



**PRO  
DOMINICANA**

CENTRO DE EXPORTACIÓN E INVERSIÓN  
DE LA REPÚBLICA DOMINICANA.



# MUJERES EXPORTADORAS EN REPÚBLICA DOMINICANA

DICIEMBRE 2020





# MUJERES EXPORTADORAS EN REPÚBLICA DOMINICANA

---

---

DICIEMBRE, 2020  
SANTO DOMINGO, REPÚBLICA DOMINICANA

Elaborado por:



**Responsables:**

Jonathan Aragonez

Fausto Hernández

Eloy Alvarez

Nikaulis Feliz

Paola Grullón

Mayelin Bueno

Agnelissa Corporán

Carolina Pérez

Iván Ramírez

Emilio Conde

Rosa Amelia Abreu

**Diagramación y Diseño:**

Departamento de Marketing

y Comunicación ProDominicana

**Publicado por:**

ProDominicana

# CONTENIDO

<b>1. PRESENTACIÓN</b> .....	7
<b>2. ANTECEDENTES</b> .....	10
2.1 PERSPECTIVA MUNDIAL .....	11
2.2 PERSPECTIVA DE LA REGIÓN LATINOAMERICANA .....	12
2.3 ACCIONES EN REPÚBLICA DOMINICANA.....	14
2.4 CARACTERIZACIÓN DE LA DESIGUALDAD .....	15
<b>3. ESTRATEGIAS Y PLANES VINCULANTES EN REPÚBLICA DOMINICANA</b> .....	17
<b>4. ASPECTOS METODOLÓGICOS</b> .....	19
4.1 METODOLOGÍA .....	20
4.2 LIMITACIONES DEL PRESENTE ESTUDIO.....	21
<b>5. CARACTERIZACIÓN GENERAL - MUJERES EXPORTADORAS</b> .....	22
<b>6. DIAGNÓSTICO DEL SECTOR MUJERES EXPORTADORAS</b> .....	26
6.1 EXPORTACIONES GENERALES .....	27
6.2 EXPORTACIONES SEGÚN CONSISTENCIA EXPORTADORA.....	28
6.3 EXPORTACIONES SEGÚN DESTINOS.....	30
6.4 EXPORTACIONES SEGÚN RÉGIMEN ARANCELARIO .....	32
6.5 EXPORTACIONES SEGÚN TIPO DE SALIDA.....	34
6.6 EXPORTACIONES SEGÚN CLASIFICACIÓN ECONÓMICA.....	37
6.7 EXPORTACIONES POR PRODUCTOS EXPORTADOS .....	38
<b>7. SONDEO A MUJERES EXPORTADORAS</b> .....	40
7.1 CARACTERIZACIÓN DEL SONDEO.....	41
7.2 SITUACIÓN ACTUAL FRENTE AL COVID-19.....	43
7.3 RESTRICCIONES PARA EXPORTAR.....	44
7.4 PERSPECTIVA A FUTURO .....	44
<b>8 RECOMENDACIONES</b> .....	47
<b>9 BIBLIOGRAFÍA</b> .....	49

## ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1. FIRMAS DE MUJERES EXPORTADORAS, SEGÚN MONTO EXPORTADO-----	24
CUADRO 2. FIRMAS DE MUJERES EXPORTADORAS, SEGÚN MONTO EXPORTADO Y EMPLEO -----	25
CUADRO 3. RECAUDO DE LAS MUJERES EXPORTADORAS EN DGII -----	25
CUADRO 4. EXPORTACIONES DE MUJERES EXPORTADORAS, SEGÚN REGIONES GEOGRÁFICAS -----	26
CUADRO 5. EXPORTACIONES DE MUJERES EXPORTADORAS, SEGÚN PAÍSES/MERCADOS -----	31
CUADRO 6. EXPORTACIONES DE MUJERES EXPORTADORAS, SEGÚN REGIONES GEOGRÁFICAS (SIN ORO)-----	31
CUADRO 7. EXPORTACIONES DE MUJERES EXPORTADORAS, SEGÚN PAÍSES/MERCADOS (SIN ORO) -----	32
CUADRO 8. EXPORTACIONES DE MUJERES EXPORTADORAS, RÉGIMEN ARANCELARIO -----	32
CUADRO 9. EXPORTACIONES DE MUJERES EXPORTADORAS, RÉGIMEN ARANCELARIO (SIN ORO) -----	33
CUADRO 10. EXPORTACIONES DE MUJERES EXPORTADORAS, SEGÚN ADMINISTRACIÓN ADUANERA-----	35
CUADRO 11. EXPORTACIONES DE MUJERES EXPORTADORAS, SEGÚN ADMINISTRACIÓN ADUANERA (SIN ORO)-----	36

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES EXPORTADORAS EN LAS EXPORTACIONES TOTALES-----	24
GRÁFICO 2. EXPORTACIONES TOTALES DE BIENES DE MUJERES EXPORTADORAS -----	27
GRÁFICO 3. EXPORTACIONES TOTALES DE BIENES DE MUJERES EXPORTADORAS (SIN ORO)-----	28
GRÁFICO 4. ANÁLISIS DE CONSISTENCIA EXPORTADORA A MUJERES EXPORTADORAS -----	29
GRÁFICO 5. MUJERES EXPORTADORAS CON EXPORTACIONES EN UN SÓLO AÑO -----	29
GRÁFICO 6. EXPORTACIONES DE MUJERES EXPORTADORAS, RÉGIMEN ARANCELARIO-----	33
GRÁFICO 7. EXPORTACIONES DE MUJERES EXPORTADORAS, RÉGIMEN ARANCELARIO (SIN ORO) -----	34
GRÁFICO 8. EXPORTACIONES MUJERES EXPORTADORAS, SEGÚN MEDIO DE TRANSPORTE-----	34
GRÁFICO 9. EXPORTACIONES DE MUJERES EXPORTADORAS, SEGÚN MEDIO DE TRANSPORTE (SIN ORO) -----	36
GRÁFICO 10. EXPORTACIONES DE MUJERES EXPORTADORAS, SEGÚN CLASIFICACIÓN ECONÓMICA-----	37
GRÁFICO 11. EXPORTACIONES DE MUJERES EXPORTADORAS, SEGÚN CLASIFICACIÓN ECONÓMICA (SIN ORO) -----	38
GRÁFICO 12. TOP 10 DE PRODUCTOS EXPORTADOS POR MUJERES EXPORTADORAS -----	38
GRÁFICO 13. TOP 10 DE PRODUCTOS EXPORTADOS POR MUJERES EXPORTADORAS -----	39
GRÁFICO 14. UBICACIÓN DE LAS MUJERES EXPORTADORAS; SEGÚN PROVINCIA.....	41
GRÁFICO 15. MUJERES EXPORTADORAS; SEGÚN SECTOR DE LA EMPRESA.....	42
GRÁFICO 16. PARTICIPACIÓN ACCIONARIA DE LAS MUJERES EN EMPRESAS CONSULTADAS -----	42
GRÁFICO 17. ORIGEN RECURSOS DE FINANCIAMIENTO EN LAS MUJERES EXPORTADORAS-----	43
GRÁFICO 18. EFECTOS DE LA PANDEMIA COVID-19 EN LAS MUJERES EXPORTADORAS -----	43
GRÁFICO 19. PRINCIPALES RESTRICCIONES PARA EXPORTAR DE LAS MUJERES EXPORTADORAS -----	44
GRÁFICO 20. EXPECTATIVAS DE LAS MUJERES EXPORTADORAS PARA EL AÑO 2021-----	45
GRÁFICO 21. ASISTENCIA DE PRODOMINICANA A LAS MUJERES EXPORTADORAS-----	45
GRÁFICO 22. PRINCIPALES NECESIDADES REPORTADAS EN EL SONDEO -----	46

# 1. Presentación





Angelina Biviana Riveiro Disla  
**Directora Ejecutiva ProDominicana**

En las décadas recientes, los gobiernos organizados en la Organización Mundial del Comercio (OMC) han puesto en marcha un conjunto de políticas con el objetivo central de eliminar brechas de género como estrategia de promoción de una mayor participación de las mujeres en la actividad productiva y comercial; en ese sentido, persigue generar más empleo y un esquema de desarrollo económico sostenible. A partir de la década de los 90s, en las economías de la región latinoamericana, incluyendo a República Dominicana, las políticas públicas que promueven la equidad de género y el liderazgo femenino en el aparato productivo se mantienen en claro ascenso.

Estudios realizados por el Centro de Comercio Internacional, explica que una de cada cinco empresas exportadoras está dirigida por mujeres empresarias, es decir, sólo un 20%. La tasa es más alta en América Latina y el Caribe y la más baja en África Occidental. Las mujeres contribuyen al comercio internacional como productoras, empresarias, empleadas y consumidoras.

En promedio, las micro, pequeñas y medianas empresas propiedad de mujeres que exportan, pagan más, son más productivas, emplean a más trabajadores y reportan ventas superiores al promedio. La participación de la mujer en el comercio puede proporcionar un impulso adicional al potencial de crecimiento de apertura y sostenibilidad de la región y del país.

De acuerdo con la Organización Mundial de Comercio (OMC), es probable que las mujeres se vean más afectadas que los hombres por las interrupciones del comercio causadas por la pandemia de COVID-19 y los peligros son particularmente graves en los países en desarrollo.

En vista de la complejidad de la relación entre comercio y género, es importante evaluar el impacto potencial de la política comercial tanto en mujeres como en hombres y desarrollar políticas apropiadas para asegurar que el comercio contribuya a mejorar las oportunidades para todos.

Muchos países de la región, incluyendo República Dominicana, cuentan con muy poca información económica y comercial que esté desagregada según el sexo, y que, además, señale la contribución desagregada que tienen las mujeres en la actividad económica de sus economías y en especial en el desarrollo de las exportaciones y el comercio Internacional.

En efecto a lo anterior, este documento tiene como objetivo principal poner a disposición de los formuladores de políticas públicas, empresarios e instituciones competentes, informaciones relevantes y actualizadas sobre la participación de la Mujer en la actividad exportadora de la economía dominicana.

En la primera sección, se describen brevemente las principales contribuciones que han realizado otros países en el mundo respecto de la participación de la mujer en la actividad económica, así como, la perspectiva que tiene la región latinoamericana. De igual forma, se evalúan las principales acciones que se han realizado en la República Dominicana con miras de incentivar el desarrollo de la mujer en la actividad exportadora.

Posteriormente, se presenta un apartado que realiza una descripción de los principales programas que se están implementando en la región, con la visión de promover el desarrollo empresarial de la mujer en el sector exportador de cada país. Cabe destacar, que en esta parte se realiza un enfoque especial en otras agencias de promoción de exportación en esos países, para que esto sea de utilidad en el desarrollo posterior de un programa focalizado en la mujer exportadora dominicana.

El presente trabajo se enmarca en la ruta de estas iniciativas y persigue construir una línea base para una caracterización del concepto “Mujer en Exportación” que permita una correcta comprensión de las debilidades y fortalezas escondidas en lo relativo a la creación de una oferta exportable en consistencia con la demanda internacional.

Luego de esto, se expone un amplio diagnóstico de la participación que ha tenido la mujer en las empresas exportadoras de la República Dominicana. Esto se realizó mediante la identificación del sexo del accionista principal de todas las empresas que han comercializado durante el período en estudio. De igual forma, fueron consideradas las personas físicas femeninas y aquellas empresas reconocidas que tienen como líder a una mujer.

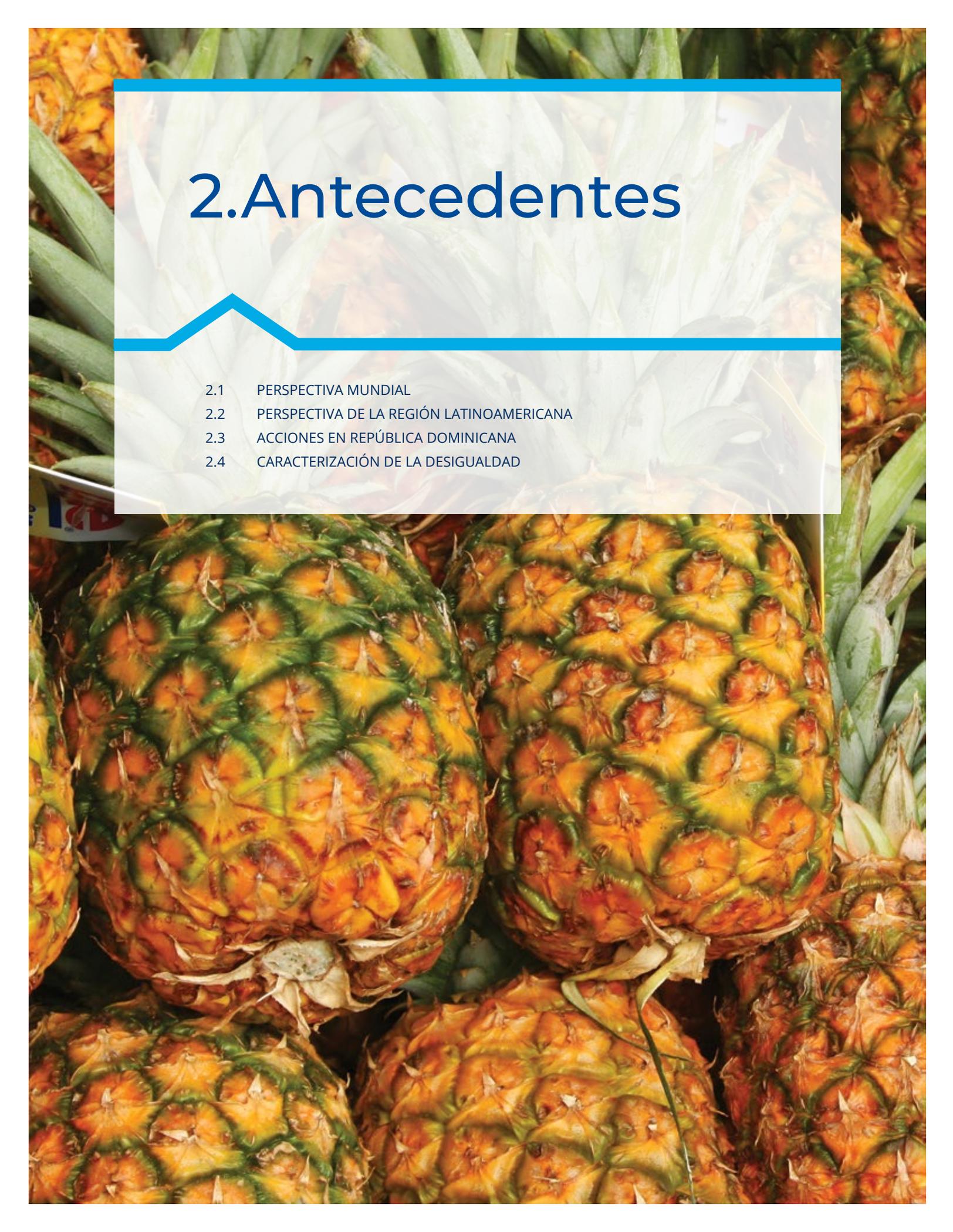
Por último, se realizó un sondeo a las empresas que fueron identificadas según las características anteriores, con el objetivo de conocer las principales dificultades que tiene este sector para aumentar o iniciar sus exportaciones en el corto plazo, a su vez, determinar cuál ha sido el impacto general que ha tenido la pandemia del COVID-19 en sus operaciones comerciales.

De igual forma, fueron consultadas sus expectativas para el 2021 y como ProDominicana podría asistirle en el incremento de sus ventas, suministro de información de inteligencia de mercados y en capacitaciones para el desarrollo exportador de sus empresas según sus necesidades y prioridades.

Con este estudio, como un primer punto de partida quisimos poner en movimiento la necesidad de ir creando un sistema nacional de indicadores para la construcción de políticas más efectivas para la equidad –como eje transversal- el empleo formal de las mujeres, el liderazgo emprendedor de las mujeres que permitan ir formulando políticas y programas focalizados en materia de capacitación, gerencia, uso de tecnologías de información, así como la asistencia técnica necesaria para la dinamización y participación de la mujer en el aparato productivo y el comercio internacional, tal como lo prevé el programa de gobierno del Presidente Luis Rodolfo Abinader Corona.

Desde ProDominicana estamos entusiasmados con este primer esfuerzo coordinado por la Dirección de Inteligencia y Estudios Económicos, con el apoyo de diversas entidades, entre las que se destacan: Dirección General de Aduanas (DGA), Dirección General de Impuestos Internos (DGII), Asociación Dominicana de Exportadores (ADOEXPO), Tesorería de la Seguridad Social (TSS).

Este estudio irá creciendo en el tiempo y con la periodicidad necesaria, a la vez que manifestamos nuestro compromiso de apoyar y formular programas que contribuyan con la participación y el empoderamiento económico de la mujer en el comercio, concatenando todo ello con el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, los mandatos dispuestos en la Estrategia Nacional de Desarrollo y el Plan Nacional de Fomento a las Exportaciones.

The background of the slide is a close-up photograph of several pineapples. The pineapples are arranged in a way that shows their characteristic diamond-shaped scales, which are a mix of green and yellowish-orange. The lighting is bright, highlighting the texture of the fruit. A semi-transparent white box with a blue border is overlaid on the top half of the image, containing the title and a list of contents.

# 2. Antecedentes

- 2.1 PERSPECTIVA MUNDIAL
- 2.2 PERSPECTIVA DE LA REGIÓN LATINOAMERICANA
- 2.3 ACCIONES EN REPÚBLICA DOMINICANA
- 2.4 CARACTERIZACIÓN DE LA DESIGUALDAD

## 2.1 PERSPECTIVA MUNDIAL

Desde la antigüedad, la actividad comercial entre ciudadanos de diferentes países ha estado en claro dominio de los hombres, lo cual puede explicarse a partir de los riesgos asociados a la actividad y las distancias de los recorridos que debían hacerse de una región a otra. A lo largo de los siglos, la actividad del comercio internacional se mantuvo sin alteraciones de género, aunque los rubros de intercambio y los medios de transporte se actualizaban en función de las necesidades y la tecnología de la época. Sin embargo, a partir de la *Declaración y Plataforma de Acción de Beijing de las Naciones Unidas*<sup>1</sup>, hace unos veinte (20) años, se indica que la participación de la mujer en actividades comerciales se ha ido expandiendo en todo el mundo, en consistencia con el modelo de promoción de los derechos de las mujeres que, a su vez, tienen como objetivo fundamental la reducción de la brecha de género en todo tipo de relación social en las naciones del mundo.

De modo que, para tener una perspectiva mundial respecto al impacto en la economía de reducir la brecha de género en el comercio internacional, el informe *"2da. Radiografía a la Participación de las Mujeres en las Exportaciones Chilenas"*<sup>2</sup> presenta, citando data de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y un estudio de Global McKinsey, una perspectiva de futuro muy prometedora, al expresar que:

*Cuando se habla de participación de la mujer en la economía, una de las formas de medirla es analizando la tasa de población activa. Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), en 2017 la población activa femenina alcanzó el 48,7%, mientras que la masculina fue de 75,2%. Esta situación, entre otras, genera que las mujeres contribuyan solamente al 37% del PIB mundial, por lo que acortar las brechas de género tiene un gran potencial para el crecimiento económico. Sin ir más lejos, el Instituto Global McKinsey en un estudio de 2015 señala que si se acaban todas las brechas de participación económica entre las mujeres y los hombres en 2025 el PIB mundial sería 26% mayor, mientras que el PIB de América Latina sería 34% más alto.*



En ese sentido, la promoción de la participación continua de la mujer en la exportación de bienes y servicios tiene fundamentos intrínsecos bien caracterizados por la evidencia empírica acerca de ciertos logros sociales alcanzados por las mujeres en los siguientes aspectos claves de la vida humana:

- (i) Se evidencia una mayor longevidad de las mujeres.
- (ii) Existe una tendencia creciente en lo relativo a la participación de la mujer en la educación, llegando a superar en muchos países a los hombres en términos de matrícula universitaria y,
- (iii) Se observa una mayor integración de la participación de la mujer en la fuerza de trabajo, lo cual se correlaciona positivamente con una mayor cantidad de mujeres como jefe de hogar en las familias.

<sup>1</sup> Declaración y Plataforma de Acción de Beijing de las Naciones Unidas: [https://beijing20.unwomen.org/~media/headquarters/attachments/sections/csw/bpa\\_s\\_final\\_web.pdf](https://beijing20.unwomen.org/~media/headquarters/attachments/sections/csw/bpa_s_final_web.pdf)

<sup>2</sup> da. Radiografía a la Participación de las Mujeres en las Exportaciones Chilenas: <https://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2018/12/II-Radiograf%C2%B0a-Mujeres-Exportadoras-2018.pdf>

- (iv) A partir de este enfoque, se persigue no sólo estrechar la brecha de género como elemento primordial para cumplir con los *Objetivos Mundiales de Desarrollo Sostenible*, sino también articular de manera efectiva la lucha orientada hacia la superación de la pobreza, dado que dicha situación tiene una mayor incidencia en las mujeres (no sólo desde la perspectiva de acceso al trabajo sino, además, por la diferencia en términos de la remuneración al trabajo salarial, en donde las mujeres resultan perjudicadas respecto a los hombres para un mismo empleo).

Sin embargo, merece la pena notar que una mayor integración de la mujer en la actividad comercial de exportación de bienes y servicios, no constituye un resultado atribuible a acciones concretas de políticas públicas de los diferentes países; sino que la misma tiene como punto de partida la evolución propia del comercio internacional, en donde la calidad del producto y el cumplimiento en tiempo de entrega resultan elementos cruciales en la cadena de generación de valor; de hecho, empresas como IBM y Walmart, que compiten en el mercado internacional con una estrategia global, han dado un paso al frente en la tarea de incrementar el acceso a las mujeres en su cadena de suministro. La premisa de esta estrategia para mejorar el posicionamiento en la competencia en el mercado internacional de las empresas es que, de manera explícita se reconoce que, independientemente del género y otros tipos de ataduras sociales, el incremento en la diversidad de proveedores se traduce en agregación de valor en el comercio.

## 2.2 PERSPECTIVA DE LA REGIÓN LATINOAMERICANA

Una cuestión seriamente considerada en la región de Latinoamérica y del caribe consiste en las pérdidas de ingresos estimadas por efecto de la discriminación, según se muestra en el estudio *“Género y Emprendimiento Exportador”* (CEPAL, 2018)<sup>3</sup>, en el cual se estima que, por efecto de las actuales brechas de género en el comercio internacional, dichas pérdidas para la región ascienden a unos 658 millones de dólares.

En tal sentido, de lo anterior se puede inferir que existe una oportunidad promisoría en lo relativo a la exportación de bienes y servicios para la región, puesto que dicho resultado está íntimamente vinculado a la existencia de una demanda insatisfecha, a la cual se le debe prestar especial atención; y, por tanto, para aprovechar esa demanda resulta necesario identificar las posibles restricciones de género existentes que impiden la expansión de la oferta exportable. Y, como apoyo secular, poner en marcha una política pública de estímulo a la exportación, ya sea vía el apoyo financiero para facilitar nuevos negocios o la inversión en capacitación en la detección y acceso a determinados nichos de mercado.

Esto así, en virtud del entendido de que la incorporación de género a la política comercial resulta un elemento crucial en cualquier acuerdo comercial entre dos (2) o más países; en cuyo caso, un ejemplo a seguir puede ser el acuerdo de libre comercio Chile-Uruguay (2016), considerado como el primero en su especie en incorporar un capítulo sobre el tema de género y comercio internacional.

<sup>3</sup> Frohmann, A. “Género y emprendimiento exportador”  
[https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/43287/1/S1800016\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/43287/1/S1800016_es.pdf)

En la región latinoamericana se observa que el tema de género en el comercio internacional ha sido tomado seriamente; en cada caso, el apoyo decidido de las Agencias de Promoción de Inversiones ha sido clave en el desarrollo de programas orientados hacia el incremento de las exportaciones a cargo del emprendimiento femenino. Como ejemplo de vanguardia de programas de fortalecimiento de la actividad exportadora a cargo de las mujeres, se pueden citar los casos de Perú, Chile, Argentina y México.



1. PROMPERÚ: Este programa se orienta en promover el desarrollo empresarial de la mujer exportadora peruana, fortaleciendo sus habilidades y reforzando sus cualidades para los negocios. Estratégicamente, el enfoque consiste en el fomento del emprendimiento empresarial como herramienta de empoderamiento económico y social de las mujeres.

El punto de partida reside en el principio de que “la igualdad de género puede ser una herramienta importante para apoyar la productividad y la competitividad de las empresas, al contribuir al desarrollo y bienestar de su capital humano...”<sup>4</sup>

2. PROCHILE: El programa “MUJEREXPORTA” se orienta hacia la ejecución de las siguientes tareas esenciales: “...impulsar, desarrollar y fortalecer el trabajo de empresas exportadoras y/o empresas maduras para exportar, a través de acciones de promoción tendientes a incorporarlas al comercio internacional, mejorando los niveles de equidad de género”<sup>5</sup>, de manera implícita, el objetivo ulterior de dicho programa consiste en la eliminación de brechas de género que, de alguna manera, puedan estar afectando negativamente el comercio internacional.
3. MUJEREXPORTA MÉXICO: Consiste en la creación de programa con la intención de abrir oportunidades para mujeres que ya tienen experiencia en la exportación de sus productos. Dicho programa está dirigido hacia las denominadas empresas MiPymes (micro, pequeña o mediana), con las siguientes características<sup>6</sup>:
  - (i) Debe ser productora o comercializadora de productos. Es decir, tener registro válido de la empresa constituida;
  - (ii) La propietaria debe ser, indirecta o directamente una mujer y por lo menos el 10 por ciento de la empresa;
  - (iii) Experiencia en exportación acreditable y tener capacidad de producción suficiente para exportar;
  - (iv) Recomendable saber inglés o alguien que pueda fungir como traductor;

<sup>4</sup> <https://revistaganamas.com.pe/promperu-impulsa-el-desarrollo-empresarial-de-la-mujer-exportadora-peruana/>

<sup>5</sup> <https://www.prochile.gob.cl/landing/mujer-exporta/>

<sup>6</sup> <https://www.milenio.com/negocios/secretaria-economia-lanza-programa-mujer-exporta-mx>

- (v) Disponer de las certificaciones correspondiente de los productos.
4. Mujeres Exportadoras Argentina: fue liderado por la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional y, creado a partir de la iniciativa “Ella Comercia” del Centro de Comercio Internacional. Se definió como finalidad primaria de dicho programa la integración de un millón de mujeres empresarias argentinas a la economía mundial para 2020<sup>7</sup>. En ese sentido, el punto de partida consistió en recabar información sobre las empresas lideradas por mujeres en Argentina y, luego proceder con la debida capacitación y la realización de actividades de promoción comercial que tiendan a incrementar la habilidad exportadora de las mujeres.



Eliminando las restricciones de género se puede lograr una mayor inclusión de la mujer en el comercio y un crecimiento más acelerado de sus empresas, lo que como resultado impactará positivamente en nuestras metas para reducir la pobreza, aumentar la generación de empleos, el capital humano calificado, las exportaciones, cerrar las brechas de género y fortalecer la competitividad comercial y el crecimiento económico de la región latinoamericana. En la siguiente sección, se abordarán los esfuerzos recientes que se están trabajando en República Dominicana en este importante tema.

Como se podrá notar, estos programas han sido creados no solamente para ampliar la participación y reducir la brecha de género, sino que demuestran el potencial enorme de las mujeres en el comercio internacional para conquistar y acceder a nuevos mercados y su efecto multiplicador en la generación de riquezas.

## 2.3 ACCIONES EN REPÚBLICA DOMINICANA

En este apartado, se presentan las principales acciones que se han realizado en la República Dominicana con el objetivo de reconocer e incentivar la participación de la mujer en el sector exportador del país. Las primeras conferencias fueron realizadas en el año 2017 con el apoyo de organismos internacionales como la Organización Mundial del Comercio (OMC) y el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA). A su vez, la Asociación Dominicana de Exportadores (ADOEXPO) y ProDominicana (CEIRD) realizaron actividades para destacar el valioso aporte que están realizando las mujeres en el sector exportador dominicano.

### 11.ª Conferencia Ministerial de la Organización Mundial del Comercio (OMC)

En el año 2017, se celebró en Argentina esta conferencia cuyo punto de partida reside en el reconocimiento de que el comercio contribuye a crear riqueza y empleo en las naciones; entre las conclusiones de dicho evento, el Consejo acogió muy favorablemente y aprobó una declaración conjunta sobre comercio y empoderamiento económico de la mujer. República Dominicana fue país signatario de dicha declaración y se comprometió a cumplir con dicho mandato.

<sup>7</sup> <https://www.lanacion.com.ar/economia/chicas-que-exportan-las-mujeres-argentinas-salen-a-la-conquista-de-nuevos-mercados-nid2263917>

## Segunda Conferencia “Mujeres líderes del comercio y la exportación”

Celebrada en Santo Domingo, en marzo 2017, y con el financiamiento del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), esta conferencia reunió un grupo de mujeres propietarias y ejecutivas de empresas dedicadas a la exportación de piña, cacao, aguacate y vegetales de invernadero, con el objetivo fomentar los liderazgos femeninos en el sector de la agroindustria.

El punto de partida de este evento reside en la consideración expresa de ADOEXPO de que “En economías como la nuestra, es esencial capitalizar plenamente el potencial de las mujeres para construir un desarrollo económico y socialmente sostenible.”<sup>8</sup> Y, por tanto, enfatizar la importancia que tiene el empoderamiento económico de las mujeres como un medio expedito para alcanzar los objetivos establecidos en la Estrategia Nacional de Desarrollo 2030.

### Conferencia “Mujeres Líderes en Comercio y Exportación”

En septiembre 2019, la Asociación Dominicana de Exportadores (ADOEXPO) organizó la conferencia “Mujeres Líderes del Comercio y la Exportación”, en el marco de la séptima conferencia de propietarias y ejecutivas de empresas y PYMES del área agroexportador. Tuvo como finalidad fomentar el liderazgo femenino y herramientas para poder exportar con competitividad. Evento coordinado por el Programa Exportando Calidad e Inocuidad que financia el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA).



### Conferencia sobre “Mujeres Líderes en Comercio”

En mayo de 2019, nuestro país recibió una misión de asistencia técnica de la CEPAL, sobre el tema de Comercio Internacional y Género para apoyar las acciones del Comité de Exportaciones del CEI-RD; “el objetivo general de esta asistencia técnica fue fortalecer los programas de promoción del emprendimiento exportador de las mujeres y las políticas comerciales que contribuyen a la igualdad de género en República Dominicana”<sup>9</sup>. Entre los objetivos específicos de la referida asistencia se incluía la evaluación de un estudio de caso para la captura de datos sobre empresas exportadoras de bienes y servicios lideradas por mujeres.

## 2.4 CARACTERIZACIÓN DE LA DESIGUALDAD

En lo relativo a la caracterización de la brecha de género que frena la participación de la mujer en determinados aspectos de la vida económica, los indicadores más relevantes suelen ser: (i) la participación laboral, (ii) la diferencia salarial para un mismo empleo y, (iii) cómo se distribuye la participación laboral por actividad económica; a continuación, se presenta el comportamiento de dichos indicadores, a partir de mediciones realizadas por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), para el año 2020<sup>10</sup>.

<sup>8</sup> <https://www.diariolibre.com/economia/grupo-mujeres-lideres-del-comercio-y-la-exportacion-realiza-conferencia-YE6723562>  
<sup>9</sup> Frohmann, A. “Asistencia Técnica sobre Comercio Internacional y Género en República Dominicana”.

<sup>10</sup> Género y comercio: una relación a distintas velocidades (Barafani & Barral Verna, 2020) <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Genero-y-comercio-Una-relacion-a-distintas-velocidades.pdf>

• **PARTICIPACIÓN LABORAL**

Al 2018, en América Latina y el Caribe, la tasa de participación laboral para las mujeres mayores de 15 años era del 51,9%, contra el 77,8% de los hombres, siendo la participación laboral de las mujeres menor en 25,9 puntos porcentuales. En general, la participación femenina no presenta diferencias sistemáticas por tamaño de empresa, sino según el género del propietario o gerente. La proporción tiende a ser mayor en las empresas que son dirigidas o son propiedad de mujeres.



• **BRECHA SALARIAL DE LA MUJER**

Existe una brecha salarial que afecta a las mujeres. Los salarios percibidos por las mujeres son menores a los de los hombres. A nivel global se estima que la brecha salarial de género es del 31,4% en promedio (2020), y en América Latina y el Caribe es de aproximadamente un 20% (2019).

• **DISTRIBUCIÓN DE EMPLEO POR SECTOR.**

La participación laboral de las mujeres en los sectores industriales y agrícolas es mucho menor que la de los hombres. En servicios, aunque es mayor, se encuentra sesgada a la atención médica y la educación (en lugar de servicios comerciales o de comunicaciones). En América Latina, el 12% del empleo femenino se encuentra concentrado en el sector industrial, el 81% en servicios y el 7% en actividades agrícolas.

En las empresas manufactureras, las mujeres tienen menos probabilidades de ser empleadas en ocupaciones de producción. En el sector agrícola, la mayor parte trabaja en tierras familiares o en mercados informales, por lo que no suelen contar con contratos que les proporcionen seguridad laboral. Además, rara vez tienen control sobre sus ingresos y se les paga menos que a los hombres, incluso para las mismas tareas.

En el 75% de los países de América Latina y el Caribe, las mujeres se encuentran más expuestas a la informalidad que los varones. Las mujeres suelen insertarse en empleos informales y sectores de baja productividad, sin contratos ni acceso a prestaciones sociales y asociados a la economía informal. El 52% de las mujeres se encuentran empleadas en sectores de baja productividad y el 83% no cotiza en los sistemas previsionales.

Esta situación las perjudica en sus derechos laborales, prestaciones sociales y sus derechos jubilatorios, situándolas en un lugar de vulnerabilidad y dependencia económica. En general, las empresas temen que la maternidad pueda interrumpir el empleo de las mujeres e incrementar sus costos. Esta situación desalienta contratarlas y reduce su salario, originando brechas salariales.

### 3. Estrategias y planes vinculantes en República Dominicana



Entre los lineamientos establecidos por la Estrategia Nacional de Desarrollo de la República Dominicana (END 2030), se incluye un conjunto de políticas transversales que deberán ser incorporadas en todos los planes, programas y proyectos. Una de las políticas transversales más relevantes trata sobre el enfoque de género. De manera que, en cada proyecto de desarrollo se evite incurrir en acciones que deriven en restricciones de participación igualitaria de hombres y mujeres. En tal sentido, la eficiencia de la política que se adopte debe adoptarse de manera que se garantice la equidad de género.

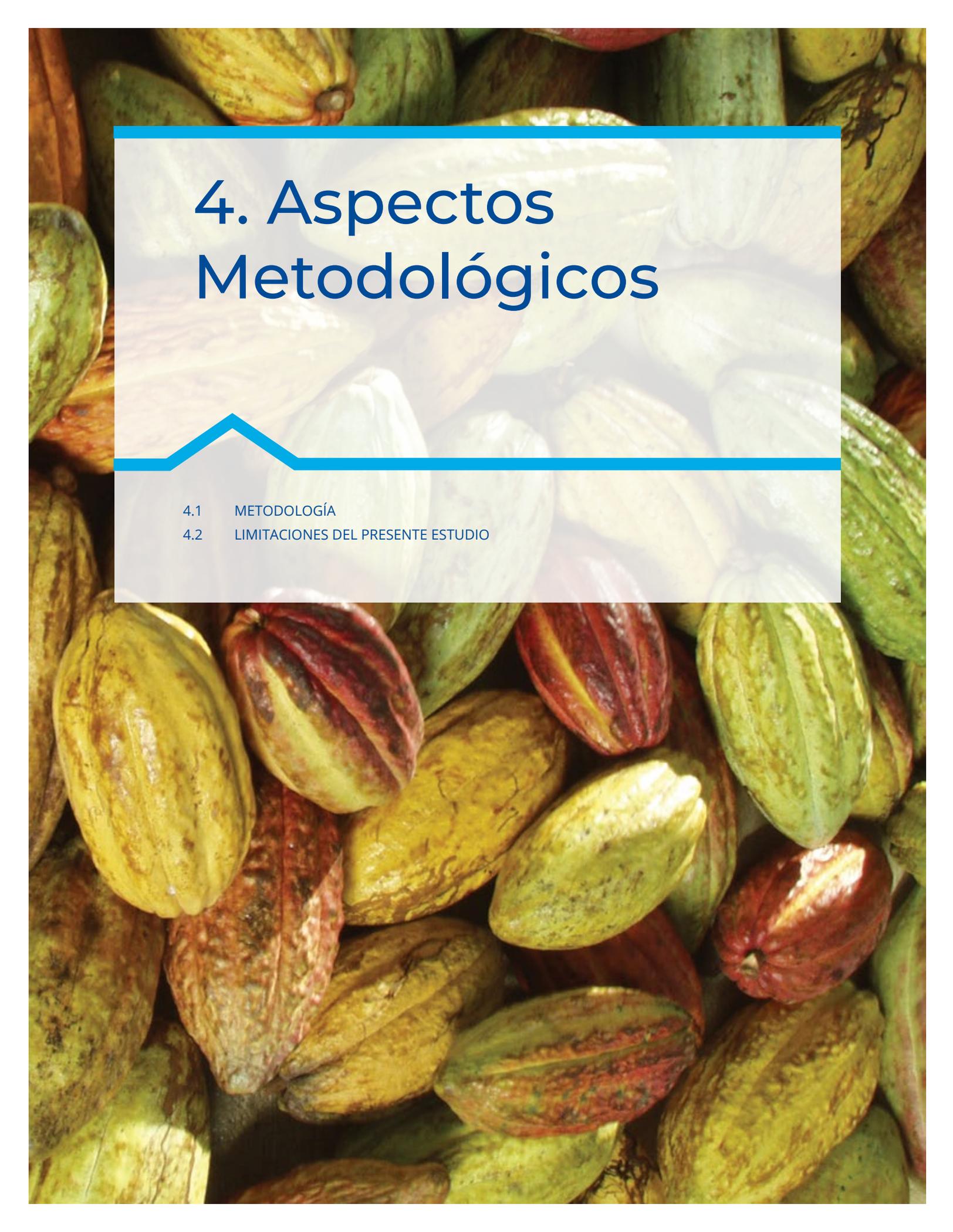
A su vez, el Plan Nacional de Fomento a las Exportaciones (PNFE) plantea acciones puntuales para ampliar y fortalecer el sector empresarial y el capital social vinculado a la actividad exportadora; para lo cual se considera como instrumento clave el desarrollo de una estrategia que favorezca la equidad y el empoderamiento de las mujeres como un mecanismo que permita incrementar la producción de bienes y servicios, priorizando la exportación. En ese sentido, las políticas de fomento a las exportaciones están asociadas a combatir el sesgo del género en el comercio internacional, mediante la creación de condiciones favorables para la venta y distribución de bienes y servicios de las mujeres empresarias en los mercados internacionales.

El presente trabajo, se vincula conceptualmente con los objetivos de desarrollo sostenible, con la Estrategia Nacional de Desarrollo 2030, con el Plan Nacional de Fomento a las Exportaciones 2020-2030; y, en la práctica persigue:

- (i) *Una caracterización precisa del sector “Mujeres Exportadoras” y sus contribuciones a nuestra economía y,*
- (ii) *La identificación de las restricciones de géneros que pudieran estar incidiendo en forma negativa en su capacidad exportadora.*

Posteriormente, estos insumos se utilizarán en el diseño y ejecución de políticas públicas que mejoren las exportaciones, en consistencia con las disposiciones de la Estrategia Nacional de Desarrollo y el Plan de Fomento Nacional a las Exportaciones.





# 4. Aspectos Metodológicos

- 4.1 METODOLOGÍA
- 4.2 LIMITACIONES DEL PRESENTE ESTUDIO



## 4.1 METODOLOGÍA

Para la elaboración de este estudio se utilizaron diversas fuentes de informaciones, de manera que permitiera la correcta descripción de la situación actual y, por tanto, tener una idea real sobre la evolución futura de las mujeres exportadoras en la República Dominicana.

En primer lugar, se identificaron todas las personas físicas y jurídicas que han realizado exportaciones de bienes en la República Dominicana desde el año 2012 hasta octubre del año 2020, considerando todos los regímenes actuales en las aduanas dominicanas.

A partir de dicha información, se realizó un cruce de datos con la base de datos de la Dirección General de Impuestos Internos (DGII), con el objetivo de identificar aquellas personas jurídicas exportadoras en donde la accionista principal (o una combinación mayoritaria de accionistas) fuera de sexo femenino y, de igual forma, colocarles a las personas físicas el sexo correspondiente.

Como resultado, se obtuvo un total de 17,822 agentes económicos que realizaron envíos de bienes al exterior y que se encontraba formalizados en la Dirección General de Impuestos Internos (DGII). De este conjunto, un total de unas 3,059 corresponden a personas físicas o empresas lideradas por mujeres; y, de ese último conjunto el 74% corresponde a empresas en donde la accionista principal es mujer y el otro 26% está formado por mujeres en calidad de personas físicas.

Luego, se procedió al análisis de una lista suministrada por la Asociación Dominicana de Exportadores (ADOEXPO), titulado *Mujeres Líderes en Comercio y Exportación*, de la cual se identificaron una serie de empresas exportadoras lideradas por mujeres. Otras empresas se agregaron a partir de nuestros registros internos; la sumatoria de todas estas empresas constituyen el conjunto calificado como Mujeres Exportadoras de la República Dominicana.

Finalmente, se utilizó la base datos sobre exportaciones de la Dirección General de Aduanas de la República Dominicana (DGA) para el período 2012 – octubre 2020, obteniendo con

esto, todas las transacciones realizadas por las mujeres exportadoras hacia los diferentes países de destino y por sus diferentes mecanismos. Luego de lo cual, se concluyó que unas 2,803 mujeres exportadoras realizaron transacciones por los regímenes aduaneros considerados habitualmente para exportaciones de bienes<sup>11</sup>.

Debido a la elevada participación que tienen las exportaciones de oro en bruto en el total exportado por República Dominicana, se procedió a separar esta partida de los análisis descriptivos relativo al comportamiento de las exportaciones realizadas por las mujeres, incluyendo la partida identificada con el código 7108 (oro en bruto) del sistema armonizado; en otro análisis posterior también se excluye esta última partida.

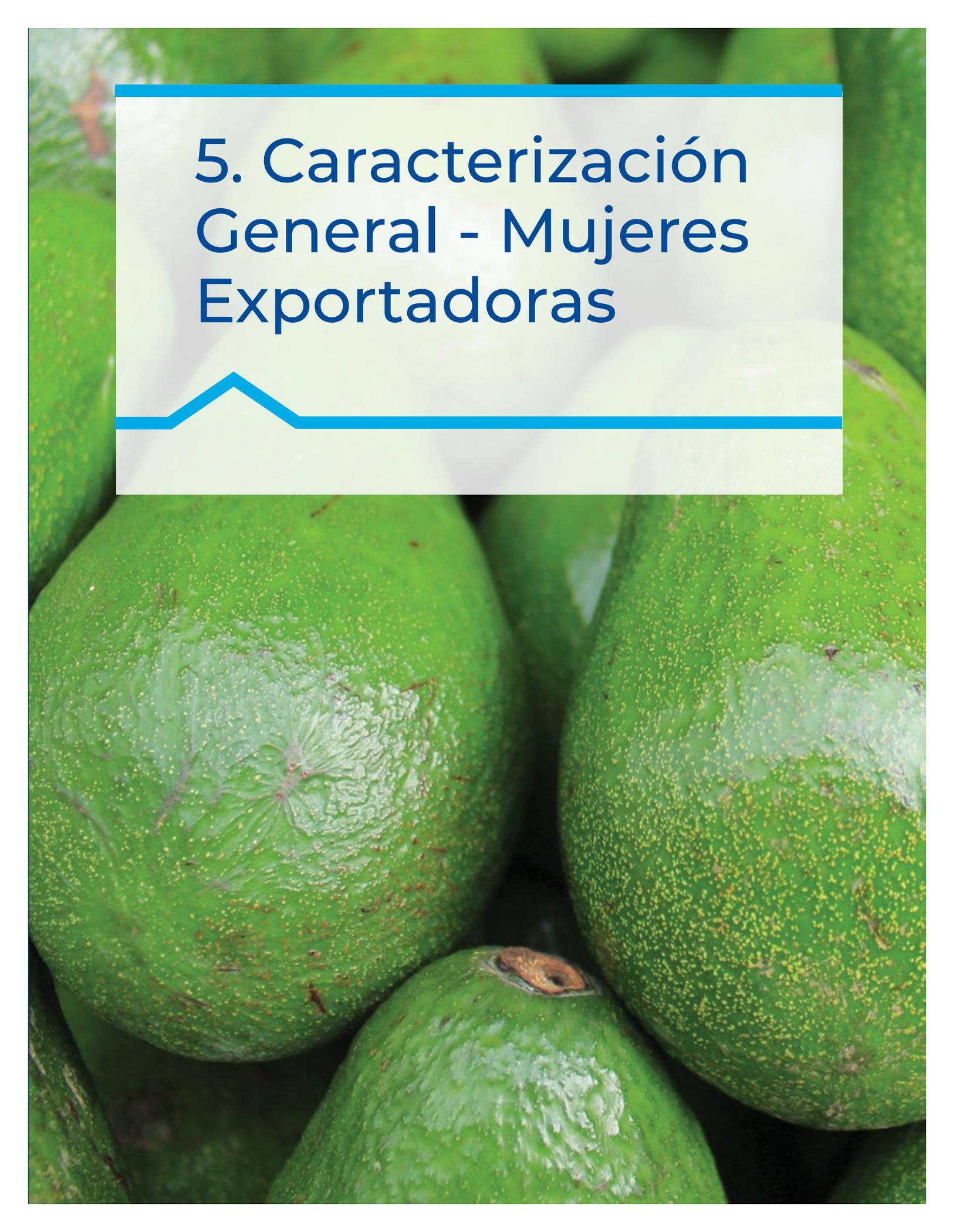
De manera paralela, se diseñó un cuestionario electrónico con el objetivo de recopilar información primaria de las mujeres exportadoras que permitiera identificar posibles restricciones para expandir su oferta exportable y que, a la vez, sirva de insumo principal para el diseño e implementación de políticas públicas orientadas a mejorar la capacidad productiva y exportadora de este importante sector de nuestra economía.



## 4.2 LIMITACIONES DEL PRESENTE ESTUDIO

- (i) *No se dispone de información respecto al tema de liderazgo por sector de exportación (industrial, agrícola o agroindustrial);*
- (ii) *En el estudio no se contempla una aproximación respecto a la contribución de las mujeres exportadoras al empleo, en vista de que no se cuenta con la información de todo el universo de empresas consideradas;*
- (iii) *En la realización del sondeo a las mujeres exportadoras, se logró contactar al 20% de la población identificada, debido a la carencia de información de contacto;*
- (iv) *La participación de las empresas o personas físicas consideradas como líderes no se pueden detectar en el recaudo impositivo, ya sea de manera particular o sectorial;*
- (v) *La información disponible no permite una desagregación entre empresas grandes y PYMES en captación de empleo femenino.*

<sup>11</sup> Régimen Nacional, Zonas Francas Industrial, Admisión Temporal y Consumo de Reexportación.

The background of the slide is a close-up photograph of several green avocados. The avocados are in various stages of ripeness, with some showing a more vibrant green and others appearing slightly more yellowish-green. The texture of the skin is visible, showing small bumps and some minor blemishes. A white rectangular box with a blue border is overlaid on the top left, containing the title text.

# 5. Caracterización General - Mujeres Exportadoras

*El valor exportado por las empresas exportadoras lideradas por mujeres, durante el período 2012-octubre 2020, ascendió a un monto de US\$13,000 millones, lo cual representa el 17% del total exportado por el país durante ese período. A su vez, se observa que, en promedio unas 530 empresas lideradas por mujeres realizan exportaciones cada año.*

En el año 2019, este grupo de empresas realizó exportaciones de bienes por valor de US\$1,653.9 millones, este monto representó un crecimiento de 5% en comparación con el año anterior. Por su parte, durante los primeros diez meses del año 2020, se han realizado exportaciones por un valor de US\$1,521.5 millones, equivalentes al 92% del total exportado en el año 2019. Este resultado constituye un indicador de resiliencia para las exportaciones de este grupo, puesto que el mismo se obtuvo bajo una situación adversa debido a la crisis sanitaria internacional provocada por la pandemia COVID-19.

En el gráfico #1, se observa la participación de las empresas dominicanas lideradas por mujeres como participación de las exportaciones totales de la República Dominicanas desde el año 2012 a octubre 2020.

Las exportaciones de las empresas lideradas por mujeres, incluyendo oro, ha sido fluctuante en el período de estudio. Para el año 2012 las exportaciones de las empresas lideradas por mujeres (incluyendo oro) representaban el 4.8% de las exportaciones totales dominicanas, presentando un crecimiento continuo hasta el año 2014, año en el cual estas exportaciones llegaron a representar el 20.4% de las exportaciones totales.

Para el año 2015 esta participación se redujo, llegando a representar sólo el 17% del total exportado por la República Dominicana. A partir del año 2016, las exportaciones de las empresas lideradas por mujeres han seguido una trayectoria en crecimiento negativa hasta el año 2019 donde dichas exportaciones sólo representaron el 16.4% de las exportaciones dominicanas. Cabe destacar, que en enero-octubre 2020 las exportaciones de las empresas lideradas por mujeres representan el 18.8% de las exportaciones dominicanas.



Sin embargo, las exportaciones de las empresas lideradas por mujeres sin incluir oro mantienen una participación constante de alrededor de un 3% en las exportaciones dominicanas desde el 2013 al 2018 respectivamente, según se puede observar en el gráfico #1. En el 2019 la participación de las mujeres exportadoras en las exportaciones dominicanas disminuyó a un 2.8%. De igual manera, en el período enero-octubre del presente año las exportaciones de las empresas lideradas por mujeres representan el 2.8% de las exportaciones dominicanas.

Gráfico 1. Participación de las Mujeres Exportadoras en las Exportaciones Totales

Nota: Incluyendo y Excluyendo partida 7108 (Oro en Bruto) / Valores en %: Período 2012- octubre 2020



Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA

En lo relativo a la cantidad de empresas según el monto exportado, el cuadro #1 presenta una clasificación en función de valores por debajo de US\$10,000 (diez mil dólares) hasta exportaciones que superen los US\$10.0 millones; en ese sentido, se observa que el 58.6% de las empresas realizaron exportaciones por un monto inferior a los US\$10,000 (diez mil dólares). A su vez, de un total de 544 empresas que realizaron exportaciones en el año 2019, solamente el 0.9% realizó exportaciones por un monto que supera los US\$10.0 millones de dólares.

Cuadro 1. Firmas de Mujeres Exportadoras, según monto exportado

Nota: Incluyendo partida 7108 (Oro en Bruto)

Valores en cantidad de firmas y %; Año 2019

Valor exportado en US\$	No. de Firmas	%
≤10,000	319	58.6%
10,000<X≤50 mil	97	17.8%
50 mil<X≤100 mil	24	4.4%
100 mil<X≤500 mil	59	10.8%
500 mil<X≤1 millón	14	2.6%
1 millón<X≤10 millones	26	4.8%
>10 millones	5	0.9%
<b>Total</b>	<b>544</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA

De acuerdo con los datos del referido cuadro, se puede inferir que, como norma, el grupo de Mujeres Exportadoras se caracteriza por empresas pequeñas en donde el 76.4% realiza exportaciones al año por un monto inferior a US\$50,000 (cincuenta mil dólares).

En el cuadro #2, se presenta la distribución con relación al monto exportado y la captación de empleo de las empresas; según se pudo determinar, las empresas que exportan menos de US\$50,000 (cincuenta mil dólares) representan el 49% del total de empresas y, sin embargo, la contribución en el empleo sólo alcanza un 16% del total considerado. Evidentemente, lo opuesto también ocurre: el 17% de las empresas, con un monto de exportación que supera US\$1.0 millón de dólares, concentra el 69% del empleo del sector.

De lo anterior, se podría diseñar una estrategia eficiente para que las empresas pequeñas puedan incrementar sus exportaciones (dado que existe una demanda insatisfecha que puede ser aprovechada) mediante la capacitación directa de recursos humanos, los cuales serán atraídos por las pequeñas empresas e integrarse en la gestión de exportación; para lo cual debe determinarse, previamente, que la falta de mano calificada representa una restricción para incrementar el volumen de producto.

#### Cuadro 2. Firmas de Mujeres Exportadoras, según monto exportado y empleo

*Nota: Incluyendo partida 7108 (Oro en Bruto)*

*Valores en US\$ cantidad de firmas y empleos; Año 2019*

Valor exportado en US\$	No. de Firmas	Cantidad de Empleo
≤10,000	45	1,699
10,000<X≤50 mil	38	1,005
50 mil<X≤100 mil	16	578
100 mil<X≤500 mil	31	1,420
500 mil<X≤1 millón	10	361
1 millón<X≤10 millones	24	5,817
>10 millones	5	5,658
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>16,538</b>

En lo relativo a la contribución del sector Mujeres Exportadoras a las recaudaciones fiscales, se puede apreciar cómo ha evolucionado durante el período 2015-2019; en términos totales, las recaudaciones se incrementaron en un 63%. Se evidencia, además, que la participación en las recaudaciones entre la persona física y jurídica se mantiene en una relación de "9 a 1" (por cada dólar de contribución al fisco de las personas físicas, las empresas contribuyen con 9 dólares) en el período de tiempo analizado; lo cual, como cabría esperarse, resulta consistente con la relación entre los montos exportados entre las pequeñas y las grandes empresas.

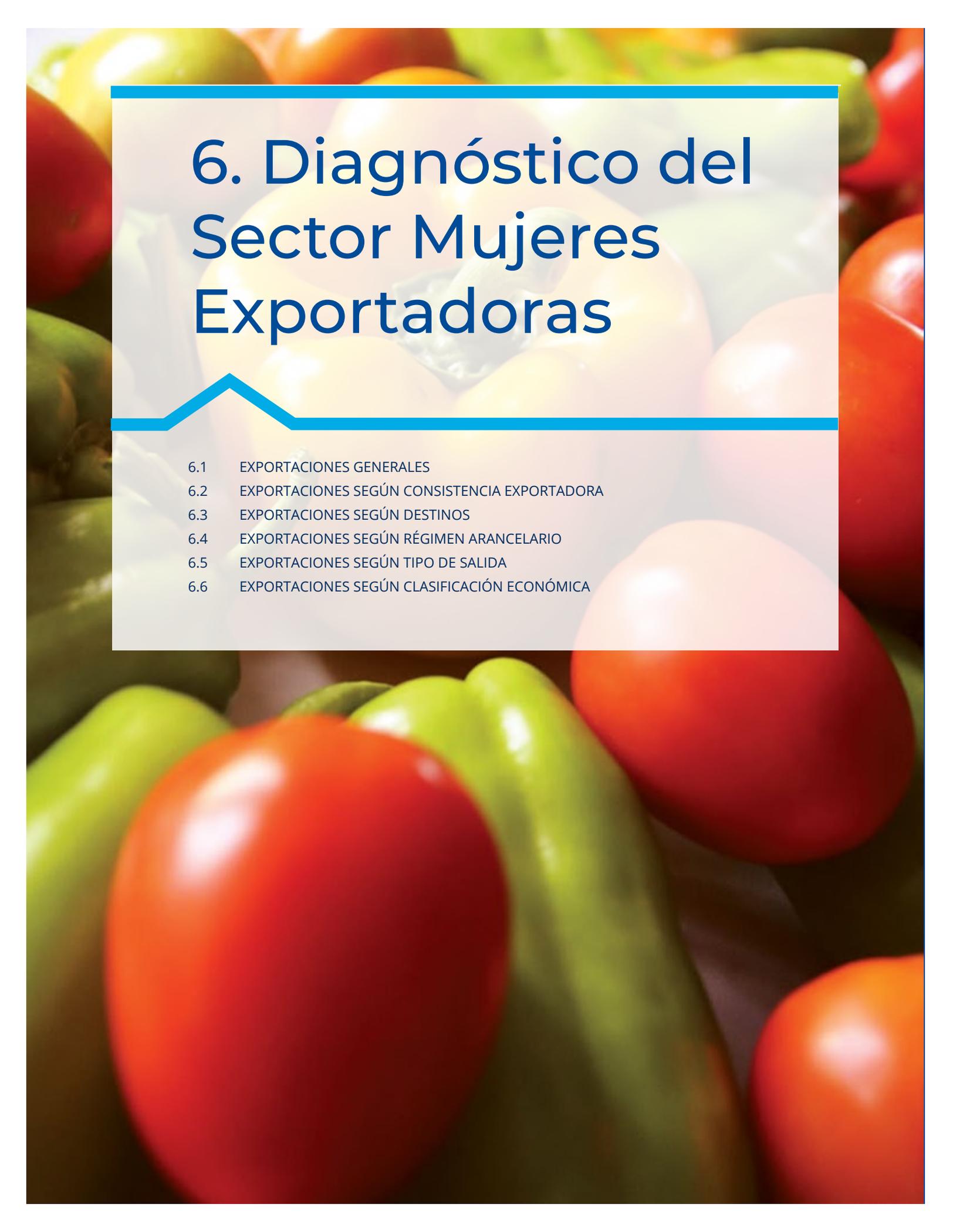
#### Cuadro 3. Recaudo de las Mujeres Exportadoras, a la DGII

*Valores en RD\$ millones; Período 2015-2019*

Año	Persona Física	Persona Jurídica	Total
2015	20.6	1,934.6	1,955.2
2016	21.4	2,355.5	2,376.9
2017	22.6	2,217.3	2,239.9
2018	26.2	2,655.9	2,682.1
2019	45.6	3,143.2	3,188.8
<b>Total</b>		<b>12,306.4</b>	<b>12,442.9</b>

*Nota: Solamente incluye a personas físicas del sexo femenino y a personas jurídicas donde los accionistas son en su mayoría del sexo femenino.*

Otro aspecto para destacar es que en el año 2019 la contribución al fisco de las personas físicas creció en más de un 100% respecto a los pagos realizados en el año 2015; lo que puede explicarse por la entrada de más personas físicas a la actividad exportadora o por un cambio en la denominación (que alguna persona jurídica pasara a ser más de una persona física).



# 6. Diagnóstico del Sector Mujeres Exportadoras

- 6.1 EXPORTACIONES GENERALES
- 6.2 EXPORTACIONES SEGÚN CONSISTENCIA EXPORTADORA
- 6.3 EXPORTACIONES SEGÚN DESTINOS
- 6.4 EXPORTACIONES SEGÚN RÉGIMEN ARANCELARIO
- 6.5 EXPORTACIONES SEGÚN TIPO DE SALIDA
- 6.6 EXPORTACIONES SEGÚN CLASIFICACIÓN ECONÓMICA

## 6.1 EXPORTACIONES GENERALES

Las exportaciones dominicanas lideradas por mujeres durante el período 2012-2019 mantuvo una tendencia fluctuante, pudiéndose observar que el monto exportado ascendió a US\$344.5 millones en el 2012, con una trayectoria de crecimiento que se extiende hasta el 2014 cuando el valor monetario exportado se situó en US\$1,724.1 millones.

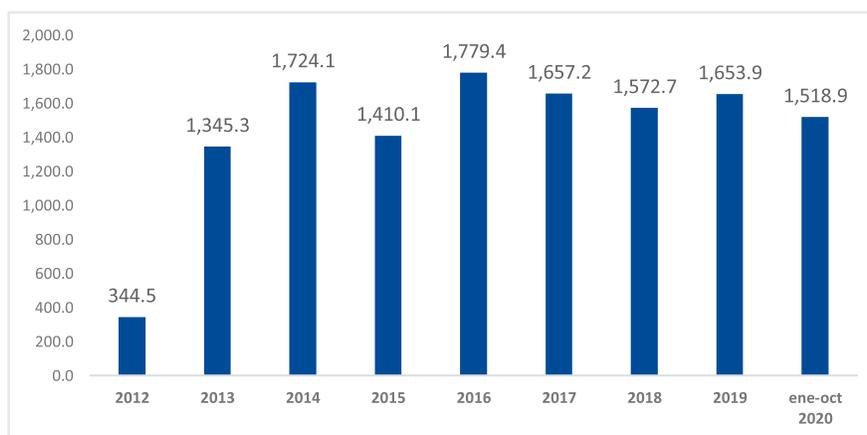
En el año 2015, el valor exportado descendió a US\$1,410.1 millones y, a seguidas, en el 2016 aumentaron a US\$1,779.4 millones; siendo éste el máximo valor exportado en el período de estudio, en donde la variable explicativa resulta ser el efecto del oro como componente central en el conjunto de bienes exportados.

Para el año 2019, el valor exportado fue US\$1,653.9 millones y, durante el período enero-octubre del 2020, el valor de los bienes exportados se situó en US\$ 1,518.9 millones; lo cual permite inferir que dicho año podría culminar con un valor exportado similar al nivel alcanzado en el 2019 (Ver gráfico # 2).

**Gráfico 2. Exportaciones Totales de Bienes de Mujeres Exportadoras**

*Nota: Incluyendo partida 7108 (Oro en Bruto)*

*Valores en US\$ millones; Período 2012- oct 2020*



*Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA*

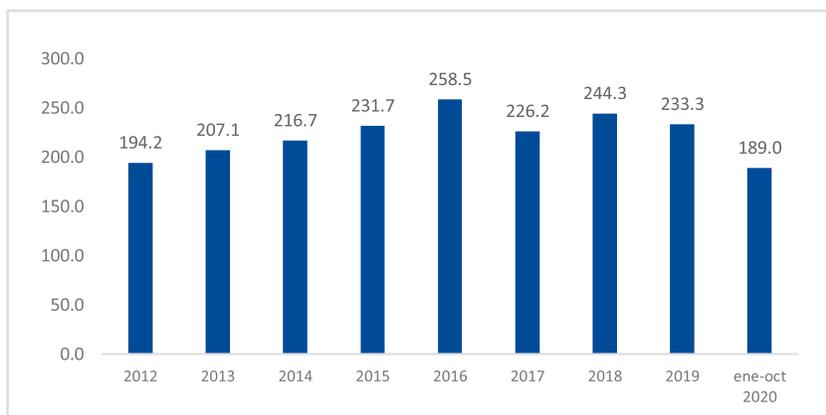
En el gráfico #3, de más abajo, se presenta el comportamiento de las exportaciones dominicanas lideradas por mujeres, excluyendo las exportaciones de oro. Para el año 2012, el valor exportado fue de US\$194.2 millones, manteniendo una trayectoria creciente hasta el 2016 donde se exportaron US\$258.5 millones. Para el 2017, dicho monto disminuyó a US\$226.2 millones, debido a una reducción importante en las exportaciones de cacao en grano en un 52%, las cuales pasaron de US\$ 61 millones en el año 2016, a solamente US\$ 30 millones en el año 2017.

En el 2019 se exportó un monto de US\$233.3 millones, mientras que en el año 2020 (enero-octubre) se han producido exportaciones por un monto ascendente a US\$189 millones. Este comportamiento puede ser explicado por las exportaciones principalmente de cacao en grano y plátanos, siendo estos los principales productos exportados por las mujeres exportadoras.

Con respecto a los US\$233.3 millones exportados en el año 2019, sólo unas 40 empresas superaban más del 90% de este total, mientras que unas cinco empresas totalizaron el 52%, y dos de estas acumularon el 33% del total reportado para este último año. Lo anterior, muestra una concentración importante en las exportaciones de las mujeres exportadoras, por lo cual, se debe seguir diseñando políticas públicas para fomentar el desarrollo de las MIPYMES lideradas por mujeres, y con esto, aumentar la diversificación y el desarrollo de este sector en las exportaciones dominicanas.

**Gráfico 3. Exportaciones Totales de Bienes de Mujeres Exportadoras**

*Nota: Excluyendo partida 7108 (Oro en Bruto)*  
 Valores en US\$ millones; Período 2012- oct 2020



Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA

Se aprecia, además, que el monto exportado presenta el mismo comportamiento que la muestra donde se incluye las exportaciones de oro: (i) un crecimiento sostenido de 14% durante el período 2012-2016, alcanzando un valor máximo en este último año y, (ii) una tendencia decreciente durante el trienio 2018-2020. Para el 2016 se destaca el crecimiento de productos como el cacao, plátano y banano, aceite de linaza, entre otros.

Cabe resaltar, que las previsiones para el 2020 se acercan a los resultados obtenidos en el 2019. Si comparamos el valor exportado en el período enero-octubre 2020 con los demás valores mostrados en el gráfico, podemos concluir que los efectos del Covid-19 no han sido tan significativos en este sector exportador.

## 6.2 EXPORTACIONES SEGÚN CONSISTENCIA EXPORTADORA

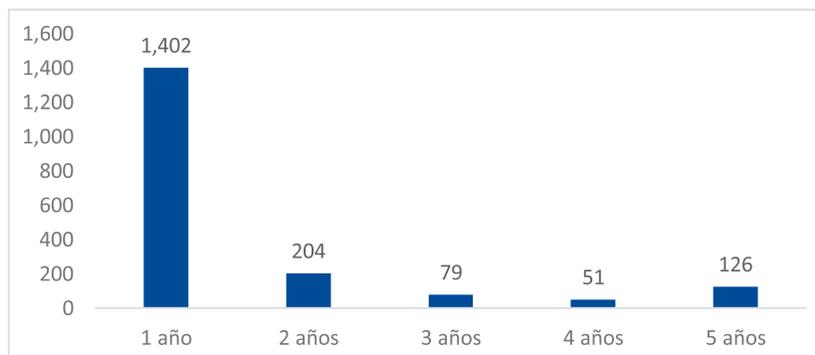
En el gráfico #4 se muestra el resultado del análisis de la consistencia exportadora para los últimos cinco años. En el período 2015-2019, 1,862 empresas exportadoras lideradas por mujeres realizaron sus exportaciones. Sin embargo, sólo 126 de estas empresas (7%) fueron consistentes durante todo el período analizado. Se puede visualizar que 51 empresas exportaron en cuatro años, 79 exportaron tres años, 204 exportaron dos años y finalmente 1,402 exportaron un año.

Esto nos dice en términos prácticos, que existe una importante cantidad de mujeres exportadoras que han incursionado en la actividad exportadora pero no han logrado mantenerse sufriendo sus productos en los mercados internacionales. En efecto, es importante que los programas y políticas públicas que sean diseñados para este sector deben fomentar que las empresas una vez logren colocar sus productos en el exterior, puedan continuar de manera recurrente con sus exportaciones a los mercados alcanzados.

**Gráfico 4. Análisis de Consistencia Exportadora a Mujeres Exportadoras**

*Nota: Incluyendo partida 7108 (Oro en Bruto)*

*Valores en cantidad de firmas; Período 2015- 2019*



Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA

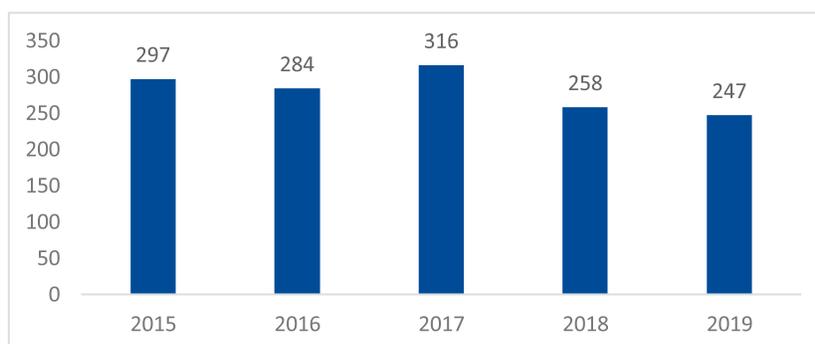
En el gráfico #5 podemos visualizar con detalle la distribución de las empresas que exportaron sólo un año en el período 2015-2019. Podemos ver que 297 empresa exportaron en el 2015 y no volvieron a exportar durante los cuatro años siguientes, 282 empresas exportaron solamente en el 2016, 316 empresas exportaron en el 2017, 258 empresas exportaron durante el 2018 y finalmente 247 exportaron únicamente en el 2019.

En otras palabras, se visualiza que año tras año más de 250 mujeres exportadoras exportan sus productos al mercado exterior, y no vuelven a realizar exportaciones en los años siguientes. Por lo cual, es fundamental que se puedan desarrollar programas que minimicen el abandono de estas empresas lideradas por mujeres en su actividad comercial en los mercados internacionales.

**Gráfico 5. Mujeres Exportadoras con Exportaciones en un sólo Año**

*Nota: Incluyendo partida 7108 (Oro en Bruto)*

*Valores en cantidad de firmas; Período 2015- 2019*



Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA

## 6.3 EXPORTACIONES SEGÚN DESTINOS

En el cuadro # 4 se presenta el valor monetario de las exportaciones del sector “Mujeres Exportadoras” durante el período 2017-2019, en función de las regiones de destino, incluyendo la partida con el código

7108, relativa al oro en bruto. Más del 60% de estas exportaciones se destina a Europa y Asia. En el caso de Europa, en los últimos tres años las exportaciones han crecido en 203% pasando de US\$200 millones en el 2017 a US\$700 millones en el 2019. Mientras que en el caso de Asia las exportaciones han experimentado una reducción de 6% en el mismo período.

#### Cuadro 4. Exportaciones de Mujeres Exportadoras, según regiones geográficas

*Nota: Incluyendo partida 7108 (Oro en Bruto)*

*Valores en US\$ millones y en %; Período 2017- 2019*

REGIONES	2017	2018	2019	CREC.PROM	PART. %2019
Europa	228.78	141.12	767.38	203%	46%
Asia	532.80	678.81	407.89	-6%	25%
América del Norte	792.78	641.17	374.80	-30%	23%
América Central y El Caribe	101.13	102.31	102.91	1%	6%
América del Sur	1.62	9.25	0.93	191%	0%
Resto Del Mundo	0.04	0.02	0.02	-28%	0%
<b>Total</b>	<b>1,657.15</b>	<b>1,572.68</b>	<b>1,653.93</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA

En el cuadro #5 que sigue, se presenta el valor de las exportaciones durante el período 2017-2019, incluyendo el oro, para los diez (10) principales destinos. Se observa que, en el año 2019, los principales destinos de las exportaciones dominicanas lideradas por mujeres fueron Suiza con el 43%, India 24% y Canadá 18%. Además, cuando se mide el nivel de concentración, se aprecia que el resultado es de un 98% (es decir, el 98% del monto exportado se concentra en los diez (10) países indicados en el cuadro #5).

Cabe resaltar que las exportaciones hacia Suiza han experimentado un crecimiento superior al 300% debido, especialmente, a las exportaciones de oro. Países Bajos y Cuba también son países en donde las exportaciones lideradas por mujeres han crecido de manera considerable; 104% hacia Países Bajos, donde las exportaciones de plátanos y bananos se multiplicaron por 6, pasando de US\$2 millones en el 2017 a un total de US\$12 millones en el año 2019; a su vez, las exportaciones de mango se duplicaron. En el caso de Cuba, las exportaciones tuvieron un crecimiento de 119%, en cuyo resultado tuvieron un desempeño destacado el aceite de soya y los embutidos.

### Cuadro 5. Exportaciones de Mujeres Exportadoras, según países/mercados

*Nota: Incluyendo partida 7108 (Oro en Bruto)*

*Valores en US\$ millones y en %; Período 2017- 2019*

PAIS	2017	2018	2019	CREC. PROM.	PART. % 2019
Suiza	176	80.8	718.3	367%	43%
India	524.9	668.9	402.7	-6%	24%
Canadá	734.9	585	301.3	-34%	18%
Estados Unidos	56.9	53.3	70	13%	4%
Haití	76.2	74.7	68.7	-5%	4%
Paises Bajos	6.6	20	21.2	104%	1%
Puerto Rico	11.9	14.1	12.6	4%	1%
Reino Unido	13.2	12.9	11.2	-8%	1%
Cuba	2.6	3.4	10.6	119%	1%
Bélgica	7.9	12.3	4.2	-6%	0%
<b>Sub-Total</b>	<b>1,611.20</b>	<b>1,525.40</b>	<b>1,620.90</b>	<b>0%</b>	<b>98%</b>
<b>Otros</b>	<b>45.9</b>	<b>47.2</b>	<b>33.1</b>	<b>-14%</b>	<b>2%</b>
<b>Total</b>	<b>1,657.20</b>	<b>1,572.70</b>	<b>1,653.90</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA

En el siguiente cuadro # 6, se puede apreciar que, cuando se excluyen del análisis las exportaciones de la partida 7108, correspondiente al oro en bruto, las principales regiones destino cambian, pasando de Europa y Asia a América Central y el Caribe con 44% y América del Norte con 32% (lo cual puede ser un resultado del DR-CAFTA) y, finalmente, Europa se ubica en la cuarta posición con 21%; en total, esas tres (3) regiones concentran el 97% de las referidas exportaciones.

### Cuadro 6. Exportaciones de Mujeres Exportadoras, según regiones geográficas

*Nota: Excluyendo partida 7108 (Oro en Bruto)*

*Valores en US\$ millones y en %; Período 2017- 2019*

REGIONES	2017	2018	2019	CREC.PROM	PART. %2019
América Central y El Caribe	101.13	102.31	102.91	1%	44%
América del Norte	58.68	56.65	74.78	14%	32%
Europa	56.66	60.70	49.19	-6%	21%
Asia	8.04	15.40	5.50	14%	2%
América del Sur	1.62	9.25	0.93	191%	0%
Resto Del Mundo	0.04	0.02	0.02	-28%	0%
<b>Total</b>	<b>226.18</b>	<b>244.33</b>	<b>233.33</b>	<b>2%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA

En términos de crecimiento se destaca América del Sur, esto se debe al incremento de las exportaciones de minerales de cobre por un valor de US\$8.0 millones, y cuyo destino fue Chile para el año 2018. Sin embargo, se debe notar que se trató de una exportación ocasional, puesto que para el año 2017 el valor de este producto fue de US\$ 500 mil y, para el 2019 no se evidencia registro alguno para dicho producto.

Cuadro 7. Exportaciones de Mujeres Exportadoras, según países/mercados

*Nota: excluyendo partida 7108 (Oro en Bruto)**Valores en US\$ millones y en %; Período 2017- 2019*

PAIS	2017	2018	2019	CREC. PROM	PART. % 2019
Estados Unidos	56.9	53.3	70.0	13%	30%
Haití	76.2	74.7	68.7	-5%	29%
Países Bajos	6.6	20.0	21.2	104%	9%
Puerto Rico	11.9	14.1	12.6	4%	5%
Reino Unido	13.2	12.9	11.2	-8%	5%
Cuba	2.6	3.4	10.6	119%	5%
Bélgica	7.9	12.3	4.2	-6%	2%
México	0.9	2.9	3.5	113%	1%
Francia	3.8	3.4	2.7	-16%	1%
Suecia	9.1	2.9	2.6	-40%	1%
<b>Sub-Total</b>	<b>189.2</b>	<b>199.9</b>	<b>207.3</b>	<b>5%</b>	<b>89%</b>
<b>Otros</b>	<b>36.9</b>	<b>44.4</b>	<b>26.1</b>	<b>-11%</b>	<b>11%</b>
<b>Total</b>	<b>226.2</b>	<b>244.3</b>	<b>233.3</b>	<b>2%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA

El cuadro #7 muestra que cuando excluimos el oro, los principales países destino pasan a ser Estados Unidos con un 30% lo cual rectifica el posicionamiento de ese mercado como principal receptor de las exportaciones dominicanas a nivel general, Haití 29% y Países Bajos con 9%. Estos tres destinos representan el 68%, a estos mercados le sigue Puerto Rico, Reino Unido y Cuba con 5%, respectivamente, se verifica que la concentración resulta ser de un 89% para los diez (10) principales destinos.

## 6.4 EXPORTACIONES SEGÚN RÉGIMEN ARANCELARIO

Según se puede apreciar en el gráfico #8 de más abajo, las exportaciones dominicanas lideradas por mujeres se realizan, fundamentalmente, bajo el régimen Nacional; verificándose que en el año 2019 alcanzaron el 95% bajo el referido régimen, mientras que apenas el 3% fue bajo régimen de Zona Franca y el 1% bajo la Admisión Temporal.

Cuadro 8. Exportaciones de Mujeres Exportadoras, régimen arancelario

*Nota: Incluyendo partida 7108 (Oro en Bruto)**Valores en US\$ millones y en %; Período 2017- 2019*

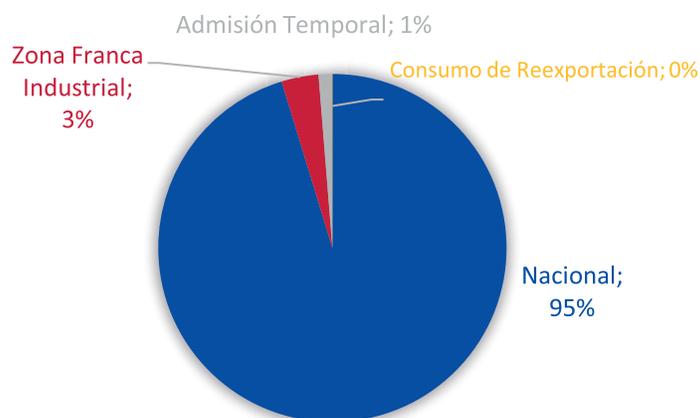
REGIMEN ARANCELARIO	2017	2018	2019	CREC.PROM	PART. %2019
Nacional	1,572.4	1,486.8	1,576.0	0%	95%
Zona Franca Industrial	58.9	67.1	56.8	-1%	3%
Admisión Temporal	23.3	18.7	20.3	-6%	1%
Consumo de Reexportación	2.6	0.0	0.8	-	0%
<b>Total</b>	<b>1,657.2</b>	<b>1,572.7</b>	<b>1,653.9</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA

Gráfico 6. Exportaciones de Mujeres Exportadoras, régimen arancelario

Nota: Incluyendo partida 7108 (Oro en Bruto)

Valores en %; Año 2019



Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA

Según se muestra en el cuadro #9, en el año 2019 las exportaciones dominicanas lideradas por mujeres, excluyendo las partidas sobre el oro, fueron realizadas por diferentes regímenes arancelarios. Se evidencia que el 67% fueron realizadas bajo el régimen Nacional, seguido del régimen de Zona Franca Industrial con el 24% mientras el 9% fue por Admisión Temporal. En términos de la dinámica de crecimiento en el período, se pudo determinar que dichas exportaciones tuvieron un crecimiento promedio de un 2%.

Cuadro 9. Exportaciones de Mujeres Exportadoras, régimen arancelario

Nota: Excluyendo partida 7108 (Oro en Bruto)

Valores en US\$ millones y en %; Período 2017- 2019

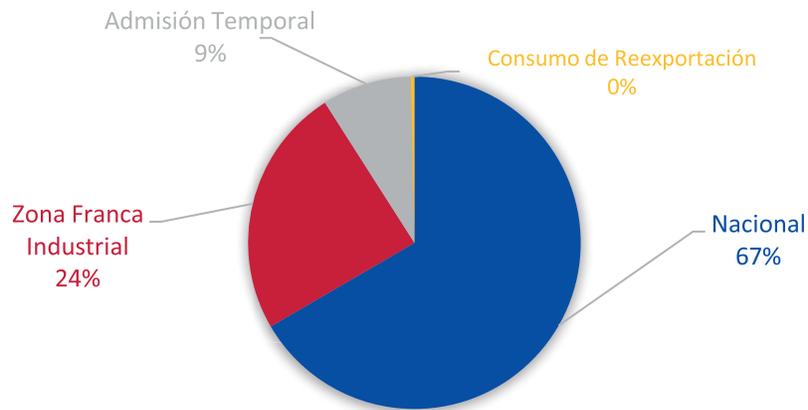
REGIMEN ARANCELARIO	2017	2018	2019	CREC. PROM	PART. % 2019
Nacional	141.4	158.5	155.4	5%	67%
Zona Franca Industrial	58.9	67.1	56.8	-1%	24%
Admisión Temporal	23.3	18.7	20.3	-6%	9%
Consumo de Reexportación	2.6	0.0	0.8	-	0%
<b>Total</b>	<b>226.2</b>	<b>244.3</b>	<b>233.3</b>	<b>2%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA

Gráfico 7. Exportaciones de Mujeres Exportadoras, régimen arancelario

Nota: Excluyendo partida 7108 (Oro en Bruto)

Valores en %; Año 2019



Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA

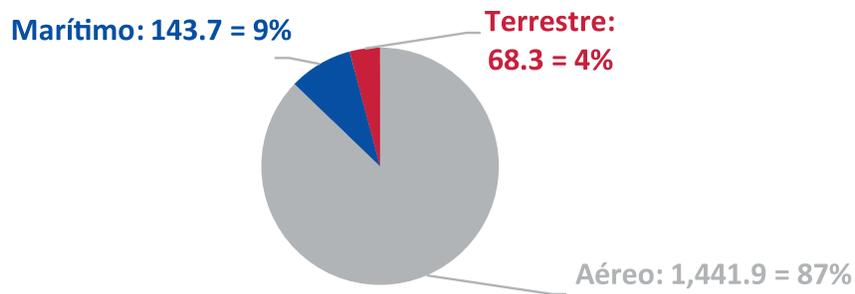
## 6.5 EXPORTACIONES SEGÚN TIPO DE SALIDA

Cuando se mide el volumen de exportaciones dominicanas, lideradas por mujeres, en función del puerto de salida, se verifica que durante el año 2019 el 87% de las mercancías, incluyendo el efecto oro, salen por vía aérea; mientras el 9% salen vía marítima y el 4% vía terrestre.

Gráfico 8. Exportaciones Mujeres Exportadoras, según medio de transporte

Nota: Incluyendo partida 7108 (Oro en Bruto)

Valores en US\$ millones; Año 2019



Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA

Y, de acuerdo con los registros de la Administración Aduanal, según se presenta en el cuadro #10 debajo, el 86.5% de las exportaciones utilizan el Aeropuerto Internacional de las Américas como puerta de salida, el 4.9% sale por el Puerto Multimodal Caucedo, el 2.4% por la Administración Haina Oriental, 2.1% por la Administración de Jimaní y el 1.7% por la Administración de Elías Piña.

Otro punto para resaltar es que el Aeropuerto Internacional JFPG es el principal punto de salida del oro. Además, vale recalcar que son dos salidas de vital importancia para las exportaciones dominicanas a nivel general por su ubicación geográfica y por la modernidad del Puerto de Caucedo que en la actualidad es el puerto más moderno del país y es tomado de referencia en el Caribe y América Central.

Cuadro 10. Exportaciones de Mujeres Exportadoras, según administración aduanera

*Nota: Incluyendo partida 7108 (Oro en Bruto)*

*Valores en US\$ millones; Año 2019*

ADMINISTRACIÓN ADUANAL	2019	PART. %2019
Aeropuerto Internacional JFPG Las Américas	1,431.10	86.5%
Administración Puerto Multimodal Caucedo	81.70	4.9%
Administración Haina Oriental	39.37	2.4%
Administración Jimaní	34.45	2.1%
Administración Elías Piña	27.86	1.7%
Administración Santo Domingo	10.88	0.7%
Aeropuerto Punta Cana	7.36	0.4%
Administración Manzanillo	7.08	0.4%
Administración Dajabón	6.01	0.4%
Administración Puerto Plata	4.64	0.3%
<b>Sub-Total</b>	<b>1,650.46</b>	<b>99.8%</b>
<b>Otros</b>	<b>3.46</b>	<b>0.2%</b>
<b>Total</b>	<b>1,653.93</b>	<b>100.0%</b>

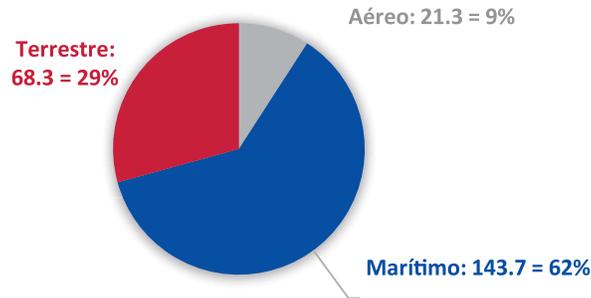
Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA

De acuerdo con los resultados obtenidos, según se muestra en el gráfico #9, el 62% de las exportaciones dominicanas lideradas por mujeres (sin incluir oro) salen vía marítima, mientras el 29% salen vía terrestre y el 9% lo hace vía aérea.

Gráfico 9. Exportaciones de Mujeres Exportadoras, según medio de transporte

Nota: Excluyendo partida 7108 (Oro en Bruto)

Valores en US\$ millones y en %; Año 2019



Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA

Según se presenta en el cuadro #11, relativo a la composición de salida vía la Administración Aduanal, el 35% de las exportaciones salen por el Puerto Multimodal Caucedo, el 16.9% por la Administración de Haina oriental, 14.8% Administración Jimaní, y el 11.9% por la Administración de Elías Piña.

Aquí podemos confirmarlo expuesto anteriormente, dado que las exportaciones de oro tienen como salida principal el Aeropuerto JFPG, cuando lo excluimos del análisis, se observa que el mismo queda en la posición número seis (6) quedando en primer lugar el Puerto Multimodal Caucedo, seguido por Haina Oriental, Jimaní y Elías Piña.

Cuadro 11. Exportaciones de Mujeres Exportadoras, según administración aduanera

Nota: Excluyendo partida 7108 (Oro en Bruto)

ADMINISTRACIÓN ADUANAL	2019	PART. %2019
Administración Puerto Multimodal Caucedo	81.70	35.0%
Administración Haina Oriental	39.37	16.9%
Administración Jimaní	34.45	14.8%
Administración Elías Piña	27.86	11.9%
Administración Santo Domingo	10.88	4.7%
Aeropuerto Internacional JFPG Las Américas	10.51	4.5%
Aeropuerto Punta Cana	7.36	3.2%
Administración Manzanillo	7.08	3.0%
Administración Dajabón	6.01	2.6%
Administración Puerto Plata	4.64	2.0%
<b>Sub-Total</b>	<b>229.87</b>	<b>98.5%</b>
<b>Otros</b>	<b>3.46</b>	<b>1.5%</b>
<b>Total</b>	<b>233.33</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA

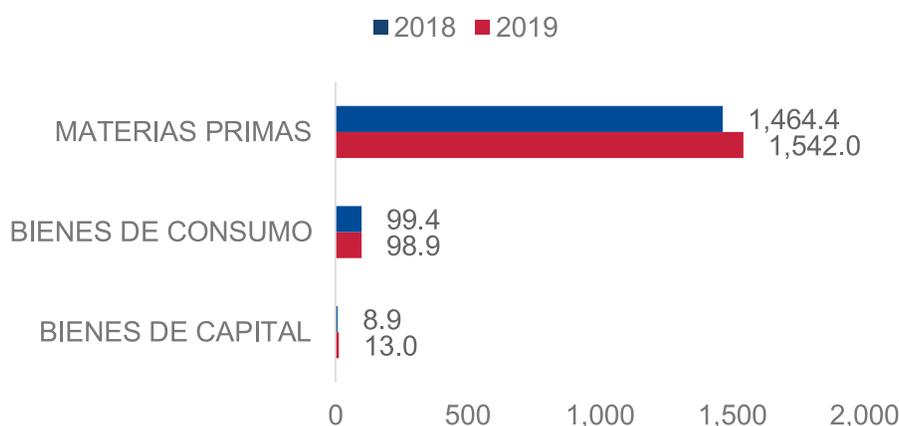
## 6.6 EXPORTACIONES SEGÚN CLASIFICACIÓN ECONÓMICA

Las exportaciones dominicanas de acuerdo con la clasificación económica (incluyendo el oro), muestran que las exportaciones realizadas por mujeres en los períodos 2018 y 2019 son lideradas por materias primas con un valor de US\$1,464.4 millones en el 2018, pasando a ser de US\$1,542.0 millones en el 2019. En tanto que los bienes exportados destinados a consumo fueron de apenas US\$99.4 millones en el 2018 y US\$98.9 millones en el 2019 evidenciando una leve reducción. Por otro lado, las exportaciones de capital fueron de US\$8.9 millones en el 2018 pasando a ser de US\$13.0 millones en el 2019.

Gráfico 10. Exportaciones de Mujeres Exportadoras, según clasificación económica

*Nota: Incluyendo partida 7108 (Oro en Bruto)*

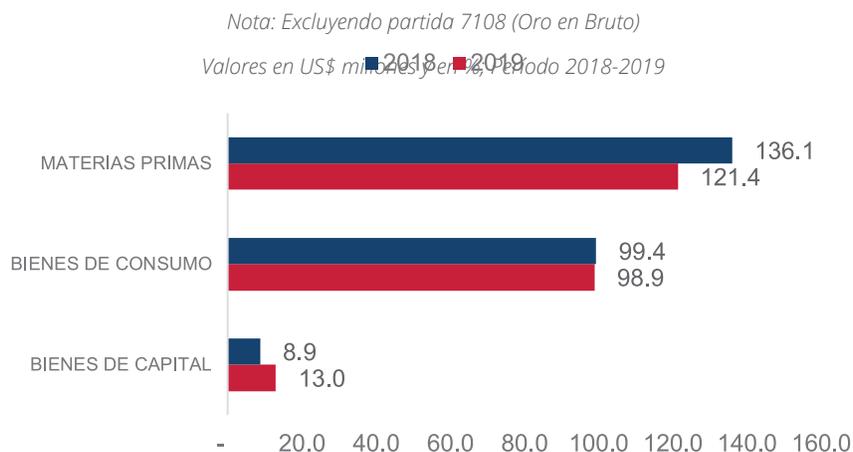
*Valores en US\$ millones; Período 2018-2019*



Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA

Al analizar las exportaciones según clasificación (excluyendo oro), se observa que las exportaciones de materia primas fueron de US\$121.4 millones en el 2019, mostrando una reducción de un 10.8% con relación al 2018 año en el cual se exportó un valor de US\$136.1 millones, en lo relativo a los bienes de consumo y de capital se mantienen igual. Este resultado nos muestra que la mayor proporción en las exportaciones de materia prima son por el efecto oro en bruto. Por lo tanto, podríamos concluir que un aspecto importante sería fomentar las exportaciones con alto valor agregado, donde a través del acceso y transformación de materias primas de origen nacional pudiéramos posicionar el país dentro de las cadenas de suministro a nivel mundial.

Gráfico 11. Exportaciones de Mujeres Exportadoras, según clasificación económica

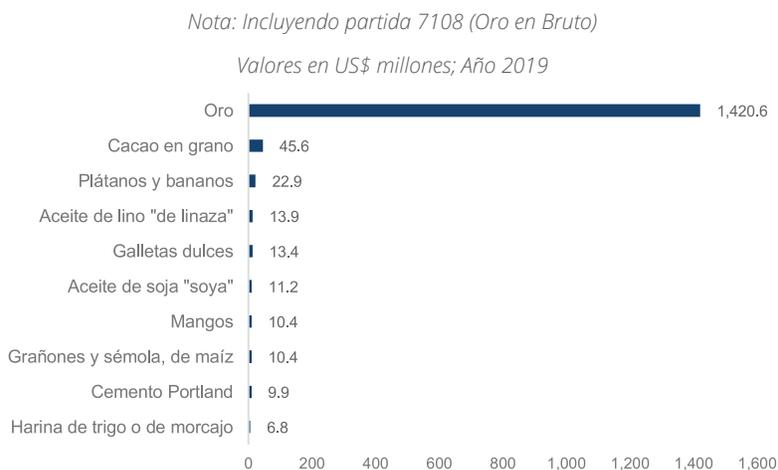


Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA

## 6.7 EXPORTACIONES POR PRODUCTOS EXPORTADOS

Tomando como referencia el año 2019, se muestra que el principal producto exportado por el segmento de estudio, resulta ser la partida 7108, que corresponde al oro con un valor exportado de US\$1,420.6 millones. En términos de importancia, es seguido por el cacao en grano con un valor exportado de US\$45.6 millones, los plátanos y bananos con US\$22.9 millones, aceite de linaza US\$13.9 millones, galletas dulces US\$13.4 millones, aceite de soya US\$11.2 millones, mangos US\$10.4 millones, grañones y sémola de maíz US\$10.4 millones; esto se puede observar en el gráfico #12.

Gráfico 12. Top 10 de Productos Exportados por Mujeres Exportadoras



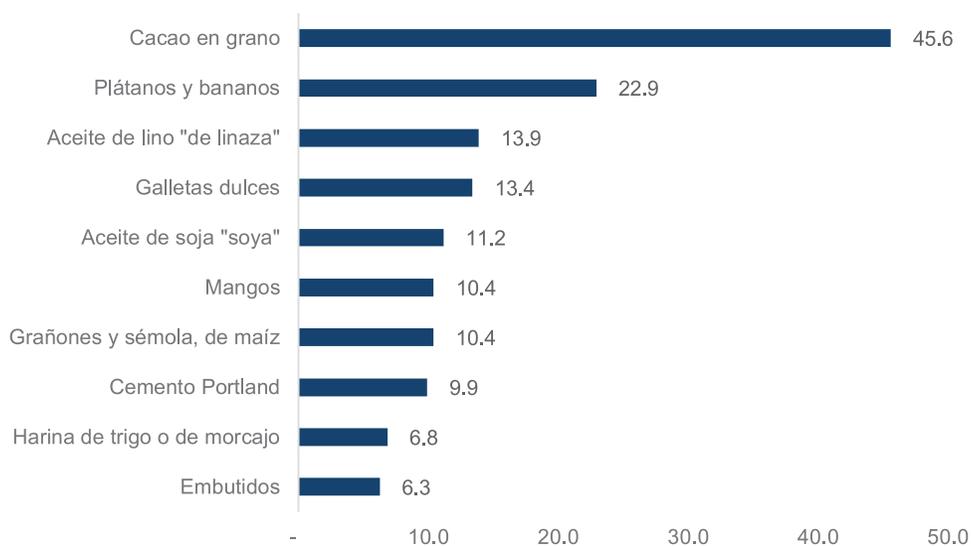
Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA

A su vez, cuando se excluyen las exportaciones de oro dentro del grupo de bienes exportados, se puede evidenciar que aparte de los productos mencionados anteriormente, se exhibe que los embutidos presentan exportaciones por US\$6.3 millones, durante el año 2019 (Ver gráfico # 13).

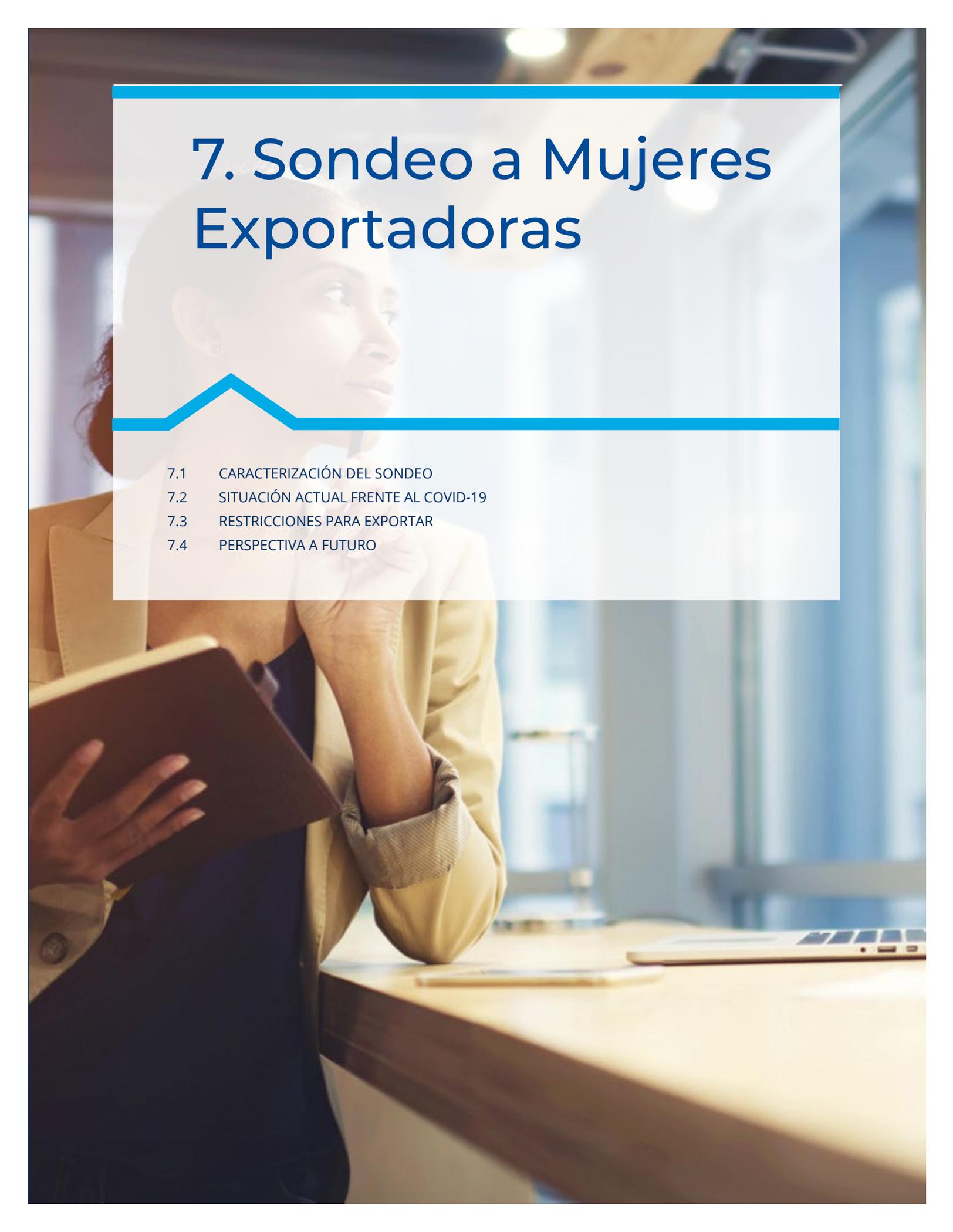
**Gráfico 13. Top 10 de Productos Exportados por Mujeres Exportadoras**

*Nota: Excluyendo partida 7108 (Oro en Bruto)*

*Valores en US\$ millones; Año 2019*



Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA



# 7. Sondeo a Mujeres Exportadoras

- 7.1 CARACTERIZACIÓN DEL SONDEO
- 7.2 SITUACIÓN ACTUAL FRENTE AL COVID-19
- 7.3 RESTRICCIONES PARA EXPORTAR
- 7.4 PERSPECTIVA A FUTURO

Con el objetivo de recopilar información primaria y cualitativa por parte de las mujeres exportadoras, se elaboró un formulario electrónico con preguntas puntuales para: entender las dificultades y necesidades actuales del sector, conocer el impacto que han tenido las medidas restrictivas a la actividad productiva en sus exportaciones, y además, evaluar sus expectativas de crecimiento en el corto plazo.

Este formulario fue enviado mediante una campaña de difusión masiva por medio de correo electrónico a mujeres exportadoras. Adicional a esto, se realizaron llamadas de seguimiento y motivación a todas estas empresas, con el objetivo de aumentar el número de respuestas recibidas. Como resultado, se capturaron un total de 49 respuestas validadas a dicho formulario, las cuales fueron tabuladas y procesadas por el equipo de ProDominicana.

De igual forma, fueron recopilados los principales requerimientos que necesitan estas empresas por parte de ProDominicana, para aumentar o iniciar sus exportaciones en el año 2021. Este levantamiento nos arrojó importantes informaciones y consideraciones sobre los efectos causado por el COVID-19, planes de exportación que tenían estas empresas para el año 2020, y apoyo actual y posterior de ProDominicana en la promoción y potencialización de este sector económico.

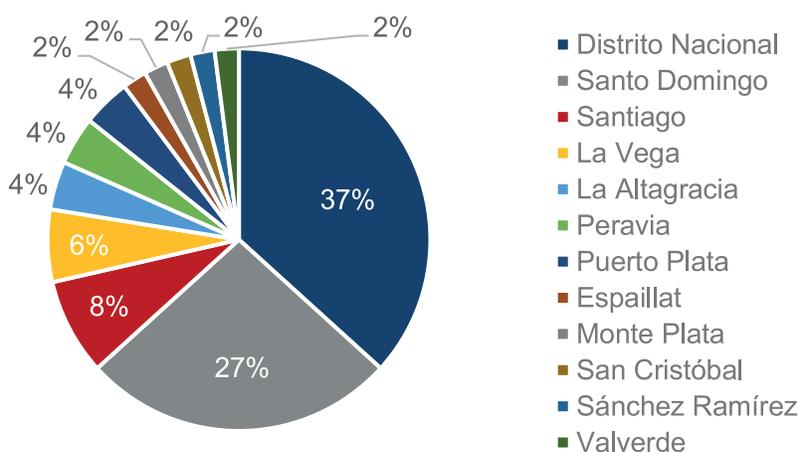
## 7.1 CARACTERIZACIÓN DEL SONDEO

De acuerdo con este sondeo a Mujeres Exportadoras, el 37% de las empresas encuestadas están ubicadas en el Distrito Nacional, 27% en Santo Domingo, 8% en Santiago, 6% en la Vega, seguido de La Altagracia y Puerto Plata cada una con un 4%. En Espaillat, Monte Plata, San Cristóbal, Sánchez Ramírez y Valverde están ubicadas un 2%, respectivamente de las empresas participantes en dicho sondeo.

Comportamiento típico de las metrópolis donde se concentran las mayores infraestructuras y actividades económicas.

Gráfico 14. Ubicación de las Mujeres Exportadoras; según provincia

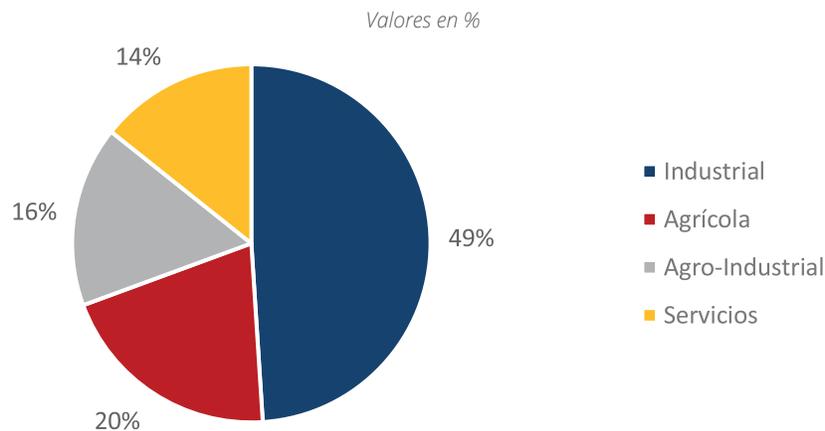
Valores en %



Fuente: Elaborado por ProDominicana con el Sondeo a Mujeres Exportadoras, noviembre 2020

La mayoría de las empresas participantes en el sondeo de Mujeres Exportadoras, pertenecen al sector industrial representado por un 49%, seguido por el sector agrícola con un 20%, agroindustrial con un 16% y servicios con un 14%.

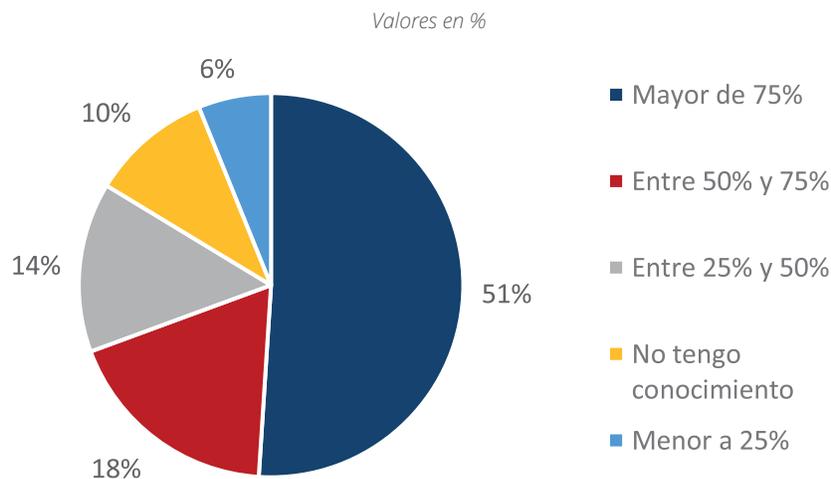
Gráfico 15. Mujeres Exportadoras; según sector de la empresa



Fuente: Elaborado por ProDominicana con el Sondeo a Mujeres Exportadoras, noviembre 2020

El 51% de las mujeres que lideran las empresas dominicanas participantes en el levantamiento poseen más del 75% de las acciones; mientras el 18% poseen entre el 50% y el 75%. El 14% de estas mujeres poseen entre el 25% y el 50% de las acciones y el 6% posee menos del 25% de las acciones.

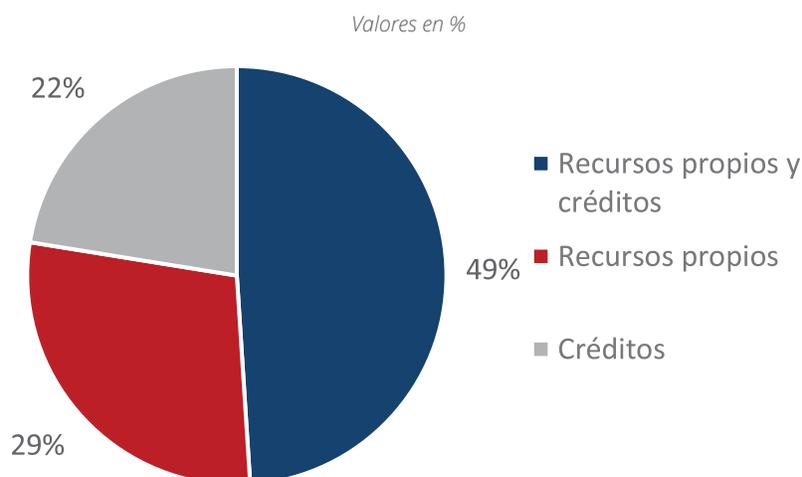
Gráfico 16. Participación Accionaria de las mujeres en empresas consultadas



Fuente: Elaborado por ProDominicana con el Sondeo a Mujeres Exportadoras, noviembre 2020

De acuerdo con lo recabado sobre el origen de los recursos financieros de las empresas consultadas, el 49% responde a una combinación entre recursos propios y crédito, el 29% se financian exclusivamente recursos propios y el 22% restante se financia vía créditos.

Gráfico 17. Origen Recursos de Financiamiento en las Mujeres Exportadoras

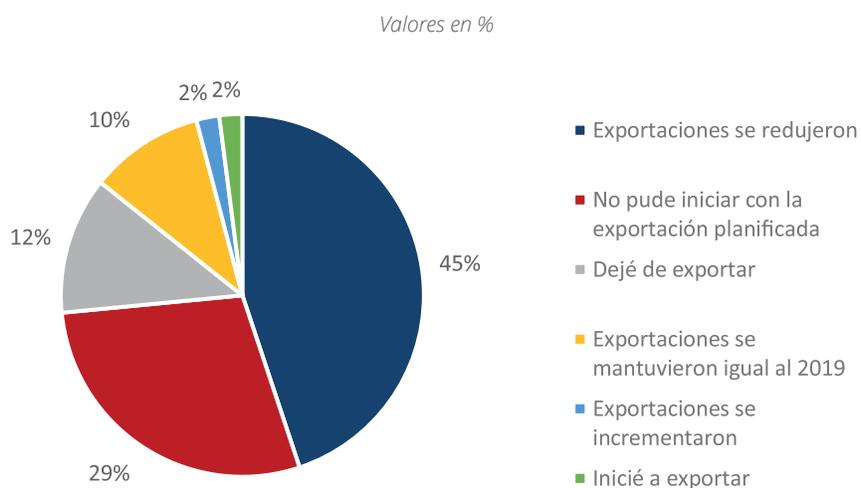


Fuente: Elaborado por ProDominicana con el Sondeo a Mujeres Exportadoras, noviembre 2020

## 7.2 SITUACIÓN ACTUAL FRENTE AL COVID-19

La pandemia originada por el COVID-19 ha afectado el comercio internacional, desde la óptica de este estudio se observa que 45% de las exportaciones de empresas lideradas por mujeres redujeron sus exportaciones, mientras que un 29% indicó no haber podido iniciar con la exportación planificada, para un 12% las exportaciones no variaron con respecto al 2019, para un reducido grupo equivalente al 2% las exportaciones se incrementaron, igual porcentaje (2%) se estrenó en esta actividad.

Gráfico 18. Efectos de la Pandemia COVID-19 en las mujeres exportadoras



Fuente: Elaborado por ProDominicana con el Sondeo a Mujeres Exportadoras, noviembre 2020

### 7.3 RESTRICCIONES PARA EXPORTAR

De acuerdo a las informaciones recolectadas por este sondeo, al preguntarle sobre las restricciones para exportar, se observa que 21 (43%) respondió tener necesidad de financiamiento, 17 (35%) requieren identificación de oportunidades/compradores, 16 dijeron presentar altos niveles de competencia internacional, 12 (24%) respondieron presentar restricción con la obtención de permisos y certificaciones, esta misma cantidad reflejó tener dificultades en temas logísticos, diez de las consultadas para este estudio respondieron que su producto presentaba una baja en la demanda, en tanto que siete de las consultadas han presentado restricción de acceso a mercado y seis respondieron tener producción insuficiente para suplir la demanda.

Estos resultados nos reflejan la necesidad de implementar políticas públicas que permitan un mayor acceso a financiamiento, además de búsqueda de oportunidades comerciales, que permitan el contacto de las mujeres exportadoras con clientes internacionales, este ha sido uno de los grandes retos para ProDominicana, pues a pesar de que cada año propicia encuentros para negociaciones a nuestros exportadores, se debe tener un enfoque especial en las mujeres que se encuentra en este importante sector sin dejar de prestar atención a la parte masculina.

Gráfico 19. Principales Restricciones para Exportar de las Mujeres Exportadoras



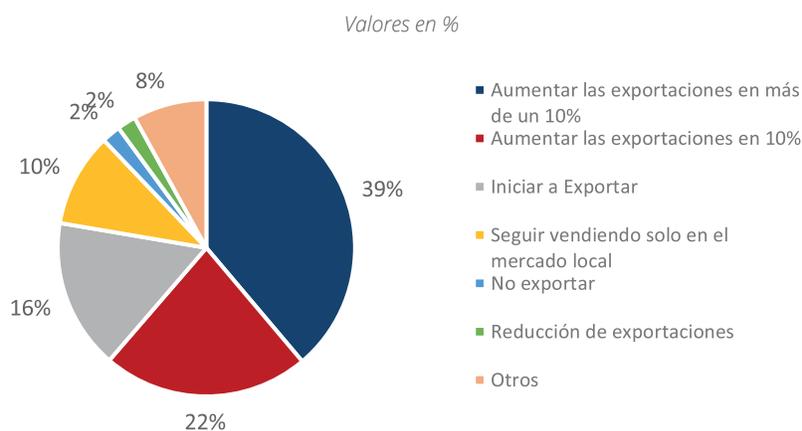
Fuente: Elaborado por ProDominicana con el Sondeo a Mujeres Exportadoras, noviembre 2020

### 7.4 PERSPECTIVA A FUTURO

A pesar de la incertidumbre generada por el COVID-19 en el nivel de empleo, las expectativas de exportación para este próximo año 2021, de acuerdo con el cuadro de más abajo, permite apreciar que un 61% de las empresas lideradas por mujeres tienen planes de aumentar las exportaciones (un 39% afirma que incrementará sus exportaciones en más de un 10% y 22% en exactamente un 10%).

Se destaca, a la vez, que un 16% de las empresas iniciará exportaciones en el 2021, otro 10% estará vendiendo en el mercado local, y sólo un 2% dice que no exportará e igual porcentaje (2%) espera una reducción en esa actividad. El restante 8% tiene otro tipo de expectativa.

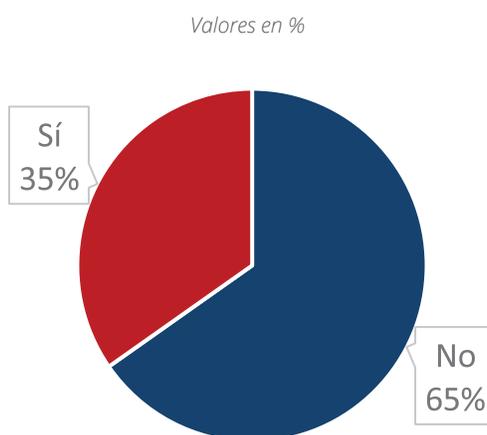
Gráfico 20. Expectativas de las Mujeres Exportadoras para el Año 2021



Fuente: Elaborado por ProDominicana con el Sondeo a Mujeres Exportadoras, noviembre 2020

De las empresas dominicanas lideradas por mujeres, según sondeo realizado como parte del presente estudio, en el gráfico #21 se observa que el 35% afirma haber recibido asistencia de ProDominicana, mientras que el restante 65% indica no haber recibido ningún tipo de asistencia. De este último grupo, no se tiene conocimiento acerca del motivo de tal resultado o si estuviesen dispuestas a participar en los programas de capacitación que actualmente se ofrecen.

Gráfico 21. Asistencia de ProDominicana a las Mujeres Exportadoras



Fuente: Elaborado por ProDominicana con el Sondeo a Mujeres Exportadoras, noviembre 2020

Según el referido sondeo realizado a las empresas lideradas por mujeres, estas expresaron que tenían diferentes necesidades para poder aumentar sus exportaciones. Entre estas necesidades podemos mencionar:

- (iii) *Identificación de Oportunidades Comerciales (32 empresas)*
- (iv) *Participación en eventos comerciales (27 empresas)*
- (v) *Capacitaciones comerciales en comercio exterior (21 empresas) y,*
- (vi) *asistencia técnica en procesos de exportación (18 personas físicas).*

Gráfico 22. Principales Necesidades Reportadas en el Sondeo

Valores en cantidad de respuestas



Fuente: Elaborado por ProDominicana con el Sondeo a Mujeres Exportadoras, noviembre 2020

# 8. Recomendaciones



En función de los resultados del Estudio y del sondeo realizado, el siguiente conjunto de acciones podrían implementarse con el objetivo de satisfacer las necesidades expuestas por las mujeres exportadoras:

- Diseñar programas de asistencia dirigido exclusivamente a mujeres exportadoras para promover, incrementar y consolidar su presencia en el comercio internacional, contribuyendo así al objetivo de incrementar sus niveles de exportaciones.
- Desarrollo de mecanismos e instrumentos mediante coordinación público-privado que permitan aumentar el empoderamiento económico y el liderazgo de las mujeres en el ámbito exportador.
- Identificar opciones donde las mujeres exportadoras se vean asociadas y/o representadas en otros organismos internacionales.
- Promover acciones de acceso a planes y programas atractivos de financiamiento.
- Realizar programas de charlas y conferencias que tiendan a incrementar la presencia de mujeres líderes.
- Fomentar la asociatividad, lo cual permite una mayor cantidad de capital propio y una mayor facilidad en la obtención de créditos para financiar la expansión de la producción o poner en marcha nuevas iniciativas de comercio de exportación.
- Impulsar el desarrollo de mujeres exportadoras en el interior del país, de manera particular con un apoyo a la micro, pequeñas y medianas empresas.
- Como medida para potenciar la creación de nuevas empresas, fomentar la generación de empleo, cerrar las brechas de género y promover la rápida recuperación económica de República Dominicana, se propone revisar la carga impositiva del impuesto sobre la renta para las MIPYMES de nueva creación, durante sus primeros dos años, siempre y cuando cumplan con (a) mantener activas sus actividades económicas activas, (b) incluyan participación femenina entre sus socios, (c) mantengan una participación laboral equitativa de género.
- Proveer facilidades de información y acceso a plataformas en línea que apoyan los emprendimientos y la participación de la mujer en el comercio internacional (SheTrades Mujeres, ConnectAmericas)
- Crear un programa anual de internacionalización, aceleramiento y coaching exportador para MIPYMES de mujeres, según el grado de apoyo requerido.
- Establecer una política institucional para procurar la participación de empresas de mujeres en las actividades de promoción comercial.
- Programar eventos específicos para que la mujer emprendedora conozca los servicios de PRODOMINICANA y motivar a su aprovechamiento (en varias provincias del país).

---

## 9. BIBLIOGRAFÍA

- Barafani, M., & Barral Verna, Á. (2020). Género y Comercio: Una Relación a Distintas Velocidades. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo. Obtenido de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Genero-y-comercio-Una-relacion-a-distintas-velocidades.pdf>
- Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (PRODOMINICANA). (02 de diciembre de 2020). Sondeo a Mujeres Exportadoras. Obtenido de <https://forms.gle/w9X3h3PYXgGHYZhKA>
- Congreso de la República Dominicana. (12 de enero de 2012). Ley de la Estrategia Nacional de Desarrollo de la República Dominicana 2030 (Ley 1-12). Recuperado el 29 de noviembre de 2020, de <https://mepyd.gob.do/mepyd/wp-content/uploads/archivos/end/marco-legal/ley-estrategia-nacional-de-desarrollo.pdf>
- Dirección General de Aduanas (DGA). (28 de noviembre de 2020). Bases de datos de Exportaciones de Bienes de la República Dominicana. Distrito Nacional, Santo Domingo, República Dominicana.
- Dirección General de Impuestos Internos (DGII). (25 de noviembre de 2020). Bases de datos de Contribuyentes de la República Dominicana. Distrito Nacional, Santo Domingo, República Dominicana.
- Frohmann, A. (7 de mayo de 2018). Emprendimiento exportador de las mujeres. Obtenido de Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL: [https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/emprendimiento\\_exportador\\_de\\_las\\_mujeres\\_mayo2018.pdf](https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/emprendimiento_exportador_de_las_mujeres_mayo2018.pdf)
- GanaMás. (29 de noviembre de 2020). PROMPERÚ impulsa el desarrollo empresarial de la mujer exportadora peruana. Obtenido de <https://revistaganamas.com.pe/>
- Gobierno de la República Dominicana. (4 de noviembre de 2020). Plan Nacional de Fomento a las Exportaciones de la República Dominicana. Obtenido de <https://prodominicana.gob.do/Documentos/PD%20PNFERD%20W.pdf>
- MILENIO 2020. (01 de diciembre de 2020). Economía anuncia lanzamiento del programa Mujer Exporta MX. Obtenido de <https://www.milenio.com/negocios/secretaria-economia-lanza-programa-mujer-exporta-mx>
- PROCHILE. (020 de diciembre de 2020). MUEJR EXPORTA: Programa de Información, Capacitación y Apoyo. Obtenido de <https://www.prochile.gob.cl/landing/mujer-exporta/>
- PROCHILE Ministerio de Relaciones Exteriores. (2017). 2da RADIOGRAFÍA A LA PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES EN LAS EXPORTACIONES CHILENAS. Santiago: PROCHILE. Obtenido de <https://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2018/12/II-Radiograf%C2%B0a-Mujeres-Exportadoras-2018.pdf>
- United Nations. (2014). Declaración y Plataforma de Acción de Beijing. Ginebra: UN Women. Obtenido de [https://beijing20.unwomen.org/~media/headquarters/attachments/sections/csw/bpa\\_s\\_final\\_web.pdf](https://beijing20.unwomen.org/~media/headquarters/attachments/sections/csw/bpa_s_final_web.pdf)







**CENTRO DE EXPORTACIÓN E INVERSIÓN  
DE LA REPÚBLICA DOMINICANA**

Av. 27 de Febrero esq. Av. Gregorio Luperón,  
Plaza de la Bandera, Santo Domingo,  
Distrito Nacional, República Dominicana

1 (809) 530-5505  
[servicios@prodominicana.gob.do](mailto:servicios@prodominicana.gob.do)  
[www.prodominicana.gob.do](http://www.prodominicana.gob.do)

