie presentada. En el 2018, las compras totales fueron por valor de RD$79,085.8 millones y en el año 2022 se realizaron compras por RD$125,851.3 millones. El crecimiento se sitúa en cerca de un 60% entre 2018 y 2022. Para los primeros ocho meses del año 2023 las compras fueron por valor de RD$77,577.3 millones, reafirmando el potencial mostrado por las empresas lideradas por mujeres en toda la serie.

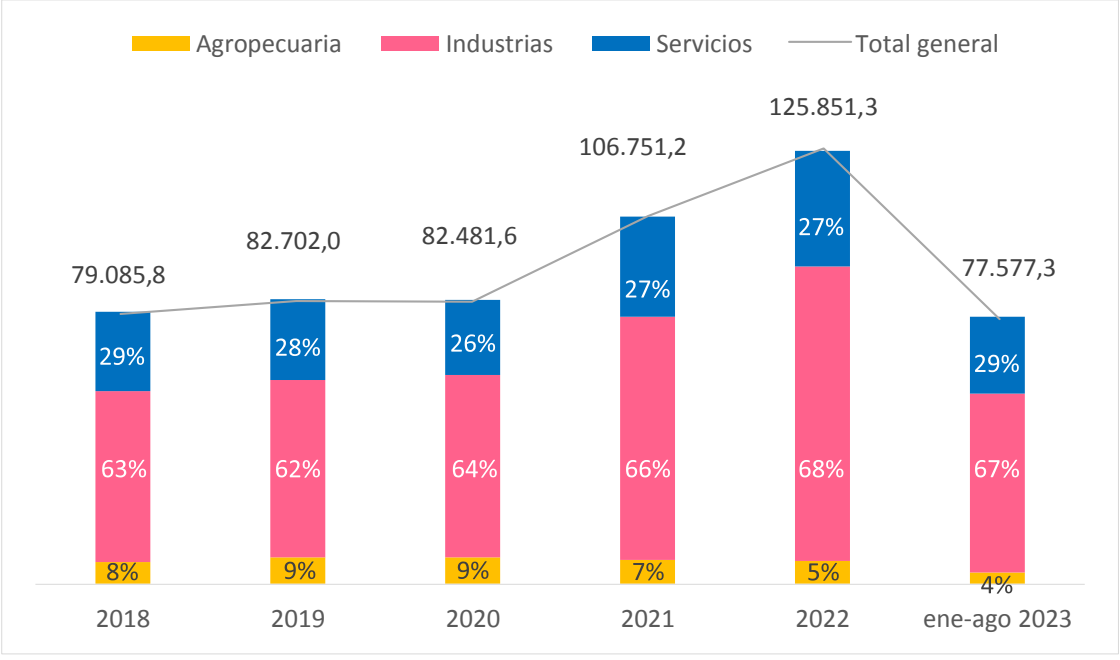
GRÁFICO 3 -
COMPRAS TOTALES DE LAS EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN CLASIFICACIÓN
VALORES EN RD$ MILLONES



Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGII

Resulta significativo el análisis de las compras realizadas por las empresas lideradas por mujeres cuando se establece la clasificación de éstas atendiendo al sector de actividad económica. En ese sentido, ese sector de la industria se mantiene como principal y representa el 63% del total de las compras para el año 2018. Esta tendencia aumenta ligeramente y en el año 2022 la actividad industrial tuvo una participación de un 68% en las compras totales de estas empresas. El sector servicios ha tenido una participación de un 28% en el 2018 y pasó a un 27% en el año 2022, mientras que, en los primeros ocho meses del 2023, los servicios constituyen el 29% de las compras totales. El sector agropecuario como actividad económica representa el 5% de dichas compras en el 2022.

GRÁFICO 4 -
COMPRAS TOTALES DE LAS EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA
VALORES EN RD$ MILLONES

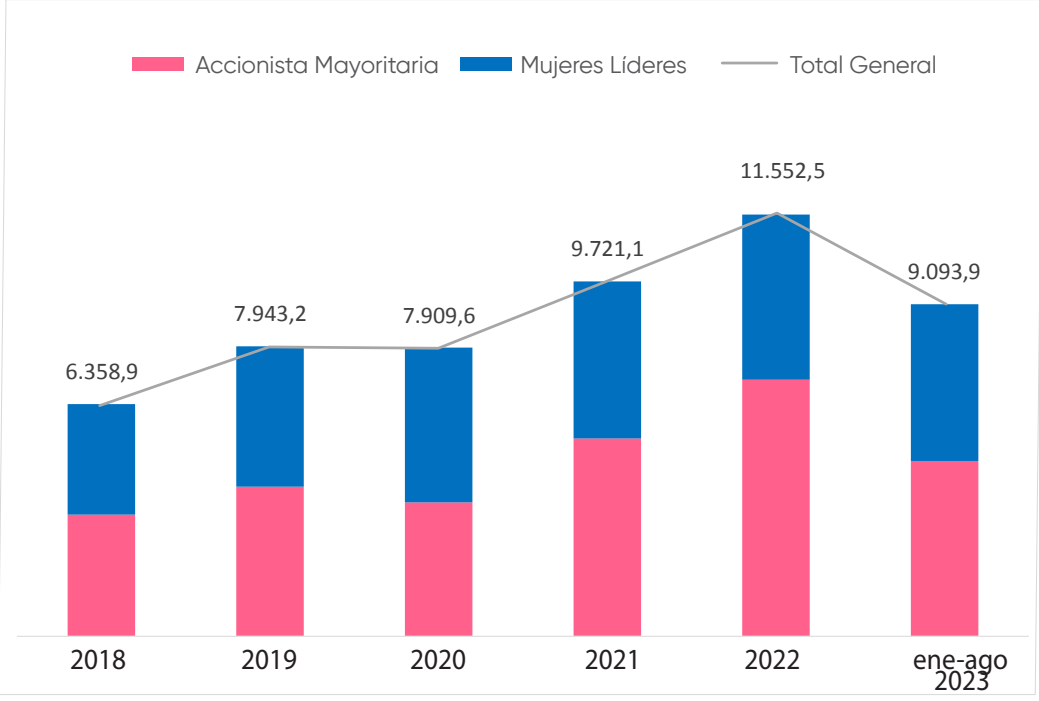


Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGII

6.4. IMPUESTOS

Con relación a los impuestos pagados por las empresas lideradas por mujeres, en el gráfico siguiente se observa que en el 2018 las recaudaciones muestran un valor de RD$6,358.9 millones incrementándose en 24.9% en el 2019 con RD$7,943.2 millones. Esas recaudaciones fueron de RD$7,909.6 millones en el 2020 y el incremento fue de -0.4% respecto al 2019 año prepandemia. El valor de lo recaudado o pagos en el año 2021 fue de RD$9,721.1 millones y un aumento de 22.9% con relación al año 2020. Para 2022, este valor se ubica en RD$11,552.5 millones, equivalente a un crecimiento interanual de un 18.8%

GRÁFICO 5 -
RECAUDACIÓN DE LAS EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN CLASIFICACIÓN
VALORES EN RD$ MILLONES; EXCLUYENDO LA ACTIVIDAD DE EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS

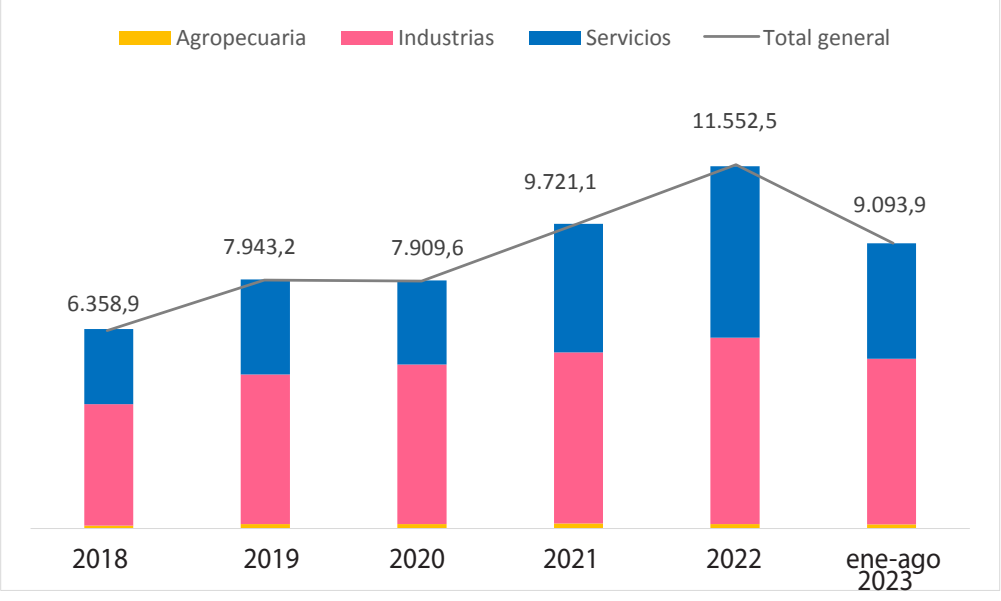


Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGII

Al revisar las informaciones de las recaudaciones registradas según tipo de actividad económica, excluyendo la actividad de explotación de minas y canteras, se tiene que la actividad industrial presenta los mayores valores a lo largo de la serie 2018-enero/agosto 2023. Esta actividad productiva se mantiene el principal contribuidor fiscal, llegando a representar el 85% del total para el año 2018, esta línea se mantiene y para el 2019 (prepandemia) fue de 84% llegando a alcanzar el 75% para el 2022.

En el caso de los servicios, los resultados de análisis indican que mantiene una participación de un 14% para el 2018 y un 10% para el 2021, mientras que en el 2022 fue de 24%, y en los ocho primeros meses del 2023 fue de 26%.

GRÁFICO 6 -
COMPRAS TOTALES DE LAS EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA
VALORES EN RD$ MILLONES; EXCLUYENDO LA ACTIVIDAD DE EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS



Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGII

El análisis anterior excluye las recaudaciones de la explotación de minas y canteras, debido a que en los valores en los años 2020 y 2021 se expresan pagos de anticipo de la empresa Barrick Pueblo Viejo y que sirvieron al gobierno como fuente de liquidez para mitigar los efectos del cierre durante la pandemia del año 2020. En el 2022 las recaudaciones se ubican en el rango de lo normal, lo mismo sucede para los primeros ocho meses del año 2023. Este comportamiento incluía una variación atípica provocada por la medida de esta empresa.

A su vez, cuando se analizan los impuestos incluyendo todas las actividades, se observa que en el 2018 las recaudaciones cuya procedencia son estas empresas, muestran un valor de RD$16,771.6 millones incrementándose en 14% en el 2019 con RD$19,169.5 millones. Esas recaudaciones fueron de RD$31,409.9 millones en el 2020 y el incremento fue de 64% respecto al 2019 año prepandemia. El valor de lo recaudado o pagos en el año 2021 fue de RD$39,800.5 millones y un aumento de 27% con relación al año 2020.



6.5 EMPLEOS

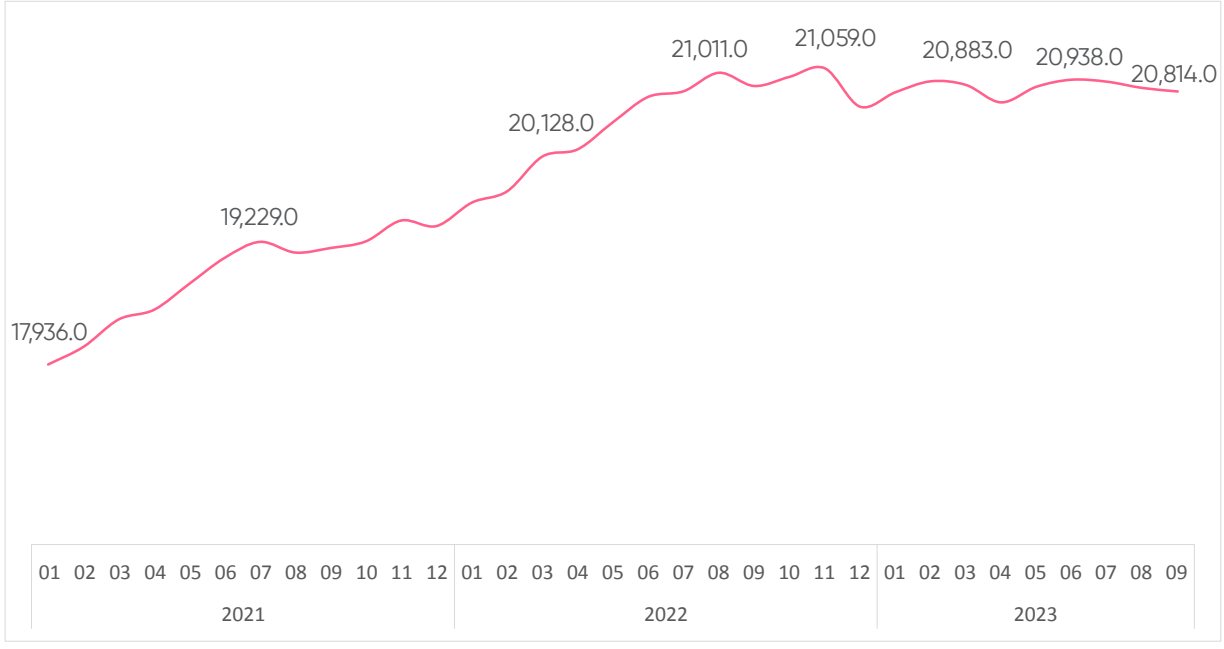
La creación de puestos de trabajo en las empresas lideradas por mujeres se ha incrementado de forma significativa en los últimos tres años al pasar de 17,936 empleos en enero 2021 a 20,814 en septiembre del año 2023. Esto representa un incremento de 16%. Al cierre del año 2021 los empleos generados por estas empresas eran del orden de los 19,454. El nivel de ascenso se mantuvo alcanzando los 21,059 empleos al finalizar el año 2022. Como se muestra en el siguiente gráfico, los aportes de las empresas lideradas por mujeres indican la importancia de éstas en cuanto a generación de empleos y su derivación de ingresos por este concepto para la economía dominicana.

De mantenerse la tendencia en empleos generados en los primeros trimestres del año 2023, al finalizar este período el nivel de empleos podría superar los 22,000 puestos de trabajo.

GRÁFICO 7 -

TOTAL DE EMPLEADOS FORMALES EN LAS EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES

VALORES EN CANTIDAD DE EMPLEADOS



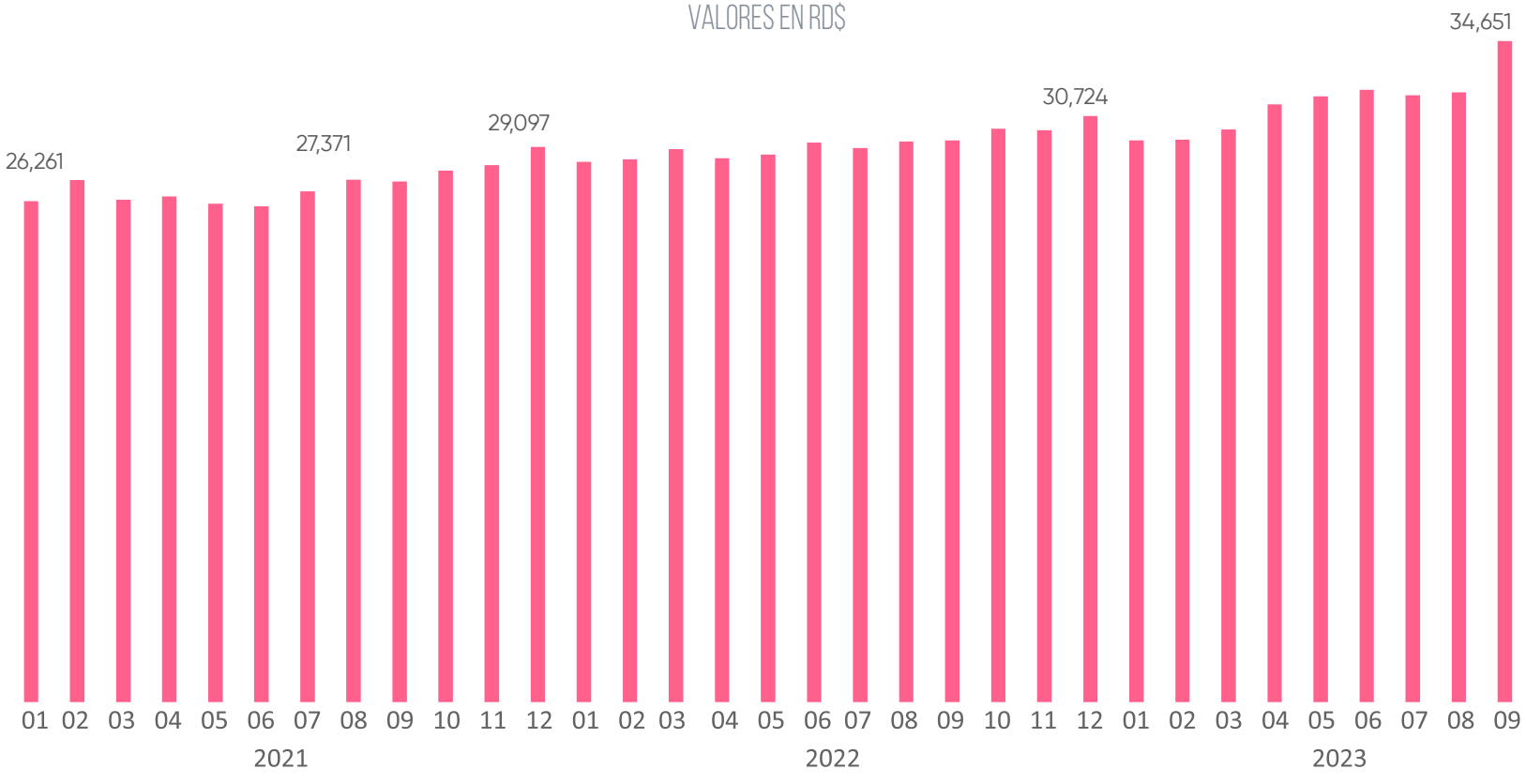
Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de TSS

En este orden, en cuanto al salario en las empresas lideradas por mujeres se observa que, en promedio se ha incrementado en los últimos tres años (2021-sep2023). En enero 2021, el salario promedio pagado por estas empresas era de RD$26,261 y en el tercer trimestre del 2021 era de RD$27,371; al concluir el año de la recuperación post-covid (2021) el promedio fue de RD$29,097. Al finalizar el año 2022 el promedio pagado en salario era de RD$30,724 y en el tercer trimestre del 2023 ascendía a RD$34,651. El crecimiento entre enero 2021 y septiembre 2023 fue de 32%.

GRÁFICO 8 -

SALARIO PROMEDIO DE LAS EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES

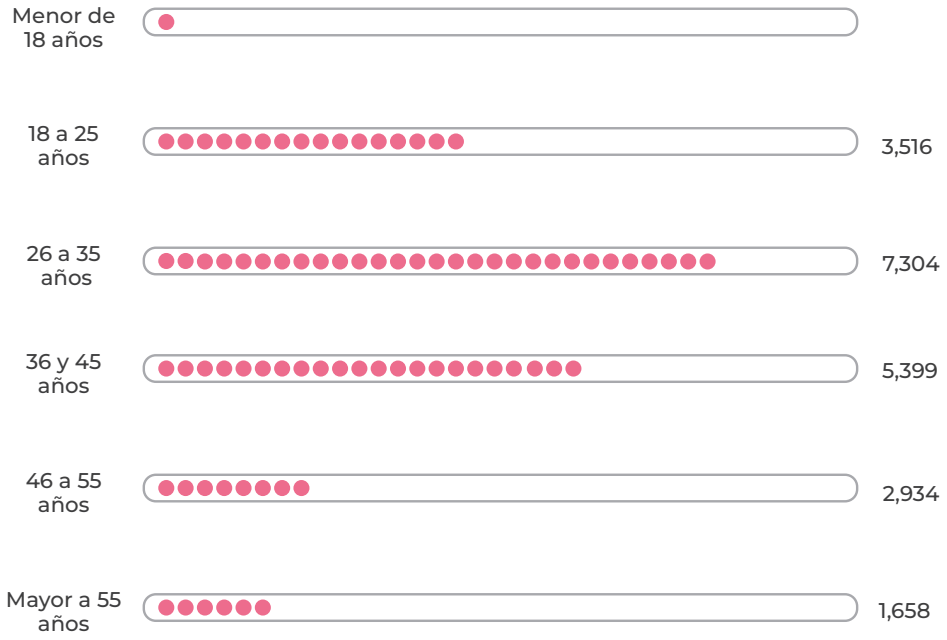
VALORES EN RD$



Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de TSS

Al consultar las estadísticas de la Tesorería de la Seguridad Social, resulta determinante que el mayor nivel de empleos se sitúa en el rango de edad de 26 a 35 años con 7,304 empleados, esto representa el 35% del total de empleos. El segundo rango de edad con mayor nivel de empleos está entre los 36 y 45 años con 5,399 puestos de trabajo representando el 26%, le siguen en rango de edad de 18 a 25 años con 3,516 empleos para un 17%. Estos resultados son indicativos de que el 78% de los empleos generados por las empresas lideradas por mujeres son ocupados por una población de entre 18 y 45 años de edad.

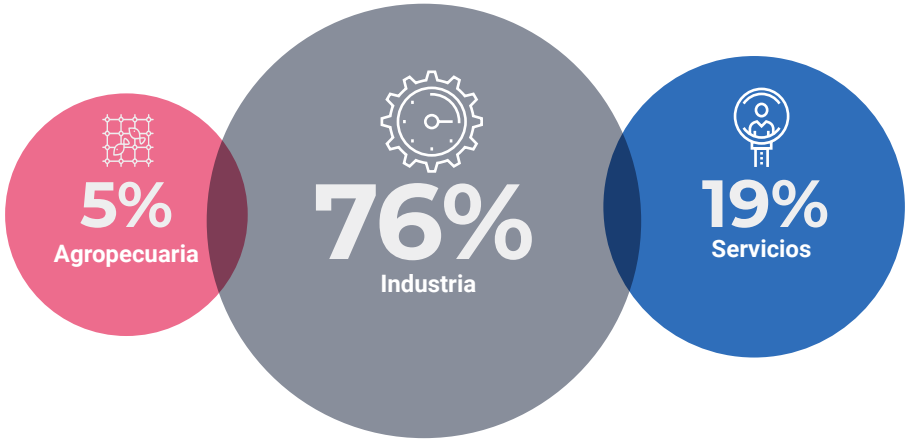
GRÁFICO 9 -
EMPLEADOS FORMALES EN LAS EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN RANGO DE EDAD
VALORES EN CANTIDAD DE EMPLEADOS



Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de TSS

Factor importante, lo constituye el hecho de que la principal actividad económica de las empresas lideradas por mujeres es la industria, donde se concentra el 76% de los empleos. En el sector primario o agropecuario estas empresas tienen el 19% de sus empleos, mientras que los servicios o sector terciario es responsable del 5% de los puestos de trabajo.

GRÁFICO 10-
EMPLEADOS FORMALES EN LAS EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN ACTIVIDAD
VALORES EN CANTIDAD DE EMPLEADOS



Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de TSS



Estos resultados en cuestión de empleos generados por empresas lideradas por mujeres, muestran la capacidad del sector y los esfuerzos continuos que en conjunto se realizan en materia de comercio y producción y, la búsqueda y aprovechamiento de oportunidades que como instancia facilitadora de las exportaciones aporta el Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (ProDominicana) en favor del emprendimiento, desarrollo y mejora de la calidad de vida de la sociedad y de la mujer dominicana en particular.

TABLA 2 -
EMPLEADOS FORMALES EN LAS EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN ACTIVIDAD
VALORES EN CANTIDAD DE EMPLEADOS

Actividad	Cantidad de empleados
Elaboración de productos alimenticios	4,778
Extracción de minerales metalíferos	3,133
Comercio al por mayor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas	1,662
Construcción de edificios	1,623
Elaboración de productos de tabaco	1,044
Fabricación de sustancias y productos químicos	1,019
Agricultura, ganadería, caza y actividades de servicios conexos	986
Fabricación de otros productos minerales no metálicos	895
Fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos de uso farmacéutico	706
Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo	524
Otras actividades	4,444
Total	20,814

Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de TSS



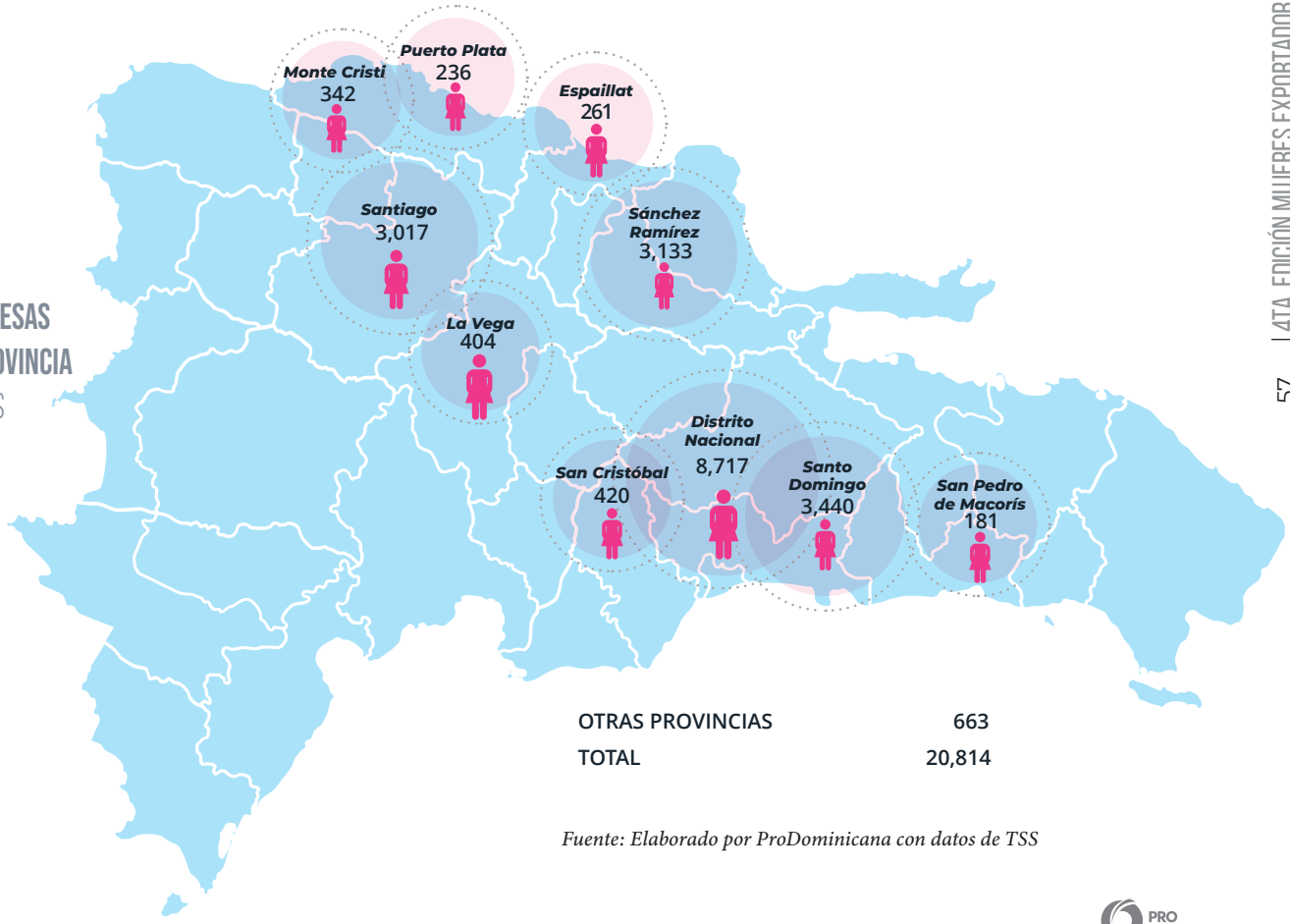
Atendiendo a la localización geográfica de las empresas lideradas por mujeres, el Distrito Nacional registra el mayor número de puestos de trabajo con 8,717 empleos, esto representa el 42% del total. En segundo lugar, se posiciona la provincia Santo Domingo con 3,440 empleos y una participación del 16.5%, estas dos demarcaciones constituyen el 58.5%. La provincia Sánchez Ramírez, en tercer lugar, genera 3,133 empleos y el 15%; le sigue Santiago con 3,017 y una participación de un 14.5%. En estas cuatro provincias se encuentra el 88% de los empleos de las empresas lideradas por mujeres.

El alto peso específico de las provincias Santo Domingo y el Distrito Nacional en el total de empleos generados por las empresas lideradas por mujeres obedece al gran número de empresas cuyo registro aparece en estas demarcaciones que constituyen los centros de mayor actividad comercial del país y que, además, no consideran lo relativo a las filiales o centros de operación de dichas empresas en otras zonas.

GRÁFICO 11 -

EMPLEADOS FORMALES EN LAS EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN PROVINCIA

VALORES EN CANTIDAD DE EMPLEADOS



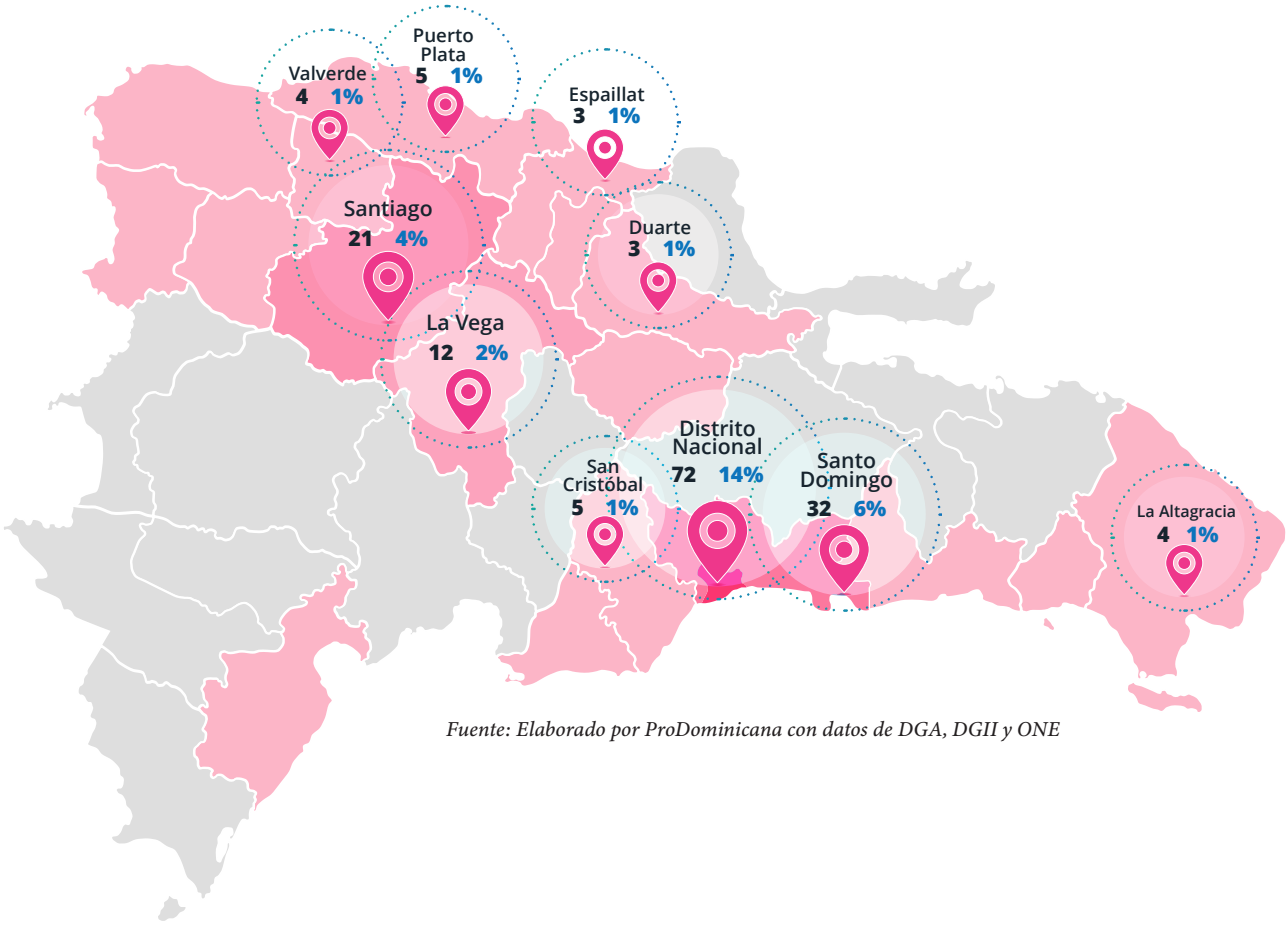
OTRAS PROVINCIAS	663
TOTAL	20,814

Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de TSS





GRÁFICO 12 - **UBICACIÓN DE EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN PROVINCIA**
VALORES EN CANTIDAD Y %, AÑO 2022



Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA, DGII y ONE

6.6. UBICACIÓN **GEOGRÁFICA**

Del listado de 513 empresas que realizaron exportaciones durante el 2022, un 20% de las empresas lideradas por mujeres están localizadas en las demarcaciones geográficas del Distrito Nacional y Santo Domingo, y otro 4% en la provincia Santiago. Es importante destacar, que debido a que más del 75% de las empresas están registradas como personas físicas, un total de 336 empresas no tienen ubicación definida, las cuales representan el 65% del total*. (Ver Gráfico 12).



6.7. VALORES EXPORTADOS

Las exportaciones generales de empresas lideradas por mujeres ascienden a US$5,813.4 millones durante el período 2020-2022, equivalente a un crecimiento de un 8% en comparación a las exportaciones anuales del período 2017-2019. En términos acumulados, durante el período enero – agosto 2023 las exportaciones de estas empresas muestran un total de US$998.6 millones.

Dentro de este comportamiento, la actividad económica de explotación de minas y canteras (especialmente en la producción y comercialización de oro en bruto), se ha destacado el liderazgo femenino en la posición de la máxima autoridad en las empresas, mostrando un rol dinámico y relevante en la economía y el desarrollo social de la República Dominicana. En este sentido, se destaca que las exportaciones de oro en bruto (partida arancelaria 7108) acumularon una cifra de US$4,532.9 millones durante el período 2020-2022, y para los primeros ocho meses del año 2023 las exportaciones de este producto ascienden a US$717.9 millones; siendo Suiza, India y Estados Unidos sus principales mercados de destino.

Por otro lado, con el objetivo de que esta edición del estudio pueda mostrar una mayor representatividad de otros productos con volúmenes importantes de exportación y que son parte de los sectores tradicionales comercializados por estas empresas, en las secciones siguientes se realizará la exclusión de las ventas internacionales de oro en bruto, las cuales han mostrado un comportamiento atípico por fluctuaciones de los precios internacionales y procesos de expansión/nuevas inversiones en las empresas mineras.

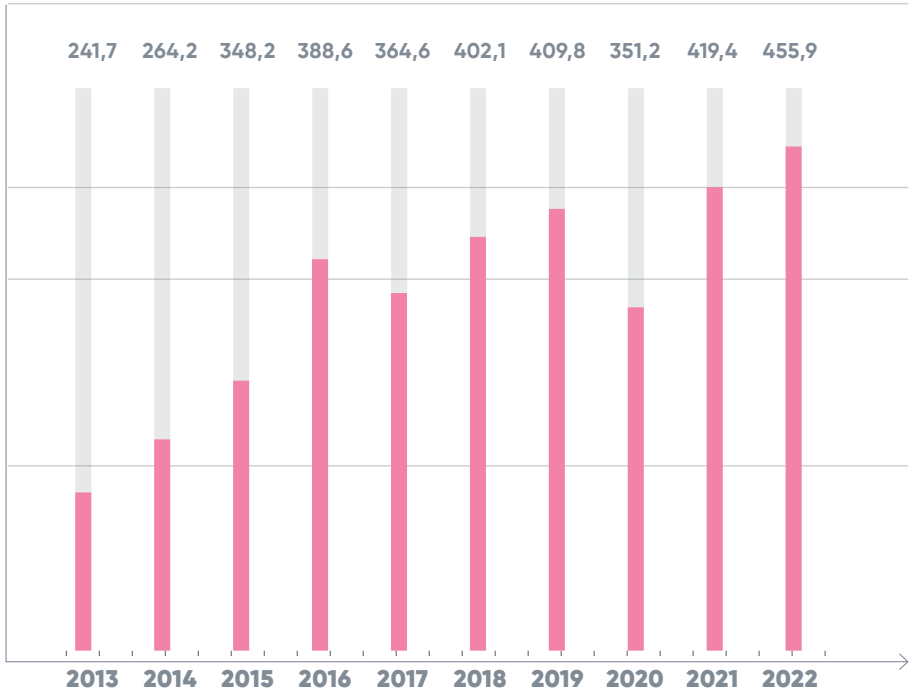
Considerando lo expuesto en el párrafo anterior, en el Gráfico 11 se observa el comportamiento de las exportaciones realizadas por empresas dominicanas dirigidas por mujeres en los últimos diez años. Para el año 2021 se registró un monto de US$419.4 millones, y en el 2022, se alcanzó un valor de US$455.9 millones en productos exportados. Esto representa un incremento de US$36.5 millones en el valor total, lo que se traduce en un aumento de un 9% en las exportaciones de estas empresas con respecto al año 2021. Al mismo tiempo, las cifras obtenidas durante el año 2022 representaron el nivel más alto de exportaciones realizadas por empresas lideradas por mujeres en los últimos diez años.



GRÁFICO 13-

EXPORTACIONES DE EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES - HISTÓRICO 2013-2022

VALORES EN US$ MILLONES



Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA, DGII y ONE

De los US$455.9 millones alcanzados en el 2022, el 90% del valor de exportaciones registrado está concentrado en treinta y una empresas, el 63% en cinco empresas y un 53% se concentra en tres empresas. Estos datos evidencian la existencia de una concentración significativa de determinadas empresas lideradas por mujeres dedicadas al negocio de las exportaciones, lo que amerita continuar diseñando políticas públicas orientadas hacia el logro de incrementar la participación de las mujeres en el comercio exterior y una mayor incorporación de las micro, pequeñas y medianas empresas en el escenario internacional. Del mismo modo, es propicio continuar elaborando planes de acción que aumenten las oportunidades y brinden apoyo a los nuevos emprendimientos, con el propósito de incrementar la productividad y garantizar un crecimiento económico equitativo.

Al analizar las exportaciones de las empresas vinculadas a mujeres y los valores obtenidos en los períodos enero-agosto de los años 2022 y 2023, se puede observar una variación negativa en el valor de las exportaciones. En el período analizado del año 2023 se registraron US$266.3 millones en valor exportado, a diferencia del año 2022 en que se exportó US$322.0 millones.

Este resultado obedece al comportamiento de la economía global y factores externos, así como cambios en la estructura del comportamiento de la demanda internacional de bienes, lo cual se tradujo en movimiento a la baja de las exportaciones desarrollada en los primeros trimestres de este último año. Asimismo, se observa cierta ralentización de la actividad global, intensificación de acciones respecto a los niveles precios e inflación y resguardo de las economías mayores como Estados Unidos, China y Unión Europea[40].

40 Ver Comisión Económica Para América Latina y el Caribe "Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe 2022", Santiago de Chile, 2023

6.7.1. DESTINOS DE EXPORTACIÓN

El gráfico 14 refleja los valores de exportaciones realizadas por empresas lideradas por mujeres en el año 2022. Se observa que la región de América del Norte está posicionada en primer lugar con una participación de un 39.6%, seguido de América Central y El Caribe con un 33.5%, Europa con un 20.3% y Asia con un 5.6%. Estas cuatro regiones concentran el 99% de las exportaciones que realizan estas empresas al extranjero.

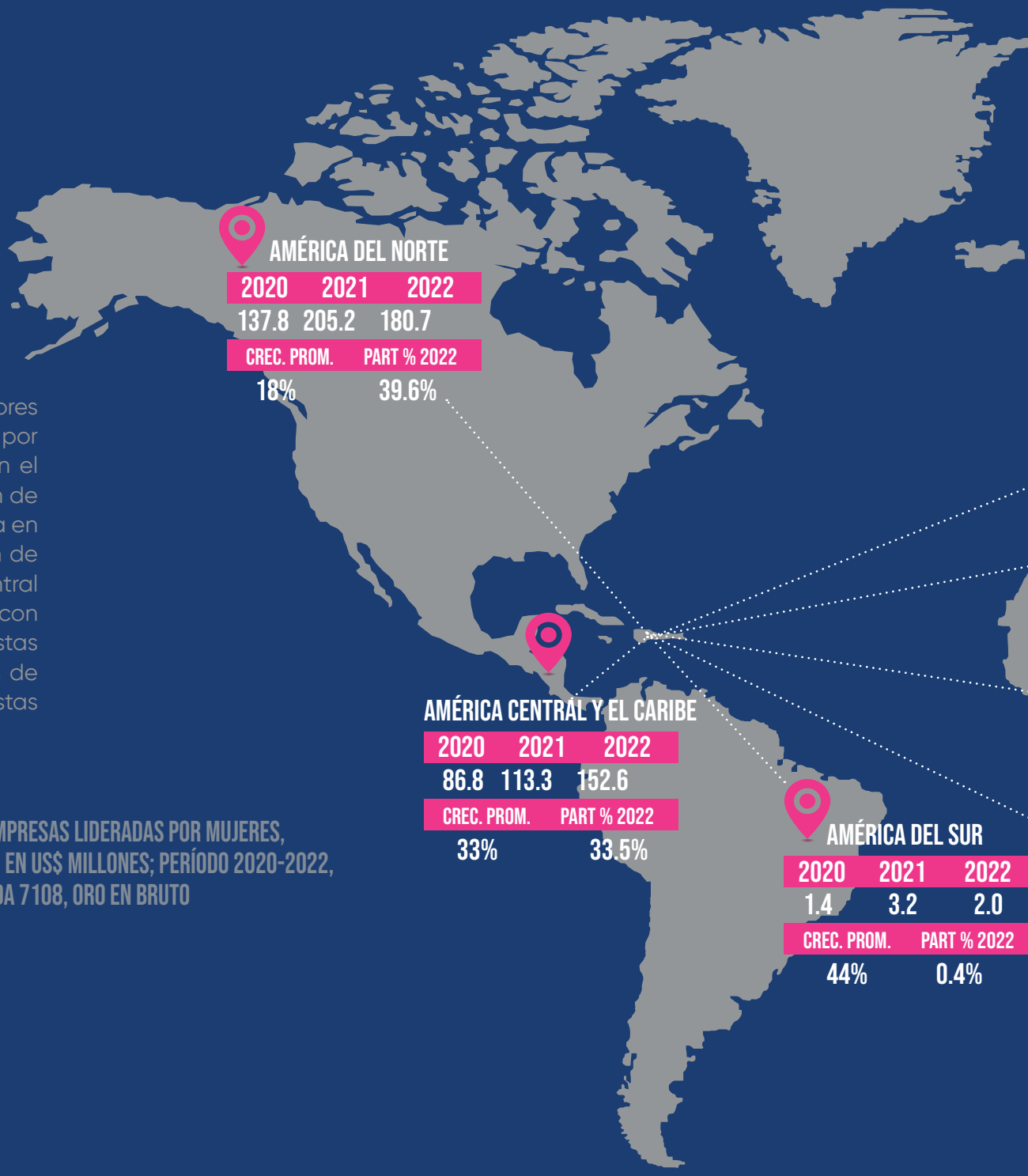


GRÁFICO 14 - **EXPORTACIONES DE EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN REGIONES GEOGRÁFICAS VALORES EN US$ MILLONES; PERÍODO 2020-2022, EXCLUYENDO LA PARTIDA 7108, ORO EN BRUTO**

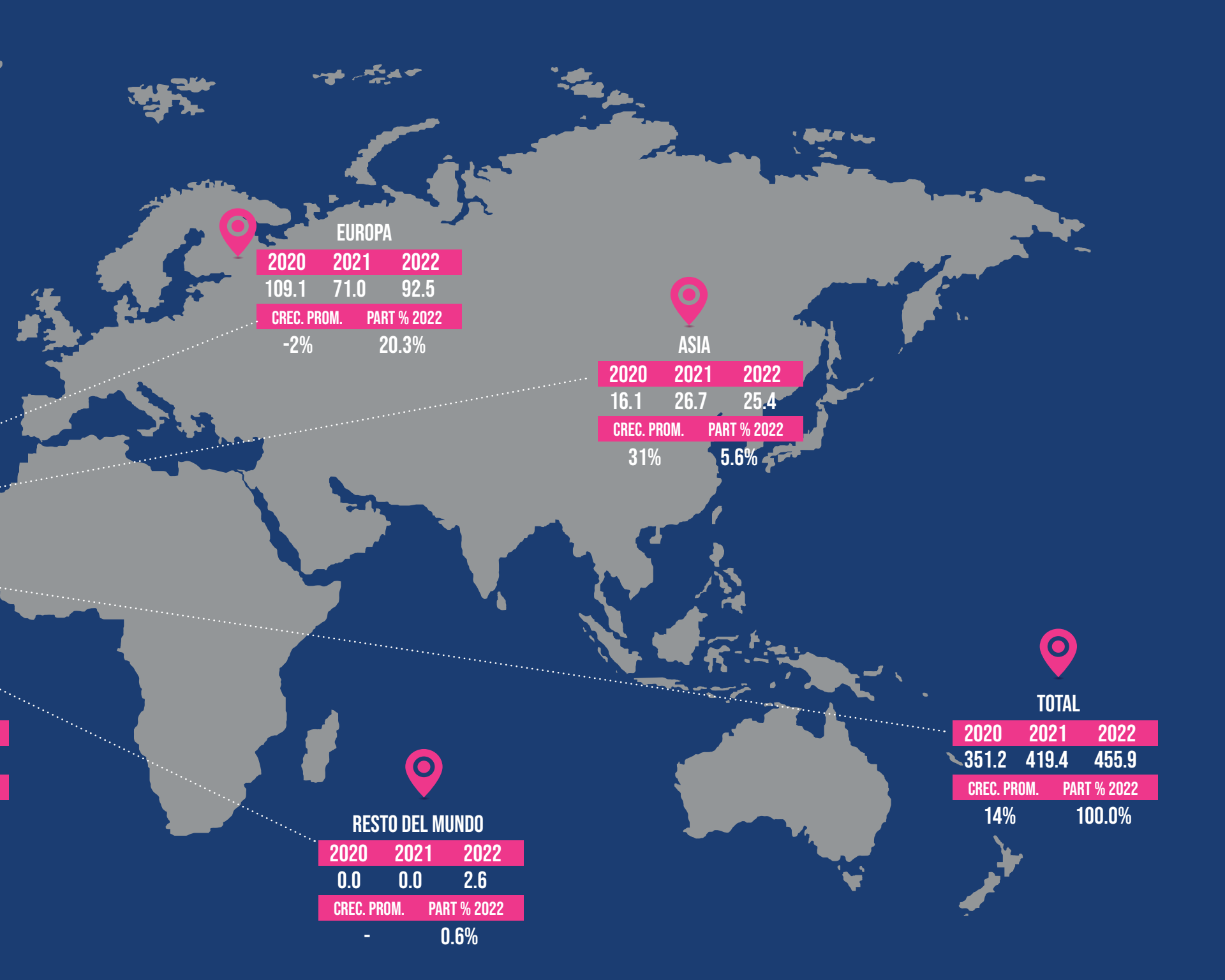

EUROPA
2020 2021 2022
109.1 71.0 92.5
CREC. PROM. PART % 2022
-2% 20.3%
ASIA
2020 2021 2022
16.1 26.7 25.4
CREC. PROM. PART % 2022
31% 5.6%
TOTAL
2020 2021 2022
351.2 419.4 455.9
CREC. PROM. PART % 2022
14% 100.0%
RESTO DEL MUNDO
2020 2021 2022
0.0 0.0 2.6
CREC. PROM. PART % 2022
- 0.6%

TABLA 3 -

EXPORTACIONES DE EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN PAÍSES/MERCADOS VALORES EN US$ MILLONES;

PERÍODO 2020-2022, EXCLUYENDO LA PARTIDA 7108, ORO EN BRUTO

La Tabla 3 muestra los principales países destino de las exportaciones de empresas lideradas por mujeres. En este caso, se observa que el principal destino es Estados Unidos con un 39.2% y Haití con un 23.4%. En tercer lugar, está Países Bajos con 7.8%; estos tres mercados representan más del 70% del valor en exportaciones alcanzado en el 2022. A estos países les siguen Reino Unido, con una participación del 6%, Bélgica con un 3%.

Durante el período enero-agosto 2023, los principales destinos de las exportaciones de empresas lideradas por mujeres fueron: Estados Unidos con un 39%, Haití con un 22.81%, Países Bajos con un 7.7% e India 4.1%

ESTADOS UNIDOS

2020	2021	2022
137.0	202.4	178.9

CREC. PROM.	PART % 2022
18%	39.2%

HAITÍ

2020	2021	2022
60.9	80.9	106.9

CREC. PROM.	PART % 2022
32%	23.4%

INDONESIA

2020	2021	2022
10.8	11.0	1.7

CREC. PROM.	PART % 2022
-41%	0.4%

INDIA

2020	2021	2022
0.4	6.0	16.0

CREC. PROM.	PART % 2022
773%	3.5%



PAÍSES BAJOS

2020	2021	2022
32.2	32.6	35.8

CREC. PROM.	PART % 2022
5%	7.8%

BÉLGICA

2020	2021	2022
10.0	14.1	14.6

CREC. PROM.	PART % 2022
22%	3.2%

PUERTO RICO

2020	2021	2022
1,150.6	950.5	1,025.2

CREC. PROM.	PART % 2022
-5%	57.8%

SUECIA

2020	2021	2022
13.8	0.2	2.5

CREC. PROM.	PART % 2022
538%	0.5%

ALEMANIA

2020	2021	2022
6.0	1.2	5.2

CREC. PROM.	PART % 2022
133%	1.1%

MERCADOS	2020	2021	2022	CREC. PROM.	PART % 2022
TOP 10 ACUMULADO	318,9	373,5	401,1	12%	88,0%
OTROS	32,3	45,9	54,8	31%	12,0%
TOTAL	351,2	419,4	455,9	14%	100,0%

Fuente: Data Market, con datos de la Dirección General de Aduanas (DGA)


#Pro
Mujer
Star
PRODUCTS
Perma Color



6.7.2. RÉGIMEN ARANCELARIO

En la Tabla 4, se observa la participación de los regímenes arancelarios utilizados por las empresas lideradas por mujeres (excluyendo la partida 7108, oro en bruto), reflejando que el 52.5% de las exportaciones se realizaron bajo Régimen Nacional, un 44.9% bajo el Régimen de Zonas Francas y un 2.4% bajo el Régimen de Admisión Temporal. Además, se evidencia que, en los últimos tres años, el uso del Régimen Nacional ha experimentado un crecimiento promedio de un 28%, y el de Zonas Francas de un 25%.

Para el período enero - agosto 2023, el valor de las exportaciones de empresas lideradas por mujeres, alcanzaron los US$266.3 millones, de los cuales, el Régimen Nacional representó el 46.5% del total, Zonas Francas un 45.2% y Admisión Temporal un 1.6%.

TABLA 4

EXPORTACIONES DE EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN RÉGIMEN ARANCELARIO

VALORES EN US$ MILLONES Y %; PERÍODO 2020-2022

Régimen	2020	2021	2022	Crec. Prom.	Part % 2022
Nacional	145.6	183.8	239.5	28%	52.5%
Zonas Francas	139.8	215.8	204.9	25%	44.9%
Admisión Temporal	62.5	15.4	10.8	-52%	2.4%
Reexportación	3.4	4.4	0.6	-28%	0.1%
Total	351.2	419.4	455.9	14%	100.0%

Fuente: Data Market, con datos de la Dirección General de Aduanas (DGA)

6.7.3. EXPORTACIONES **POR PROVINCIAS**

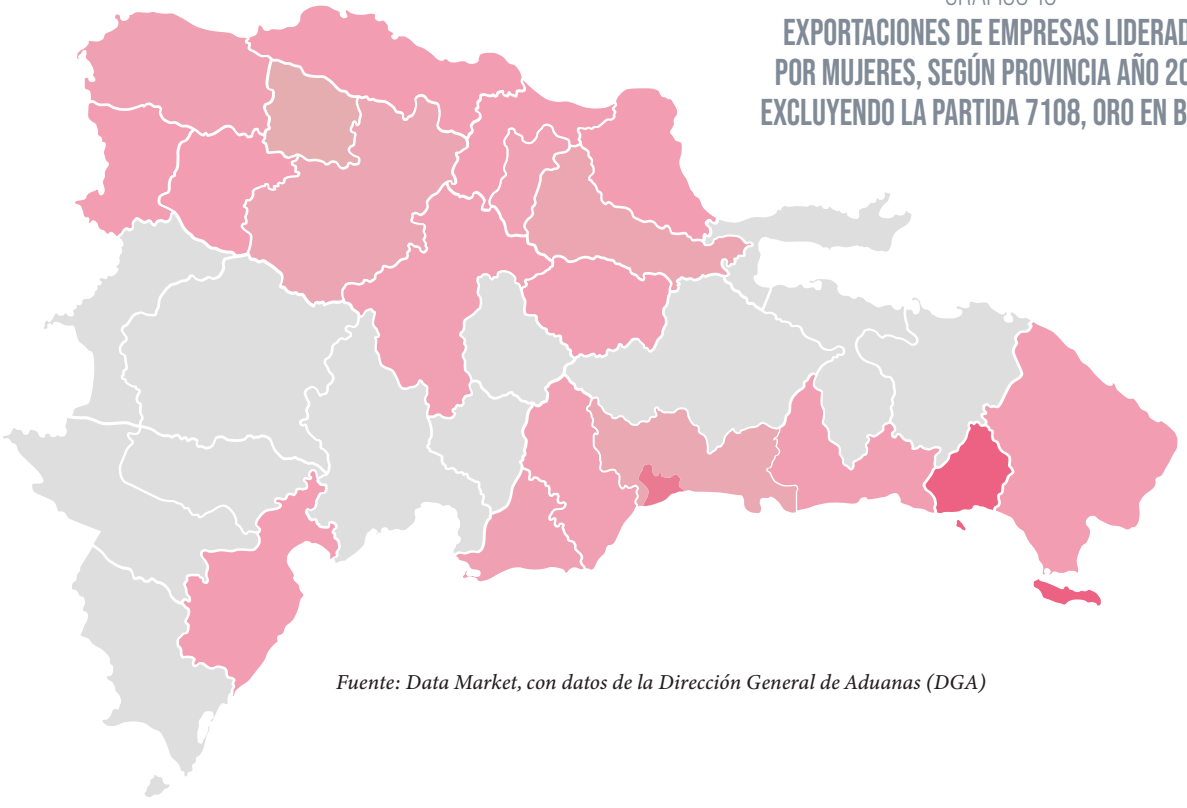
Al analizar la participación provincial para el período 2022, La Romana ocupa la primera posición con una participación del 26.8%, seguido de Distrito Nacional con un 23.4%, Valverde con participación del 10.9% y la provincia Santo Domingo, con un 7.9%. Estas cuatro provincias representan cerca del 70% del total exportado sin incluir oro y, registraron un crecimiento favorable.

La Romana ocupa la primera posición con una participación del

26%

GRAFICO 15

EXPORTACIONES DE EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN PROVINCIA AÑO 2022, EXCLUYENDO LA PARTIDA 7108, ORO EN BRUTO



Fuente: Data Market, con datos de la Dirección General de Aduanas (DGA)





6.7.4. MEDIO DE TRANSPORTE

De acuerdo con los resultados reflejados en la siguiente tabla, se observa que se distribuyó de la siguiente forma: un 43% de las exportaciones se realizaron vía marítima, un 34% vía terrestre y un 23% vía aérea. Para el período enero – agosto 2023, en función del medio de transporte utilizado se distribuyó de la siguiente manera: un 48.7% vía marítima, un 31.2% vía aérea y un 20.2% vía aérea.

TABLA 5-

EXPORTACIONES DE EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN MEDIO DE TRANSPORTE

VALORES EN US$ MILLONES Y EN %; PERÍODO 2020-2022, EXCLUYENDO LA PARTIDA 7108, ORO EN BRUTO

Medio de Transporte	2020	2021	2022	Crec. Prom.	Part % 2022
Marítimo	196.0	175.6	196.5	1%	43.1%
Aéreo	94.9	163.2	152.7	33%	33.5%
Terrestre	60.3	80.6	106.7	33%	23.4%
Total	351.2	419.4	455.9	14%	100.0%

Fuente: Data Market, con datos de la Dirección General de Aduanas (DGA)

Al analizar las cifras, se muestra que las exportaciones de empresas lideradas por mujeres en el país durante el año 2022, atendiendo a la Administración Aduanal, se distribuyeron principalmente de la siguiente forma: el 30.9% de los productos exportados salieron del país por el Aeropuerto Internacional Las Américas; el 26.3% por la Administración Puerto Multimodal Caucedo; el 11.3% por la Administración Jimaní; el 9.2% a través de la Administración Elías Piña; el 7.6% mediante la Administración Haina Oriental y el 5.3% por la Administración Manzanillo.

TABLA 6 -

EXPORTACIONES DE EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN ADMINISTRACIÓN ADUANAL

VALORES EN US$ MILLONES Y EN %; PERÍODO 2020-2022, EXCLUYENDO LA PARTIDA 7108, ORO EN BRUTO

Administración Aduanal	2020	2021	2022	Crec. Prom.	Part % 2022
Aeropuerto Internacional Las Américas	88.2	153.7	140.7	33%	30.9%
Administración Puerto Multimodal Caucedo	130.4	107.1	120.1	-3%	26.3%
Administración Jimaní	38.1	50.4	51.5	17%	11.3%
Administración Elías Piña	20.0	23.3	41.7	48%	9.2%
Administración Haina Oriental	28.1	31.8	34.7	11%	7.6%
Administración Manzanillo	24.7	20.6	24.3	1%	5.3%
Administración Dajabón	2.1	6.7	12.9	156%	2.8%
Administración Santo Domingo	9.9	11.5	12.8	14%	2.8%
Aeropuerto Punta Cana	2.2	3.8	7.7	87%	1.7%
Administración Puerto Plata	2.9	3.8	4.5	26%	1.0%
Top 10 acumulado	346.5	412.8	450.9	14%	98.9%
Otros	4.7	6.5	5.0	7%	1.1%
Total	351.2	419.4	455.9	14%	100.0%

Fuente: Data Market, con datos de la Dirección General de Aduanas (DGA)

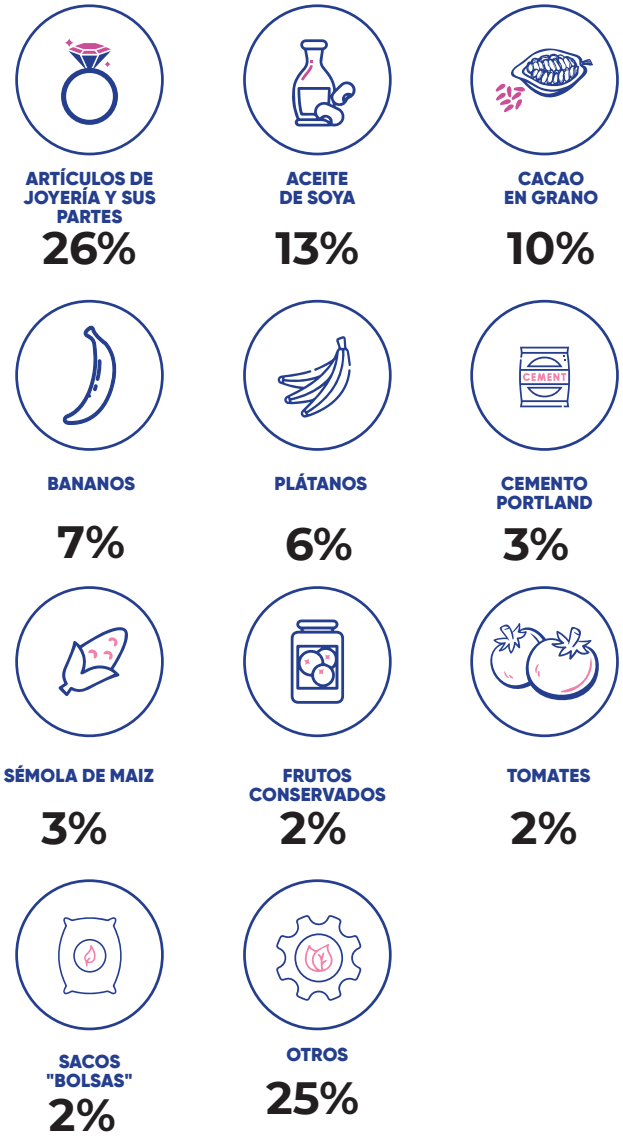
Observando la tabla anterior, se puede ver que el Aeropuerto Internacional de Las Américas se convierte en la Administración Aduanal más utilizada, seguida por el Puerto Multimodal Caucedo, la Administración de Jimaní, la de Elías Piña, y la de Haina Oriental. Además, la Administración Manzanillo se posiciona en el sexto lugar como puerto de salida de las exportaciones realizadas por empresas lideradas por mujeres.

6.7.5. PRODUCTOS EXPORTADOS

GRÁFICO 16 -
EXPORTACIONES DE EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN PRODUCTO
VALORES EN %; AÑO 2022, EXCLUYENDO LA PARTIDA 7108, ORO EN BRUTO

El Gráfico 16 muestra que artículos de joyería y sus partes se convierte en el principal producto exportado por empresas lideradas por mujeres en el país, registrando una participación del 27%, seguido del aceite de soja, que representa el 25% de los productos exportados. Asimismo, se destacan las exportaciones de cacao en grano con el 10%, plátanos frescos o secos y bananos con un 7% cada uno, otros productos con un 13%.

Para el período enero-agosto 2023, las exportaciones de empresas lideradas por mujeres, registran que el 27% correspondió a artículos de joyería, 13% de aceite de soya, otro 10% al cacao en grano y un 7% a la exportación de bananos. Además, otro 7% correspondió a la exportación de plátanos frescos), un 3% a cemento portland, seguido de sémola de maíz con 3% por igual.



Fuente: Data Market, con datos de la Dirección General de Aduanas (DGA)


Fátima
Polanco
Fátima-
Polanco
Fátima-



En la Tabla 8 se muestran los montos obtenidos por los productos exportados, así como la participación que cada uno. Se puede observar que los artículos de joyería lideran con un monto de US$122.2 millones y una participación de 6.9% para el 2022, en segundo lugar, se encuentran las bananas o plátanos con un monto de US$61.5 millones, exhibiendo una participación del 3.5%. En tercer lugar, se encuentra el aceite de soja, con un total de US$58.8 millones, siendo su participación el 3.3%.

TABLA 7 -

EXPORTACIONES DE EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES, SEGÚN PRODUCTO

VALORES EN US$ MILLONES Y EN %; PERÍODO 2020-2022, EXCLUYENDO LA PARTIDA 7108, ORO EN BRUTO

7113
Artículos de joyería y sus partes

2020-------73.4
2021--------133.6
2022--------122.2

CREC. PROM. 37%
PART % 2022 26.9%

1103
Grañones, sémola y «pellets»

2020-------10.1
2021--------8.8
2022--------11.9

CREC. PROM. 11%
PART % 2022 2.6%

Otros

2020-------96.6
2021--------110.5
2022--------106.0

CREC. PROM. 5%
PART % 2022 23.2%

0803
Bananas o plátanos, frescos o secos.

2020-------83.0
2021--------39.8
2022--------61.5

CREC. PROM. 1%
PART % 2022 13.5%

1507
Aceite de soja (soya) y sus fracciones

2020-------18.2
2021--------35.9
2022--------58.8

CREC. PROM. 80%
PART % 2022 12.9%

1801
Cacao en grano, entero o partido

2020-------47.9
2021--------52.7
2022--------46.0

CREC. PROM. -1%
PART % 2022 10.1%

2523
Cementos hidráulicos

2020-------3.2
2021--------6.8
2022--------14.5

CREC. PROM. 114%
PART % 2022 3.2%

0812
Frutas y otros frutos, conservados

2020-------0.4
2021--------10.9
2022--------11.5

CREC. PROM. 1272%
PART % 2022 2.5%

3923
Artículos para el transporte o envasado

2020-------6.2
2021--------7.2
2022--------8.5

CREC. PROM. 17%
PART % 2022 1.9%

0702
Tomates frescos o refrigerados

2020-------7.0
2021--------6.3
2022--------8.0

CREC. PROM. 8%
PART % 2022 1.7%

Top 10 acumulado

2020-------254.6
2021--------308.9
2022--------349.9

CREC. PROM. 17%
PART % 2022 76.8%

Total

2020-------351.2
2021--------419.4
2022--------455.9

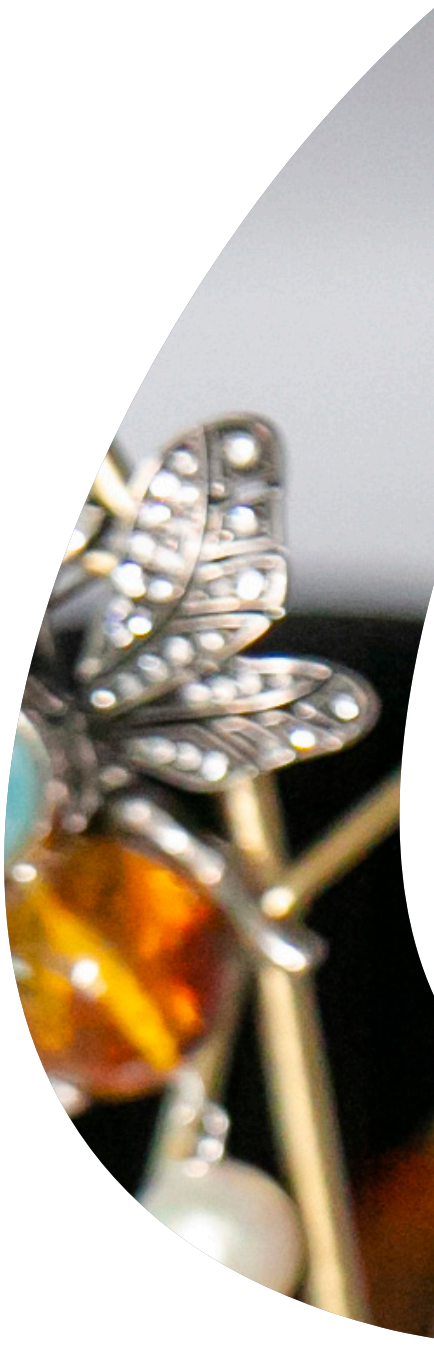
CREC. PROM. 14%
PART % 2022 100.0%

Fuente: Data Market, con datos de la Dirección General de Aduanas (DGA)



7.

CONTRIBUCIÓN DE LAS MUJERES **EN LA ECONOMÍA DOMINICANA**



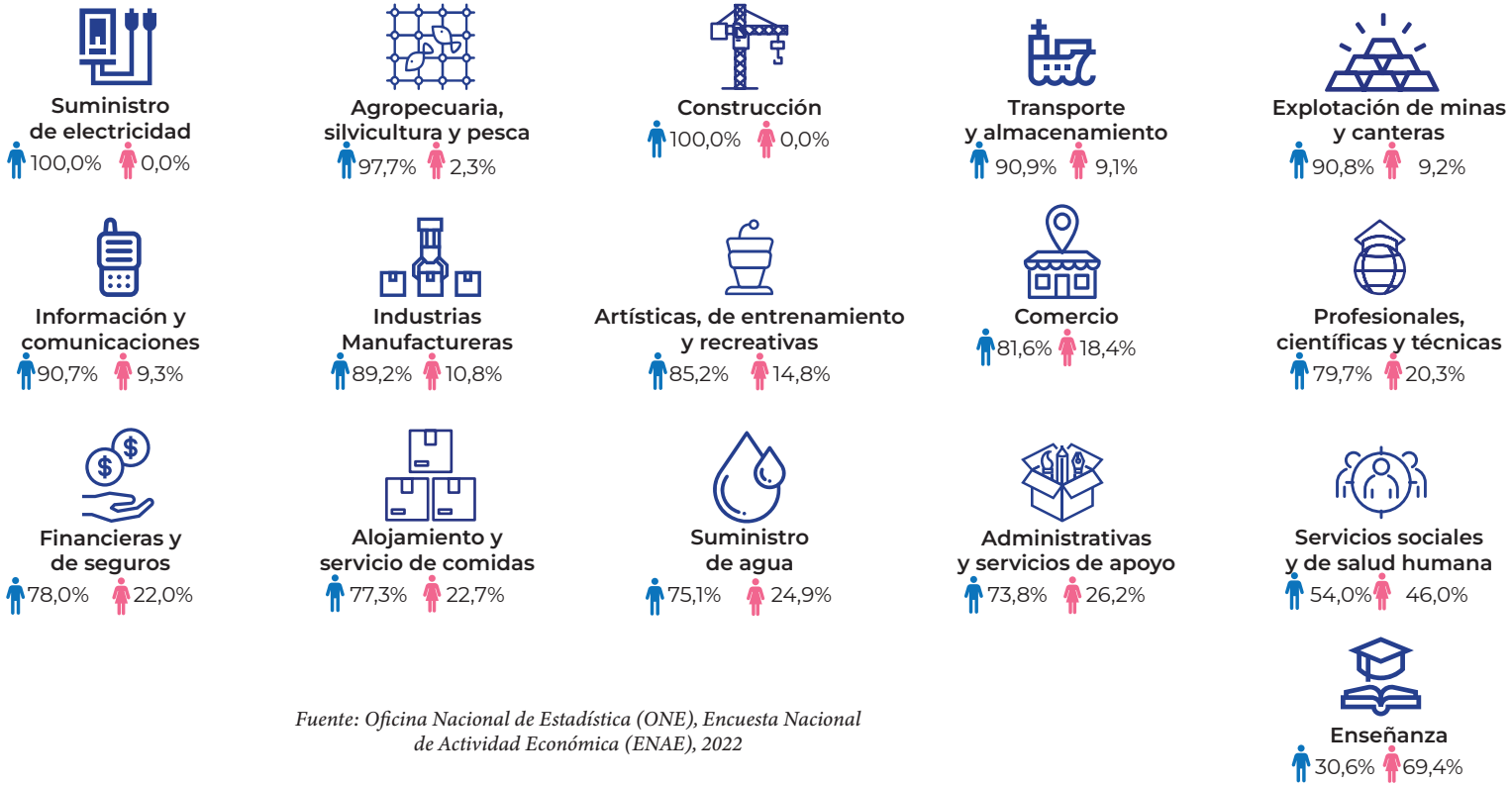


7. CONTRIBUCIÓN DE LAS MUJERES EN LA ECONOMÍA DOMINICANA

7.1 SECTOR EMPRESARIAL

GRÁFICO 17 – **EMPRESAS POR SEXO Y ACTIVIDAD** ECONÓMICA DE LA MÁXIMA AUTORIDAD
VALORES EN PORCIENTOS, AÑO 2022

La Encuesta Nacional de Actividad Económica, realizada por la Oficina Nacional de Estadísticas (ONE), presenta diferentes hallazgos sobre las empresas formales. Tras analizar el género de la máxima autoridad de éstas, se encontró que las empresas lideradas por mujeres sobresalen en el sector enseñanza, donde las mujeres sostienen una posición de máxima autoridad en un 69.4%. Luego, se encuentra el sector de actividades de servicios sociales y salud con un 46.0%, seguido por el sector administrativo y de apoyo, con un 26.2%.



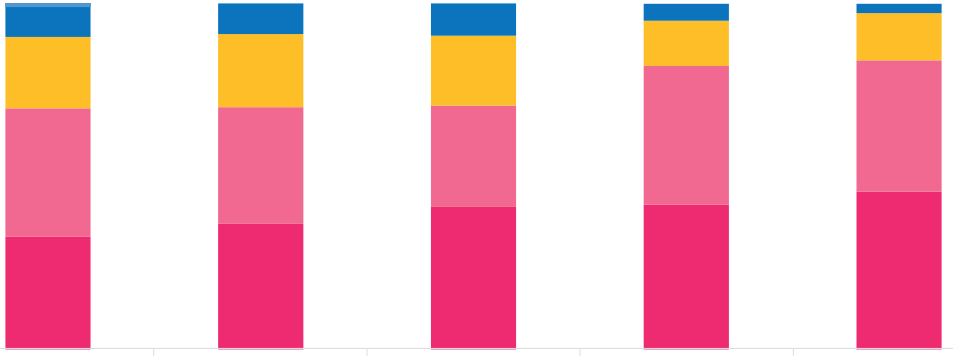
Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE), 2022

En las categorías de empleo, las empresas lideradas por hombres muestran una mayor presencia. La participación más destacada se observa en el rango de empresas con 250 o más empleados, alcanzando un 90.6%. Para el rango de 10 a 29 empleados se encuentra el mayor porcentaje de empresas dirigidas por mujeres, representando un 22.2%, seguido por el rango de 100 a 249 empleados, con un 21.8%.

Otra de las cuestiones abordadas se centró en el grupo de edad de las máximas autoridades, lo cual proporciona una perspectiva más completa y una caracterización más amplia de estos líderes. Los resultados revelaron que el porcentaje más alto corresponde al grupo de edad de 46 a 55 años, con un 35.8%, seguido por aquellos de 56 años o más, que representan un 35.1% del total.

En tercer lugar, se encuentra el grupo de edad de 36 a 45 años, con un 19.9%. Se destaca la baja presencia de autoridades en el grupo de 25 años o menos, ya que solo un 0.6% de las empresas tienen líderes jóvenes en esta posición. Estos resultados sugieren que las máximas autoridades tienden a ser individuos de mediana edad o mayores.

GRÁFICO 18 – **RANGO DE EDAD DE LA MÁXIMA AUTORIDAD SEGÚN NUMERO DE EMPLEADOS**
VALORES EN PORCIENTOS, AÑO 2022



	10 a 29 empleados	30 a 49 empleados	50 a 99 empleados	100 a 249 empleados	250 o más empleados
De 25 años o menos	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
De 26 a 35 años	8,7%	8,9%	9,3%	4,9%	2,7%
De 36 a 45 años	20,7%	21,1%	20,3%	13,1%	13,7%
De 46 a 55 años	37,1%	33,8%	29,2%	40,1%	37,9%
De 56 años o más	32,6%	36,3%	41,3%	41,9%	45,7%

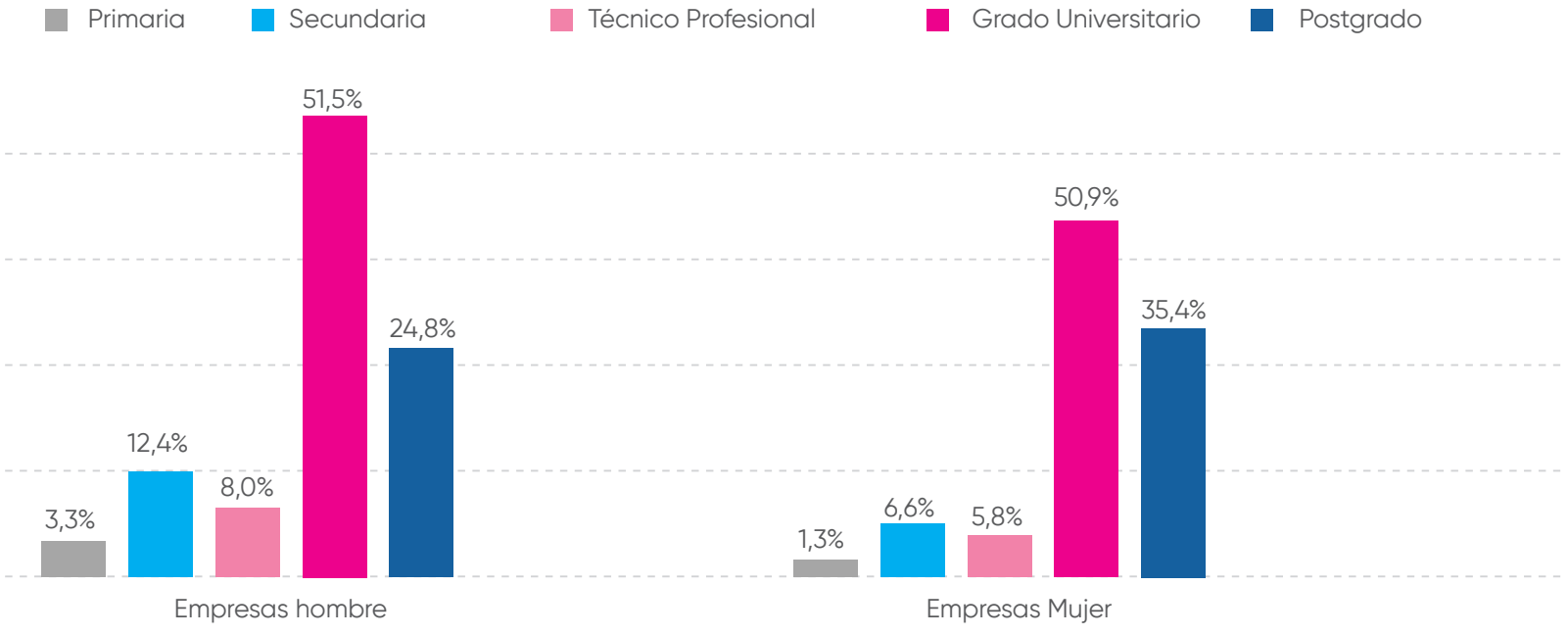
Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE), 2022

En las categorías con un mayor número de empleados, se observa la presencia de empresas dirigidas por personas de edades avanzadas. En conjunto, los grupos de edad de 46 a 55 años y de 56 años o más representan un 82.0% en el caso de las empresas con 100 a 249 empleados, y un 83.6% en el caso de las empresas con 250 o más empleados.

Adicionalmente, las empresas que contaban con una máxima autoridad de 25 años o menos fueron aquellas cuyo rango de empleados se encuentra entre los 10 a 29. Además, se muestra que las empresas dirigidas por mujeres tienen la mayor proporción de líderes con niveles educativos superiores, es decir, educación universitaria y postgrado.

En empresas dirigidas por hombres, el 3.3% de los líderes tienen educación primaria, mientras que, en las empresas lideradas por mujeres, esta cifra es del 1.3%. En el caso de la educación secundaria, el porcentaje es del 12.4% para las empresas lideradas por hombres, en el caso de las empresas dirigidas por mujeres, es del 6.6%, aproximadamente la mitad de lo que se observa en las empresas lideradas por hombres. Del mismo modo, en cuanto al nivel de postgrado, las empresas lideradas por mujeres presentan un 35.4% de líderes con estudios de postgrado, mientras que, en las empresas lideradas por hombres, el porcentaje es del 24.8%.

GRÁFICO 19 - **EMPRESAS POR ÚLTIMO NIVEL EDUCATIVO ALCANZADO POR LA MÁXIMA AUTORIDAD DE LA EMPRESA**
VALORES EN PORCIENTOS, AÑO 2022



Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE), 2022

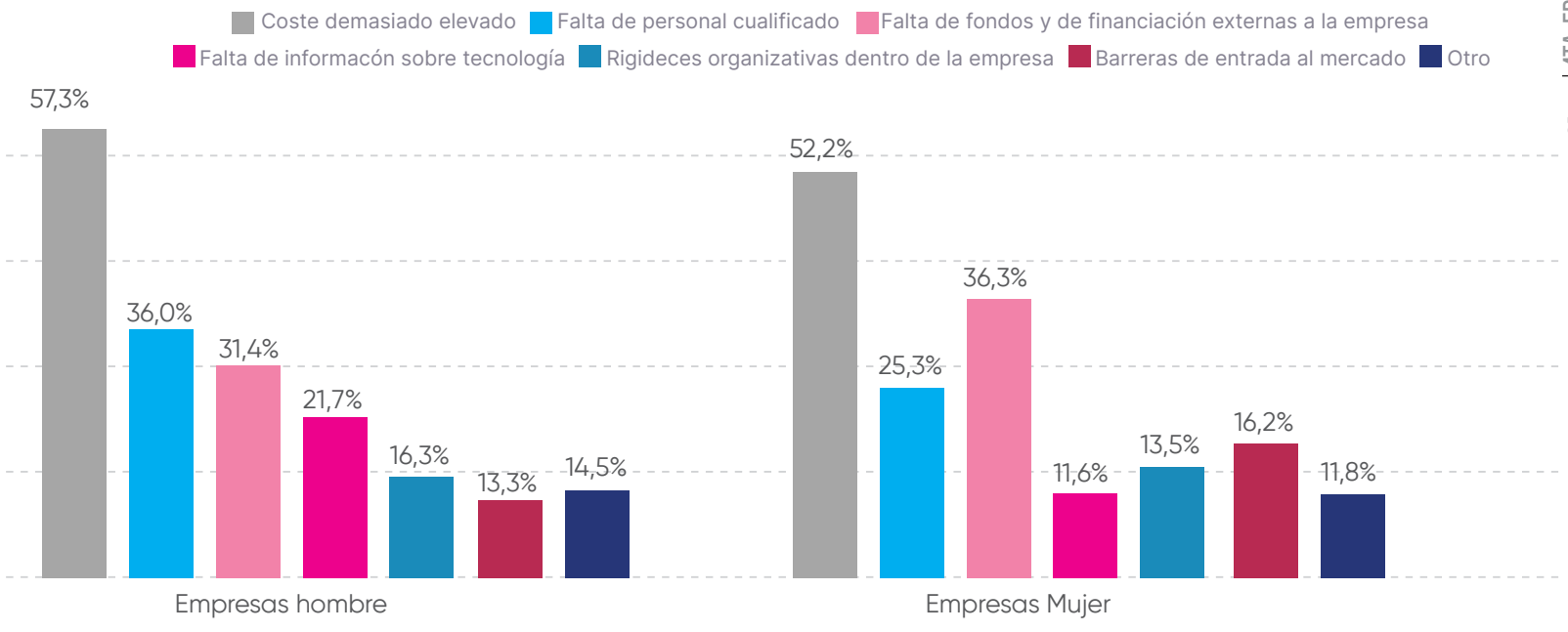
De acuerdo con un análisis llevado a cabo para identificar los tipos de obstáculos que enfrentaron en el proceso de innovación, el principal desafío para la innovación resultó ser el alto costo asociado. En las empresas lideradas por hombres, este porcentaje se elevó al 57.3%, mientras que, en las empresas lideradas por mujeres, se situó en el 52.2%. Otros desafíos comunes para las empresas incluyeron la escasez de fondos y financiación externa, así como la dificultad para encontrar personal calificado.

Otro aspecto de interés abordado se relaciona con el acceso a servicios financieros y la bancarización de las empresas. En este sentido, en las empresas lideradas por hombres, el 96.3% informó tener acceso a algún tipo de producto financiero, mientras que, en las empresas lideradas por mujeres, este porcentaje alcanzó el 94.7%.

Cuando se agrega la variable de la edad de la máxima autoridad al análisis, en la mayoría de los grupos, en general se obtuvo que más del 90% de las empresas tienen acceso a productos financieros.

Sin embargo, en el grupo de edad de 25 años o menos, se destaca una brecha significativa en el acceso a productos financieros, ya que solo el 74.3% de las empresas en este grupo ha accedido a estos servicios. Este grupo muestra la mayor desigualdad en el acceso a servicios financieros. Por otro lado, los grupos de edad entre 26 y 35 años, y de 36 a 45 años, muestran la menor diferencia en el acceso a servicios financieros.

GRÁFICO 20 - **EMPRESAS QUE ENFRENTARON OBSTÁCULOS PARA EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN**
SEGÚN SEXO DE LA MÁXIMA AUTORIDAD Y TIPO DE OBSTÁCULOS - VALORES EN PORCIENTOS, PERÍODO 2019-2021



Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE), 2022

7.2. INDUSTRIA LOCAL

El Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM) realizó un estudio en el que se examina la participación de la mujer en la industria manufacturera local. Este, arroja informaciones que permiten exponer esta parte de la Industria y fortalecerla exponencialmente, empezando con una vista internacional e indagar en la industria local.

Según las investigaciones, las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) propiedad de mujeres a nivel internacional, que conforman alrededor del 28% de las empresas en todo el mundo, enfrentan desafíos particulares en cuanto al acceso a programas de financiación y crédito asequible.

Además, estas empresas representan un 32% del déficit de financiación de las MIPYMES, ya que el 80% de ellas no tiene todas sus necesidades de crédito satisfechas. Esto puede significar un déficit de financiación a nivel mundial de US$ 1.7 billones aproximadamente.



28%

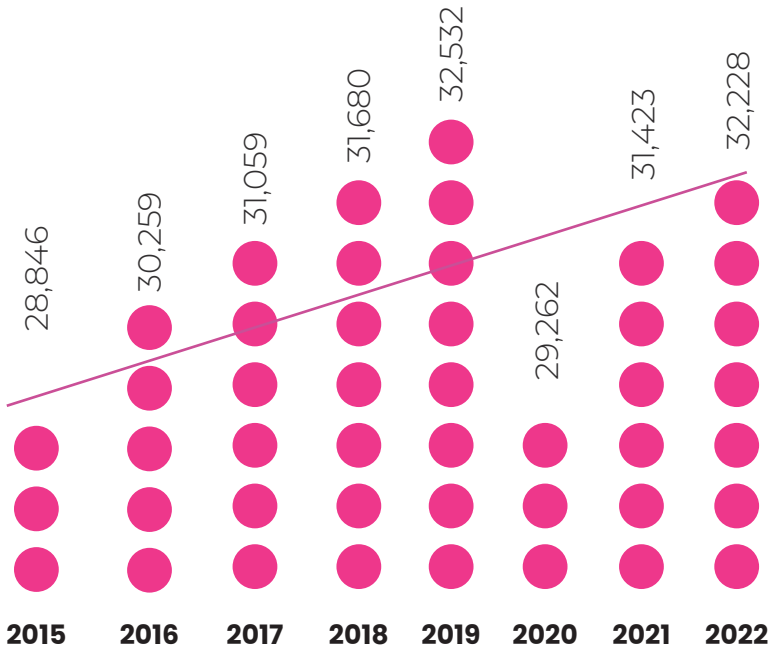
de las empresas en todo el mundo, enfrentan desafíos particulares en cuanto al acceso a programas de financiación y crédito asequible.

Otro desafío importante es fomentar la educación relacionada con carreras STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas) para las mujeres. Es fundamental la incorporación en esta área puesto que, si no, representaría la pérdida de oportunidades laborales a medida que evolucionan los puestos de trabajo en el contexto de la Cuarta Revolución Industrial (Industria 4.0), que requiere conocimientos en estas áreas.

Para el 2022, se tiene que 32,228 mujeres estaban empleadas formalmente en la industria de manufacturera local, esto representó un aumento del 12% con respecto a 2015. Significando esto que, en comparación al 2015, se crearon 3,382 nuevos puestos de trabajo. Lo cual indica que la participación de las mujeres en actividades manufactureras ha crecido de manera constante, a pesar de las medidas implementadas para combatir la propagación del COVID-19 en 2020.



GRÁFICO 21 - **CANTIDAD DE EMPLEADAS FORMALES EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA LOCAL**
VALORES EN UNIDADES, PERÍODO 2015-2022



Fuente: MICM- Estudio Participación y aportes de la mujer en la industria manufacturera local



En el año 2022, el salario promedio mensual de las mujeres empleadas formalmente en el sector manufacturero local, que incluye tanto industrias grandes como micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes), alcanzó los RD$ 37,593. Esto representa un aumento del 62% con respecto al año 2015. Para el 2022, el salario promedio mensual de las mujeres en el sector manufacturero local (RD$ 37,593) superó el salario promedio mensual de las mujeres en la economía en general, que fue de RD$ 24,384. A su vez, un total de 1,243 industrias mipymes y 19 industrias grandes son lideradas por mujeres, del total de las industrias de manufactura.

Los subsectores con mayor cantidad de industrias en los que lideran las mujeres son: Edición, Grabación, Impresión (205), Fabricación de Productos Textiles y Prendas de Vestir (204), Elaboración de Productos de Panadería (142), Fabricación de Jabones y Detergentes (87) y Fabricación de Muebles y Colchones (68).

En el año 2022, el número de empleados formales en las industrias de manufactura dirigidas por mujeres alcanzó los 8,306, indicando un aumento del 32% en comparación con el número de empleados en 2015. Incluso luego de las consecuencias negativas dejadas por el COVID-19 en los distintos sectores de la economía, para el 2022 la cantidad de empleos registrados en las industrias de manufactura lideradas por mujeres ya se había recuperado al 100.3% con respecto a los niveles promedio de 2019, antes de la pandemia, mostrando así, la solidez de este grupo de industrias.

En el año 2022, las industrias de manufactura local lideradas por mujeres que presentaron los salarios promedio mensuales más altos fueron aquellas ubicadas en los subsectores de Fabricación de Productos Farmacéuticos (RD$ 44,953.23), Edición, Grabación, Impresión (RD$ 32,861.47), Elaboración de Productos de Molinería (RD$ 24,117.65) y Elaboración de Plástico (RD$ 23,834.09).

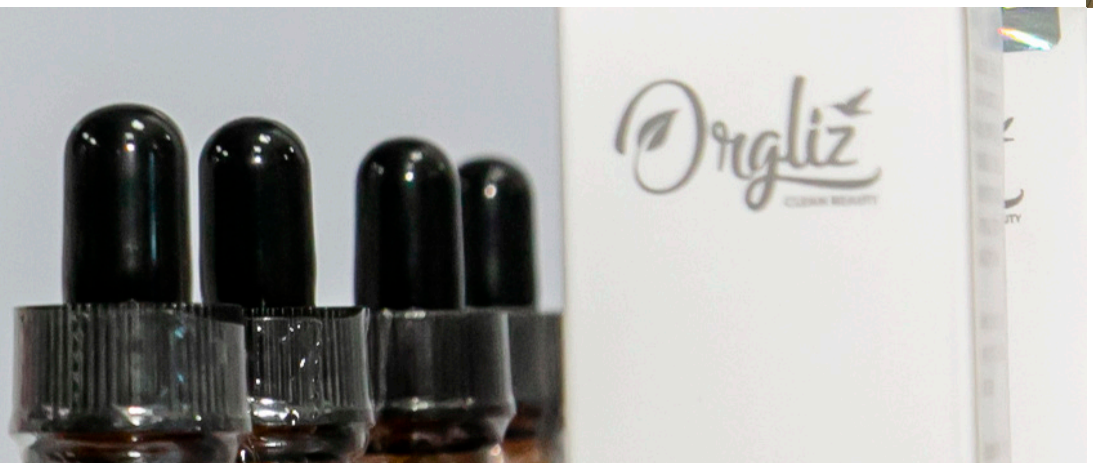


Además, las industrias de manufactura local dirigidas por mujeres que experimentaron el mayor crecimiento relativo en los salarios promedio mensuales con respecto a 2015, pertenecen a los subsectores de Elaboración de Bebidas (aumento del 135%), seguidas por Fabricación de Productos de Madera, Papel y Cartón (incremento del 97%), Fabricación de Productos Farmacéuticos (incremento del 80%) y Conservación, Producción y Procesamiento de Carne (incremento del 80%).

En lo que respecta a las ventas de las industrias de manufactura local lideradas por mujeres que están acogidas al régimen especial de zona franca industrial, estas aumentaron un 65% entre 2015 y 2022, pasando de RD$ 254.6 millones a RD$ 420.4 millones.

De igual forma, las relaciones comerciales entre estas industrias y las empresas acogidas al régimen especial de desarrollo fronterizo mostraron un incremento en ventas del 756% entre 2015 y 2022, pasando de RD$ 10.6 millones a RD$ 90.7 millones.





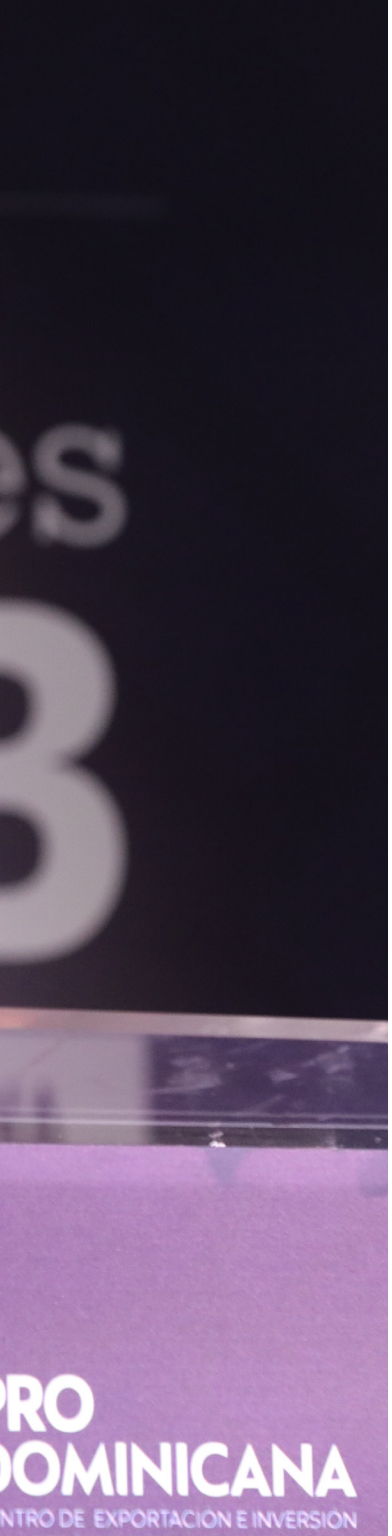
8.
INICIATIVAS PARA LA PROMOCIÓN **DE LAS MUJERES EXPORTADORAS**

8. 1. INICIATIVAS PARA LA PROMOCIÓN DE LAS MUJERES EXPORTADORAS

PAMELA COKE HAMILTON

DIRECTORA EJECUTIVA ITC





Según su experiencia, ¿Cuál es la importancia de habilitar plataformas que faciliten la participación de la mujer en los negocios?

A lo largo de mi carrera, he visto el impacto transformador de iniciativas y plataformas que permiten la participación de las mujeres en los negocios. Cuando dirigí Caribbean Export, tuve la oportunidad de presenciar de primera mano lo que estas iniciativas significaban para las vidas y los medios de subsistencia de las mujeres en toda la región, incluso a través del programa Women Empowered Through Export. Desde que asumí el liderazgo del Centro de Comercio Internacional (ITC), he visto cómo esto puede ser visto a escala internacional, a través de nuestro programa emblemático sobre mujeres y comercio, la iniciativa SheTrades, donde apoyamos a mujeres empresarias en más de 30 países alrededor del mundo.

Claramente estamos progresando, pero aún queda trabajo por hacer. La brecha de género dentro del panorama del comercio internacional sigue siendo sustancial, y las mujeres frecuentemente enfrentan barreras para acceder a capacitación adecuada, recursos, redes, inteligencia de mercado y financiamiento adecuados. Esto necesita cambiar.

Ahí es donde entran en juego plataformas como SheTrades Hubs. Estos Hubs son catalizadores del empoderamiento y hoy contamos con 17 Hubs alrededor del mundo. Los SheTrades Hubs ofrecen un apoyo crucial a las mujeres emprendedoras brindándoles un espacio para forjar nuevas conexiones y profundizar las relaciones existentes. A través de estos Hubs, las mujeres empresarias también pueden acceder a las herramientas y el conocimiento que necesitan para tener éxito en el mundo de los negocios internacionales en rápida evolución.

El liderazgo de las mujeres en el comercio internacional puede transformar todo el ecosistema económico. Por ejemplo, una investigación del ITC muestra que las empresas exportadoras dirigidas por mujeres ganan más, emplean a más personas y pagan salarios más altos que las empresas dirigidas por mujeres que no exportan. Ésta es una historia que debe compartirse en todas partes: debemos arrojar luz sobre el impresionante potencial y la resiliencia de las mujeres empresarias, junto con los inmensos beneficios que su participación en los negocios y el comercio puede aportar a sus comunidades, a la economía global y al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Entonces, con esto en mente, alentaría a las mujeres dominicanas a unirse a nosotros en el nuevo SheTrades Hub bajo la responsabilidad de ProDominicana. Este es su momento para conectar con otras mujeres influyentes y empoderadas; hacer crecer sus negocios; sumergirse profundamente en el mundo del comercio; y desbloquear una gran cantidad de oportunidades nuevas. Esperamos trabajar con ustedes y aprender de ustedes.

¿Cuáles entiende que son los principales desafíos que enfrentan las mujeres para su inserción en el mercado internacional?

Los obstáculos que enfrentan las mujeres en el comercio, particularmente en los países en desarrollo, son inmensos. Estos incluyen recursos financieros limitados; acceso limitado a oportunidades de capacitación y desarrollo de capacidades; y persistentes prejuicios de género y barreras legales, tanto a nivel local como internacional. Las mujeres empresarias también necesitan acceso a redes más sólidas y mentorías que las ayuden a navegar las complejidades del comercio internacional eficazmente. Está claro que la creación de un entorno de apoyo a través de marcos de género transformadores es necesario para empoderar a las mujeres y permitirles prosperar en los mercados internacionales. No se trata sólo de nivelar el campo de juego; se trata de liberar el potencial de las empresas dirigidas y propiedad de mujeres para impulsar cambios positivos, tanto a nivel local como internacional.

Siendo testigo del impacto de iniciativas como SheTrades, creo firmemente que brindar el apoyo adecuado a las empresas dirigidas y propiedad de mujeres es fundamental para lograr el futuro que queremos como sociedad. A través de dicho apoyo, que incluye respaldo financiero, programas de capacitación personalizados y redes de apoyo, podemos allanar el camino para un panorama empresarial internacional más inclusivo y equitativo. La República Dominicana ya se encuentra en una posición sólida para hacer realidad este sueño, dado su dinámico crecimiento económico y transformación en los últimos años, así como el alto número de mujeres en puestos de liderazgo en sus sectores público y privado.

El SheTrades Hub de República Dominicana es un paso prometedor para abordar los desafíos que enfrentan las empresas dirigidas y de propiedad de mujeres para liberar todo su potencial en el escenario global. Estoy emocionada por los cambios positivos que traerá este Hub.

¿Qué factor distintivo o diferenciador ofrece la iniciativa SheTrades para la mujer emprendedora?

Creo firmemente que la iniciativa SheTrades es un modelo de apoyo para las mujeres emprendedoras y un programa de defensa mundial del crecimiento económico inclusivo. No se trata sólo de retórica; esta iniciativa trata sobre acciones concretas. Durante los últimos ocho años, hemos visto cómo la iniciativa SheTrades se fortalece cada vez más, permitiendo un mayor acceso al mercado y brindando asistencia técnica esencial, capacitación y oportunidades de inversión a micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) dirigidas por mujeres. . Junto a socios locales, hemos establecido 15 Hubs en países, incluido el Hub de República Dominicana, junto a dos centros regionales en el Caribe y Medio Oriente, respectivamente.

Lo que realmente distingue a SheTrades es el compromiso de la iniciativa con la practicidad, la accesibilidad y las alianzas. La iniciativa conecta a empresas locales con expertos experimentados de la industria, del ITC y de nuestros socios, brindándoles a los negocios seminarios y cursos personalizados sobre temas cruciales como propiedad intelectual, preparación para las exportaciones, estándares, marketing y comercio electrónico, por nombrar algunos. Esta es una iniciativa que no sería posible sin nuestros socios, como ProDominicana, el Ministerio de Industria, Comercio y MIPYMES, y el gobierno dominicano en su conjunto, que se aseguran de que SheTrades pueda ofrecer exactamente lo que las MIPYMES locales lideradas por mujeres necesitan.

Específicamente, estos socios locales han hecho posible que SheTrades facilite eventos de mercado, apoye a las MIPYMES dirigidas por mujeres con su participación en ferias comerciales, organice capacitaciones sobre desarrollo de productos y comparta conocimientos sobre inteligencia de mercado. Si bien nuestros Hubs son locales, también están conectados a una red internacional más amplia de Hubs SheTrades, en conjunto a una base de conocimientos amplia del ITC, sobre cuáles son las mejores formas de apoyar a las MIPYMES a participar en el comercio internacional.

Por ejemplo, nuestra sede en Ginebra, Suiza, alberga una división dedicada a inteligencia de mercado, que proporciona datos valiosos que las empresas dirigidas y propiedad de mujeres pueden utilizar al tomar sus decisiones comerciales. También hemos desarrollado herramientas diseñadas específicamente para MIPYMES, como SheTrades Outlook y ITC Trade Map, y tenemos acceso a una variedad de valiosas redes en todo el mundo.

Estas oportunidades ahora están al alcance de todas las empresarias dominicanas a través del nuevo SheTrades Hub, y espero ver cómo estas MIPYMES dirigidas y de propiedad de mujeres utilizan este conocimiento y estas conexiones en su trabajo diario, mientras nosotros aprendemos de estas empresas sobre lo que funciona bien y lo que podemos hacer mejor.

¿Qué puede esperar la mujer dominicana con la implementación en el país del Hub SheTrades?

El nuevo SheTrades Hub en República Dominicana tiene como objetivo lograr una transformación a gran escala del entorno empresarial. Al apoyar el empoderamiento de las mujeres empresarias en su participación en el comercio, el Hub tiene como objetivo ayudar a promover el crecimiento económico inclusivo en el país y a nivel internacional. Como parte de su enfoque holístico, el Hub brindará apoyo para el desarrollo de capacidades a las MIPYMES dirigidas y propiedad de mujeres, especialmente en las áreas de competitividad, marketing y marca, habilidades digitales y prácticas sostenibles. El Hub también brindará asistencia técnica, capacitación, creación de redes, actividades de generación de negocios y oportunidades de inversión y exportación. Además, el Hub conectará a las MIPYMES dirigidas y propiedad de mujeres con ferias comerciales internacionales, misiones comerciales y oportunidades directas B2B. El Hub también tiene como objetivo promover la contratación pública con perspectiva de género en el país.

En esencia, el Hub de SheTrades en República Dominicana constituye una misión que se alinea profundamente con nuestra visión en el Centro de Comercio Internacional.

Se trata de lograr un comercio conectado, sostenible e inclusivo que mejore la calidad de vida de todos los dominicanos, principalmente a través del empoderamiento económico de las mujeres. A través de este Hub, pretendemos ver un efecto dominó en el que las empresarias empoderadas no solo tengan éxito en el comercio, sino que transformen sus comunidades y ayuden a acercar al mundo al cumplimiento de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

En su experiencia internacional, y como mujer caribeña, ¿cuál es su recomendación para avanzar en el ODS No. 5, contentivo a la igualdad de género?

Como orgullosa defensora de la igualdad de género, particularmente en el contexto del Caribe, estoy profundamente comprometida con el avance del Objetivo de Desarrollo Sostenible 5 (ODS 5) de las Naciones Unidas sobre igualdad de género. Si bien la República Dominicana ya ha logrado avances encomiables en el empoderamiento económico de las mujeres, debemos asegurarnos de que este impulso continúe. Para reforzar la posición de las mujeres empresarias, nuestra investigación muestra que existen importantes promesas en ciertas áreas estratégicas, como la contratación pública, la digitalización y la diversificación con perspectiva de género. Debemos buscar activamente iniciativas personalizadas y adoptar marcos inclusivos que aborden los desafíos que enfrentan las mujeres cuando participan en negocios. Además, los formuladores de políticas deben priorizar medidas que permitan una mayor transparencia y rendición de cuentas, particularmente considerando cómo incorporar indicadores de género al monitorear políticas y proyectos.

Los formuladores de políticas deben identificar y eliminar las barreras que impiden que las mujeres participen en actividades económicas productivas, al mismo tiempo que elaboran políticas diseñadas para empoderar a las mujeres para participar en negocios y comercio. Esto puede y debe incluir la integración de las cuestiones de género en los acuerdos comerciales, la realización de evaluaciones del impacto de género antes y después de los acuerdos comerciales y la implementación de mecanismos para recopilar datos desglosados por género.

¿Cómo se posiciona República Dominicana, de manera general, con la evaluación realizada en el SheTrades Outlook?

A principios de este año, el ITC lanzó SheTrades Outlook en la República Dominicana. Entre marzo y julio de 2023, el ITC recopiló datos de 21 instituciones de los sectores público y privado del país para evaluar el entorno de políticas para las mujeres en los negocios y el comercio.

Vimos que la República Dominicana ha logrado avances sustanciales en la creación de un ecosistema de políticas propicio para las mujeres en los negocios y el comercio. El país obtuvo una puntuación especialmente alta en acceso a financiación, seguido de acceso a habilidades, marco legal y regulatorio y entorno empresarial. Los pilares que mostraban mayor margen de mejora eran la política comercial, el trabajo y la sociedad.

Aquí hay algunas historias de éxito de la República Dominicana hasta el momento:

- En primer lugar, el gobierno adoptó el Plan Nacional de Igualdad y Equidad de Género 2020-2030, que pone de relieve la acción colectiva de ministerios y agencias;
- En segundo lugar, el gobierno ha puesto en marcha una Estrategia Nacional de Inclusión Financiera y ha desarrollado instrumentos financieros para apoyar a las mujeres empresarias;
- En tercer lugar, la República Dominicana está brindando diversas oportunidades de capacitación para trabajadores y empresarios, algunas de ellas diseñadas específicamente para mujeres;
- Cuarto, el gobierno ha puesto en marcha un plan preferencial para las empresas dirigidas por mujeres en la contratación pública, como se establece en su Ley de MIPYMES; y
- Quinto, el gobierno está incluyendo a las asociaciones de mujeres empresarias en las consultas sobre políticas comerciales.

Estos son avances prometedores, pero aún queda trabajo por hacer para incorporar aún más la perspectiva de género en la política comercial. A continuación, se muestran algunos ejemplos, basados en nuestra investigación y experiencia, sobre cómo se podría hacer esto:

- Primero, el gobierno puede incluir consideraciones de igualdad de género en futuros acuerdos comerciales regionales (ACR), dado que sólo tres de seis ACR abordan cuestiones de género;
- En segundo lugar, el gobierno puede realizar evaluaciones ex post y ex ante del impacto de género de sus acuerdos comerciales, permitiendo a la República Dominicana comparar los resultados antes y después de que estos tratados entren en vigor;
- En tercer lugar, el gobierno puede utilizar indicadores de género para monitorear y evaluar los resultados de las políticas comerciales, ayudándoles a desarrollar una mejor idea de lo que estos resultados significan, específicamente para las empresas de mujeres;
- Cuarto, el gobierno puede adoptar la definición reconocida internacionalmente de empresa dirigida o propiedad de mujeres, según lo prescrito en el Acuerdo de Taller Internacional IWA 34.



El ITC está dispuesto a trabajar junto con la República Dominicana para mejorar aún más el entorno político para las mujeres en los negocios y el comercio. Específicamente, podemos colaborar en lo siguiente:

- Promover mejores datos sobre comercio y género: aliento a la República Dominicana a inspirar a otros países a participar en SheTrades Outlook y promover la formulación de políticas basadas en evidencia.

- Abogar globalmente por la necesidad de una contratación pública con perspectiva de género: invitar a los ministerios responsables de comercio y finanzas públicas a ampliar sus ya innovadores programas dirigidos a las MIPYMES locales para que cooperen con el ITC, se comprometan y se unan a nosotros para incorporar a otros países en este movimiento.

- Adoptar la definición reconocida internacionalmente de empresa dirigida o propiedad de mujeres: el ITC está disponible para apoyar y realizar consultas con las partes interesadas sobre los beneficios de utilizar definiciones estándar sobre emprendimiento femenino y cómo las instituciones pueden utilizarlas en sus operaciones.

- Compartir y aprender de buenas prácticas sobre la incorporación de contratación con perspectiva de género: insto a la República Dominicana a compartir buenas prácticas con países de todo el mundo a través del Network de SheTrades Outlook, un grupo de funcionarios gubernamentales a nivel global que se reúnen periódicamente a través de talleres de aprendizaje entre pares.



8.2. INICIATIVA SHETRADES

El Centro de Comercio Internacional (ITC, por sus siglas en inglés), ha puesto a disposición de los países, principalmente en aquellos donde se observa una participación limitada de la mujer en actividades económicas, la plataforma de apoyo denominada SheTrades, cuyo propósito es eliminar ciertas barreras que dificultan la participación de las mujeres en el comercio internacional, y reducir la brecha de género observada en dicho entorno.

En ese sentido, SheTrades ha construido múltiples alianzas con el sector público y privado, encaminadas al fortalecimiento de las habilidades y destrezas de la mujer emprendedora que le permitan impulsar su empoderamiento para un mejor aprovechamiento de las oportunidades existentes en torno a la comercialización de bienes y servicios en el mercado internacional, en un entorno global caracterizado por su dinamismo y por la necesidad de adaptación de manera competitiva al continuo desarrollo tecnológico y a los sistemas de información que permiten una mayor integración de los mercados.

Desde su lanzamiento en 2015, SheTrades ha ejecutado diversos proyectos enfocados en brindar asistencia técnica y apoyar a las mujeres emprendedoras; en ese sentido, SheTrades promueve el acceso a financiamiento y mercados, mediante el fortalecimiento de capacidades, la creación de alianzas, uso de herramientas digitales, participación en los procesos de contratación pública; a lo cual se agrega el apoyo a gobiernos e instituciones privadas en la creación de políticas con perspectiva de género. (ITC)

Para alinear los objetivos de la Iniciativa SheTrades con las necesidades y prioridades de cada país, ITC ha identificado entidades cuya misión institucional está estrechamente vinculada con el desarrollo del comercio exterior, y que dispongan de una sólida red de apoyo y asistencia a micro, pequeñas y medianas empresas lideradas por mujeres. Estas entidades son establecidas como Hubs o instituciones anfitrionas, y se desempeñan como plataformas descentralizadas a través de las cuales la Iniciativa realiza intervenciones. (ITC SheTrades, 2023)

Se trata pues, de un complemento a las acciones ejecutadas desde los gobiernos para reducir la brecha de género, en favor de una mayor participación de la mujer en los procesos de producción, distribución, comercialización de bienes y servicios, y exportaciones; y, a su vez, promover un incremento de la rentabilidad de las empresas lideradas por mujeres que, a largo plazo, resultan en una mejor calidad de vida y en un incremento en el bienestar nacional.

Actualmente, la iniciativa ITC SheTrades cuenta con diecisiete (17) Hubs distribuidos en África, Asia, Latinoamérica y El Caribe, operando desde instituciones estatales y asociaciones del sector privado (ITC SheTrades, 2023). Estas son:

- Indonesia, Womanpreneur Community
- Filipinas, DTI Export Marketing Bureau (EMB)
- Vietnam, Vietnam Trade and Promotion Agency
- Bangladesh, Small and Medium Enterprise Foundation
- Mongolia, Mongolian National Chamber of Commerce and Industry
- Argentina, Agencia Argentina de Inversión y Comercio Internacional
- Trinidad y Tobago, National Export Facilitation Organization of Trinidad and Tobago (ExporTT)
- Uruguay, Unión de Exportadores de Uruguay
- Hub regional del Caribe, Caribbean Development Bank
- República Dominicana, Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (ProDominicana)
- Kenia, Absa Bank Kenya
- Nigeria, Nigerian Export Promotion Council
- Rwanda, Private Sector Federation (PSF) Specialized Clust
- Medio Oriente y África del Norte, Dubai Industries and Exports
- Sudáfrica, Small Enterprise Development Agency (SEDA)
- Gambia, Ministry of Trade, Industry, Regional Integration and Employment (MOTIE)
- Mauricio, Economic Development Board of Mauritius

En el caso de República Dominicana, el ITC ha seleccionado al Centro de Exportación e Inversión, ProDominicana, como la entidad anfitriona o Hub de SheTrades a nivel nacional, instaurado con el propósito de promover oportunidades y financiamiento para las actividades comerciales de las empresas dominicanas lideradas por mujeres, ofrecer capacitación en lo relativo a economía sostenible, y entrenamientos sobre identificación de mercados para la colocación de sus productos en el exterior.



En el caso de República Dominicana, el ITC ha seleccionado al Centro de Exportación e Inversión, ProDominicana, como la entidad anfitriona o Hub de SheTrades a nivel nacional, instaurado con el propósito de promover oportunidades y financiamiento para las actividades comerciales de las empresas dominicanas lideradas por mujeres, ofrecer capacitación en lo relativo a economía sostenible, y entrenamientos sobre identificación de mercados para la colocación de sus productos en el exterior.

Para apoyar a los países a promover y facilitar la participación de la mujer en las actividades económicamente productivas, los SheTrades Hubs reciben apoyo del ITC para promover el empoderamiento de las empresas lideradas por mujeres en los siguientes aspectos:

I. Integración a la red internacional SheTrades Hub: SheTrades facilita la posibilidad de que las mujeres empresarias conecten con mujeres emprendedoras de otros países, creando así un espacio idóneo para compartir experiencias y aprender de prácticas efectivas de desarrollo empresarial. Del mismo modo, permite que las instituciones de apoyo empresarial compartan entre sí iniciativas, proyectos y programas para brindar soporte a las mujeres en el comercio exterior.

II. Acceso a herramientas y recursos. El ITC ofrece diversas herramientas para facilitar la participación de la mujer en el mercado internacional e identificación de oportunidades potenciales; de igual manera, elabora informes que detallan la importancia de promover el empoderamiento económico de las mujeres, la contratación pública con perspectiva de género, facilitación de inversión, incorporación de perspectiva de género en los acuerdos comerciales y políticas comerciales, incluyendo recomendaciones a países y a organismos multilaterales relacionados con el comercio internacional.



III. Desarrollo de capacidades. SheTrades brinda oportunidades de acceso exclusivo a capacitaciones y a entrenamientos virtuales enfocados en el desarrollo de habilidades, manejo de herramientas digitales, competitividad, gestión de riesgo empresarial, preparación para exportar, y herramientas de inteligencia de mercados y sostenibilidad. Los Hubs difunden esos programas de formación con las empresas lideradas por mujeres de sus países.

En adición a esto, a través del portal web SheTrades Academy42, la mujer emprendedora puede acceder a múltiples programas asincrónicos gratuitos sobre el entorno comercial internacional, cadenas de valor, competitividad, mercados de exportación, comercio electrónico para vender sus productos en línea, procedimientos para exportar; brindando también la oportunidad de utilizar herramientas de autoevaluación para diagnosticar necesidades de capacitación, así como métodos de evaluación de riesgos y gestión de crisis en sus negocios.



IV. Desarrollo de actividades empresariales. A través de los Hubs, SheTrades canaliza apoyo y orientación a empresas lideradas por mujeres de los diferentes países para su participación en ferias comerciales regionales e internacionales y misiones, propiciando la creación de oportunidades comerciales.



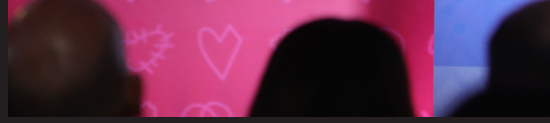
IV. Acceso a financiamiento. La iniciativa SheTrades permite que las emprendedoras de países en vías de desarrollo puedan acceder a información acerca de oportunidades de financiamiento disponibles a través del proyecto SheTrades Invest, que contempla eventos, actividades y una plataforma en línea (https://shetradesinvest.converve.io/) para conectar a empresas dirigidas por mujeres o pymes que benefician las mujeres elegibles, con proveedores de capital.

Entre las instituciones financieras aliadas de SheTrades Invest, se encuentra la Fundación Microfinanzas BBVA, que dirige oportunidades de financiamiento a empresas de Chile, Colombia, Perú y República Dominicana. Para conectar con este socio financiero, las empresas lideradas por mujeres (al menos un 25% es propiedad de una o más mujeres, cuya gestión está cargo de una o más mujeres) deben: (i) registrarse a través del enlace shetrades.com; (ii) seguir el enlace de registro interno para SheTrades Invest; (iii) completar su información financiera en SheTrades Invest, para explorar las oportunidades que ofrece y generar un primer contacto con la entidad proveedora de capital.

Además, SheTrades Invest posee capacitaciones enfocadas en finanzas e inversiones y promueve la inclusión de una perspectiva de género en los esquemas nacionales de financiamiento, orientando al mismo tiempo a las mujeres a comprender sus necesidades financieras y aprender a gestionar negociaciones con inversionistas.




PRO
DOMINICANA
CENTRO DE EXPORTACIÓN E INVERSIÓN
DE LA REPÚBLICA DOMINICANA
International
Trade
Centre
SheTrades



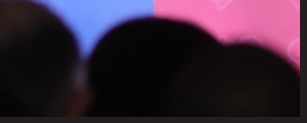

ANDO MUJERES EMPRESAR
heTrades


PRO
DOMINICANA
International
Trade
Centre
SheTrades
HUB
EN REPÚBLICA DOMINICANA


TANDO MUJERES
heTrad


CONECTANDO MUJERES EMPRESARIAS
SheTrades









SheTrades Outlook

Es oportuno destacar que, en el marco de SheTrades, el Centro de Comercio de Internacional ha priorizado la necesidad de promover la integración de una perspectiva de género en las políticas públicas y de gestionar datos desglosados, que permitan comprender los obstáculos existentes e identificar las iniciativas, leyes y programas que facilitan o restringen la participación de la mujer en las actividades socioeconómicas.

Por esta razón, SheTrades ha creado la herramienta SheTrades Outlook, con el propósito de identificar obstáculos y promover la creación de un ecosistema propicio para la inclusión de la mujer en la sociedad, proporcionando al gobierno y al sector privado las herramientas y la información para crear políticas que consideren las cuestiones de género. Asimismo, ofrecer una plataforma para que los gobiernos trabajen de forma colectiva y compartan las mejores prácticas.

SheTrades Outlook[42] evalúa la situación de la mujer en los países, a través de consultas nacionales a organizaciones públicas y privadas, recolectando datos en torno a seis pilares: (i) trabajo y sociedad, (ii) política comercial, (iii) marco legal y regulatorio, (iv) entorno empresarial, (v) acceso a habilidades y (vi) acceso a financiación, con una medición basada en 55 indicadores, que a su vez contienen subindicadores (ITC, 2020). Actualmente, la herramienta cuenta con datos de cincuenta y dos (52) países desarrollados y en vías de desarrollo que integran la plataforma, permitiendo comparar o agrupar por regiones, y subregiones.

En el 2023, República Dominicana fue incorporado a la referida herramienta, para evaluar la integración de la perspectiva de género en políticas y actividades socioeconómicas, a partir de consultas realizadas a 17 organismos gubernamentales y 4 entidades del sector privado.

Este levantamiento arrojó resultados sobresalientes, posicionando al país como un referente en la región respecto a la creación e implementación de proyectos y marcos legales con perspectivas de género[43], especialmente, en los temas relacionados con acceso a financiación, acceso a habilidades, marco legal y entorno empresarial, destacando la disponibilidad de datos desglosados por sexo, la aplicación de convenios internacionales en materia de género, estrategias de inclusión financiera, existencia de servicios de apoyo para la creación de empresas, acceso a información comercial pertinente, asistencia en el cumplimiento de requisitos para exportar e importar, así como oportunidades de formación y capacitación para facilitar el acceso a mercados.

Además, el ITC ha destacado buenas prácticas en República Dominicana en materia de contratación pública para mipymes dirigidas por mujeres, promoción de las mujeres emprendedoras en el sector industrial y de servicios, acceso a oportunidades de financiamiento y fomento de las mujeres exportadoras en el país.

42 Herramienta SheTrades Outlook.

43 Resumen de políticas de República Dominicana. SheTrades Outlook.

8.3. PROGRAMAS DE APOYO A MUJERES EN ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS
COOPERACIÓN Y MERCADOS FINANCIEROS PARA LAS EXPORTACIONES



MARÍA TERESA FERREIRO DÍAZ

VICEPRESIDENTA DE NEGOCIOS BANDEX

¿Cómo apoya a la mujer desde la institución que representa?

Tenemos un enfoque claro y preciso con nuestro programa de apoyo a la Mujer Exportadora, en el cual todas las empresas lideradas por mujeres o personas físicas con actividad empresarial exportadora o que pertenezca a la cadena de exportación pueden tener un acercamiento con nosotros con la finalidad de optar por un financiamiento que contribuya a optimizar el desempeño de sus actividades habituales o incremento de las mismas; también para nosotros es de mucha importancia y gran peso aquellas entidades en las que su capital humano sea compuesto en sus mayoría por el género femenino.

¿Cómo valora el desempeño que ha tenido la mujer en el ámbito comercial?

El desempeño que la mujer ha tenido a través de los años ha sido extraordinario y en ascenso constante, sin dudas las mujeres hemos logrado méritos y grandes resultados gracias a nuestro estilo de liderazgo, disciplina, enfoque, compromiso, determinación y la dirección oportuna que nos caracteriza, es muy visible a todos los niveles la presencia de la mujer, desempeñando un rol activo en puestos de liderazgo y toma de decisiones, siendo cada vez más notable que los esfuerzos y las oportunidades que nos hemos labrado son evidentes, no solo en el ámbito comercial, sino también en la mayoría de los sectores, podemos apreciar trayectorias profesionales extraordinarias e intachables, siendo esto un legado importante del género a la sociedad dominicana y un reto para las nuevas generaciones.





OLAYA DOTEL

VICEMINISTRA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL

¿Cómo apoya a la mujer desde la institución que representa?

El Viceministerio de Cooperación Internacional, como entidad coordinadora del Sistema Nacional de Cooperación Internacional para el Desarrollo (SINACID), impulsa desde su accionar las políticas y objetivos establecidos en la Estrategia Nacional de Desarrollo, el Plan Nacional Plurianual del Sector Público y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. De manera particular, se ha dado un lugar central a mejorar la calidad de vida de la población y la sostenibilidad ambiental, mediante la promoción del cierre de brechas sociales, económicas y territoriales, con especial atención a aquellas generadas por las desigualdades de género.

Al respecto, desde las distintas competencias de este Viceministerio de Cooperación se desarrollan acciones para asegurar el cumplimiento de los derechos de las mujeres.

A nivel de políticas y regulación de procedimientos:

Fue promulgada en 2022 la Resolución 17-22 que establece el procedimiento operativo y criterios de obligatoriedad para la emisión de No Objeción SINACID a proyectos de cooperación internacional no reembolsable, que incluye como principio de evaluación la inclusión de la perspectiva de género.

Se elaboró el primer Plan Nacional Plurianual de Cooperación Internacional (PNPCI) 2023-2026, el cual busca instrumentar la cooperación como catalizadora de transformaciones e impulsora de temas claves de desarrollo. El mismo establece como prioritarias las iniciativas que como tema principal aborden las desigualdades de género, así como aquellas que incluyan el género como una dimensión o eje transversal en el marco de intervenciones centradas en diversos tópicos, también priorizados.

El PNPCI también incluye una cartera con propuestas de perfiles de proyectos, que incluye al menos 4 orientados a promover la inclusión y los derechos de las mujeres, así como la no violencia, a saber:



Asistencia técnica para el diagnóstico y desarrollo de programas educativos orientados a la implementación de los empleos verdes para mujeres en zonas rurales.



Inserción de niñas y adolescentes en las carreras y ocupaciones asociadas a la Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas (CITM).



Diseño e implementación de un programa de capacitación en materia de derechos humanos y perspectiva de género desarrollado a través de la Escuela de Igualdad de Género de la República Dominicana.



Fortalecimiento del programa "Juventudes Integrales", que incide en problemáticas como embarazos en la adolescencia, uniones tempranas y la violencia.



Programa de formación y acceso a servicios de atención psicológica para miembros de las instituciones castrenses a los fines de prevenir y reducir la violencia intrafamiliar.

La perspectiva de género ha sido incluida en los instrumentos operativos que facilitan la implementación de la norma y el plan antes citado, como son el formulario de presentación de iniciativas que requieren apoyo del MEPyD para gestión de cooperación y el formulario que verifica en la etapa final de formulación de las iniciativas el cumplimiento de criterios para la No Objeción SINACID.

Para fortalecer las capacidades del personal de cooperación en materia de género, se encuentra en proceso de revisión una guía metodológica para la inclusión de la perspectiva de género en los proyectos de cooperación internacional no reembolsable.

A nivel de iniciativas y marcos de cooperación:

Para el período 2020-2023 se registran en el Sistema de Información del SINACID 40 iniciativas de cooperación que abordan temas de género. En conjunto, estas intervenciones aportan RD$1,976.7 millones de recursos no reembolsables, incidiendo en los sectores de protección social, salud, educación, medio ambiente, MIPyMES, Turismo, entre otros. Estas iniciativas promueven el aumento de la participación de la mujer en los sistemas productivos y de gobierno, la empresarialidad femenina, así como la prevención y eliminación de la violencia contra la mujer, incluyendo la violencia patrimonial y económica.

Un ejemplo claro de la confluencia entre la cooperación y el Gobierno dominicano en torno al compromiso de cerrar las brechas de género, son los resultados de la evaluación final del Marco de Asociación País 2019 – 2022 con la Agencia de Cooperación Española (AECID). Dicha evaluación arroja que el ODS 5 - Igualdad de Género - concentró la mayor parte de la Ayuda Oficial al Desarrollo (AOD) desembolsada desde España a República Dominicana, con un 44% de las iniciativas que tuvo como orientación principal el tema de género y un 35% la tuvo una orientación significativa. Esto significa que cerca del 80% de los programas y proyectos de cooperación se orientaron al tema de género, destacándose el desarrollo de capacidades y participación en el sector productivo de la mujer dominicana. En efecto, de los 55 millones de euros contemplados por el Marco de Asociación País 2019 – 2022, más de la mitad fue desembolsado en aspectos relacionados con la igualdad de género.





El Marco de Cooperación Técnica y Financiera no Reembolsable con Corea también evidencia la relevancia en la agenda de cooperación de asegurar los derechos de las mujeres para un desarrollo inclusivo y sostenible. Este Marco tiene entre sus Resultados de Desarrollo País la igualdad de género, el empoderamiento de la mujer, la no violencia y la prevención del embarazo en adolescentes y uniones tempranas. Corea ha apoyado a la República Dominicana en la implementación de programas educativos y tecnológicos, así como en la construcción de infraestructuras de transporte, energía y comunicaciones; además, se ha brindado asistencia técnica en el ámbito de la salud y la formación de personal especializado. En todos estos casos la transversalidad de género se presenta como una solución al cierre de las brechas de desigualdad que aún persiste en materia de género. En función del volumen de recursos de cooperación no reembolsable, las iniciativas clasificadas a género tienen una participación importante con un 12.1%

En cuanto a las iniciativas concretas que reciben acompañamiento directo por parte de las direcciones de cooperación del VIMICI, compartimos algunos ejemplos de como incorporan la perspectiva de género e impulsan los derechos de las mujeres:

- El Programa de Apoyo Presupuestario: Coordinación en la Prevención de la Violencia de Género en línea con los Objetivos De Desarrollo Sostenible (ODS) en República Dominicana (C-PREV), financiado por la Unión Europea, tiene por objetivo contribuir a la reducción efectiva de la violencia de género y de la desigualdad en la República Dominicana a través de mejorar los marcos estratégicos, jurídicos e institucionales y el acceso a servicios de prevención para las mujeres y las niñas.

- El Programa de Apoyo a la Reforma de la Administración y de las Finanzas Públicas y la Movilización de Recursos Internos en República Dominicana (PROGEF), busca "fortalecer la gestión sostenible de las finanzas públicas, la asignación de recursos en línea con las prioridades de desarrollo nacional y conducentes con una distribución más equitativa de los ingresos nacionales", uno de sus indicadores es "contrataciones públicas con enfoque de género", con el objetivo de incrementar el porcentaje de mujeres que han sido adjudicadas con contratos de compras y contrataciones públicas. Durante la ejecución de este programa se aumentó el porcentaje de mujeres que acceden a contratos con el estado en un 47.60%, logrando una mayor participación de la mujer y de las PyMES lideradas por mujeres.

- El Proyecto de Inclusión Productiva y Resiliencia de Las Familias Rurales Pobres (PRORURAL Inclusivo y Resiliente), que contribuye a promover actividades generadoras de ingresos y la seguridad alimentaria y nutricional de las familias rurales. Realizó una estrategia de género, donde se priorizan acciones de discriminación positiva e incentivos para incluir a las mujeres en actividades que generen ingresos. Para lograr una mayor participación y empoderamiento de las mujeres, PRORURAL promueve organizaciones/grupos específicos de mujeres y organizaciones/grupos mixtos liderados por una o más mujeres.

  Para la selección de los beneficiarios de este proyecto, que cuenta con inversión financiera en planes de negocios, se tiene como requerimiento que por lo menos 30% de las Organizaciones Económicas Rurales beneficiarias tengan una membresía femenina de al menos 40% del total. Además, se da prioridad a grupos/ organizaciones que incluyan a las mujeres más vulnerables: sin tierra, menor educación, sin acceso a servicios y jefas de hogar.

- Otro proyecto novedoso, por lo que ha implicado en la elaboración de políticas que atiendan la violencia de género en el orden patrimonial y económico, es el proyecto Comunidades de Cuidado: Diseño e Implementación del Piloto de Política Nacional de Cuidados en Territorios Priorizados de República Dominicana ante el Fondo ODS¨ con el objetivo de reducir la brecha entre la demanda y la oferta pública en servicios de cuidado e impulsar la inserción laboral digna de cuidadoras y cuidadores certificados, potenciando las capacidades de cada territorio y garantizando la inserción efectiva de mujeres al mundo laboral, pero también buscando equidad en las tareas de cuidado de los hogares dominicanos.

- Por su parte, el apoyo presupuestario de la Unión Europea "Transición hacia una economía más verde e inclusiva", en proceso de formalización, tiene como objetivo general contribuir a una transición económica más verde, sostenible e inclusiva en la República Dominicana apoyando la aplicación de las prioridades correspondientes del Plan Nacional Plurianual del Sector Público (PNPSP). En este sentido, sus objetivo específicos son: (a) Desarrollar el entorno empresarial y la competitividad de las MIPYMES, mejorando las prácticas de producción sostenibles y ecológicas, con especial atención a las mujeres y los jóvenes, y con un enfoque territorial, y (b) Reforzar la gestión sostenible de las finanzas públicas, que asigna recursos en función de las prioridades del desarrollo nacional y propicia una distribución equitativa de la renta nacional, incluida la transición hacia una gestión de las finanzas públicas ecológica y la gestión de las finanzas públicas a nivel local.

  Dentro de sus resultados se busca mejorar la prestación a nivel local y nacional de servicios de apoyo a las MIPYMES (formación en asistencia técnica, vínculos empresariales, acceso a la financiación, formalización empresarial, prácticas de producción limpia, economía circular, análisis del sector de género), en particular para las mujeres y los jóvenes; desarrollo de capacidades en materia de producción limpia y normas fitosanitarias, facilitación del acceso a los mercados, en particular a la UE.

- Desde el marco de la Cooperación Sur-Sur, el Viceministerio de Cooperación Internacional (VIMICI) promueve la colaboración y el intercambio de recursos, conocimientos y experiencias con un enfoque en la promoción e igualdad de género y empoderamiento de las mujeres. Dentro de los mecanismos utilizados actualmente para apoyar estas iniciativas se encuentran:



Intercambio de buenas prácticas



Investigación y análisis



Políticas y marcos legales



Capacitación y desarrollo de capacidades



Programas de empoderamiento económico



Redes de apoyo



Acceso a recursos y financiamientos



Sensibilización y promoción



Acceso a mercados internacionales

¿Cómo valora el desempeño que ha tenido la mujer en el ámbito comercial?

La participación y el empoderamiento económico de las mujeres en la economía es esencial para el crecimiento y el desarrollo de los países. La necesidad de cerrar las brechas económicas y políticas de las sociedades en función del género es un imperativo que no puede ser dilatado. Adicionalmente es importante resaltar que según se ha constatado en diversos estudios se ha demostrado de forma empírica que la diversidad en las empresas, especialmente con la inclusión de las mujeres genera mayores niveles de productividad y por lo tanto hace que las empresas sean más competitivas, generando mayores niveles de ingreso y mejoras en el capital económico de los países.

En nuestro país, es notable el avance de las mujeres en puestos de liderazgo, sobre todo del liderazgo comercial y económico en empresas. Sin embargo, todavía hay brechas que cerrar y techos que romper, en especial en cuanto a la participación política y económica de la mujer que genera vulnerabilidad, dependencia y en muchos casos violencia económica ejercida en contra de ellas.

Espacios como éste, que visibilizan la participación de las mujeres en ámbitos comerciales y económicos son necesarios para promover mayor participación de las mujeres en la economía, pero también para trazar estrategias que atinen al cierre de las brechas de género en función de temas económicos, políticos y sociales.



INKA MATTILA

REPRESENTANTE RESIDENTE, PNUD REPÚBLICA DOMINICANA

¿Cómo apoya a la mujer en exportación desde la institución que representa?

Desde el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), promovemos el empoderamiento de las mujeres y abogamos por la igualdad de género como precondición necesaria al desarrollo humano sostenible. Según nuestro reciente Informe global de Desarrollo Humano 2021/22, la República Dominicana continúa perdiendo un 42.9% de su potencial de desarrollo humano por las persistentes desigualdades de género que enfrentan las mujeres. El Índice de Desigualdad de Género sitúa al país en el puesto 106 de 170 países, con una tasa del 0.429, valor que presenta un nivel de desigualdad superior a la media latinoamericana.

Fomentar la participación económica de las mujeres en las exportaciones aporta a la reducción de esta brecha. En el PNUD, reconocemos que el empoderamiento económico de las mujeres y la mejora de la productividad dependen en gran medida de acciones que impulsen su incorporación a cadenas de valor nacionales e internacionales, y que promuevan su capacitación en áreas relacionadas; por esto, como agencia de desarrollo de las Naciones Unidas presente en 170 países, ponemos a disposición del Estado dominicano nuestra red de conocimiento nacional, regional y global para acompañar la formulación e implementación de políticas públicas y acciones estratégicas que garanticen la inclusión de la mujer en el comercio, con los medios digitales como catalizadores de la Agenda 2030.

Como parte de los resultados concretos de estos esfuerzos, en colaboración con ProDominicana y otras instituciones público y privadas nacionales, el país cuenta con un Mapa de Inversión ODS, el cual identifica 19 áreas de inversión con perspectiva de género orientadas al desarrollo de modelos de negocios aceleradores de los ODS en diversos sectores productivos. Este mapa fue desarrollado con una metodología global del PNUD implementada en 35 países, con más de 500 áreas de oportunidades inversión identificadas a nivel mundial.

Nos esforzamos además en fomentar el comercio bilateral con países como Finlandia, colaborando desde 2021 con el Ministerio de Asuntos Exteriores finlandés y Finnpartnership para generar espacios de intercambio, entre más de 60 empresas de origen finlandés y dominicano, bajo la metodología SDG Booster, enfocada en capitalizar oportunidades de negocios sostenibles. Con ProDominicana, estaremos replicando estos esfuerzos para fortalecer el posicionamiento internacional de mipymes exportadoras de mujeres dominicanas en áreas de cosméticos y moda sostenible, entre otros, abriéndoles las puertas a nuevos mercados.

Desde PNUD tenemos el firme compromiso de seguir trabajando y acompañando estos esfuerzos a fin de canalizar resultados concretos que refuercen el rol de las mujeres en las exportaciones y el mercado internacional, y propiciar un desarrollo social y económico resiliente e inclusivo, sin dejar a nadie atrás.





ROSANNA RUIZ

PRESIDENTA EJECUTIVA, ASOCIACIÓN DE BANCOS MÚLTIPLES DE LA REPÚBLICA DOMINICANA (ABA)

¿Cómo apoya a la mujer en exportación desde la institución que representa?

La Asociación de Bancos Múltiples de la República Dominicana (ABA), en línea con sus objetivos estratégicos, centrados en promover políticas y programas que fomenten una economía más sostenible e inclusiva, ha puesto en marcha diversas iniciativas con el propósito de generar un impacto sostenible y positivo en los niveles de inclusión y empoderamiento financiero de las mujeres.

En este contexto, ABA lidera el innovador proyecto piloto "Women Entrepreneurs Financial Code". Este piloto se centra en profundizar la comprensión de los datos desglosados por género y en su utilización para desarrollar productos, servicios y políticas que impulsen el financiamiento de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) lideradas por mujeres. El mismo se llevará a cabo a través de una estrecha colaboración entre reguladores, asociaciones y líderes del sector privado, involucrando a diversos participantes y formando coaliciones a nivel nacional para garantizar su éxito. Cabe destacar que es la primera vez que este piloto se ejecuta fuera del Reino Unido.

Este ambicioso esfuerzo busca impulsar un cambio sistémico en un contexto donde aún persisten las brechas del mercado. Su enfoque se basa en una promesa voluntaria que los proveedores de servicios financieros hacen para respaldar el objetivo de cerrar las brechas de financiamiento de las MIPYMES lideradas por mujeres. El Código implica un compromiso real en tres áreas clave:



Liderazgo



Recopilación de datos



Ejecución de acciones

La colaboración público-privada es un elemento fundamental para la ejecución del Código. Esta fortalece el compromiso, genera impulso y fomenta el aprendizaje e innovación entre los responsables de políticas, intermediarios financieros, proveedores de servicios no financieros y otros actores.

A través de este Código, República Dominicana contribuye al movimiento global que busca empoderar a las mujeres empresarias en todo el mundo. Es por esto que, las lecciones aprendidas de la implementación del Código en nuestro país se utilizarán como modelo para replicar en otros países, especialmente en los de la región de América Latina y el Caribe.

En línea con los esfuerzos para la equidad de género, ABA se encuentra en el diseño de un proyecto piloto en estrecha colaboración con el Ministerio de Interior y Policía y el programa presidencial Supérate. Nuestra solución se centra en la capacitación y empoderamiento de dos grupos de mujeres diferentes: aquellas provenientes de la Policía, quienes son esposas o familiares directos de agentes que perdieron la vida o quedaron con alguna discapacidad mientras cumplían con sus deberes, y las provenientes de Supérate, quienes se encuentran en situaciones de extrema vulnerabilidad, a menudo enfrentando desafíos que incluyen abuso y dificultades económicas significativas.

Estas mujeres se encuentran enfrentando limitaciones en dos frentes fundamentales: un acceso restringido a oportunidades económicas y financieras, así como una carencia de las habilidades tecnológicas esenciales requeridas en el entorno actual. Esta disparidad de género representa una barrera sustancial para su desarrollo tanto a nivel personal como económico, y obstaculiza el avance de nuestra sociedad en su totalidad.

Por esta razón, mediante este proyecto junto al programa de la Presidencia, Supérate y al Ministerio de Interior y Policía, proporcionaremos una formación completa en habilidades empresariales y tecnológicas a 100 mujeres cuidadosamente seleccionadas. Además, les brindaremos apoyo psicológico y asesoramiento financiero para fortalecer su resiliencia y habilidades de gestión financiera. Al ofrecer una formación integral y apoyo, nuestro objetivo es superar las barreras que enfrentan y empoderarlas para que tomen las riendas de sus vidas y generen sus propias oportunidades económicas.

Objetivos:

- Capacitar a 100 mujeres en habilidades emprendedoras y tecnológicas a través del proyecto piloto.
- Proporcionar apoyo psicológico y asesoramiento financiero a las participantes para fortalecer sus capacidades y confianza.
- Realizar una evaluación de impacto para identificar lecciones aprendidas y áreas de mejora.
- Utilizar las lecciones aprendidas para replicar la iniciativa a nivel nacional.
- Facilitar la independencia económica de las mujeres participantes, permitiéndoles desvincularse con éxito del programa Supérate y contribuyendo así al avance de la igualdad de género y el desarrollo económico y social en nuestra nación.



¿CÓMO VALORA EL DESEMPEÑO QUE HA TENIDO LA MUJER EN EL ÁMBITO COMERCIAL?

El desempeño de la mujer en el ámbito comercial de la República Dominicana es altamente valorado. En las últimas décadas, hemos sido testigos de un crecimiento significativo y un avance en la participación activa de las mujeres en diversos sectores comerciales. Las mujeres dominicanas han demostrado un espíritu emprendedor al establecer y liderar una amplia variedad de negocios. Varios factores han contribuido a este sólido desempeño:



- **Emprendimiento:** Las mujeres dominicanas han demostrado una notable capacidad para emprender, lo que ha dado lugar a una mayor diversidad de negocios y oportunidades comerciales.

- **Iniciativas de apoyo:** Tanto las organizaciones gubernamentales como las no gubernamentales han implementado programas y políticas que fomentan el emprendimiento y el desarrollo de habilidades comerciales entre las mujeres. Esto ha proporcionado un impulso adicional al desempeño comercial de las mujeres.

- **Educación y capacitación:** La inversión en educación y capacitación ha equipado a las mujeres con las habilidades necesarias para tener éxito en el ámbito comercial. La adquisición de conocimientos y la mejora de las habilidades empresariales han sido fundamentales para impulsar su participación en el mercado.

En cuanto a los datos, observamos un aumento significativo en la participación de las mujeres en el sistema financiero formal. Entre 2016 y 2022, el número de cuentas de ahorro de mujeres en los bancos múltiples de la República Dominicana ha experimentado un crecimiento acumulado del 17%. Esto demuestra un mayor acceso de las mujeres a los servicios financieros y una mayor inclusión financiera.

En el ámbito del crédito, aunque la cartera de créditos para mujeres aún es inferior a la de los hombres, ha experimentado un crecimiento anual promedio del 11.5% en los últimos seis años. Esto supera el aumento registrado en los créditos otorgados a hombres. La participación de las mujeres en la cartera total ha aumentado del 35.9% en 2016 al 37.4% en 2022.

A pesar de estos avances, aún existen desafíos en términos de equidad de género, como la brecha salarial y la representación en roles de liderazgo. Sin embargo, en general, valoramos de manera muy positiva el desempeño de las mujeres en el ámbito comercial de la República Dominicana y reconocemos su valiosa contribución al crecimiento económico del país.

Nuestra asociación, junto con otros actores del sector financiero, continuará trabajando para garantizar que todas las personas, independientemente de su género, tengan acceso a servicios financieros adecuados y asequibles. Nuestro objetivo es apoyar a las mujeres y a los grupos vulnerables en la realización de sus proyectos a través del ahorro y el acceso al crédito, lo que mejora la calidad de vida de las mujeres y las familias dominicanas.

PROGRAMAS E INICIATIVAS A FAVOR DE LA MUJER EXPORTADORA

MINISTERIO DE INDUSTRIA COMERCIO Y MIPYMES (MICM)

Programa Empresarialidad Femenina

Proyecto de Fortalecimiento de Capacidades de Mujeres Empresarias en la Zona Fronteriza

Programa de Formación en Gestión de la Propiedad Intelectual para Mujeres en Carreras STEM

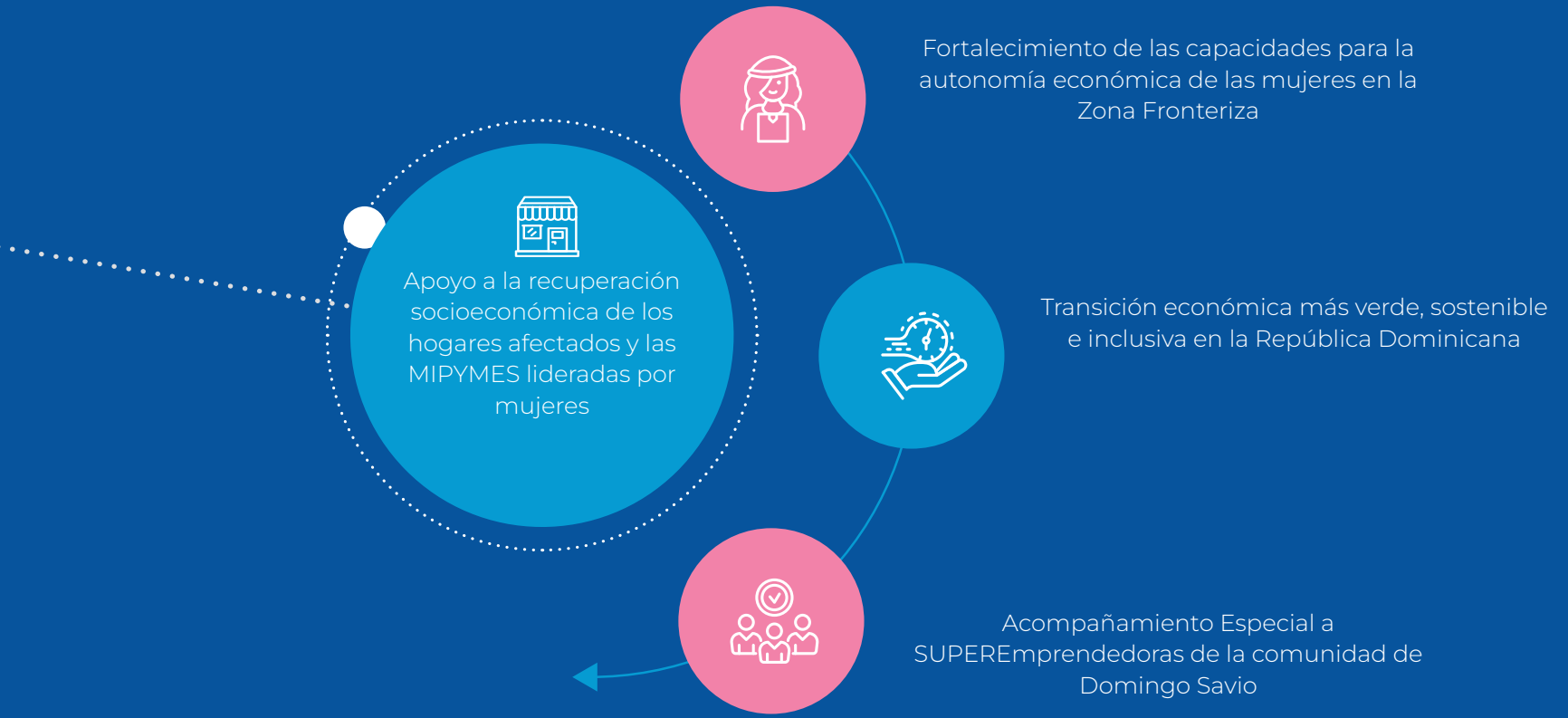
Capacitaciones en temas de exportación de servicios, inteligencia comercial y habilidades de emprendimiento .nacional

Certificación MIPYMES Mujer

MINISTERIO DE AGRICULTURA

Coordina Proyectos, Asociaciones y Cooperativas a nivel Nacional que promueven a las mujeres hacia las PYMES. Y de manera transversal a las .exportaciones

MINISTERIO DE ECONOMÍA PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO (MEPYD)



Fortalecimiento de las capacidades para la autonomía económica de las mujeres en la Zona Fronteriza

Transición económica más verde, sostenible e inclusiva en la República Dominicana

Acompañamiento Especial a SUPEREmprendedoras de la comunidad de Domingo Savio

CONFEDERACIÓN DOMINICANA DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA, INC
EXPO MUJER MIPYME

Una feria innovadora de alta exposición que promueve el desarrollo, promoción y diversificación de los negocios liderados por mujeres en República Dominicana.

Un proyecto que nace como parte de los esfuerzos articulados y convenios entre las tres principales asociaciones empresariales femeninas: La Asociación Nacional de Mujeres Empresarias, Ejecutivas y Profesionales (ANMEPRO), La Federación de Mujeres Empresarias Dominico Internacional (FEM) y La Asociación Dominicana de Mujeres Empresarias (ADME).

Se trata de una plataforma de exhibición de productos y servicios en sectores tales como: tecnología, agroindustria, artesanía, moda sostenible y emprendimientos, que ofrece además un despliegue de actividades sobre finanzas, sostenibilidad, ventas al estado y liderazgo. ¡Toda una experiencia de networking y crecimiento de alto impacto!





"EXPO MUJER MIPYME" busca consolidarse como el espacio más grande para empresarias y emprendedoras de la República Dominicana, promoviendo la importancia de la asociatividad.

Un encuentro que reconoce el esfuerzo de las mujeres emprendedoras y las micro, pequeñas y medianas empresarias con el apoyo del Gobierno de los Estados Unidos a través de la USAID y el Departamento de Comercio de los Estados Unidos y su división legal el Programa para el Desarrollo del Derecho Comercial (CLDP).

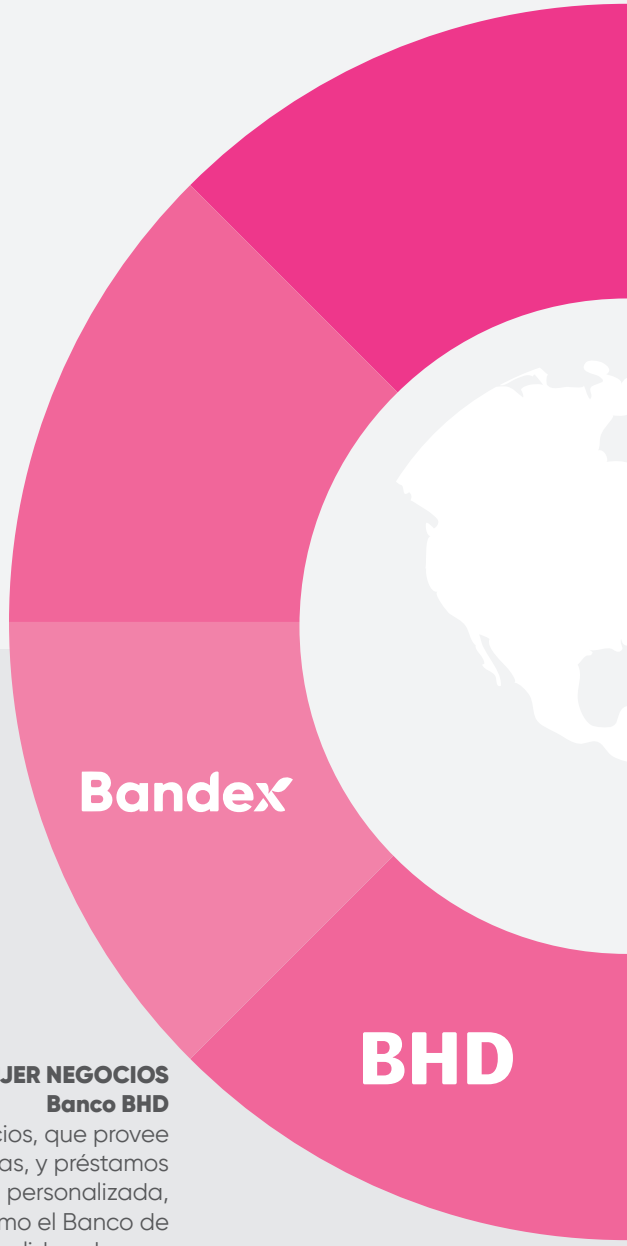
Además de contar con el respaldo local del Gobierno central, a través del Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM), la CODOPYME, Promipyme, el Ministerio de la Mujer (MMujer), ProDominicana, el Instituto Tecnológico de las Américas (ITLA) y la Dirección General de Compras y Contrataciones Públicas. Así como importantes marcas del sector privado: Mujer BHD, BILLET, CARDNET, ALTICE pymes, GRABO ESTILO, ADOPEM y CLARO República Dominicana.

La Feria "EXPO MUJER MIPYME" tiene como objetivo principal propiciar nuevas oportunidades de negocios y fomentar la participación de las mujeres en mercados productivos locales e internacionales.

8.4. PROGRAMAS DE FINANCIAMIENTO

Al hacer referencia a factores que facilitan el desarrollo de las actividades productivas de empresas lideradas por mujeres, es oportuno destacar el acceso a crédito como un pilar fundamental, pues es crucial para propiciar oportunidades que permitan a estas empresas contar con los recursos apropiados para fortalecer y mejorar su cadena productiva, expandir sus canales de comercialización, ampliar sus ventas e insertar sus productos en mercados internacionales.

En los últimos años, múltiples entidades financieras de República Dominicana han fomentado de manera activa la participación femenina en el sector empresarial, a partir del diseño de programas especializados de crédito y apoyo a las mujeres emprendedoras, para contribuir a su crecimiento comercial. A continuación, se presentan algunas de las iniciativas financieras existentes a nivel nacional, que integran una perspectiva de género y están orientadas al desarrollo e impulso de emprendimientos y empresas lideradas por mujeres, brindando accesibilidad a productos bancarios y servicios diferenciados.

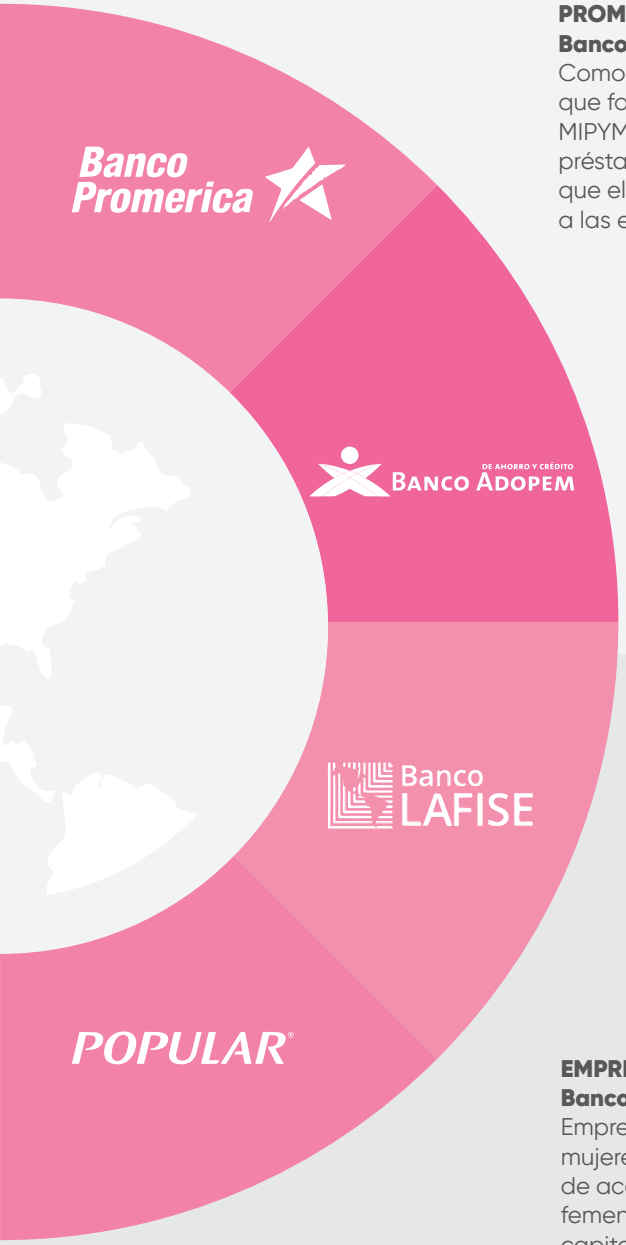


CRÉDITO MUJER EXPORTADORA
Banco de Desarrollo y Exportaciones (BANDEX)

El Fondo Mujer Exportadora de BANDEX, es un crédito diseñado para empresas lideradas por mujeres que buscan oportunidades de financiamiento en sus operaciones de exportación o que formen parte de la cadena exportadora, con el propósito de contribuir con recursos destinados a la producción de bienes y servicios de oferta exportable y al empoderamiento económico de la mujer. Además, desde esta entidad se brinda asesoría para que estas empresas optimicen los recursos, a fin de garantizar su equilibrio y salud financiera.

PLAN MUJER NEGOCIOS
Banco BHD

Entre las iniciativas con perspectiva de géneros del Banco BHD, figura el programa Mujer Negocios, que provee facilidades a las mujeres emprendedoras y otorgarles créditos destinados a compras de sus empresas, y préstamos comerciales para ampliar y comprar maquinarias y equipos. Además, brindan capacitaciones y asesoría personalizada, dando apoyo en el diagnóstico de necesidades financieras, y han firmado acuerdos con organismos como el Banco de Desarrollo de América Latina, para financiar crecimiento de pymes, enfocado principalmente en aquellas lideradas por mujeres.



PROMERICA-MICM
Banco Promerica y Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes
Como apoyo a las mipymes lideradas por mujeres, el Banco Promerica ha firmado un acuerdo con el MICM, que facilita acceso a servicios financieros preferenciales a las empresas que cuentan con la Certificación MIPYMES Mujer, impulsando el desarrollo de la mujer en los negocios al otorgar beneficios diferenciados, préstamos comerciales y canjes de divisas con tasa preferencial, además de brindar asesorías. Cabe señalar que el Banco Promerica ha firmado acuerdos con organismos internacionales como BID Invest, que les facilita a las empresas lideradas por mujeres potencializar sus negocios a través de soluciones financieras.

AGRO MUJER ADOPEM
Banco ADOPEM
El banco ADOPEM ha desarrollado programas inclinados a promover la sostenibilidad y la inclusión financiera de las mujeres, siendo estas las principales receptoras de su cartera de crédito. Entre estas iniciativas, se destaca Agro Mujer Adopem, crédito financiero que se enmarca en el proyecto Finanzas Rurales y Ambiente, diseñado exclusivamente para incentivar el desarrollo de las mujeres emprendedoras de zonas rurales que necesitan financiamiento para compra o venta de productos agropecuarios, y/o contribuyen a mejorar las condiciones medioambientales.

PROGRAMA PYMES LAFISE
Banco Lafise
El programa Pymes LAFISE es un proyecto que busca fortalecer, reducir las barreras financieras y promover el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas dirigidas por emprendedoras, destacando la participación e inclusión de la mujer en la economía mundial, a través de la facilitación del acceso a financiamiento, y acompañamiento en la inserción y expansión de estos negocios en el mercado local e internacional.

EMPRENDE MUJER
Banco Popular
Emprende Mujer es una iniciativa creada por el Banco Popular Dominicano, encaminada a lograr que las mujeres empresarias alcancen independencia financiera, a través de herramientas de formación y servicios de acompañamiento, poniendo a disposición diversos productos financieros para impulsar el emprendimiento femenino y las ideas de negocio, a través de acceso a cuentas, seguros, y préstamos para obtención de capital de trabajo, con plazos de pago especiales.

Del mismo modo, resulta relevante destacar los esfuerzos y sinergias que, desde el sector público, se han impulsado para financiar emprendimientos dirigidos por mujeres, a través de instituciones como Supérate y el Consejo Nacional de Promoción y Apoyo a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Promipyme), que han dado apoyo constante al empoderamiento femenino y han proporcionado a las mujeres el acceso a oportunidades de bancarización para el desarrollo de sus negocios. Además, a través de la Certificación MIPYMES Mujer, las empresas lideradas por mujeres pueden acceder a tasas preferenciales a través de Banca Solidaria, Banreservas y otros bancos múltiples de capital privado.

8.5. ESCOSISTEMA DIGITAL **PRODOMINICANA**

ProDominicana ha continuado habilitando a la disposición de los clientes y la sociedad una serie de plataformas digitales que añaden valor a los servicios que ofrecemos, a través de la digitalización de éstos. Estas plataformas son:

- **ProDominicana Capacita.** Es la plataforma de e-Learning de ProDominicana, donde los interesados en formarse en Comercio Internacional pueden acceder y conocer la oferta formativa de la Institución y tomar en modalidad online los cursos habilitados en la plataforma.

- **ProDominicana Connect.** Es una plataforma de negocios B2B, en la cual compradores internacionales pueden hacer enlace y reuniones de negocios virtuales con exportadores locales, de forma segura y confiable, ofreciendo lo mejor de nuestra tierra en un solo lugar.

- **ProDominicana DataMarket.** Es una plataforma de inteligencia comercial que suministra información estadística sobre la economía mundial y las relaciones comerciales de la República Dominicana con el resto del mundo. Entre las secciones actuales en la plataforma se destacan:

Estadísticas Internacionales de Comercio de Mercancía, utilizando como fuente principal la base de datos de comercio mundial las Naciones Unidas, UN-COMTRADE.

Comportamiento de las Exportaciones e Importaciones de Bienes en la República Dominicana, utilizando como fuente los datos de la Dirección General de Aduanas, DGA.

Intercambios Comerciales de la República Dominicana por país y producto con todos nuestros socios comerciales, utilizando como fuente la base de datos de la Dirección General de Aduanas, DGA.

Intercambios Comerciales de la República Dominicana por país y producto con todos nuestros socios comerciales, utilizando como fuente la base de datos de la Dirección General de Aduanas, DGA.

Panel Interactivo de Perfiles Provinciales de la República Dominicana, conteniendo la información de exportaciones de las 32 provincias a nivel nacional.

Dashboard de Mujeres Exportadoras Dominicanas, estadísticas y comportamiento de las exportaciones

Estadísticas de Inversión Extranjera Directa a nivel local y mundial, utilizando como fuente al Banco Central de la República Dominicana, BCRD, y la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo, UNCTAD.

ProDominicana RAMI. Esta plataforma digital provee información precisa y oportuna sobre los requisitos técnicos existentes en los distintos mercados internacionales, en especial de mercados preferenciales. Con esta herramienta, los exportadores y potenciales exportadores tienen la facilidad de realizar consultas en línea sobre las condiciones de acceso y las medidas establecidas por cada país para admitir la entrada y la comercialización de mercancías importadas del exterior.

- **ProDominicana SAIM.** Es una herramienta de inteligencia de mercados que brinda informaciones claves para el sector exportador sobre riesgos, trabas, regulaciones o situaciones coyunturales que puedan representar un mayor grado de complejidad o una potencial oportunidad comercial para la internacionalización de la oferta exportable dominicana. Esta plataforma se divide en las siguientes secciones:

- **Amenazas:** Prácticas comerciales y propuestas normativas aún no adoptadas que podrían provocar una restricción o prohibición de entrada en mercados de interés exportador.

- **Obstáculos:** Medidas vigentes que dificultan, restringen o prohíben la entrada de productos dominicanos en mercados de interés exportador.

- **Actualizaciones:** Modificaciones de requisitos técnicos, sanitarios o fitosanitarios que impacten la oferta exportable dominicana.

- **Oportunidades:** Potenciales oportunidades comerciales en mercados de interés exportador.

8.6 PARTICIPACIÓN EN EVENTOS INTERNACIONALES DE PRODOMINICANA

Con el propósito de apoyar a las mujeres dominicanas a internacionalizar sus productos y expandir sus ventas a nuevos mercados, ProDominicana ha facilitado la participación de múltiples empresas lideradas por mujeres en eventos y ferias internacionales, como espacios idóneos para exhibir la oferta exportable del país y generar vínculos de negocios con compradores internacionales. En el año 2020, un total de 5 empresas lideradas por mujeres participaron en ferias internacionales; para el año 2021, participaron 12, y en el año 2022, un total de 27. En el período enero-agosto del 2023, han participado 9 empresas lideradas por mujeres en ferias internacionales.

TABLA 7 - PARTICIPACIÓN DE EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES EN FERIAS INTERNACIONALES

VALORES EN CANTIDAD DE EMPRESA, PERÍODO 2020-2022 Y ACUMULADO ENE-AGO 2023

Nombre de la Feria	2020	2021	2022	ene- ago 2023	Total general
Cosmoprof, Estados Unidos			3	3	6
PMA FRESH SUMMIT 2020	5				5
Dominican Taste Festival, Estados Unidos		5			5
Expocomer, Panamá			4		4
Chocoa (Virtual), Holanda		3			3
National Supermarket Association, New York			3		3
Madrid Fusion, España			3		3
Fruit Logistica, Alemania 2023				3	3
World Food Moscow, Rusia		2			2
Sial Paris 2022			2		2
The Global Produce & Floral Show 2022			2		2
Fruit Attraction			2		2
The Dominican Experience at The Warf		2			2
Expocomer, Panamá 2023				2	2
Fruit Logistica, Alemania			2		2
Gulfood, Dubai			1		1
TIC			1		1
Specialty Coffee Expo, Estados Unidos				1	1
Summer Fancy Foods			1		1
Fancy Food Show			1		
LAC Flavors, Panamá					
Total general	5	12	27	9	53

Fuente: Registros de ProDominicana y Dirección General de Aduanas (DGA)

Respecto a la cantidad de empresas exportadoras y lideradas por mujeres, para el período 2020 hasta agosto 2023, un total 381 recibieron información y atención considerando acciones como visitas técnicas, rondas de negocios, acompañamiento en ferias y misiones, asesorías, como se describe en el cuadro siguiente. Las acciones fueron implementadas en dos grandes órdenes: promoción de empresas exportadoras e internacionalización de PYMES.

TABLA 9 - **SERVICIOS INSTITUCIONALES BRINDADOS A EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES**
VALORES EN CANTIDAD DE EMPRESA, PERÍODO 2020 HASTA AGOSTO 2023

Área	Total	381	100%
Promoción de empresas exportadoras	Tipo de Servicio	70	18%
	Visita técnica	42	11%
	Catálogo Exportador	40	10%
	Enlaces	38	10%
	Ferias	36	9%
	Rondas de Negocio	34	9%
	Participación en Stand ProDominicana	32	8%
	Misiones	25	7%
	Procesamiento Trámites	20	5%
	Asesorías	3	1%
Internacionalización de MIPYMES	Nuevo Exportador	11	3%
	Asesorías	7	2%
	Asistencia Registro	7	2%
	Preparación	5	1%
	Visitas Técnicas	4	1%
	Test	3	1%
	Atención Primaria	2	1%
	Diagnóstico	2	1%
	Referimiento		
	Total	381	100%

Fuente: Registros de ProDominicana y Dirección General de Aduanas (DGA)



9. VINCULACIÓN DE LA MUJER EN LAS EXPORTACIONES **Y LAS CONTRATACIONES PÚBLICAS**

El mercado público cumple un papel fundamental como uno de los motores de la actividad económica. A través de los procesos de contrataciones públicas, los países buscan fomentar la innovación, la inversión, la producción y la inclusión de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES). Una gestión más efectiva y transparente en el sector de la contratación pública resulta esencial como soporte clave en materia de crecimiento económico y, a su vez, incentivar niveles de prosperidad social con características no discriminatorias.

Por consiguiente, la contratación pública representa una actividad gubernamental de apoyo a la eficiencia competitiva en la demanda de productos que promueven el desarrollo y potencian las capacidades de pequeñas y medianas empresas para que puedan ofrecer bienes y servicios en el mercado exterior. En ese sentido, la actividad de compras públicas motoriza acciones de producción orientadas hacia el desarrollo.

Las transacciones de bienes y servicios llevadas a cabo por el sector público pueden servir como una estrategia para la recuperación socioeconómica con igualdad de género. El Centro de Comercio Internacional (ITC, por sus siglas en inglés) señala que los gobiernos pueden incrementar la presencia de mujeres en la contratación directa e indirecta, fomentando la diversidad de proveedores mediante el establecimiento de objetivos mínimos, planes de subcontratación e iniciativas enfocadas en el desarrollo de habilidades[45].

República Dominicana ha generado importantes instrumentos que incorporan la perspectiva de género en el mercado público. Se destaca la Ley No. 488-08, la cual establece un Régimen Regulatorio para el Desarrollo y Competitividad de las Mipymes. Esta ley dispone que, cuando las instituciones estatales realicen compras de bienes y servicios, el 20% de estas adquisiciones debe destinarse a MIPYMES, y dentro de este porcentaje, el 5% debe ser asignado a MIPYMES dirigidas por mujeres. Sobre ese particular, basta con observar que, en 2022, el 22% (equivalente a RD$51.2 millones) del monto total adjudicado se destinó a empresas lideradas por mujeres, al mismo tiempo cumpliendo con un 12% correspondiente a la cuota reservada para MIPYMES dirigidas por mujeres.

La proporción de compras públicas en el 2022 superó las compras realizadas por el gobierno en años anteriores, en lo que respecta al monto total adjudicado a las mujeres: 2021 (21%), 2020 (17%) y 2019 (17%). Estas cifras adquieren una mayor relevancia si se comparan con el 1% del gasto total global en contratación pública, destinado a empresas de mujeres, según datos del Banco Mundial, 2021.

Además, en consonancia con la implementación de políticas inclusivas en las adquisiciones gubernamentales, el Ministerio de Industria Comercio y Mipymes (MICM) emite la Certificación Mipymes Mujer, con el objetivo de proveer mayores oportunidades para las mujeres en los procesos de compras y contrataciones de las instituciones públicas, y potenciar el empoderamiento femenino mediante el desarrollo de competencias y capacidades.

El mercado local, a través del gobierno y su sistema de contratación pública, es una fuente importante de negocios para el sector privado y tiene el potencial de estimular la internacionalización de empresas proveedoras del Estado. En este contexto, cabe destacar el Modelo de Uppsala, que explica la internacionalización como un proceso gradual basado en el aprendizaje, en el cual una empresa intensifica sus actividades en mercados extranjeros mediante una sucesión de pasos incrementales (Johanson y Vahlne, 1977). Este modelo sugiere que, en una primera etapa, las empresas adquieren experiencia en el mercado doméstico antes de involucrarse en los mercados internacionales. Existirán excepciones de empresas que desde el inicio de sus operaciones pretenden exportar sus bienes y servicios, mientras que otras optan por obtener experiencia y recursos comercializando sus productos localmente antes de internacionalizarse.

Se debe reconocer que los requerimientos de compra exigidos por el régimen de contrataciones públicas pueden ser equiparables a las demandas de los mercados internacionales en términos de calidad, precio y determinados factores empresariales competitivos. Bajo esta lógica, resulta importante que los hacedores de política utilicen al mercado público como un medio para impulsar el desarrollo de capacidades exportadoras en las empresas dirigidas por mujeres.

ProDominicana y la Dirección General de Contrataciones Públicas (DGCP) han unido sus esfuerzos a través de un Acuerdo de Colaboración Institucional con el propósito de desarrollar iniciativas destinadas a crear oportunidades de acceso a las compras públicas, mejorar la comprensión de estos procesos y estimular el desarrollo de las exportaciones. Además, se busca fomentar políticas que promuevan la inclusión, la participación y la equidad.

44 ITC (2020). Making public procurement work for women

En el marco de este acuerdo, se plantea la identificación, divulgación y apoyo al desarrollo de distintas modalidades de presencia de la empresa dominicana en mercados que ofrecen oportunidades de negocio. Asimismo, se establece la identificación de oportunidades de negocio relacionadas con compras de gobiernos extranjeros y organismos multilaterales en las que puedan participar empresas dominicanas. Se fomenta la participación de las MIPYMES, así como la de las mujeres, y se promueve la participación de todo el sector exportador en las compras públicas. Estas iniciativas se consideran como determinantes para impulsar la actividad exportadora, entre otros objetivos tendentes a vincular a las empresas dominicanas en el mercado público y en el ámbito de las exportaciones.

Tras explorar los distintos enfoques con perspectiva de género implementados en República Dominicana para generar oportunidades en las contrataciones públicas y en el comercio internacional, a continuación, se presenta una integración de datos de empresas lideradas por mujeres que participan tanto en las exportaciones como en las compras públicas.

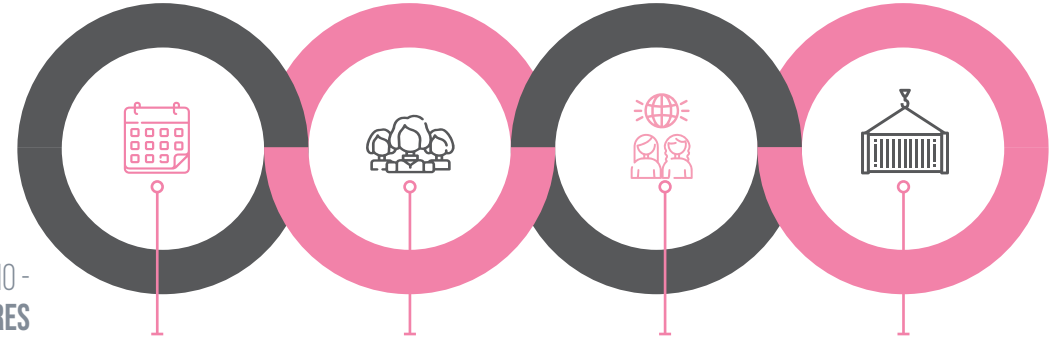


TABLA 10 -
EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES
COMO PROVEEDORAS DEL ESTADO
Y EXPORTADORAS

Año	Proveedoras distintas adjudicadas [45]	Exportadoras	Proveedoras y Exportadoras	
2018	1,158	621	31	2.7%
2019	1,362	566	46	3.4%
2020	1,206	522	40	3.3
2021	1,445	586	48	3.3%
2022	1,478	513	42	2.8%

Fuente: Elaboración propia con datos de la DGCP
Nota: Cifras sujetas verificación

45 "Distintas" se refiere a que se excluye del total si a una empresa se le han adjudicado múltiples contratos; en la tabla, se contabiliza únicamente un contrato por empresa.

La integración de datos que abarca el período 2018-2022 arrojó un promedio del 3.1% de empresas dirigidas por mujeres que participaron como exportadoras y proveedoras del Estado por objeto de bienes. En el caso particular de 2022, un total de 1,478 empresas lideradas por mujeres se le adjudicaron compras gubernamentales por objeto de bienes, y de estas, 42 realizaron exportaciones, equivalente al 2.8%. Por tanto, se puede argumentar que el 97.2% restante, que no realizó exportaciones, se encuentra en una buena posición para desarrollar capacidades exportadoras debido a la experiencia adquirida en las contrataciones públicas.

Del análisis de datos se desprende la oportunidad de promover en el comercio internacional a las empresas que ofertaron al mercado público productos que se consideran parte de la canasta exportadora o que tienen potencial de exportación.

En este escenario, alianzas estratégicas como la conformada entre ProDominicana y la DGCP se presentan como vías generadoras de oportunidades para las mujeres en las cadenas de valor. Esto posibilita que un mayor número de empresas lideradas por mujeres opte por el emprendimiento internacional, capitalizando las ventajas competitivas que ofrece el mercado público para satisfacer eficientemente las necesidades de los compradores internacionales.



RECOMENDACIONES

En función de los resultados del estudio y de la interacción observada en el contexto de las actividades impulsadas por el sector de las mujeres dedicadas a los procesos de exportación de bienes y/o servicios, se presenta un conjunto de acciones que pueden ser implementadas para contribuir al alcance de objetivos partiendo de la idea de elevar el enriquecimiento de las propuestas y programas iniciados o propuestos para satisfacer necesidades identificadas en esta cuarta edición del estudio Mujeres en Exportación.

- Ofrecer oportunidades de mejora desde los servicios institucionales orientados a fortalecer las empresas con el acompañamiento, garantizando su participación en ferias, misiones y exhibiciones con información detallada para la promoción comercial.

- Identificar programas de asistencia con exclusividad para mujeres exportadoras que le ayuden a incrementar y consolidar su presencia en el comercio internacional con el objetivo de aumentar sus niveles de exportación.

- Diseñar mecanismos e instrumentos en una coordinación público-privado que les permita aumentar el empoderamiento económico y liderazgo de las mujeres en el ámbito de desarrollo productivo y de las exportaciones.

- Ofrecer respaldo en la formalización de empresas y en los registros de marcas de forma que resulte en una contribución con asistencia técnica enfocada a un seguimiento de los procesos productivos de las empresas lideradas por mujeres.

- Identificar las opciones pertinentes que permitan a las mujeres exportadoras estar asociadas, vinculadas o representadas en otros organismos internacionales.

- Propiciar el fomento de la asociatividad que les permita mayor cantidad de capital propio con mayor facilidad en la obtención de créditos para la expansión de la producción o poner en marcha nuevas iniciativas de comercio exterior.

- Respaldar los mecanismos de asistencia para la canalización de propuestas bien estructuradas promoviendo acciones y planes atractivos para el acercamiento a entidades de financiamiento a empresas y unidades productivas que requieren capital de trabajo para accionar su aparato productivo.

Los estudios e investigaciones arrojan evidencias de que las empresas lideradas por mujeres en el país requieren de orientación para consolidar su presencia en los mercados internacionales para continuar desarrollando e impulsando sus exportaciones.

- Establecer una política institucional con programas de eventos específicos para mujeres emprendedoras y procurar la participación de dichas empresas en las actividades de promoción comercial.

- Impulsar el apoyo para el desarrollo de mujeres exportadoras en el interior del país, en particular ayudando a las micro, pequeñas y medianas empresas.

- Identificar, programar y realizar eventos específicos en las provincias y regiones que contemplen muestras de servicios y de apoyo para que desde ProDominicana se motive el aprovechamiento por las pequeñas empresas en zonas apartadas de la región metropolitana.

- Proporcionar facilidades de información y acceso a plataformas en las redes o en línea que apoyen el desarrollo de emprendedores y participación de la mujer ofreciéndoles los conocimientos y pericias para que aprovechen el instrumental que brindan plataformas como SheTrades del Centro de Comercio Internacional.

» BIBLIOGRAFÍA

- *Banco Central. (07 de Julio de 2022). Actividad económica alcanza expansión acumulada de 5.6 % en enero-mayo de 2022, superior a su ritmo potencial. Obtenido de Banco Central de la República Dominicana: https://www.bancentral.gov.do/a/d/5398-actividad-economica-alcanza-expansion-acumulada-de-56--en-eneromayo-de-2022-superior-a-su-ritmo-potencial*
- *Banco Interamericano de Desarrollo. (Septiembre de 2020). Género y Comercio: Una Relación a Distintas Velocidades. Obtenido de https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Genero-y-comercio-Una-relacion-a-distintas-velocidades.pdf*
- *Banco Mundial. (11 de Marzo de 2021). Obtenido de Gender and Equality in Public Procurement: https://www.worldbank.org/en/events/2021/02/11/gender-and-equality-in-public-procurement*
- *Banco Mundial. (23 de 03 de 2020). Obtenido de https://www.worldbank.org/en/news/feature/2020/03/23/global-public-procurement-database-share-compare-improve#:~:text=Overall%2C%20public%20procurement%20represents%20on,be%20lost%20due%20to%20corruption.*
- *Banco Mundial: Tecnologías Digitales para la Inclusión y el Crecimiento. Informe Económico América Latina y el Caribe (Octubre 2023). Washington, DC*
- *Banco Mundial, & Organización Mundial del Comercio. (2020). Las Mujeres y El Comercio: El Papel del Comercio en la Promoción de la Igualdad de Género. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/women_trade_pub2807_s.pdf*
- *Basco, A. (Septiembre de 2021). Blogs IADB. Obtenido de Banco Interamericano de Desarrollo (BID): https://blogs.iadb.org/integracion-comercio/es/como-lograr-una-mayor-igualdad-de-genero-en-las-firmas-de-america-latina-y-el-caribe/#:~:text=Para%20incrementar%20la%20equidad%20de,del%20comercio%20en%20las%20mujeres.*
- *Bernal, I. (Diciembre de 2021). El potencial de las empresas lideradas por mujeres para aportar en la Alianza Pacífico. Obtenido de La República : https://www.larepublica.co/globoeconomia/el-potencial-de-las-empresas-lideradas-por-mujeres-para-aportar-en-la-alianza-pacifico-3279214*
- *Blog, M. E. (Septiembre de 2022). Acceso de las Empresarias a las Habilidades en la Internacionalización. Obtenido de https://mujerexportadora.blog/*
- *Catucci, A. El Emprendimiento Femenino: ¿Necesidad o Realidad? Obtenido de Marketing Insider Review: https://www.marketinginsiderreview.com/emprendimiento-femenino/*
- *CEPAL. (Enero de 2018). Género y Emprendimiento Exportador: Iniciativas de Cooperación Regional. Obtenido de https://www.cepal.org/es/publicaciones/43287-genero-emprendimiento-exportador-iniciativas-cooperacion-regional*
- *CIPPEC, Mujeres en Ciencia y Tecnologías, como Derribar las Paredes de Cristal en América Latina, Buenos Aires, Agosto 2023. https://www.cippec.org/publicacion/mujeres-en-ciencia-y-tecnologia-como-derribar-las-paredes-de-cristal-en-america-latina-3/*
- *Dirección General de Aduanas (DGA). (s.f.). Bases de datos de Exportaciones de Bienes de la República Dominicana. Distrito Nacional, Santo Domingo, República Dominicana.*
- *Dirección General de Impuestos Internos (DGII). (s.f.). Bases de Datos de Contribuyentes de la República Dominicana. Distrito Nacional, Santo Domingo, República Dominicana.*
- *Frohmann, A. (2019). Herramientas de Política Comercial para Contribuir a la Igualdad de Género. Obtenido de Repositorio CEPAL: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45063/1/S1901159_es.pdf*

- *Gobierno de la República Dominicana. (Noviembre de 2020). Plan Nacional de Fomento a las Exportaciones de la República Dominicana. Obtenido de ProDominicana: https://prodominicana.gob.do/Documentos/PD%20PNFERD%20W.pdf*
- *Guillén, T. (Julio de 2022). Programas Inclusivos para Empresas Propiedad de Mujeres...Estándar Internacional en Igualdad de Género. Obtenido de https://mujerexportadora.blog/*
- *Instituto de las Mujeres, Servicio de Asesoramiento para Planes y Medidas de Igualdad, Gobierno de España https://www.igualdadenlaempresa.es/faq/respuestas.htm#:~:text=Los%20planes%20de%20igualdad%20contendr%C3%A1n,discriminaci%C3%B3n%20por%20raz%C3%B3n%20de%20sexo*
- *ITC. (2020). What gets measured gets done: SheTrades Outlook. Obtenido de https://www.shetrades.com/outlook/admin/upload/publications/documents/methods.pdf*
- *ITC. (s.f.). Empoderamiento económico de las mujeres. Obtenido de Centro de Comercio Internacional: https://intracen.org/es/nuestra-labor/temas/comercio-inclusivo/empoderamiento-economico-de-las-mujeres*
- *ITC She Trades. Adquisiciones Sensibles al Género. https://www.unwomen.org/es/about-us/procurement/gender-responsive-procurement*
- *ITC SheTrades. (2023). ITC SheTrades. Obtenido de Creating In-Country Presence, Scale & Longevity For Women's Economic Empowerment: https://intracen.org/file/itcshetradeshubsbrochuredigitalpdf*
- *Ministerio de Industria Comercio y MiPymes Informe Participación y Aportes de la Mujer en la Industria de Manufactura local https://industriasrd.micm.gob.do/wp-content/uploads/2023/04/Informe-Participacion-y-aportes-de-la-mujer-en-la-industria-de-manufactura-local-2-1.pdf*
- *Naciones Unidas, Estrategia para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres (2018–2021), Viena 2019.*
- *ONE Caracterización de las Empresas Formales un Enfoque de Género https://www.one.gob.do/publicaciones/2023/caracterizacion-de-las-empresas-formales-un-enfoque-de-genero-y-edad-desde-la-maxima-autoridad-encuesta-nacional-de-actividad-economica-2022/?altTemplate=publicacionOnline*
- *ONU Mujeres, & DAES de las Naciones Unidas. (2021). El Progreso en el Cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Obtenido de ONU Mujeres: https://www.unwomen.org/sites/default/files/2021-12/Progress-on-the-sustainable-development-goals-the-gender-snapshot-2021-es.pdf*
- *Orozco, D., Viviana, Y., Riaga, O., María Carolina, Vargas Bernal, & Diana Fernanda. (Mayo de 2013). Responsabilidad Social y Equidad de Género: Análisis de Diez Organizaciones Adheridas al Pacto Global Colombia. Obtenido de https://ciencia.lasalle.edu.co/te/vol18/iss1/8/*
- *PNUD, ONU Equidad Económica de Género, publicado por META, Argentina 2019. https://www.cippec.org/wp-content/uploads/2019/09/MEMO_Genero_WEB.pdf*
- *UNCTAD. (2022). Análisis del Nexo Entre el Comercio y el Género Desde la Perspectiva de Desarrollo. Conceptos, Definiciones y Marcos Analíticos. Obtenido de https://unctad.org/system/files/official-document/ditc2021d2_es.pdf*
- *World Bank Group. (2015). Gender Equality, Poverty Reduction, and Inclusive Growth. Obtenido de Open Knowledge Repository: https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/23425*

Créditos

© 2023. IV edición "Mujeres en exportación: Aprovechando nuevas oportunidades en un desafiante panorama internacional"

» **Equipo Directivo:**
- Angelina Biviana Riveiro Disla – Directora Ejecutiva
- Vladimir Pimentel Florenzán – Sub-Director General
- Mildred Walquidia Santos Santos - Sub-Directora Técnica
- Carolina Pérez – Directora de Inteligencia de Mercados
- Katy Capriles - Directora de Marketing y Comunicación
- Fausto J. Hernández – Asesor de la Dirección Ejecutiva

» **Equipo Técnico:**
- Eloy Alvarez Agüero – Coordinador de Base de Datos
- Euclides Paulino – Especialista de Inteligencia de Mercados
- Heidi Ojeda Chahín – Auxiliar de Inteligencia de Mercados
- Laura Domínguez Cuevas – Asistente de la Subdirección General
- Nikaulis Feliz – Coordinadora de Inteligencia de Mercados
- Temistocles Valera - Analista de Inteligencia de Mercados
- Eduardo Del Castillo- Técnico de Inteligencia de Mercados

» **Dirección de Marketing y Comunicaciones**

» **Diseño, Maquetación y Diagramación**
- Hilario Disla Mariñez

» **Correción de Estilo**
- Altagracia Vázquez

» **Apoyo Institucional**
- Dirección General de Impuestos Internos (DGII)
- Tesorería de la Seguridad Social (TSS)
- Oficina Nacional de Estadísticas (ONE)

¡Escanea y Descarga!

Publicado por: ProDominicana