



**PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES Y LA
SITUACIÓN DE IGUALDAD DE GÉNERO
EN LAS MICROEMPRESAS DE LA
REPÚBLICA DOMINICANA**







Fundación
RESERVAS DEL PAÍS



**PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES Y LA SITUACIÓN DE
IGUALDAD DE GÉNERO EN LAS MICROEMPRESAS
DE LA REPÚBLICA DOMINICANA**

Santo Domingo, República Dominicana



CRÉDITOS

CRÉDITOS

Dirección

Presidenta Ejecutiva de Fundación Reservas del País, Inc., Rosa Rita Álvarez
Rector del Instituto Tecnológico de Santo Domingo (INTEC), Rolando Guzmán
Directora del Centro de Estudios de Género del INTEC, Lourdes Contreras
Representante Residente del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Inka Mattila

Equipo Técnico

Oficial de Género, PNUD, Raissa Crespo
Encargada de Monitoreo y Evaluación de la Unidad de Género, PNUD, Rosa Matos
Oficial de la Unidad de Desarrollo Humano Sostenible, PNUD, Melissa Bretón
Economista Senior, Unidad de Desarrollo Humano Sostenible, PNUD, Sócrates Barinas
Gerente de Innovación y Programas Especiales, Fundación Reservas del País, Nadia Tejeda
Gerente de Crédito y Fortalecimiento, Fundación Reservas del País, Garitza Contreras

Diseño de Metodología

Centro de Estudios de Género del INTEC

Investigadores

Fátima Portorreal
Reynaldo Gomera Aquino
Consuelo Cruz

Coordinación Logística

Encargada de Proyectos, Fundación Reservas del País, Karens Luciano

Corrección de Estilo

Milagros Germán

Diseño y Diagramación

Jorge N. Reyes Zorrilla



INDICE

	Mensaje de la Presidenta Ejecutiva.....	11
1.	INTRODUCCIÓN	17
1.1	Aspectos Metodológicos de la Investigación	19
1.2	Marco Conceptual de las MIPYMES y la Igualdad de Género	21
1.3	Aprendizajes de estudios sobre negocios según género en América Latina y Caribe	24
2.	CONTEXTO DE LAS MIPYMES DOMINICANAS Y LAS DESIGUALDADES DE GÉNERO.....	27
2.1	Marco Jurídico de las MIPYMES dominicanas	28
2.2	Políticas de Fomento a las MIPYMES	29
2.3	Importancia Económica y Social de las MIPYMES.....	31
2.4	Las Desigualdades de Género en las MIPYMES dominicanas.....	32
3.	MICROEMPRESAS Y GÉNERO: FORTALEZAS Y DESAFÍOS PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS NEGOCIOS.....	37
3.1	Características demográficas de las personas microempresarias.....	38
3.2	Condiciones socioeconómicas de microempresarias investigadas.....	39
3.3	Características de las MIPYMES sujetas a la Investigación.....	40
3.3.1	Tipos de negocios desarrollados y sectores económicos predominantes en las microempresas.....	40
3.3.2	Características de los negocios.....	42
3.3.3	Tipos de negocios, Orígenes y Potencial de Crecimiento.....	43
3.4	Acceso a Financiamiento y otros servicios.....	47
3.5	Acceso a programas de capacitación laboral.....	52
3.6	Desafíos para la sostenibilidad en las microempresas de mujeres.....	53
3.7	Apertura al cambio, versatilidad y flexibilidad de las emprendedoras para desarrollar diferentes iniciativas en un mundo cambiante.....	57
3.8	Cambios en los emprendimientos de mujeres: Experiencias Exitosas.....	58
4	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	63
4.1	Conclusiones.....	64
4.2	Recomendaciones.....	68
5	BIBLIOGRAFÍA.....	71
6	ANEXOS.....	75

Listado de Acrónimos y Abreviaturas

Acrónimos	Significado
ALC	América Latina y Caribe.
BID	Banco Interamericano del Desarrollo.
BM	Banco Mundial.
CEG-INTEC	Centro de Estudio de Género. Instituto Tecnológico de Santo Domingo.
IDG	Índice de Desarrollo de Género.
IDH	Índice de Desarrollo Humano.
IMBS	Encuesta del Microfinanciamiento en el Bienestar Social
FIES	Fondos de Investigaciones Económicas y Sociales.
FRP	Fundación Reservas del País
PROMIPYMES	Programa de Micro Pequeña y Mediana Empresa.
FONDOMICRO	Fondo para el Financiamiento de la Microempresa.
GIZ	Agencia Alemana de Cooperación Técnica.
MIPYMES	Micro, Pequeña y Mediana Empresas.
OIT	Oficina Internacional del Trabajo.
ONG	Organismos no Gubernamentales.
ONE	Oficina Nacional de Estadística.
PIB	Producto Interno Bruto.
PEA	Población Económicamente Activa.
PNUD	Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo.
PROINDUSTRIA	Centro de Desarrollo y Competitividad de la Industria.
RNE	Registro Nacional de Establecimientos.





Mensaje de la Presidenta Ejecutiva

Es de mucha satisfacción para la Fundación Reservas del País publicar la presente investigación sobre la Participación de las Mujeres y la Situación de Igualdad de Género en Microempresas de la República Dominicana, iniciativa que surgió como consecuencia del anterior Estudio sobre el Impacto de las Microfinanzas en el Bienestar Social, realizado en el 2015 por la Fundación y la Oficina Nacional de Estadística.

El estudio mencionado reveló que durante el ciclo de vida de la mayoría de las microempresas de mujeres, el mayor crecimiento se registró entre los dos a cinco años y luego se estabilizaban o decrecían, mientras que en el caso de las microempresas de hombres se daba una evolución gradual y ascendente que superaba los diez años.

En cuanto al financiamiento, mostró que más mujeres que hombres solicitaron créditos para microempresas, aunque los montos que requirieron fueron considerablemente menores. Por igual las mujeres, a diferencia de los hombres, tuvieron a cooperativas y asociaciones sin fines de lucro como su principal fuente de recursos.

Esos y otros hallazgos nos motivaron a conocer el por qué de esos comportamientos diferenciados y por ello decidimos llevar a cabo esta investigación con un enfoque cualitativo y feminista, en vista de que para entender la verdadera realidad de las mujeres y su participación en las microempresas, debe tenerse una mirada sobre otras actividades que por cultura realizan, como son la reproducción de la vida, la crianza, el cuidado de familiares y otras cargas domésticas dentro del hogar.

Quisimos profundizar en la dinámica detrás de las cifras, en relación a la desigualdad entre los géneros y la situación en el sector económico microempresarial, por qué priorizan un tipo de actividad económica en vez de otras, qué particularidades presentan sus negocios, los elementos que influyen en la toma de decisiones, cómo impacta en ellas el mercado, cuáles son los obstáculos y las características socioculturales que las limitan y cuáles oportunidades facilitan su permanencia.

De lo primero que quiero señalar es que en la investigación quedó de manifiesto que las motivaciones de las mujeres para involucrarse en las microempresas, obedecieron a razones diversas, como son el limitado acceso al mercado laboral, complementar los ingresos de la familia, manejar su tiempo, expandir su creatividad o por interés y capacidad para los negocios.

También que su participación en las microempresas es desigual con relación a los hombres, en cuanto al tipo de negocio que seleccionan, pues se dedicaron más al comercio y servicio; pero dentro de ellos, a los negocios que generan menor rentabilidad, como son la venta de comida, pequeños colmados, freiduría, ropa de paca, salones de belleza, mientras que los negocios de los hombres se concentraron en otras actividades de mayor rentabilidad como son el transporte, herrería, metalmecánica, entre otros.

Por igual, al inicio de sus negocios las mujeres invirtieron poco capital, una de sus causas porque disponen de menos activos que los hombres y en los casos en que se encontraban en operación, las ganancias generadas se utilizaban fundamentalmente para urgencias, gastos familiares y del hogar, en vez de dedicar buena parte de ellas a la capitalización. Por estas razones, la mayoría de su microempresas, son de subsistencia, informales y generan menos empleo.

Lo anterior, sumado a las pocas garantías con las que cuentan, a que según señalaron suelen ser más cautelosas, temen a quedar mal al no poder asumir su compromiso de pago y al riesgo de pérdida, las lleva a solicitar montos más bajos de financiamiento que los hombres, constituyéndose en una limitación para el crecimiento de sus negocios.

Otro factor relevante que se confirmó en la investigación, es que las microempresas de mujeres en un alto porcentaje se desarrollan dentro o cerca de sus viviendas, para poder compatibilizar el tiempo dedicado a las mismas con las responsabilidades del hogar que la cultura les ha asignado. Si bien esta práctica ha sido adoptada de manera inteligente para poder involucrarse en los negocios, el peso de la cultura que aún las vincula a las responsabilidades del hogar, es una razón más que dificulta su buen ritmo de desarrollo. De igual forma, en el imaginario cultural, aún se mantiene que los negocios de mayor tamaño sean propiedad de hombres y que ellas no cuentan con la experiencia suficiente para manejarlos.

Ante lo señalado, nuestro Gobierno que preside el licenciado Danilo Medina, desarrolló estrategias de apoyo a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas y a favor de los derechos e igualdad de género, basadas en lo que establecen la Constitución de la República, la Estrategia Nacional de Desarrollo, los Objetivos de Desarrollo Sostenible y tomando en cuenta los acuerdos internacionales de los que somos signatarios. En tal sentido, desde 2012 se han gestado y desarrollado instancias, programas y proyectos que están contribuyendo con el avance de dichos temas.

Resaltan entre ellos el énfasis que ha estado dando el Ministerio de la Mujer para el empoderamiento económico, la creación del Viceministerio de Fomento a las Mipymes del Ministerio de Industria y Comercio, dentro del cual vale señalar los Centros de Formación y Asesoramiento a las Mipymes y el programa de Empresariedad Femenina, así como las acciones de la Dirección General de Compras y Contrataciones a favor de la inclusión de las microempresas de mujeres en las ofertas públicas.

Además, el fomento de la inclusión financiera a través de inyección de recursos al Banco Agrícola y al Fondo Especial para el Desarrollo Agropecuario (FEDA), la creación de Banca Solidaria y la reactivación de la Fundación Reservas del País, con disponibilidad de fondos para créditos a favor de las Mipymes de comercio, servicio, industria, agropecuaria y otras. En el caso de estas dos últimas instituciones los porcentajes de mujeres beneficiadas superan el 50%.

Es atinado señalar que el diseño e implementación de las tandas extendidas y la educación preescolar que también ha desarrollado el actual Gobierno, han resultado muy positivas para el crecimiento de las microempresas lideradas por mujeres, a la vez que constituyen un apoyo a los trabajos de cuidados, que les facilita disponer de tiempo para hacer avanzar sus negocios.

Luego de realizada la investigación se identificaron recomendaciones, algunas de las cuales resumo más adelante, con el fin de que su implementación facilite que las microempresarias puedan ver disminuidos o eliminados los obstáculos que las limitan:

Una de ellas es la importancia de las políticas públicas relacionadas a la generación de empleos y negocios que estén diferenciadas por género, tomando en cuenta de manera específica las necesidades, características e intereses de las mujeres y que al mismo tiempo, se fortalezcan los programas de apoyo a los trabajos de cuidado y domésticos que realizan, para lo cual se requiere de la sensibilización y transformación de los roles que la sociedad ha establecido para hombres y mujeres,

dentro de los que está la redistribución del trabajo al interno de las familias.

Otras dos recomendaciones, muy ligadas entre sí son, por un lado la necesidad de continuar con el aumento de la oferta crediticia por parte de las diferentes instituciones de carácter público, solidario y privado, para garantizar la disponibilidad financiera que requieran las microempresarias en su momento oportuno y que las evaluaciones que se realicen para el otorgamiento de dichos créditos se fundamente más en el análisis sobre la operación de sus negocios y no tanto en las limitadas garantías con las que cuentan.

Y por el otro lado, aumentar el apoyo a las Mipymes de mujeres en educación y asistencia técnica en los temas financieros, administrativos, de mercado, tecnología, impuestos, entre otros aspectos, porque les resulta muy favorable el contar con mayores herramientas para el manejo de sus negocios. Especial énfasis se recomienda hacer con las microempresas con menos de cinco años de existencia, en vista de que luego de ese tiempo muchas tienden a decrecer.

Asimismo, se sugiere capacitar a las personas que laboran en las instituciones que ofrecen servicios a las Mipymes para que puedan eliminar los estereotipos de género y la tradicional división sexual del trabajo y garantizar que sus estrategias incluyan el enfoque de género de manera transversal.

Otras recomendaciones son, estimular el desarrollo de clúster enfocados en emprendimientos de mujeres e impulsar la creación de microempresas no tradicionales y las vinculadas a la Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas, para garantizar que sus actividades puedan lograr una mayor escala económica.

Las microempresarias requieren contar con servicios adecuados que las respalden en la protección contra la violencia, de manera particular en los negocios, como en sus relaciones conyugales, por lo que se recomienda el fortalecimiento de los servicios básicos de protección social y jurídica para su defensa.

Para finalizar, lo que he presentado es solo un resumen de la riqueza encontrada en esta investigación cualitativa, por lo que deseo que puedan leerla en toda su extensión, porque además refleja las vivencias y el sentir de microempresarias y microempresarios que nos prestaron su tiempo para darlas a conocer. Les ofrecemos nuestro reconocimiento, como también al Instituto Tecnológico de Santo Domingo y su Centro de Estudios de Género, al Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo y al personal involucrado de Fundación Reservas del País, por el gran interés y empeño en este esfuerzo colectivo.

Rosa Rita Álvarez
Presidenta Ejecutiva
Fundación Reservas del País





INTRODUCCIÓN

El empoderamiento económico de las mujeres está considerado un factor determinante para que los países de la región de América Latina y el Caribe puedan establecer economías más prósperas, resilientes y con mayor igualdad de género. Este tipo de empoderamiento también permite el logro de las metas de crecimiento inclusivo y el ejercicio de derechos establecidos en la Estrategia Nacional de Desarrollo 2030, en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y su agenda 2030, de manera particular con respecto a la reducción de las desigualdades entre mujeres y hombres.

Como se sabe, el empoderamiento económico de las mujeres es clave para avanzar en su desarrollo individual y colectivo y en la mejora de la calidad de vida de ellas, sus familias y sus respectivas comunidades, lo que repercute positivamente en el desarrollo humano y sostenible de los países. Sin embargo, el avance en la participación de las mujeres a través de actividades generadoras de ingresos propios, se ve limitado por las desiguales oportunidades con relación a los hombres, sus responsabilidades en las labores del cuidado de la familia y por una serie de factores económicos, sociales y culturales que determinan su acceso y control a los recursos productivos (tierra, finanzas, tecnologías e innovaciones, informaciones, mercado, etc.), y configuran oportunidades desiguales para participar en mercado laboral como empleada o trabajadora por cuenta propia. A partir de la conjugación de factores sociales y culturales persiste una división sexual del trabajo que ha asignado a las mujeres como responsables exclusivas de las labores de cuidado de la familia, limitando su tiempo, el uso y desarrollo de capacidades profesionales para la generación de ingresos propios.

Diferentes instituciones intergubernamentales y agencias de desarrollo¹ han demostrado que en América Latina y el Caribe se han producido avances en la promoción de la equidad de género y en las reformas institucionales en los últimos decenios. Oportunidades económicas de las mujeres. En tal sentido, a pesar del aumento de la participación de las mujeres en la fuerza laboral, todavía perduran brechas importantes en materia de empleo, caracterizadas por: persistencia de segregación en el empleo de hombres y mujeres por sectores y ocupación, reducidas oportunidades de empleo decente para las mujeres, brechas salariales en perjuicio de las mujeres y mayores tasas de desempleo.

En la República Dominicana, a pesar del crecimiento de la población económicamente activa, continúa verificándose una menor tasa de participación laboral (49%) con respecto a los hombres (76%). El desempleo ampliado es casi el doble en las mujeres (23.2%) que en los hombres (12.2%)² y existen brechas salariales importantes en detrimento de las mujeres.³ La falta de oportunidades suficientes para las mujeres en el empleo formal y la carga de los trabajos de cuidados de la familia, las inducen a desarrollar iniciativas económicas propias, para compatibilizar ambos tipos de labores, aunque se encuentren con otra carga de desigualdad relacionada a la escasa cobertura del sistema de protección social.

¹ Banco Mundial, Banco Interamericano del Desarrollo y la Cooperación Técnica Alemana (GTZ). 2010. Mujeres empresarias: Barreras y Oportunidades en el Sector Privado Formal de América Latina y el Caribe. Washington, DC. Pág. 10.

² Datos reportados por el Banco Central en su página web al 2017

³ Datos estimados por el SISDOM de la MEPLYD al 2015 muestran que las mujeres devengan ingresos laborales mensuales inferiores que los hombres, aun para las mismas ocupaciones, estimándose que el ingreso laboral promedio mensual de las mujeres representa el 65.2% en el sector informal y 90.1% en el sector formal

En los negocios de mujeres, especialmente en las MIPYMES, existen barreras de acceso a los mercados formales, considerando la escasa diversificación de sus empresas, como resultado de problemas estructurales que se corresponden con un modelo económico que reproduce desigualdades. Los estudios más recientes realizados sobre las MIPYMES en el país⁴ reportaron diferencias entre los negocios propiedad de hombres y mujeres, las cuales muestran que las MIPYMES de mujeres presentan desventajas con relación a los niveles de ingresos, capacidad de ahorro, niveles de formalidad y de fortaleza administrativa, entre otros aspectos esenciales para la sostenibilidad y crecimiento de tales negocios. Esta realidad motiva a profundizar las razones de estas brechas, como base para la definición y adopción de políticas pertinentes que contribuyan a superarlas.

Estudiar la participación de las mujeres y la situación de igualdad de género en las microempresas de la República Dominicana es una iniciativa que se inscribe dentro del acuerdo de trabajo realizado entre el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y la Fundación Reservas del País. Este estudio está dirigido a desarrollar iniciativas conjuntas para la promoción de la inclusión financiera de la población en pobreza extrema y moderada, a potenciar el impacto de las microfinanzas en el bienestar social de la población dominicana y la promoción del empoderamiento económico de las mujeres. Dentro de este contexto, la Fundación Reservas del País, como asociación sin fines de lucro de carácter público, está comprometida en contribuir al bienestar social de la ciudadanía, promoviendo su inclusión financiera y laboral, a través de una mayor y permanente oferta de recursos financieros, de capacitación y técnicos para, instituciones de microcrédito y microfinanzas y de la población empresarial que atienden.

El presente estudio se propuso identificar oportunidades para la promoción del empoderamiento económico de las mujeres y, de manera especial, de aquellas que están al frente de microempresas, a fin de contribuir con el cierre de las brechas de género existentes para el acceso al crédito y otros recursos necesarios para el desarrollo de sus negocios, fortalecer las actividades productivas de las mujeres y aumentar su participación en el mercado laboral.

En tal sentido, se procuró profundizar los hallazgos de la investigación “Estudio sobre el impacto de las microfinanzas en el bienestar social de República Dominicana”, realizado por la Fundación Reservas con la colaboración de la Oficina Nacional de Estadística en 2015. Mediante el referido estudio se determinó que las mujeres representan un porcentaje significativo de propietarias de micronegocios individuales (14.0%) o propietarias de forma conjunta (21.1%), sin importar la titularidad del negocio, pero todavía sus emprendimientos registran escaso crecimiento y sostenibilidad.

Este estudio tiene como objetivo general analizar las más recientes dinámicas económicas y la situación de la igualdad de género en los pequeños negocios desarrollados por mujeres, su nivel y tipo de participación y sus aportes al sector microempresarial, como base para definir intervenciones que contribuyan a la reducción de las brechas de género existentes en este sector, fortalecer las actividades productivas de las mujeres y su participación en el mercado laboral. En tal sentido, se definieron los siguientes objetivos específicos:

- i. Conocer las características de los diferentes tipos de emprendimientos desarrollados por las mujeres, condiciones de trabajo, sectores económicos a los que pertenecen, tipo de negocio (subsistencia o acumulación), acceso a capital y el uso de los ingresos generados, entre otras variables, que ofrezcan información detallada sobre la participación femenina en este sector.
- ii. Analizar los obstáculos que enfrentan las mujeres a partir de las relaciones de género en el sector como microempresarias, identificando las causas de dichos obstáculos y las brechas de oportunidades para su permanencia en la actividad productiva.

⁴ Entre estas investigaciones resaltan “Impacto de las microfinanzas en el bienestar social de la República Dominicana”, efectuado por la ONE en 2015, y la Encuesta sobre MIPYMES realizada por FONDOMICRO en 2013

- iii. Identificar situaciones y trampas del mercado, de la cultura y del sistema de valores en la comunidad, que constituyen obstáculos o favorecen los negocios desarrollados por las mujeres.
- iv. Profundizar en el nivel de autonomía de las microempresarias, sus liderazgos y toma de decisiones en el desarrollo de los negocios, como base para el empoderamiento.
- v. Identificar propuestas de intervenciones para impulsar opciones de accesibilidad a los mercados, en igualdad de condiciones; a sistemas de seguridad social y previsional que provean sostenibilidad y promuevan igualdad de oportunidades entre los sexos.

El documento consta de cuatro capítulos. En el primero se incluyen los antecedentes del estudio, el diseño metodológico y el marco conceptual sobre el que se sustenta la investigación. En el segundo capítulo, se presenta una síntesis del contexto de funcionamiento de las MIPYMES, en términos normativos, su importancia económica y social, las políticas diseñadas y en ejecución en el país para el desarrollo de este sector, así como también las desigualdades existentes en las microempresas propiedad de hombres y de mujeres.

A partir del capítulo 3, se presentan las características del sector microempresarial y negocios estudiados, considerando el perfil socioeconómico de las personas dueñas, por un lado, y por otro, se identifican las características de las empresas, según tipo de negocio, sectores económicos y acceso a servicios de apoyo. Además, se presenta una breve reflexión acerca de los desafíos y las oportunidades identificadas, considerando el aspecto social y cultural predominante. Por último, en el cuarto capítulo se presentan las conclusiones y las recomendaciones de políticas.

1.1 Aspectos Metodológicos de la Investigación

Para dar respuesta a los objetivos expuestos, el estudio se planteó las siguientes preguntas de investigación:

- a) ¿Cuáles son los sectores económicos en los que participan las mujeres microempresarias y cuáles son las características de sus negocios?
- b) ¿Cuáles son los tipos de emprendimientos desarrollados por las mujeres y su participación en la cadena de valor?
- c) ¿Cuáles son las variables económicas, sociales y culturales que intervienen para el desarrollo de los negocios de las mujeres y cuáles influyen en que tengan decrecimiento a partir de los 5 años?
- d) ¿Cómo y quién toma las decisiones relativas a la actividad empresarial?
- e) ¿Cuáles son las principales situaciones del mercado, del sistema de valores de la cultura, del sistema de valores en la comunidad relativas al rol de las mujeres y cómo estas afectan sus negocios?
- f) ¿Cuáles son los obstáculos que enfrentan las mujeres para desarrollar los negocios y las brechas de oportunidades para su permanencia en la actividad microempresarial?
- g) ¿Cuáles son los sistemas de valores sociales y culturales que se convierten en obstáculos para el desarrollo de negocios por las mujeres?

Técnicas de investigación

Para la realización de este estudio se utilizaron diferentes técnicas cualitativas, como revisión documental, realización de grupos focales, diálogos de enfoques, entrevistas semi-estructuradas y observaciones de campo.

a) Revisión y análisis de información secundaria

Mediante estas técnicas se analizaron documentos sobre políticas públicas, estadísticas disponibles, informes técnicos y programas implementados para el fomento de las microempresas, políticas para la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres. De modo particular, se revisaron y analizaron fuentes como las siguientes:

- Estudio sobre el Impacto de las Microfinanzas en el bienestar Social de la República Dominicana FRP/ ONE.
- Estadísticas de la ONE sobre Registro Nacional de Establecimientos Comerciales
- Informe Regional sobre Desarrollo Humano para América Latina y el Caribe
- Diagnósticos del sector realizados por entidades como el Fondo para el Financiamiento de la Microempresa (FONDOMICRO), Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Agencia de Cooperación de Desarrollo de los Estados Unidos (USAID), Proyecto CAMPE INTEC, FIES
- Mapa Interactivo de Desarrollo Humano; Índice de Desarrollo Humano y el Índice de Desigualdad de Género y otros documentos de instituciones especializadas.
- Encuesta Nacional de Fuerza de Trabajo y las Encuestas de Hogares del Banco Central, así como la base de datos estadísticos que ofrece la Oficina Nacional de Estadística

Estas informaciones se cruzaron con las indagaciones levantadas mediante técnicas cualitativas, a fin de entender, por medio de un sistema de triangulación, las variables que se correlacionan en el estudio y aportaran claridad sobre la participación de las mujeres en las microempresas, sus potenciales y limitantes. Tales datos son analizados desde el enfoque de género y los aportes de la economía feminista.

b) Entrevistas semiestructuradas

Se realizaron 15 entrevistas a personas claves de organizaciones e instituciones nacionales y locales vinculadas al sector de las microempresas, como fueron funcionariado público, personal directivo y técnico de cooperativas que canalizan fondos de la Fundación Reservas y personal especializado en el funcionamiento de las microempresas, entre otros actores.

c) Grupos Focales

Se realizaron 10 grupos focales con mujeres microempresarias, dos de ellos con hombres, en ocho provincias de amplia incidencia en los programas de crédito de la Fundación Reservas del País. Las personas participantes fueron escogidas a partir de la base de datos de los clientes de la Fundación Reservas del País y los resultados del estudio realizado en 2015 por la Oficina Nacional de Estadística (ONE) sobre impacto de las microfinanzas en el bienestar social de República Dominicana, en el Gran Santo Domingo (Santo Domingo y Distrito Nacional), Cibao (La Vega, Salcedo, Bonao, Santiago) y en el Sur (Azua y San Cristóbal). Las personas participantes fueron escogidas al azar, entre las mujeres asociadas y usuarias de créditos de las cooperativas, a través de las cuales la Fundación canaliza sus recursos.

A continuación, detalle de la cantidad de grupos realizados según regiones y provincias.

Tabla 1. Detalle de Grupos Focales Realizados según Provincias

REGIÓN	PROVINCIAS SELECCIONADAS	CANTIDAD
Gran Santo Domingo	Santo Domingo, Distrito Nacional	4
Cibao	Españat, Santiago, Monseñor Nouel, Hermanas Mirabal	4
Sur	Azua, San Cristóbal	2
	TOTAL	10

Análisis de la información cualitativa y cuantitativa

Para analizar la situación y características de las MIPYMES estudiadas, específicamente aquellas que son propiedad de mujeres sujetas de investigación, se utilizaron datos cuantitativos provenientes de la base de datos de clientes de la Fundación Reservas del País. También se examinaron otros datos cuantitativos de fuentes oficiales, para entender el contexto de funcionamiento de las MIPYMES, su importancia y aporte a la economía nacional.

Las informaciones de carácter cualitativo fueron recolectadas mediante grupos focales organizados con las mujeres microempresarias y entrevistas directas, a través de las cuales se conocieron las experiencias, opiniones y percepciones de las mujeres estudiadas, respecto a diferentes temas de interés para este estudio. Estas informaciones fueron transcritas, organizadas y analizadas en base a diversos aspectos contemplados y priorizados para dar respuesta a los objetivos de la investigación. Se identificaron elementos comunes de los negocios, y los condicionantes del contexto socioeconómico y cultural, así como también los cambios en las relaciones de poder entre hombres y mujeres, reportadas por las entrevistadas. También se identificaron aspectos distintivos de negocios innovadores y de gran potencial de desarrollo.

1.2. Marco Conceptual de las MIPYMES y la Igualdad de Género

Desde la economía feminista se realiza una mirada crítica al modelo económico construido a partir de los preceptos de la economía clásica y neoclásica y a la forma de cómo se estudia el mercado laboral y el papel de las mujeres en la economía, donde no se toman en cuenta las restricciones que impone la estructura familiar y los trabajos de cuidados.⁵ En tal sentido, Martha Nussbaum (2006) resalta que los enfoques de políticas públicas dejan fuera de la agenda todas aquellas economías subalternas relacionadas con la crianza, el cuidado de las personas adultas mayores, la producción de alimentos, el empleo informal y el trabajo femenino, tanto fuera como dentro del hogar, prevaleciendo solo enfoques que tienen que ver con la revisión de las políticas fiscales, los presupuestos nacionales y el mercado, entre otros temas. En consecuencia, se propone una revisión de la concepción tradicional de la economía centrada en la idea de la renta, consumos e inversiones de mercancías y factores de intercambio en el mercado, e integrar en los análisis los intercambios de bienes y servicios que tienen lugar en el ámbito doméstico.

⁵ Pérez Orozco, 2007; Carrasco, et al., 2001, pág., 12

Así mismo, en el análisis económico tradicional no se examina la contribución de las mujeres a la economía y sus vulnerabilidades en las esferas pública y privada.⁶ Para el análisis feminista es importante entender los cambios en los roles y el empoderamiento de las mujeres que se produce a partir del desarrollo de iniciativas económicas propias, o si continúan reproduciendo los viejos esquemas productivos y reproductivos.

Cuando se analiza la vinculación de hombres y mujeres a estos dos tipos de economía: la de mercado y la de cuidados, se destaca que las mujeres realizan sus trabajos bajo relaciones de desigualdad de género y enfrentan limitaciones que les impiden aprovechar las oportunidades del contexto para el desarrollo de negocios. En ese aspecto, se ha identificado la existencia de dos tipos de factores para la incorporación de las mujeres, principalmente las más pobres en la actividad empresarial: i) los factores de inducción, que surgen de la necesidad, por la falta de oportunidades en el mercado laboral y la necesidad de complementar el ingreso: ii) los factores de atracción, que se basan en las oportunidades, se relacionan con la necesidad de tener flexibilidad de tiempo para asumir a la vez las tareas de cuidados en las familias, seguir una vocación vital o habilidad innata o capitalizar un nicho comercial.⁷

Haciendo uso del enfoque de género, se han realizado numerosos estudios acerca de la actividad empresarial de las mujeres. Entre estas se resalta, que este tema ha tomado un nuevo auge a partir de la crisis económica global de 2008 que llevó a una amplia discusión entre gobiernos, economistas, académicos e intelectuales, acerca de las bases fundamentales del modelo de globalización, la equidad en la distribución de las riquezas y la situación de desigualdad entre los géneros. Tales investigaciones y otros estudios previos evidencian que el enfoque de las políticas públicas impulsadas por los estados y las agencias de desarrollo continúan obviando las necesidades propias de las mujeres para su inclusión en los diferentes mercados.⁸ En tal sentido, se reporta que los resultados de políticas implementadas tuvieron repercusiones negativas en términos sociales, evidenciados por baja creación de empleo decente, favoreciendo el crecimiento del subempleo, el incremento del empleo informal, persistencia de altas tasas de desempleo especialmente para las mujeres.⁹

Ante el impacto negativo de las políticas públicas al mantener las brechas de género en términos de empleo formal e informal, se propicia una resignificación del rol de los emprendimientos en la reactivación de las economías. En consecuencia, se han realizado estudios empíricos de carácter cualitativo para dar respuesta a la necesidad de impulsar las actividades por cuenta propia, entender los obstáculos de la inserción de las mujeres en los mercados formales e informales en la región, considerando que el modelo de desarrollo vigente, centrado en el crecimiento económico, invisibiliza los aportes de las mujeres a la economía monetaria y a la economía de los cuidados.¹⁰

La división sexual del trabajo, los roles de género y los negocios realizados por mujeres.

La división sexual del trabajo y los roles de género tradicionales predominantes en las sociedades y cultura latino-americanas y del Caribe marcan la experiencia laboral de las mujeres y definen la naturaleza y el alcance de sus negocios informales. En estas sociedades, a las mujeres se les asignan las responsabilidades del cuidado y las actividades domésticas, lo que repercute en el tipo de iniciativas económicas que tienden a desarrollar. De igual manera, la estructura de los emprendimientos está amparada por el trabajo femenino y los aportes familiares. Así, la triple jornada de las mujeres limita el acceso a su formación profesional, el derecho a la salud, a la participación social y política, restringe el derecho al ocio y el ejercicio de una ciudadanía plena.

6 Piccho, Antonella. Condiciones de vida: Perspectiva, análisis económico y políticas públicas. Revista Economía Crítica. No.7. pág. 42

http://revistaeconomiacritica.org/sites/default/files/revistas/n7/2_condiciones_de_vida.pdf

7 Banco Mundial, et al. 2010. Mujeres empresarias: Barreras y Oportunidades en el Sector Privado Formal de América Latina y el Caribe. Washington, DC. Pág. 10.

8 Benería y Feldman 1992, Elson 1995 y 2010, Floro 1995, Antonopoulos 2009, Gálvez y Torres 2010 y Pearson y Sweetman 2011

9 (OIT) Oficina Internacional del Trabajo. 2014. La transición de la economía formal a la informal. Informe V. Conferencia Internacional del Trabajo 103 a reunión 2014. Ginebra. Pág. 9.

http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_norm/@relconf/documents/meetingdocument/wcms_218350.pdf

10 (OIT) Conferencia Internacional del Trabajo. 2009. Un pacto Mundial para el Empleo. En su nonagésima octava reunión. Ginebra.

http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_norm/@relconf/documents/meetingdocument/wcms_115078.pdf

A partir de ese entorno social y cultural, las mujeres se integran a los emprendimientos en peores condiciones que los hombres, debido a causas relacionadas en los diferentes ámbitos públicos y privados donde interactúan. En tal sentido, esta integración está determinada por su inserción desigual y situaciones de discriminación en el mercado laboral respecto a los hombres, estructuras jurídicas y reglas financieras que generalmente les imponen barreras que las afectan para acceder a recursos importantes, entre ellos la asesoría empresarial y el acceso a créditos, entre otros factores productivos.¹¹

Según lo planteado por Pérez Orozco (2006), la estructura socioeconómica que sostiene diferencias jerárquicas entre hombres y mujeres sigue una lógica que responsabiliza a las mujeres de los trabajos invisibles, con menores remuneraciones, y que responden a necesidades de subsistencia con lo que se refuerza la idea de que el sistema capitalista 'niega la responsabilidad social en la sostenibilidad de la vida, creando conflictos, desigualdades sociales y económicas con trabajos feminizados'.¹²

Diferentes autoras y autores plantean que para analizar la situación de las mujeres emprendedoras es necesario considerar variables como educación, estatus laboral, redes de apoyo, oportunidades, miedo al fracaso, habilidades, entre otros, para entender las condiciones en que las mujeres se inician en este tipo de actividad económica.¹³ Para estas autoras, el miedo es una variable importante, pues a diferencia de los hombres, las mujeres tienen mucho que perder si fracasan, pues de esos ingresos dependen sus familiares y en su mayoría son mujeres pobres con cargas de hijos o que cuidan de parientes ancianos. Muchas no tienen pareja o su pareja percibe un bajo salario.

Desde la economía feminista se argumenta acerca de las debilidades y obstáculos de los negocios propiedad de mujeres, las cuales se atribuyen a que en el sistema patriarcal no se reconoce ni otorga el valor real a las actividades realizadas por las mujeres en los ámbitos públicos y privados. Esta realidad se manifiesta en las diferencias salariales y en la reproducción de la fuerza de trabajo, a cargo esencialmente de las mujeres, como trabajo no pagado. Ambos aspectos son aprovechados por el capitalismo en el proceso de acumulación. En tal sentido, Carrasco (2011) plantea lo siguiente:

*"...el salario debería permitir comprar todos los bienes y servicios sin necesidad de realizar ningún otro trabajo. Entonces, ¿qué salarios deberíamos ganar? Parece evidente que la producción mercantil capitalista no podría funcionar pagando salarios de subsistencia real. De aquí la necesidad de mantener oculto, no tanto el trabajo familiar doméstico, en el sentido de que es difícil que alguien niegue que en los hogares se realiza un trabajo o, al menos, una actividad que requiere energías y tiempo; sino el fuerte nexo que mantiene con la producción capitalista, el mecanismo a través del cual la producción capitalista puede desplazar costes hacia la esfera doméstica; costes que generalmente asumen la forma de trabajos de cuidados realizados por las mujeres".*¹⁴

Los roles de género tradicionales continúan asignándole a la mujer, de manera desproporcionada, las responsabilidades familiares y domésticas. Ser jefa de hogar, tener hijos menores de cinco años y un negocio en la casa, además de una menor rentabilidad por el tiempo invertido en la empresa, son todos factores relacionados con la necesidad de la mujer de combinar sus responsabilidades familiares con actividades empresariales. Estos y otros impedimentos siguen afectando en especial a las empresarias del sector privado formal y dificultan en extremo la liberación completa del potencial de estas mujeres.

Se concluye que la combinación de sistema capitalista y el patriarcado afectan doblemente la vida de las mujeres que realizan actividades por cuenta propia, tanto a nivel de sus negocios como en su proceso emancipador.¹⁵

11 Fay y Williams (1993), Carter y Allen (1995), Lamolla (2005), entre otras.

12 Pérez Orozco, Amaia. Amenaza Tormenta: La crisis de los Cuidados y la Reorganización del Sistema Económico. Revista de Economía Crítica. No. 5. Marzo 2006. Pág. 32. http://observatoridesc.org/sites/default/files/1_amenaza_tormenta.pdf

13 Minniti, Arenius y Langowitz, 2005

14 Carrasco, Cristina. 2011. La Economía del cuidado: Planteamiento Actual y desafíos pendientes. Universidad de Barcelona. Revista Economía Crítica No. 11 primer semestre 2011, Pág. 213.

15 Centro de Estudios de Género (CEG-INTEC) y Fondo para el Fomento de la Investigación Económica y Social /FIES) Relaciones de Género para el Fomento de las MIPYMES. 2010. Pág. 73.

1.3 Aprendizajes de estudios sobre negocios según género en América Latina y Caribe

Caracterización de las MIPYMES Lideradas por Mujeres

La decisión de las mujeres de convertirse en empresarias se explica por una serie de factores que las inducen a participar en los mercados laborales. Estos factores se vinculan al bajo retorno de la educación, así como a la necesidad de obtener, ampliar o completar el ingreso familiar ante la falta de oportunidades en el mercado laboral, especialmente en las mujeres pobres. Otros factores se relacionan con aspectos de género en la acumulación de activos y de capital humano o con la asignación intrafamiliar de los recursos y las responsabilidades de crianza de los hijos.¹⁶

Algunas de las características que diferencian a los negocios y actividades productivas encabezados por mujeres de aquellos dirigidos por hombres son:

- Las actividades productivas desarrolladas por mujeres se relacionan con un menor número de sectores económicos (comercio, servicios y manufactura);
- Se vinculan con actividades afines a las labores tradicionales de las mujeres en el ámbito de la producción de alimentos, hilados, costuras, comercio, la belleza, entre otros;
- Generalmente usan menos mano de obra y capital físico y registran niveles más bajos de capital humano, lo que repercute tanto en la productividad como en la rentabilidad de un negocio;
- Las actividades de las mujeres se encuentran, sobre todo, en la pequeña y la microempresa y muy pocas están en empresas grandes o medianas.¹⁷

Un estudio realizado en el marco del proyecto Global Entrepreneurship (GEM, 2007) en la región de Latinoamérica, plantea que por lo general las mujeres se han vinculado a dos tipos de negocios:

- a) Negocios de subsistencia, son aquellos motivados por una necesidad económica, ya sea para subsistir o por tener un ingreso adicional que complete el presupuesto familiar. Estos tipos de negocios generan ingresos diarios, pero se desarrollan sin ninguna planificación y en el sector informal de la economía;
- b) Negocios por necesidad, relacionados con la generación de ingresos, los cuales cuentan con una estructura más formal y tienden a desarrollarse con formalidad en el mercado y sectores tradicionales de la economía. Se caracterizan por permitir la acumulación de activos y capital.

En el ámbito de acceso a crédito, aunque no existen diferencias considerables entre mujeres y hombres empresarios, las mujeres parecen tener mayor aversión al riesgo o temor a solicitar un crédito; se muestran menos familiarizadas y cómodas con instrumentos de crédito de mayor envergadura, por lo que suelen recurrir a montos más pequeños y dependen de fuentes de financiamiento más informales.¹⁸ Esta realidad también está influenciada por la disponibilidad de activos, debido a que las mujeres cuentan con menor valor y tamaño de activos que los hombres, debiendo ofrecer más garantías que estos para acceder al crédito.

Al igual que en otros países, en la República Dominicana se han identificado diversos factores vinculados a las características demográficas de la persona propietaria (género, edad y educación), que permeados por el contexto cultural patriarcal explican el manejo y sostenibilidad de los negocios, así como también el fracaso o cierre de microempresas. Un elemento destacado es que la mujer tiene una mayor participación como propietaria de microempresa que como dueña de una pequeña empresa, a partir de la tendencia observada en las empresas femeninas, las cuales cuando se expanden, incrementan los niveles de inversión y se constituyen formalmente, tienden a cambiar su condición de propiedad individual para compartirla con otros miembros de la familia que se integran a la empresa.¹⁹

¹⁶ Banco Mundial, et al. 2010. Mujeres empresarias: Barreras y Oportunidades en el Sector Privado Formal de América Latina y el Caribe. Washington, DC. Pág. 10.

¹⁷ Idem.

¹⁸ Idem.

¹⁹ Ortiz Medina, Marina. 2013. El fracaso de la microempresa relacionado con las características individuales del propietario: un estudio empírico en República Dominicana. Revista FIR, FAEDPYME International. Vol. 2 N° 3, enero - junio de 2013

Para Ortiz (2013), las empresas femeninas operan con criterios no sólo financieros, sino estableciendo un balance entre el negocio y la familia, y muchas veces se mantienen operando a pesar de que generen pocos beneficios.

También se concluyó que las mujeres tienen una mayor probabilidad de decidir el cierre de sus negocios de manera voluntaria, aunque esta decisión que obedece a razones relacionadas a mejor uso de su tiempo personal, dedicación a otras actividades de su entorno doméstico o familiar, razones personales o migración; y no por factores vinculados al desempeño de las empresas. Se destacan situaciones que se verifican cuando un integrante de la familia enferma y se destinan los recursos a atender esta emergencia lo que lleva a descapitalizar el negocio; o en casos contrarios, donde otros ingresos que se reciben en el hogar, como las remesas, se destinan al suministro de la empresa. También se ha encontrado la tendencia de las mujeres hacia una mayor aversión al riesgo, que en ocasiones genera menor disposición a expandir sus negocios, tomar financiamiento, abrir nuevas líneas de productos o identificar nuevos mercados. Esta aversión puede constituir un elemento de estancamiento o fracaso de la empresa y desalienta para aprovechar oportunidades de crecimiento.²⁰

Condiciones de Inserción laboral y desarrollo de negocios

Los roles tradicionales y la cultura existente en América Latina y el Caribe ayudan a explicar el nivel y las condiciones de inserción de las mujeres en el mercado laboral, expresadas en: la participación femenina en la fuerza laboral tiende a concentrarse en pocos sectores, principalmente comercio, educación y salud, situación que las torna más vulnerables ante crisis específicas. Menores tasas de participación laboral femenina con relación a los hombres; mayor desempleo y períodos más largos para conseguir empleo; diferencias salariales en desventaja para las mujeres, entre otras brechas y desigualdades. Tales diferencias se constituyen en un obstáculo importante para avanzar en el progreso económico de las mujeres.²¹

El predominio de normas culturales que mantienen a las mujeres como principales administradoras en los hogares, la crianza de los hijos y las labores domésticas, son aspectos determinantes para que puedan adoptar estrategias más flexibles para desarrollar sus negocios y dar respuesta a las responsabilidades en el hogar. Un resultado de estas estrategias ha sido la inclinación de las mujeres al sector informal y a desarrollar emprendimientos personales, en detrimento de sus derechos laborales, acceso a pensión y a otros beneficios de seguridad y derechos.²²

Obstáculos para el desarrollo y sostenibilidad de los negocios

Estudios realizados a nivel de la región latinoamericana, han identificado numerosos obstáculos enfrentados por mujeres empresarias, que les impiden expandir sus negocios. Muchas de estas barreras afectan de modo desproporcionado a las mujeres y generan obstáculos adicionales. Por ejemplo, las normas de regulación afectan por igual tanto a hombres como a mujeres. Sin embargo, se argumenta que las mujeres suelen sentirse menos preparadas para realizar maniobras complejas, reportan no contar con información suficiente para el registro de sus empresas, el cumplimiento de otras reglas, y revelan sentirse más vulnerables frente a funcionarios corruptos.

Otros obstáculos identificados son: desconocimiento de los pasos a tomar en cuenta para empezar un negocio y manejar el personal, como en el caso de empresarias que no disponen de información adecuada y/o se sienten intimidadas por procedimientos complejos; dificultades para acceder a financiamiento, tecnología y a redes de mercados adecuados para sus productos, menos probabilidades de capacitación y servicios de desarrollo empresarial, considerando que normalmente cuando se les ofrece capacitación se concentra en los roles tradicionales y se excluye a la mujer de los sectores más productivos y de mayor crecimiento.²³

20 Ortiz Medina, Marina. 2013. El fracaso de la microempresa relacionado con las características individuales del propietario: un estudio empírico en República Dominicana. Revista FIR, FAEDPYME Internacional. Vol. 2 N° 3, enero - junio de 2013

21 GTZ, Banco Interamericano de Desarrollo, Banco Mundial. 2010. Mujeres empresarias: Barreras y Oportunidades en el Sector Privado Formal de América Latina y el Caribe. Washington, DC

22 GTZ, Banco Interamericano de Desarrollo, Banco Mundial. 2010. Mujeres empresarias: Barreras y Oportunidades en el Sector Privado Formal de América Latina y el Caribe. Washington, DC

23 Banco Mundial, et al. 2010. Mujeres empresarias: Barreras y Oportunidades en el Sector Privado Formal de América Latina y el Caribe. Washington, DC



2. CONTEXTO DE LAS MIPYMES DOMINICANAS Y LAS DESIGUALDADES DE GÉNERO



2.1 Marco Jurídico de las MIPYMES dominicanas

En República Dominicana se cuenta con un marco jurídico que establece un régimen regulatorio para organizar y regular el desarrollo y competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES). Según la Ley No. 488-08, las MIPYMES son definidas como “toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicio rural o urbano”, acorde con parámetros relacionados a su tamaño, como son ingresos anuales, capital y empleados. De acuerdo con el artículo 2 de la referida norma, estas unidades productivas se clasifican de la manera siguiente:

Tabla 2. Clasificación de las MYPIMES dominicanas

Tipo de Empresa	Número Trabajadores/as	Ventas Brutas Anual (RD\$)
Microempresa	Hasta 10	Hasta 8,000,000.00
Pequeña Empresa	De 11 a 50	Hasta 54,000,000.00
Mediana Empresa	De 51 a 150	Hasta 202,000,000.00

Nota: Todos los valores indexados anualmente por la inflación.

Considerando la importancia económica (aporte al PBI y creación de empleo) y social, este marco regulatorio tiene entre sus objetivos:

- Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas; promover la formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la creación y desarrollo de cada vez mayor cantidad MIPYMES;
- Inducir el establecimiento de un entorno institucional favorable para la creación y desempeño productivo;
- Fomentar una más efectiva y favorable dotación de factores a nivel nacional e internacional (materias primas, insumos, bienes de capital y equipos), mediante el establecimiento de políticas claras y transparentes que permitan la formación de capital humano, la asistencia para el desarrollo tecnológico y el acceso a los mercados financieros;
- Promover políticas que impulsen la creación de instrumentos financieros que faciliten el acceso al crédito, a la capacitación y a la asistencia técnica y otras formas de desarrollo empresarial;
- Facilitar el acceso de las MIPYMES a los mercados nacionales e internacionales de bienes y servicios;
- Impulsar el desarrollo de las organizaciones empresariales en la generación de esquemas de asociatividad empresarial y en alianzas estratégicas entre las entidades públicas y privadas;
- Crear las bases de un sistema de incentivos a la capitalización de las MIPYMES, entre otros objetivos.

Dentro de las medidas previstas para el desarrollo de las MIPYMES, son de interés para este estudio las acciones dirigidas a posibilitar el acceso a financiamiento al sector de las MIPYMES, al contemplar en la ley 488-08 la creación del Fondo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (FOMIPYMES), donde las personas beneficiarias serían seleccionadas a partir de la evaluación de los niveles potenciales de rentabilidad y viabilidad de los proyectos a desarrollar. De igual manera, se establece una serie de mecanismos financieros ajustados a la realidad de las MIPYMES (Artículo 27), para ampliar la oferta de servicios financieros en el mercado local, a través de las entidades públicas competentes, las instituciones bancarias, financieras o de seguros y las organizaciones no gubernamentales.

Esta ley contempla medidas de acción positiva para aumentar la concurrencia de las MIPYMES en el mercado de bienes y servicios del sector público (Art. 21-25), en donde se establece que, de las compras de bienes y servicios por parte de las instituciones estatales, el 15% deben ser efectuadas a través de las MIPYMES. De igual forma se insta a las instituciones estatales a efectuar el 20% de sus compras de bienes y servicios a las MIPYMES que son dirigidas por mujeres, siempre que estas tengan una participación accionaria o del capital social superior al 50% y que los bienes y servicios demandados por dichas instituciones sean ofertados por las MIPYMES (Art.26).

La ley instituye una serie de requisitos relativos al cumplimiento de obligaciones tributarias y laborales y la formalización (de hecho, o derecho), para acceder a los beneficios concedidos en la normativa del 2008. Estas exigencias limitan el acceso de una parte importante de las MIPYMES a tales beneficios, considerando que el 87.1% de las MIPYMES dominicanas no están registradas en la Dirección General de Impuestos Internos (DGII), ni tienen contabilidad organizada, según los datos reportados por la Oficina Nacional de Estadística (ONE) y la Fundación Reservas del País relacionados a la población beneficiaria de los programas de esta última, se evidencia el alto grado de informalidad predominante en este sector de la economía.

Además de la normativa de fomento a las MIPYMES, existen mandatos en otras normativas que disponen el fomento de las MIPYMES y la inclusión del enfoque de igualdad de género en este sector. En este aspecto destacan la Ley 1-12 de la Estrategia Nacional de Desarrollo y su reglamento de aplicación (134-14), donde se instituye la transversalización del enfoque de género en todas las políticas públicas. Por otro lado, el compromiso con la Política Regional de Igualdad y Equidad de Género del Sistema de Integración de Centroamérica y República Dominicana (SICA), cuyos estados deben haber incorporado al 2025 todas las medidas necesarias para garantizar el pleno desarrollo y el adelanto de las mujeres en condiciones de igualdad y equidad, en las esferas política, social, económica, cultural, ambiental e institucional, tanto a escala regional como en los ámbitos nacionales. En Autonomía Económica de las Mujeres, uno de los 7 ejes estratégicos de la Política Regional de Igualdad y Equidad de Género, se orienta a propiciar la remoción de obstáculos institucionales, materiales y culturales que impiden a las mujeres centroamericanas y dominicanas el pleno goce de sus derechos económicos en condiciones de igualdad.

2.2 Políticas de Fomento a las MIPYMES

La “Estrategia Integral de Apoyo a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa” es impulsada desde el Viceministerio de Fomento a las MIPYMES, del Ministerio de Industria, Comercio y MIPYMES, así como por otras instituciones de gobierno con el objetivo de promover el fortalecimiento de las iniciativas empresariales de este sector, a través de programas de capacitación y asistencia técnica y la simplificación de los procedimientos legales y tributarios, buscando mejorar el clima de negocios de la República Dominicana. Dentro estas instituciones se encuentran, entre otras: Centro de Desarrollo y Competitividad Industrial (PROINDUSTRIA), Centro de Exportación e Inversión (CEI-RD), el Consejo Nacional de Promoción y Apoyo a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Consejo Nacional PROMIPYMES - Banca Solidaria) y Fundación Reservas del País.

En términos generales, los elementos principales de la agenda estratégica de apoyo a las MIPYMES incluyen:²⁴

²⁴ Ministerio de Industria y Comercio. 2017. Informe de Gestión 2015-2016. MIC. Santo Domingo.

1. Regímenes fiscales especiales con el fin de contar con un régimen simplificado de tributación vinculado al Impuesto sobre la Renta (ISR) y al Impuesto a las Transferencias de Bienes Industrializados y Servicios (ITBIS).
2. Facilidades en los procesos de formalización para coadyuvar a la eliminación de trabas para el registro de las MIPYMES y la rápida inserción al sistema general de formalización empresarial, para posibilitar la provisión al Estado, destacándose la herramienta de Ventanilla Única.
3. Programas de proveedores y compras públicas, para cuya ejecución se ha tenido un amplio apoyo de la Dirección General de Compras Públicas. A partir de agosto de 2012 se ha ejecutado una activa política de fomento y fortalecimiento de las MIPYMES y de la participación de la mujer en las compras públicas, como instrumento de inclusión económica, generación de empleo, reducción de pobreza y aumento de la equidad distributiva. En tal sentido, se ha propiciado un incremento significativo de mujeres inscritas en el Registro de Proveedores del Estado (RPE), al pasar de 1,748 mujeres en 2012 a 15,136 proveedoras en 2017. Este último grupo recibió el 17% del monto total contratado, y el 21% del total de los contratos y órdenes de servicios adjudicados.

Un estudio realizado por Aristy (2016)²⁵ reporta que las MIPYMES representan casi un 84% del total de las empresas beneficiarias de las compras públicas, cuyo monto total adjudicado osciló entre 1.43% del PIB (2015) y 2.95% (2013), a la vez que su participación impacta positivamente en su desempeño económico y financiero, mejorando las ventas, salarios y utilidades de estas empresas. En el caso de las mujeres beneficiarias de las compras públicas se determinaron aumentos significativos en su nivel de ingresos, acelerando su proceso de acumulación de capital, lo que permitiría en un futuro generar mayores ventas y valor agregado. Sin embargo, a pesar del aumento de las MIPYMES de mujeres en las compras públicas, y de mostrar un mayor interés en continuar participando en las compras públicas en el futuro, se identificó que las MIPYME dirigidas por mujeres participan menos en los concursos y licitaciones del gobierno, y tienen un menor peso dentro de los beneficiarios.

4. Programas de apoyo a sectores específicos, como las artesanías y el turismo.
5. Promoción del Emprendimiento a través de la capacitación, asesoría empresarial, vinculación y asistencia técnica desde el nacimiento, crecimiento, sostenibilidad y expansión de las empresas.
6. Fomento a la Competitividad, mediante el diseño y ejecución de políticas públicas orientadas a fomentar la competitividad, productividad y desarrollo empresarial de emprendedores de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, así como los proyectos y programas de inversión pública con cooperación internacional.
7. Programas de promoción del comercio exterior de las MIPYMES de la oferta exportable del país y el apoyo y capacitación a potenciales empresas exportadoras para la captación de inversión extranjera. Programas de apoyo a los exportadores, y simplificación del proceso de exportación.
8. Fomento de la Inclusión Financiera a través de tres vías: creación de capacidades para el manejo de los negocios y cómo acceder al crédito (capacitaciones y asesorías); mecanismos de financiamiento que faciliten que los recursos sean canalizados al sector; y las herramientas de sistema financiero del país.

En este último aspecto destacan los recursos canalizados a través de la Fundación Reservas del País, Banca Solidaria, el Fondo Especial para el Desarrollo Agropecuario (FEDA) y Banco Agrícola. Tanto en la FRP como en Banca Solidaria se observa un predominio de recursos destinados a las mujeres, superando el 50% y 65% respectivamente, en 2017. La inversión de estas instituciones desde 2012 hasta diciembre de 2018, a favor de las MIPYMES, asciende a un monto aproximado de 166 mil millones.

25 Aristy Escuder, Jaime. 2016. Análisis del Impacto de la Política de Compras y Contrataciones Públicas en las MIPYMES y Mujeres en la República Dominicana. Dirección General de Compras Públicas. Santo Domingo, D. N. República Dominicana.

9. Fomento de la Asociatividad en la estructura productiva a nivel empresarial en el segmento de las MIPYMES, mediante la orientación de los programas y planes gubernamentales hacia la creación de estrategias territoriales, fortalecimiento del capital humano y social y promoción de la asociatividad como un modelo alternativo para mejorar la competitividad de las empresas.

10. Fomento de la Economía Digital, en la formulación e implementación de estrategias y programas que eleven el nivel de competitividad de las MIPYMES a través de la intensificación en el uso y apertura al acceso a las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) y mejorar los modelos de negocios y trámites internos de las micro, pequeñas y medianas empresas. Un ejemplo de ello son las aplicaciones tecnológicas de la Fundación Reservas del País, sobre educación financiera, contabilidad y comercialización.

11. Centros de formación y asesoramiento a las MIPYMES, un modelo de atención al sector MIPYME bajo la metodología de los “Small Business Development Centers” de los Estados Unidos, sobre la base de alianzas público-privado-academia y su articulación. Mediante esta metodología se posibilita desconcentrar los servicios de atención, proporcionando el desarrollo empresarial a los dueños y dueñas en las MIPYMES, con el propósito de mejorar la innovación, la productividad y la gestión empresarial, así como su desempeño productivo y comercial, para que sean negocios más competitivos.

Estos centros sirven de soporte a las gestiones de formalización y financiamiento, vinculándolos a las diferentes instituciones para resolver inconvenientes, brindándoles capacitaciones en diferentes temáticas, así como facilitando las asesorías técnicas especializadas que necesiten para hacer crecer sus negocios.

12. Programa de Empresariedad Femenina es un servicio de acción positiva para incorporar la igualdad de género en el fomento, la creación y el desarrollo de MIPYMES lideradas por mujeres. Cuenta con la Ventanilla de Empresariedad Femenina (VEF), la iniciativa denominada Mujer y Negocios (M&N) y los servicios especializados en empresariedad femenina que son brindados por los Centros MIPYMES.

2.3 Importancia Económica y Social de las MIPYMES

Para la economía dominicana, las MIPYMES constituyen un sector de gran importancia, no solo por la fuente de ingresos y empleos que generan sino también por el potencial que tienen para dinamizar la economía, considerando su alta presencia en el total de establecimientos del país. La elevada proporción de microempresas evidencia que estas se constituyen como alternativa importante de generación de ingresos e inserción laboral ante situaciones de reducción del crecimiento económico, pocas opciones para la incorporación al mercado laboral formal y reducción del poder adquisitivo de los salarios.²⁶

A partir de la encuesta publicada por Fondomicro en 2013, se estimó la existencia de 791,236 micro, pequeñas y medianas empresas, de cuyo grupo 18,337 son pequeños y medianos negocios, y el restante 772,899 son microempresas (equivalentes al 98%). Estas empresas empleaban un total de 2,166,491 personas (el 76% generado por las microempresas), lo que representa el 46.2% de la Población Económicamente Activa (PEA) del país y el 54.4% del total de empleo. A nivel de las microempresas, la cantidad de personas ocupadas se calculó en 1,644,260, personas, que representan el 35% de la PEA y el 41.3% de los ocupados en el 2013, por lo que fue la mayor fuente de empleos de la economía dominicana.

La Oficina Nacional de Estadística (ONE), calculó en 2013 la existencia de 1,361,216 empresas de microempresas, las cuales empleaban un total de 2,261,066 personas y que representan el 56.7% del total de personas ocupadas en la economía; generando 3.2 veces el empleo del Gobierno y 11.4 veces más empleo que el sector Zonas Francas.²⁷

26 Ortiz, Cabal; Mena Rita; Cabal, Miguel. 2014. Micro, Pequeña y Mediana Empresa en República Dominicana 2014. Fondomicro. Santo Domingo.

27 Viceministerio de MIPYMES. 2015. Observatorio de MIPYMES. Boletín No.1. Ministerio de Industria, Comercio y MIPYMES. Santo Domingo.

La composición del sector MIPYMES es consistente con el cambio de modelo económico vigente, el cual verifica un predominio del sector servicios y una reducción del sector manufacturero en términos relativos. En tal sentido, se estima que al 2013 el 14.9% de estas empresas eran del sector industrial, el 46.7% de comercio y un 38.4% ofrecían servicios. En este contexto, las microempresas que generan más empleos son dedicadas al comercio con un 43.6% del total generado por el sector, seguidas de Servicios (41%) y solo el 15.3% se emplea en manufactura.²⁸

Las MIPYMES realizan una contribución significativa al ingreso nacional. De acuerdo con las estimaciones realizadas por Fondomicro (2013), este sector aportaba RD\$987,360 (que equivalen al 38.6% del PIB) y las microempresas contribuían RD\$488 mil millones (19.1% del PIB). Se destaca que las unidades formales contribuyen en más de la mitad del total del valor agregado que las MIPYMES aportan al PIB.

Las microempresas son una alternativa de inserción laboral femenina, considerando que el 51.3% de estos pequeños negocios son propiedad de mujeres, de acuerdo con las estimaciones realizadas por Fondomicro en 2013. Este proceso de feminización de la propiedad de la microempresa se origina en varios factores vinculados a la discriminación que enfrentan las mujeres en el mercado laboral y en los cambios sociales que han motivado a la población femenina a buscar nuevas y mayores fuentes de ingreso para asumir las crecientes responsabilidades que enfrentan como jefas de hogar y en su proceso de autonomía económica.

Los indicadores promedios al 2017 muestran que, a pesar de los avances en la incorporación laboral de las mujeres al mercado laboral, todavía se verifica una menor tasa de participación laboral (49%) respecto a los hombres (76%), baja tasa de ocupación (45% femenina vs 73.1% masculina y el desempleo ampliado es casi el doble en la PEA femenina (23.2%) que en la PEA masculina (12.2%).²⁹ Así mismo, las mujeres devengan ingresos laborales mensuales inferiores que los hombres, aun para las mismas ocupaciones, estimándose que el ingreso laboral promedio mensual de las mujeres representa el 65.2% en el sector informal y 90.1% en el sector formal.³⁰

Una mayor proporción de mujeres (13%) que de hombres (10.9%), inició una empresa por no tener más opciones, o por la necesidad de generar ingresos (43% mujeres y 27.5% de hombres). En contraste, más de la mitad de los hombres (56.6%) iniciaron sus negocios por considerarlos como la opción personal para realizar sus planes, en tanto que 41.5% de las mujeres plantearon lo mismo. Esta razón también tuvo una mayor relevancia (50.8%) para quienes comparten la propiedad del negocio.

La microempresa, como alternativa laboral femenina, también se evidencia en que el 60.3% de las microempresas con menos de tres años son propiedad de mujeres, en tanto que esa proporción es menor cuando el hombre es el dueño (36%) o cuando la propiedad es conjunta (3.7%).

2.4 Las Desigualdades de Género en las MIPYMES dominicanas

En el marco de este estudio es oportuno presentar un resumen de las características de las microempresas, considerando las diferencias de género, debido a que estas unidades representan una alternativa de gran relevancia para la inserción laboral y la generación de ingresos para las mujeres.

Los resultados de la Encuesta Fondomicro 2013 muestran que las mujeres representan el 46% del empleo total generado por las microempresas, al mismo tiempo que el 59% de dichos negocios tiene alguna mujer como parte de su planilla laboral. Tal nivel de ocupación de las mujeres en el mundo de las microempresas (46%) es relativamente mayor que el de las mujeres en la economía, estimado en 34.2% al 2013 y todavía en 2017 se situaba en 45.2%.

28 Ortiz, Cabal; Mena Rita; Cabal, Miguel. (2014). Micro, Pequeña y Mediana Empresa en República Dominicana 2014. Fondomicro. Santo Domingo.

29 Datos reportados por el Banco Central en su página web

30 Datos estimados por el SISDOM de la MEPLYD al 2015

En la encuesta realizada por Fondomicro también se identificaron diferencias importantes en la estructura del empleo según el género del propietario del negocio. En las empresas lideradas por mujeres, las propietarias constituyen la principal fuerza laboral (62.1%) y cuando contratan ayuda tienden a emplear a otras mujeres (83.3%). En cambio, en las empresas de propiedad masculina, la fuerza laboral pagada tiene una mayor relevancia (46.1%) en relación con los demás tipos del personal, en cuya contratación las mujeres son minoría (18.9%). De igual manera, las empresas de mujeres utilizan más mano de obra no remunerada (19.2%) que las empresas de hombres (11.5%) o de propiedad conjunta (9.4%).

Existen características de las microempresas de propiedad femenina que tienen un menor tamaño, experimentan menos crecimiento y permanencia en el tiempo, evidenciando una dinámica diferente con relación a las microempresas propiedad de hombres; características que están marcadas por la tradicional división sexual del trabajo y los roles de género, que, si bien tienen como propósito la generación de ingresos, no necesariamente implican cambios en los roles de género. Las principales características según el género se resumen como sigue:³¹

- Las microempresas de mujeres son menos propensas a sufrir cambios en su planilla laboral, debido a que el 80.6% de ellas continúan operando con el mismo número de personas con el que iniciaron. Solo el 14.1% aumentó su fuerza laboral y un 5.3% la redujo. En cambio, una proporción menor (61.2%) de las empresas de propiedad masculina mantuvieron estática su plantilla laboral y una cuarta parte aumentó su personal. Este comportamiento apunta a la dinámica diferente de las empresas de mujeres, que tienen como propósito la generación de ingresos, pero sin afectar los roles tradicionales que ellas tienen para el ejercicio de la maternidad, como esposas e hijas, entre otros aspectos. En cambio, los hombres dicen dedicar más tiempo y energías a la expansión de sus negocios, dejándole a la mujer las obligaciones familiares y del hogar.
- Las microempresas más jóvenes generalmente son de propiedad femenina (60.3%); en general exhiben menores niveles de formalización (4.8%) que aquellas de más antigüedad; en su mayoría tienen una sola persona ocupada (51.6%) y se encuentran concentradas en las actividades de comercio y servicios. Las empresas con más de 10 años son por lo regular de propiedad masculina (56.4%), dedicadas a comercio (47.2%) y servicios (33.4%), de más tamaño y mayor nivel de formalización.
- El comercio sigue siendo la principal actividad de las microempresas (46.8% al 2013). No obstante, el sector servicios ha experimentado el mayor crecimiento en los últimos 20 años, como ha sucedido en el resto de la economía. En cuanto a las mujeres, el 20.7% de sus empresas son manufactureras, frente al 14.1% de los hombres. En el comercio, la proporción de empresas de hombres y de propiedad conjunta es casi similar (53.3% vs. 54.2%), y la mujer tiene una menor participación (49.2%). Mientras, en el sector servicios, las empresas de propiedad conjunta tienen más presencia (35.7%), especialmente en la oferta de servicios profesionales, en tanto que los hombres (32.6%) y las mujeres (30.1%) tienen una presencia ligeramente más baja.

31 Ortiz, Cabal; Mena Rita; Cabal, Miguel. (2014). Micro, Pequeña y Mediana Empresa en República Dominicana 2014. Fondomicro. Santo Domingo

- Una mayor proporción de las microempresas de mujeres tienen bajos niveles de organización administrativa y financiera, situación que afecta su productividad, limita sus posibilidades de incrementar el alcance de sus operaciones y la obtención de fuentes de financiamiento. En ese sentido, pocas de esas empresas llevan registros de las operaciones, lo que evidencia su mayor vulnerabilidad. La ausencia de registros de los ingresos, de gastos, de las obligaciones con terceros y con empleados, y de las cuentas por cobrar, entre otros registros importantes, implica que la persona propietaria dispone indistintamente del dinero del negocio y de la casa, cruzando los recursos sin ningún control, además de no contar con información financiera para la toma de decisiones. También se observan bajos niveles de formalización de esas empresas, las cuales varían según tipo de propiedad: conjunta o compartida (23.8%), dueño hombre (15.1%) o una mujer (apenas el 4.7%).
- Tales datos sugieren que posiblemente, la mayoría de los negocios de propiedad femenina opera en el hogar, sin trabajadores pagados y atendiendo a mercados muy limitados, reduciendo la necesidad de formalizar el negocio, en tanto no se tienen conexiones con otras empresas que exijan algunas formalidades legales y tributarias.
- Las dificultades administrativas son mayores para las empresas de propiedad femenina (12.6%) que para las de propiedad masculina (6.3%), donde apenas una de cada 10 microempresas (9.7%) señalaron el tema administrativo como la principal dificultad del negocio. Se identificaron otros obstáculos relacionados a la situación económica: poco circulante, el bajo poder adquisitivo de la población, que impactan negativamente las ventas, el tema tributario, acceso a recursos financieros externos, costo de la energía eléctrica y la frecuente ausencia del servicio, problemas de mercado e infraestructura, entre otros aspectos.
- En general, en la mayoría de las microempresas del país el nivel de capital disponible es muy bajo, considerando que el 48.3% de esos negocios tienen inversiones inferiores a RD\$50,000 y, dentro de este grupo, el 30.8% ha invertido menos de RD\$20,000, datos que ratifican la reducida dimensión que tienen estas unidades productivas, muchas de las cuales apenas son de sobrevivencia. La mayoría de las empresas de propiedad femenina (64%) operaban con un capital inferior a los RD\$50 mil pesos, proporción que era menos de un tercio (31.3%) en comparación con las empresas de propiedad masculina; y apenas el 6.4% tiene un capital invertido superior a RD\$300,000, en contraste con el 28.9% de las microempresas propiedad de hombres, que cuentan con maquinarias, equipos e inventario por valores superiores a esa cantidad.
- Las empresas de propiedad femenina registran niveles de ventas mensuales tres veces menores que sus homólogas de propiedad masculina, tanto en la media (RD\$41,893 versus RD\$147,226) como en la mediana (RD\$19,500 versus RD\$62,995). Esta situación se origina en que las empresas de mujeres por lo regular son de menor tamaño, están menos capitalizadas, se encuentran en los últimos eslabones de la cadena de distribución y su gestión administrativa es más débil. También existen otros factores de diferenciación de los niveles de ventas, según sectores económicos (mayores en servicios, seguidos por servicios y manufactura), aumentan según el número de personas empleadas, mayor inversión y si están instalados en zonas urbanas o rurales.

- El promedio de ganancia reportada por los microempresarios es de RD\$26,782 por mes, lo que es tres veces el salario mínimo promedio de la economía e inferior al monto del salario mensual exento para un trabajador asalariado. También se estimó el valor de la mediana de ganancias en RD\$11,375, que es inferior a la media, aunque por encima del salario mínimo promedio mensual (RD\$8,645.00), constituyéndose en un incentivo para muchas personas iniciar sus propios negocios, aunque sea con jornadas más extensas y en condiciones de menor seguridad social.



Terra UUCA

3. MICROEMPRESAS Y GÉNERO: FORTALEZAS Y DESAFÍOS PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS NEGOCIOS



Para analizar la situación de las MIPYMES, específicamente aquellas que son propiedad de mujeres, es necesario conocer las características demográficas y socioeconómicas de estas microempresarias y su estructura familiar, en vista de que tienen una influencia esencial en el tipo de negocios que realizan y los sectores a los que pertenecen, el tamaños de sus negocios, el acceso a servicios esenciales para el desarrollo de sus emprendimientos, como son los recursos financieros, capacitación, informaciones, tecnologías, entre otros elementos. También es relevante analizar los roles, pautas sociales y culturales de género predominantes, tanto a nivel cultural como local, y cómo estos repercuten en el potencial desarrollo de las actividades productivas realizadas por hombres y mujeres y su permanencia en el tiempo.

3.1 Características demográficas de las personas microempresarias

Desde los estudios con enfoque de género, es importante conocer las características de la población sujeto de estudio, al considerar que estos aspectos son esenciales para conocer cómo tales características se relacionan y determinan sus roles, responsabilidades, uso de tiempo, toma de decisiones, relaciones entre hombres y mujeres, necesidades e intereses específicos. Tales aspectos son claves para la definición de políticas públicas inclusivas conforme a las necesidades e intereses diferenciados para hombres y mujeres.

Esta caracterización sociodemográfica y económica de las personas dueñas de microempresas, tiene como universo personas vinculadas a la Fundación Reservas del País, clientes de instituciones de micro financiamiento de primer piso.

La data suministrada por la Fundación Reservas del País, proporciona informaciones de 364 clientes, de los cuales 116 son hombres (32%) y 248 mujeres (68%). Estas personas se ubican en todas las zonas de influencia del estudio, las cuales abarcan las 10 provincias detalladas en el acápite relativo a los aspectos metodológicos de este estudio.

A continuación, se presenta un resumen de las características de clientes de la FRP, cuyos detalles se encuentran anexos a este documento.

- El 64 % de los hogares de clientes de la Fundación Reservas, está integrado por 4 personas o menos (63% hombres y 65% mujeres), siendo ligeramente inferior el porcentaje de hogares con jefatura femenina (33%) que masculina (36%), según se muestra en el Anexo 1.
- La mayoría de clientes tiene pareja (69%), esencialmente en unión libre (45%), seguidos por las personas casadas (24%); mientras que el 27% son solteros (15%) y separados (12%), como se detalla en Anexo 2. Dos terceras partes de las mujeres (66%) tiene pareja, situación que por lo general induce a una mayor carga de trabajo, al combinar el generador de ingresos y las labores de cuidados. Un 33% de las mujeres son solteras, (separadas o viudas). En cambio, la estructura familiar de los hombres clientes de la FRP es más estable, considerando que el 74% de ellos tienen pareja y solo 23% no la tienen, lo cual revela que esos clientes cuentan con mayor soporte familiar para desarrollar sus negocios.
- Dentro del grupo de personas estudiadas, existe una alta proporción de mujeres jefas de hogar (71%), muy por encima del promedio nacional (40%), hogares que por lo regular enfrentan mayores vulnerabilidades sociales y económicas al sustentar por sí solas su familia. De igual forma, esto les limita el tiempo disponible para realizar actividades generadoras de ingresos. Este tipo de hogares deben estar dentro de las prioridades de las políticas gubernamentales. En cambio, la jefatura masculina se calcula en 84%, como se muestra en el Anexo 3.
- Las mujeres prestatarias tienen un mayor nivel educativo que los hombres, considerando que el 25% tiene estudios superiores y el 40% alcanzó el nivel secundario; mientras en los hombres solo el 17% y 34% respectivamente, tienen esos niveles de estudios. Esta situación es consistente con los datos a nivel nacional.

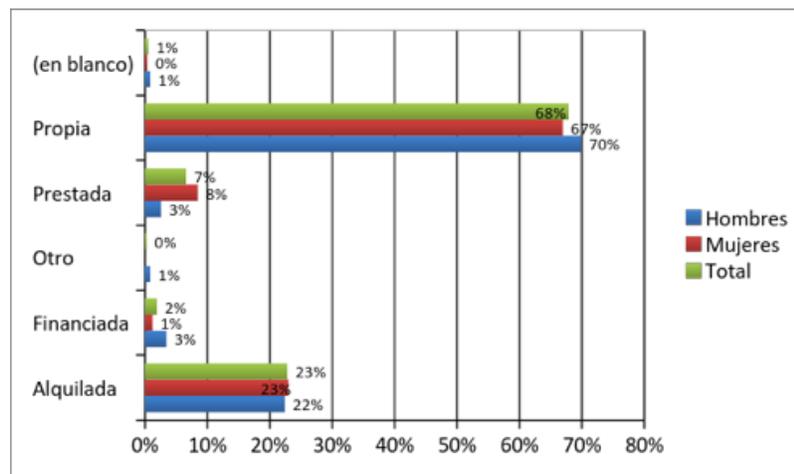
Ver detalles en Anexo 4. En teoría, a una mayor educación de la persona dueña de a microempresa, se aumentan las posibilidades de crecimiento y desarrollo de esta, situación que se constituye en elemento de fortaleza a valorar para el diseño de políticas a favor de las MIPYMES y el fomento de la participación de las mujeres en este tipo de empresas.

3.2 Condiciones socioeconómicas de microempresarias investigadas

Disponer de vivienda propia es unas de las aspiraciones esenciales de las personas, a la vez que constituye parte de sus activos. En este grupo existe un alto porcentaje de personas con vivienda propia; sin embargo, se observa una menor proporción en las mujeres (67%) que en los hombres (70%).

Al evaluar la calidad y condiciones materiales de vida, este grupo de personas habita en viviendas cuyo tamaño promedio se calcula de 2.5 habitaciones. Las viviendas que albergan a los hombres clientes y sus familias presentan mejores características que donde viven las clientas mujeres y sus familias. En tal sentido, el 66% de las casas de los hombres son de concreto y 36% de zinc, versus 54% de concreto y 46% de zinc, para las mujeres. También se observan ligeras diferencias favorables en la calidad de los pisos de las viviendas (41% es de cerámica y 58% cemento para viviendas de hombres, versus el 39% de cerámica y 59% de cemento para el caso de viviendas de las mujeres). De igual manera, son mejores las condiciones de las paredes exteriores, dado que el 97% de las unidades de los hombres están construidas de blocks y solo el 3% de zinc, en cambio las unidades de mujeres el 90% de blocks, 9% de zinc y 1% de concreto. (Ver detalles en Anexo 5).

Gráfico 1. Propiedad de Vivienda de Clientes FRP estudiados, según Sexo, 2015



Fuente: Elaborado con datos de la encuesta IMBS, 2015, realizada por ONE y Fundación Reservas del País

Las informaciones antes presentadas evidencian una ligera diferencia en el punto de partida dentro del grupo estudiado, considerando que mientras el 70% de los hombres tiene vivienda propia o financiada, en el caso de las mujeres es un 67%; a la vez que las viviendas de los hombres son de mejor calidad, a partir de los materiales utilizados en su construcción. A pesar de esta realidad, en las entrevistas realizadas se identificaron algunos casos de mujeres que disponen de más de una vivienda, debido a que utilizan sus ganancias en aumentar sus activos vía la mejora o compras de viviendas para alquiler, para que les reditúen ingresos mensuales.

Un alto porcentaje clientes de la FRP manifestó disponer de electrodomésticos que facilitan las labores para la supervivencia de la familia (estufa, nevera, lavadora de ropas), para el entretenimiento (televisor, radio), para comunicación y suplir deficiencias del servicio eléctrico, como se verifica en Anexo 6. Un porcentaje menor posee cisterna, tinaco para depositar agua, unidades de aire acondicionado, computadoras, inversor, internet, teléfonos residenciales, planta eléctrica y medios de transporte como motores y automóviles.

Existen diferencias importantes entre hombres y mujeres en el tipo de inversión y activos que poseen en el ámbito del hogar. En tanto se cierra la brecha en los activos de uso doméstico, los hombres evidencian la posesión de mayor valor económico, ya que el 48% de ellos reportó poseer un motor y un 40% un auto, mientras en las mujeres, esas tenencias se calcularon en 24% y 31%, respectivamente. Además, un mayor porcentaje de hombres reportó que cuenta con planta eléctrica, aire acondicionado, inversor, computadora y radio.

Tales cifras demuestran que los hombres clientes de la Fundación Reservas poseen una mejor situación material de vida, acorde a los estándares existentes, a la vez que muestran diferencias importantes en las decisiones de inversión que realizan hombres y mujeres, decisiones que están muy vinculadas a roles socialmente asignados y a la cultura predominante, donde las mujeres dan más prioridad a los artículos que contribuyan a mejorar la calidad de vida de su familia, a la vez que evidencian diferencias en el significado material del empoderamiento.

La disponibilidad de agua dentro de la vivienda fue reportada por el 72% de hombres y el 70% de mujeres, a la vez que el 11% y 17%, respectivamente poseen agua en el patio. Así mismo, se reportó una alta proporción de estos hogares (91%), cuyos desechos sólidos o basura son recogidos por los ayuntamientos. Ver detalles Anexo 7. El acceso a estos servicios permite aligerar la carga de las mujeres en términos de aporte de energía para este tipo de trabajo y las libera de tiempo para las tareas productivas.

Dentro del grupo de clientes de la Fundación Reservas existe una importante brecha en los ingresos mensuales percibidos, en desventaja para las mujeres, las cuales reciben ingresos equivalentes al 86% de los que reciben los hombres, situación similar a lo que ocurre en el país.³² Los ingresos mensuales promedios de las mujeres fueron de RD\$30,362.22 y los de los hombres de RD\$35,357.09. Al comparar tales niveles de ingresos con el promedio nacional por sexo, los correspondientes a este grupo de clientes están por debajo de los ingresos mensuales de la ocupación principal de los trabajadores profesionales por cuenta propia, de RD\$41,603 los hombres y RD\$35,074 las mujeres, pero superan a los trabajadores y trabajadoras por cuenta propia no profesionales (RD\$13,949 y RD\$9,084 para hombres y mujeres).³³

Las limitaciones en la dimensión económica de los emprendimientos de mujeres no parecen estar explicados por el nivel educativo, considerando que el 65% de ellas tiene formación media o universitaria, en tanto que solo el 51% de los hombres están en ese nivel. Lo importante de este aspecto, es que se tiene un mayor grado educativo como punto de partida para fortalecer las capacidades para desarrollar estos negocios.

Para aumentar sus niveles de ingresos, una parte de este grupo de personas ha recibido apoyo gubernamental a través de los programas de asistencia social del gobierno, en una mayor proporción de mujeres (40%) que de hombres (34%). Tales cifras sugieren, que a pesar de que son personas que desarrollan actividades productivas, todavía estarían necesitando apoyo estatal, ante su vulnerabilidad a la pobreza.

3.3 Características de las MIPYMES sujetas a la Investigación

3.3.1 Tipos de negocios desarrollados y sectores económicos predominantes en las microempresas

Las actividades productivas realizadas por las microempresas están permeadas por la división sexual del trabajo predominante y los roles de género asignados a hombres y mujeres, que influyen en que la población femenina se especialice en actividades generadoras de ingresos similares a las labores de cuidado que desarrollan en el ámbito del hogar, observándose diferencias en el nivel de participación según sectores económicos. En tal sentido, la mayor parte de la clientela de los recursos financieros colocados desde la FRP se dedica a actividades comerciales (57%), en una mayor proporción de mujeres (59%) que de hombres (53%), aunque existe cierta especialización en el

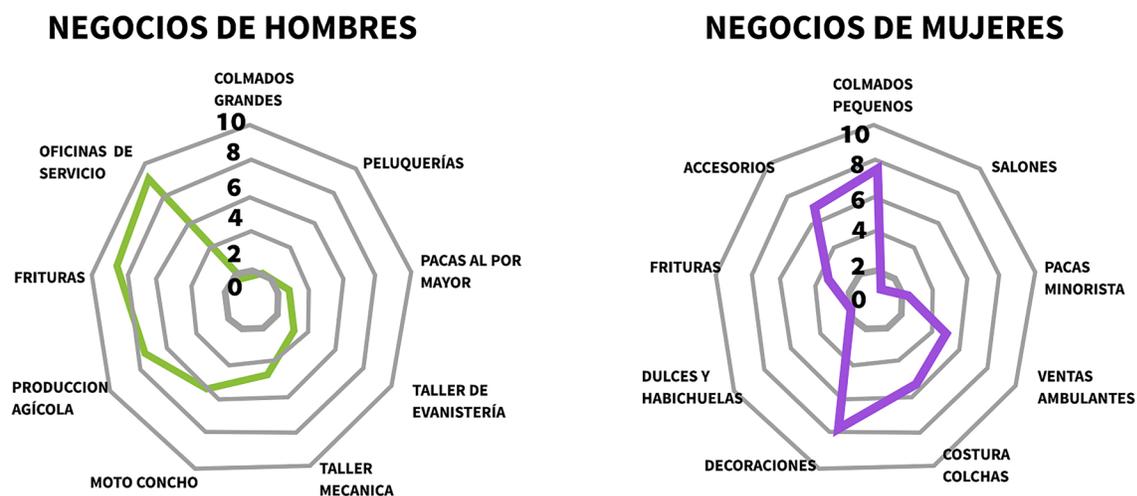
³² Según los datos del SISDOM del MEPYD, los ingresos mensuales promedios por ocupación principal fueron de RD\$17,505 para hombres y RD\$14,671 para las mujeres en 2015.

³³ Datos procesados por SISDOM del MEPYD, al 2015.

tipo de mercancías que comercializan (ropa, utensilios del hogar, artículos de cuidado personal, alimentos, entre otras); el 17% de las mujeres se dedica a la venta de comida (hoteles, bares y restaurantes), el 12% a otros servicios y una menor proporción a actividades manufactureras e industriales (4%). Mientras, los hombres desarrollan actividades más diversas, pues además del comercio, algunos también se pueden dedicar al transporte (9%), venta de comida (9%), actividad inmobiliaria, industriales, comunicación, agricultura, avicultura y ganadería, entre otras. (Ver detalles en Anexo 8).

Mediante los grupos focales realizados, se pudo determinar que las actividades desarrolladas por las mujeres son las mismas en todas las provincias, con algunas excepciones, con predominio de las cafeterías, salones de belleza, panadería, pastelerías, venta de alimentos como frituras, dulces y arepas; pequeños ventorrillos y colmados; pequeñas tiendas de artículos diversos; venta de ropas nuevas y usadas, zapatos, ropa interior y otros artículos de uso personal; elaboración de artículos para el hogar como colchas, sábanas, cortinas, decoración, tapicería, reparación de ropas, etc. Esas actividades son visualizadas como una extensión de las funciones de reproducción que tradicionalmente realizan las mujeres en el entorno de sus hogares, las cuales son de menos valor en el mercado.

Gráfico 2. Actividades realizadas por Hombres y Mujeres



Entre las actividades no tradicionales que ofrecen las mujeres están: limpieza de cisternas, control de plagas y servicio de agua; perforaciones (junto con hermanos), lavadero móvil de vehículos, cortinas, muebles, que ofrecen tanto a domicilio como en la calle en punto fijo, óptica y librería. Generalmente, las que poseen negocios como estos, más innovadores, tienen estudios universitarios, viven en localidades más grandes y muestran mayor nivel de empoderamiento personal. En algunas provincias hay mujeres con negocios de supermercados, “colmados”, siembra de productos agrícolas (chinola, cerezas, jengibre) entre otras actividades.

En sentido general, esos negocios, si bien son más grandes y podrían generar más ingresos, son actividades que transgreden las que por tradición realizan las mujeres. Para algunas de estas microempresarias resulta difícil desarrollarlos por su condición de género, debido a elementos vinculados al predominio de un imaginario cultural que establece a las mujeres roles vinculados al ámbito privado y del hogar, y a que asumen ciertas creencias de que las mujeres son más débiles y necesitan protección. Por tanto, para este tipo de actividades muchas veces buscan el apoyo de algún familiar masculino.

“Yo tuve un colmadón por tres años y para ello hice alianza con los tígueres haciéndome su amiga. Trabajaba con mi hijo de 22 años... El colmadón implica romper con los trabajos de la casa y acostarse muy tarde”.

En la función productiva de las mujeres, intervienen múltiples actividades que realizan al mismo tiempo, al coordinar la ejecución de diferentes tipos de negocios, en función de las temporadas. Para otras, el microemprendimiento es un complemento al salario de ella o a lo generado por el esposo. En tal sentido, se identificaron trabajadoras comunitarias que realizan esta labor por tres días a la semana, actividad que combinan con la venta de productos diversos como colchas, cortinas, ropa de cama, elaboración de alimentos como pasteles en hoja. Hay empleadas públicas y privadas, que combinan sus funciones con salones de belleza, montaje de eventos, venta de variados artículos y hasta colmados, mientras otras realizan oficios de belleza, venta de artesanías, elaboración y venta de productos de decoración para la casa, entre otras ocupaciones.

“Soy madre soltera con dos niños. Vendo pasteles en hoja por encargo; soy modista desde hace 21 años y hago decoraciones... de lunes a viernes trabajo para un programa como animadora comunitaria”.

“Tengo una pequeña fantasía en la casa, porque en mi barrio no hay ese tipo de negocios. Cuando salgo a trabajar como animadora comunitaria dejo el negocio con mi hijo mayor”.

“Soy profesora, pero también tengo un colmado que inicié junto a uno de mis hermanos y recientemente puse de nuevo una librería. Yo no estoy de manera permanente, sino que paso cuando salgo de clases.... le doy seguimiento a diario. Yo administro y tomo las decisiones”

“Soy empleada de una empresa farmacéutica y también vendo ropa”.

“Yo tengo una banca de lotería, un salón y vendo ropa”

A diferencia de las mujeres, la combinación de diferentes negocios no es una característica distintiva de los microempresarios. Los hombres invierten en actividades tradicionalmente asumidas por ellos, como son colmados, talleres en metalmecánica y mecánica, ebanistería y fábricas de muebles y productos, actividades agropecuarias, ferretería, albañilería, etc. En tal sentido, una de las personas consultadas argumentó:

“Las mujeres hacen varios negocios, mientras los hombres solo hacen uno. Por ejemplo, muchos de los trabajos que hacen las mujeres son por temporada y los hombres tienden a concentrarse en una única actividad”.

3.3.2 Características de los negocios

Las microempresas desarrolladas por la clientela de la FRP estudiada son pequeños, considerando el poco empleo que generan (2.24 personas empleadas en promedio), siendo relativamente mayor la cantidad de empleo generado por los emprendimientos propiedad de hombres (2.74 personas ocupadas), que de mujeres (2.01 personas). Estas diferencias en la creación de empleos son consistentes con lo que ocurre en el sector microempresarial en el país, como plantean los estudios referenciados en capítulos anteriores.

De acuerdo con las entrevistas realizadas, la mayoría de estos emprendimientos son microempresas individuales, tanto en el caso de las mujeres como en el de los hombres, en especial las de mayor tamaño, que generan empleos o son empresas familiares donde se involucran parientes, según plantean algunas de las microempresarias consultadas.

“.. Tengo una pequeña panadería para vender bizcocho en zonas francas...tengo tres empleadas”.

...Tuve un gran negocio por muchos años junto al que fue mi esposo, pero este quebró por problemas con él. Luego del divorcio tardé un tiempo en volver a realizar negocios. Hace como 6 años inicié un colmado con uno de mis hermanos. Hace tres años que pusimos de nuevo la librería. Yo no estoy de manera permanente, sino cuando no estoy trabajando en mi empleo fijo.”.

...Esto lo desarrollo con mi hermano... yo soy maestra pero casi me estoy retirando..

...”En el caso mío, mi trabajo es de hombres.. Como dueña del negocio, tengo bastantes hombres a mi cargo..., tengo 5 empleados.. Mi hija y mi esposo me ayudan a supervisar..”

Dentro del grupo estudiado, prevalecen las microempresas propiedad de la persona física o de único dueño (71% del universo consultado), verificándose una mayor frecuencia en mujeres (74%) que en hombres (63%). Existe una mayor tendencia en los hombres a disponer de negocios familiares (34%), situación que se verifica en menor proporción en el caso de las microempresarias (21%), como se desglosa en Anexo 9. Es necesario acotar que en las entrevistas, las mujeres manifestaron que asumen el trabajo en los negocios familiares, afirmación que concuerda con ONE (2015), donde se encontró que la mayor participación en el crédito se presenta en las mujeres que tienen una pareja.

Dentro del grupo de mujeres con negocios familiares se destaca lo siguiente:

“..Ayudo a mi esposo en un centro de internet que tenemos Él administra.. yo tengo tres niños y me divido.. cuando él sale yo soy la responsable.. .. Entre los dos hemos ido aumentando el negocio..”

En sentido general, la localización de los emprendimientos depende de una serie de factores como el tipo de actividad desarrollada y el tamaño y género del dueño. En el caso de los negocios de mujeres, mayores proporciones se encuentran instaladas en la propia vivienda (35%) y locales fijos (35%) y en menor porcentaje son ambulantes, con relación a los negocios de hombres (Ver detalles Anexo 10). Los negocios de hombres están ubicados en su mayoría en un lugar fijo (41%), en ocasiones en la vivienda (24%) y ambulante (17%). Estos datos sugieren que existe una mayor preferencia de las mujeres a instalar los negocios en sus viviendas, no solo por el tipo de actividad, sino también para compartir su tiempo entre la actividad generadora de ingreso, la realización de los quehaceres domésticos y el cuidado de la familia.

“.. Soy madre soltera. Vendía mercancía de paca, hacía arepa y pan de batata repartiendo por los colmados, todo desde la casa..”

Los negocios de las mujeres son esencialmente familiares.

La informalidad continúa caracterizando las microempresas en la República Dominicana. Dentro del grupo de microempresarios estudiados, el 66% de las empresas de ellos operados por hombres y el 68% por mujeres, dijeron no disponer del Registro Nacional de Contribuyentes (RNC). Esta situación, les limita a la hora de cumplir con las obligaciones de pago de impuestos, y también de recibir incentivos gubernamentales, muchos de los cuales son bajo la modalidad de facilidades fiscales y tener acceso al mercado de compras públicas y de otros tipos de negocios. Solo un 21% de las microempresas de hombres y el 22% de las mujeres contaban con el RNC (Ver Anexo 11).

3.3.3 Tipos de negocios, Orígenes y Potencial de Crecimiento

En el caso particular de las mujeres consultadas, la mayoría de los negocios son tipificados de subsistencia, creados a partir de la necesidad de generar recursos para enfrentar las urgencias del hogar, y compatibilizar con sus responsabilidades familiares en las tareas de cuidados. Sin embargo, también dentro del grupo de mujeres consultadas se encontraron algunos casos de negocios de mayor dimensión, los cuales han permanecido por muchos años, cuyas dueñas tienen estudios universitarios y/o han tenido empleos fijos que les han permitido lograr algunos ahorros.

Una alta proporción de las mujeres consultadas son madres solteras que han laborado desde muy jóvenes en diferentes trabajos para su propio sostenimiento y el de sus familias. Una muestra de esta realidad de independencia económica la expresa una de las microempresarias entrevistadas:

“Cuando me casé dejé de estudiar y me dediqué a criar mis hijos. Me dejé de ese hombre porque no quería echar para adelante. No he seguido estudiando, pero mi hijos sí.. ya dos terminaron el bachillerato”.

“Comencé a trabajar a los 9 años vendiendo palomitas de maíz, helados, cosía ropa de muñecas, hacía sanes, limpiaba casas. Siempre fui inquieta, porque no me gustaba pedir dinero. Mi mamá también era madre soltera y mi papá era un borrachón, por lo que no había estabilidad emocional ni económica. Siempre estábamos a merced de nuestra abuela que nos compraba algo de ropa o para comer. Cuando se presentaban los problemas yo siempre tenía RD\$40 o RD\$50 pesos; llegué a tener ahorrados hasta RD\$500, con lo cual se pudo salvar la vida de mi hermano que estaba enfermo. Empecé a los 14 años en un salón de belleza; una amiga me regaló un alicate, otra una piedra. Así junté mis utensilios para arreglar uñas y comencé a visitar casa por casa. Ahora tengo un espacio en mi casa que instalé con una mesa y dos sillas...”

“Desde que estaba en el colegio hacía ganchos y pulseras para niñas porque me gustaba tener dinero. Mi mamá tenía un colmado y hacía empanadas. Mi papá viajó a varios países y luego murió y mi mamá trabajaba la tierra. Desde la casa vendía zapatos y ropa. Luego de mi divorcio volví a mi pueblo con mi hijo y comencé a estudiar para aprender a hacer masajes. Me he unido a una amiga y tenemos un salón y centro de relajación”.

En el caso de las mujeres con parejas, en su mayoría deciden realizar negocios para aumentar el ingreso familiar, ya sea por su deseo de independencia económica, para mejorar sus condiciones de vida o porque sintiendo que la prioridad de la pareja no es la manutención de la casa, quieren asegurarse de que cuentan con recursos para atender emergencias y las necesidades de la prole.

Dentro del grupo de mujeres consultadas, en sentido general sus iniciativas de negocios son de muy baja escala, determinadas por factores vinculados a su condición económica y social, la herencia de activos y la tenencia de capital. También se identifican factores relacionados a la dimensión de los mercados a los cuales dirigen sus productos, generalmente circunscrito al barrio o pueblo, donde el poder adquisitivo de la población es muy limitado, salvo algunas excepciones. Por esa razón, se ven obligadas a diversificar sus actividades, poniendo en marcha más de una iniciativa, con la esperanza de poder complementar los ingresos necesarios para comprar la comida, suplir los gastos de educación, ropa y medicinas, adquisición de ajueres e incluso realizar algunas reparaciones o construcciones en la vivienda. Algunas de las expresiones de las mujeres y hombres consultados explican tales factores:

“Tengo 20 años arreglando pies y manos y con eso crié a mi hijo y pude estudiar. Ahora que hay muchos salones bajaron los ingresos porque el pueblo es pequeño y para compensar puse un freezer y vendo cervezas. Además, vendo otras cosas como ropa, zapatos, accesorios. También hago manualidades, decoro, pinto.. cuando no me da de un lado, me da de otro.

“Yo hago alfombras a máquina en un saco, parecida a pelliza, también cortinas y cubrecamas por encargo. Soy profesora de decoración de interiores tengo 10 máquinas para enseñar.. ahora no lo estoy haciendo porque las mujeres no tienen recursos para pagar las clases....”

“La demanda es muy pequeña y hay mucha competencia.”

Según plantearon personas que laboran en instituciones crediticias, la necesidad de generar recursos para la subsistencia no les permite a las microempresarias centrarse en un gran proyecto y aumentar la dimensión de sus negocios, por lo que prefieren diversificarse. Por ejemplo, inician vendiendo ropa, pero de pronto también se ponen a vender comida, comienzan a hacer un día de trabajo en una casa para tener “algo fijo”, o se emplean en una banca. Esta situación ocurre, casi siempre, en el grupo de las más jóvenes, quienes buscan tener ingresos diarios para suplir las necesidades de la casa. En ese sentido plantean que cuando una actividad se pone floja, la otra le da, porque siempre están preocupadas por asegurar la entrada de los gastos diarios.

Un limitado acceso a activos fijos y las herencias son factores que influyen en la dimensión de los negocios. En sentido general, los hombres disponen de mayores activos que las mujeres por concepto de herencia. La disponibilidad de recursos para iniciar los negocios se origina más por pequeños préstamos, ahorros o liquidaciones de trabajos previos. En los siguientes términos, lo plantea una de las microempresarias entrevistadas:

“..Los hombres que tienen negocios grandes tienen un patrimonio que les respalda. Los que tienen negocios grandes son hijos de fulano o mengano y el papá les da el dinero; si quiebran vuelven y le dan, vienen con solvencia económica. En el caso mío no. Una viene desde muy de abajo. Yo quería poner una cafetería, pero calculé que tenía que invertir unos RD\$100 mil, más el local y me puse a ver que la clientela aquí es muy cambiante. Casi siempre los días de semana son lentos y también algunos fines de semana. Entonces decidí no continuar con esa idea y voy comprando poco a poco las mercancías en la medida que voy vendiendo.”

La falta de oportunidades de empleo fijo en sus respectivos entornos es un factor importante que empuja, principalmente a las mujeres, a decidirse por realizar actividades por cuenta propia, como exponen algunas de las entrevistadas:

“...vivo en una comunidad pequeña... la que trabaja se debe trasladar al pueblo para insertarse en alguna tienda, casa de familia o en el sector público”.

“..Los hombres consiguen más empleo en esta provincia. Las mujeres para conseguir empleo deben salir de aquí hacia el pueblo, Santiago, Santo Domingo, donde encuentren.... Los hombres generalmente consiguen más.”

Representantes de las instituciones de crédito consultadas, argumentaron que entre los factores que explican un menor tamaño de las microempresas propiedad de mujeres figuran:

- Tienen menos oportunidad para capacitarse para mejorar sus competencias como microempresaria y para la mejora de la calidad de los bienes y servicios que ofertan, debido a las múltiples tareas que asumen en el cuidado de la familia, que limitan su tiempo.

“...Es cierto que donde quiera hay becas, pero hablamos de un grueso de la población de mujeres solteras que tienen compromisos, de una mujer que hace arepa, la pone a las 7 de la noche para que amanezca hecha para ir a venderla”.

- Tienen más limitaciones para salir de la casa, a partir del predominio de la creencia de que las mujeres son las únicas responsables de atender los asuntos de la casa y el cuidado de sus hijos e hijas;
- Existe un elevado nivel de competencia en los negocios de mujeres como salones de belleza, colmados, frituras, que limitan su tamaño y el financiamiento. Se observa que en una comunidad pequeña se repiten los mismos negocios:

“Si tú pones, por ejemplo, un salón en una esquina, vienen y te ponen otro al lado”;

- Las mujeres están sujetas a prejuicios y a una sociedad que limita su participación en algunos negocios de alta rentabilidad. Por ejemplo, a una mujer culturalmente se le dificulta atender un “colmadon”, que es un negocio de gran dimensión económica orientada a la venta de bebidas alcohólicas.

En todas las comunidades estudiadas se identificaron algunas mujeres con negocios importantes en términos de empleo generado y volumen de ventas: panaderías, colmadones grandes, tiendas, centro de préstamos, farmacias, restaurantes, hoteles, alquileres de utilería para cumpleaños, bodas y eventos, centros de lavado de autos, siembras de cerezas, etc. Las propietarias de estos negocios por lo regular son mujeres casadas, viudas o que estuvieron casadas con hombres de negocios, que provenían de familias con cierto nivel económico, heredaron propiedades familiares, o viajaron al exterior y lograron algunos ahorros. En el caso de los negocios en la agropecuaria, es importante resaltar que muchas mujeres no disponen de terrenos y, por tanto, trabajan tierras propiedad del marido o de sus familiares, cuyo capital para la producción se obtiene a través de préstamos.

Para las personas entrevistadas existen diferencias importantes en el potencial de crecimiento de las microempresas de mujeres y hombres, determinadas por el objetivo mismo de los negocios. En el caso de mujeres cuyo objetivo en la actividad económica desarrollada es conseguir ingresos para suplir las necesidades de la casa, las ganancias del negocio no siempre son reinvertidas en las pequeñas empresas para aumentar su dimensión, sino que se limita a mantenerlo. Por su parte, los hombres, además del compromiso asumido con la manutención de la casa, se preocupan por no afectar el capital del negocio y por reinvertir parte de sus utilidades, dejando a la familia en espera para mejorar las condiciones materiales de vida. En este sentido, microempresarias entrevistadas planteaban lo siguiente:

“Generalmente las mujeres tienen algo guardado para emergencias como cuando un hijo se enferma o una misma, porque no tenemos seguro médico. Muchos de los hombres ahorran para inversión, para nosotras o la casa y a veces para la segunda base.”

34

“A los hombres no les importa que los muebles se desbaratan, arreglar la nevera; a él no le importa. Pero a mi si me gusta tener donde poder sentarme y no hundirme porque el mueble esté roto.”

“Si nosotras no compráramos tanto ahorraríamos más, siempre estamos viendo que hay que cambiar los muebles, que las cortinas, siempre estamos buscando qué hay que mejorar en la casa. Los hombres no están pendientes de eso.”

Las diferencias en las prioridades de uso de las ganancias de los negocios también están determinadas por la influencia cultural del género, donde a las mujeres se les limita al entorno del hogar y a las necesidades de la familia, mientras a los hombres se les otorga más libertad del uso de sus recursos, su tiempo, movilidad y ocio. Un microempresario entrevistado argumentaba:

“Las mujeres gastan más en la casa que los hombres... el hombre les dá el dinero a ellas, administran la casa y hacen sus ahorros.. siempre tienen un clavito en la casa.. En cambio, los hombres andan en la calle y siempre tienen necesidad... Yo ando y gasto mucho en gasolina... yo me doy buena vida y voy a la presa a montar ”jet ski”, lo que me gusta... La mayoría de los hombres se van a una discoteca o un colmadón a beberse su fría y ron o gastar con mujeres nuevas.. yo disfruto en restaurantes, es lo que me gusta.”

Otro factor que favorece el crecimiento de los negocios propiedad de hombre es una mayor disponibilidad de tiempo para dedicarle a estas actividades, que se originan en la cultura predominante. En tal sentido, el tiempo es siempre un factor limitante para las mujeres, a partir de los roles socialmente asignados que condicionan a las microempresarias a considerar las responsabilidades de reproducción de la familia, dentro de las estrategias posibles, para ellas poder desarrollar sus negocios. Esta realidad trae como resultado que las actividades económicas desarrolladas por las mujeres estén condicionadas por sus roles en la sociedad y dentro de las familias, e incluso, el tipo de negocio que eligen se define en base a sus propias experiencias culturales y el tiempo disponible, los cuales deben ser compatibles con sus roles socialmente orientados al cuidado.

34 Cuando se habla de segunda base refiere a una amante permanente

Otro factor importante surgido en las entrevistas con representantes de organizaciones de micro financiamiento es la existencia de una práctica recurrente en los negocios propiedad de mujeres, la cual se origina cuando estos negocios han alcanzado cierta dimensión económica. Entonces, se tiende a buscar a un hombre para que “le apoye y administre”. Esta realidad es señalada en los grupos focales, salvo casos excepcionales, donde las mujeres, sobre todo las casadas, utilizan las facilidades que les da la relación marital, para que “las represente” dentro de la estructura cultural. Esta representación es sentida como necesaria, especialmente en negocios que por su tamaño o tipología no tienen la tipificación de una actividad femenina.

“En algunos casos, cuando una mujer ha logrado establecer su negocio partiendo de un buen historial crediticio, y el negocio empieza a crecer, le pasa su administración a un hombre, para que este la represente. Un ejemplo es una agroveterinaria que cuando subió de 250 mil a 500 mil, el hombre asumió la representación”.

La situación antes descrita, es una muestra de cómo las pautas culturales que prevalecen en el imaginario social, se constituye en una traba para el crecimiento de la participación de las mujeres en negocios de mayor escala, es decir, el empoderamiento individual y colectivo de las mujeres. En consecuencia, no es suficiente el establecimiento de políticas públicas para aumentar la participación de las mujeres en las actividades económicas y en el desarrollo del país. Tales políticas deben incluir acciones dirigidas a transformar la cultura predominante que permitan realizar una redistribución de las labores de cuidado, se fomente el empoderamiento individual y colectivo de las mujeres, y se realice una valoración social del trabajo de cuidados y de los trabajos desarrollados por la mayoría de la población femenina.

3.4 Acceso a Financiamiento y otros servicios

Existen diferencias importantes en la magnitud de los recursos financieros solicitados y otorgados en calidad de préstamos a hombres y mujeres, en desventaja de estas últimas. El monto promedio del último préstamo otorgado a hombres casi duplica al recibido por las mujeres (RD\$124,824.09 vs RD\$63,407.23). Este nivel de préstamo se relaciona con el tipo de actividad (62.9% está dedicada al comercio y 15.4% a alojamiento y comida), las cuales adquieren montos medios de créditos menos elevados, según lo revela ONE, 2015.³⁵ No obstante, independientemente al sector al que se refiera, las mujeres declararon obtener montos medios de créditos muy inferiores a los declarados por los hombres.

Los recursos tomados en préstamo por la clientela de la FPR tienen como principal destino adquirir inventario y/o pago de proveedores (28.8%), seguido por compra de maquinarias y equipos (14.7%); materias primas e insumos como semillas y fertilizantes (7%) adquisición de vehículos (6.6%), consolidación de deudas (4.1%), edificaciones (3.2%), compra de animales (1.4%), terrenos (1.15%) y otros (33.2%). Las mujeres solo tienen una mayor participación en los préstamos destinados a la adquisición de inventario/pago a suplidores con relación a los hombres (15.2% versus 13.6%). Sin embargo, los hombres presentan mayor porcentaje en destinos de recursos para la adquisición de activos como maquinarias (8.2% versus 6.6%), compra de vehículos (6.2% versus 0.4%), la compra de semillas (6.6% versus 0.4%) y animales (1.2% versus 0.2%), y la consolidación de deudas (2.8% versus 1.3%). Ver detalles en Anexo 12.

El 70% de las personas entrevistadas informaron de la obtención de recursos financieros a través de las asociaciones de ahorros y cooperativas, mientras el 10% obtuvo los préstamos mediante instituciones de fomento y en menor proporción de la banca privada y la banca pública (con un 8% cada una). La figura de prestamista personal es el canal menos utilizado (4%). No existen diferencias importantes en la proporción de créditos otorgados a hombres y en función de fuente de financiamiento. Sin embargo, es notoria la mayor proporción de mujeres que obtienen recursos de instituciones privadas (9%), las instituciones de fomento (12%), y de las Asociaciones de ahorro y cooperativas (70%).

Tabla 4. Número de Préstamos Otorgados según Tipo de Institución y sexo Persona Beneficiaria, 2015

Número de fuentes usadas	Banca Privada			Banca pública			Asociaciones de ahorro y cooperativas			Instituciones de fomentos			Prestamistas personales		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
1	2%	3%	2%	5%	3%	4%	57%	55%	56%	4%	6%	5%	1%	0%	0%
2	3%	5%	4%	3%	4%	4%	11%	14%	13%	2%	5%	4%	4%	2%	3%
3	3%	1%	1%	2%	0%	1%	3%	1%	1%	1%	0%	1%	0%	0%	0%
Total	7%	9%	8%	10%	7%	8%	70%	70%	70%	7%	12%	10%	5%	3%	4%

Fuente: Módulo MIPYMES, Encuesta Nacional de Propósitos Múltiples, ENHOGAR 2013

No solo los montos de los créditos solicitados por las mujeres son menores, sino que son más “propensas” a utilizar los canales de créditos especializados, como los de entidades de fomento, cooperativas y asociaciones. En cambio, los hombres tienden a utilizar canales de créditos más convencionales, como la banca tradicional (pública o privada), así como prestamistas personales,³⁶ donde la proporción de hombres que accedió a esta vía del crédito (30.1%) superó ampliamente al porcentaje de mujeres (13.9%). Este tipo de uso de canales de créditos está estrechamente vinculado a las condiciones establecidas por el sistema bancario. Por tanto, el acceso a crédito se limita a los programas especializados, aunque estos no logran responder a las expectativas de más de la cuarta parte de los emprendimientos, considerando que el 26.7% de quienes acceden al crédito por medio de cooperativas y asociaciones, acuden a más de un canal de crédito.³⁷

De acuerdo con microempresarias entrevistadas, este sector tiene mayor acceso a capital en bancos como ADEMI y ADOPEM, a las cooperativas de los pueblos y la Banca Solidaria, porque para iniciar los negocios, los bancos más grandes requieren de muchos requisitos y garantías, de los cuales generalmente no disponen la mayoría de las microempresarias. Sobre estas dificultades algunas de las consultadas argumentaban lo siguiente:

“..Los bancos más grandes la ponen más difícil.. El banco chiquito es el que te da más facilidades.. y luego de que creces y, que tienes crédito, entonces es que los bancos grandes te prestan...”

Aun cuando las condiciones de acceso al crédito sean iguales en términos formales, en general las mujeres obtienen créditos más pequeños, como lo demuestran diversos estudios y lo confirman personas entrevistadas y participantes en los grupos focales. Sobre las dificultades de acceso a recursos financieros fueron identificados varios aspectos relevados por microempresarias entrevistadas, que se detallan a continuación.

- **Las microempresarias entrevistadas no se comprometen con préstamos muy altos cuando no tienen seguridad que van a poder solventar dicho compromiso,** tienden a actuar con cierta prudencia al momento de tomar préstamos. Sin embargo, esta prudencia, muchas veces es tipificada como miedo. Al respecto, una de las mujeres entrevistadas argumentaba lo siguiente:

“Por ejemplo, si yo tomo el capital con un banco y el negocio fracasa, yo pierdo parte del capital, pues con el banco no se juega. Una tiene miedo a fracasar, mientras los hombres no le dan mente a eso...”

- **Altas exigencias de activos como garantías para los préstamos,** cuando se ha comprobado que las mujeres tienen menos acceso a activos muebles e inmuebles, como se detalla en acápite anteriores.

³⁶ Ídem.

³⁷ ONE, 2015. Encuesta para medir el Impacto de las microfinanzas al Bienestar Social de la República Dominicana (IMBS). Gráfico 6, Página 21.

- **Alto costo de los créditos, asociados a las altas tasas de interés predominantes**, cambios en las tasas y el costo de la asesoría de créditos en las comunidades, ante la fragilidad e incertidumbre que operan.

“Yo tengo cierto respeto para coger préstamos, por los intereses que generan; cambian las cuotas cuando tu menos lo esperas y siempre suben. He visto a personas que han estado a punto de perder su casa”.

- **Bajo nivel en educación financiera, de administración de negocios y contabilidad no organizada**, que conlleva dificultades para tener un plan claro para el pago de los préstamos. A esto se adiciona la asesoría insuficiente hasta el momento para organizar la contabilidad y el manejo financiero de estos negocios. En ese sentido, una de las microempresarias señalaba:

“Los préstamos no son un regalo, hay que pagarlos... si tomo un préstamo de 50 mil y los invierto en un negocio, tengo que mantenerme y sacar la comida, pero además debo pagar ese préstamo. Por eso es que a la mayoría de gente le va mal en los negocios, porque comienzan a gastar y no recuerdan que deben calcular y sacar el dinero del pago.”.

“Hay poca orientación financiera para que se planifique y pague....La mayoría de la gente no tiene educación financiera ni para administrar, pero se mete en negocios. Yo tengo que saber cuáles son los activos, cuánto me cuesta y a cuánto tengo que vender.. qué me genera ganancia y con qué pierdo”.

“Algunas han hecho cursos para administrar sus negocios, pero la mayoría no lo ha recibido. Todas tienen libros de registro, pero no saben como deben llevarlo. Cuando se tiene un negocio pequeño no siempre se tiene tan organizado. Una sabe lo que necesita comprar, pero no sabe lo que le queda. Manejan sus negocios más con la intuición que con la cabeza..”

- **Escaso alcance de la asistencia técnica a microempresas**, el cual se limita a las entidades que ofrecen micro-financiamiento, como son algunas cooperativas, ADEMI y ADOPEM, entre otras.

- **Limitado alcance de los programas especializados de apoyo a las mujeres microempresarias e informaciones oportunas sobre los mismos.**

- **Todavía existe diferente valoración a las mujeres como sujeto de crédito respecto a los hombres.** La valoración aumenta cuando ya se tiene historial de crédito. En el caso de las mujeres casadas, generalmente piden la anuencia del marido.

“A los hombres les prestan más recursos porque hay más autoridad. Porque aquí no se vive una igualdad de género, los ven más responsables porque pueden tener una base material para el pago. Nosotras también lo tenemos, pero no lo valoran igual.”

“..Todo depende. Como yo he tomado préstamos me ofrecen más dinero del que yo necesito y yo no quiero, porque si necesito un millón pongo en riesgo mi casa.... Un problema para tener préstamos son las garantías... La mayoría de préstamos los otorgan por el historial de crédito que han creado y la mayoría los toman en la cooperativa, donde también requieren de una garantía solidaria.”

Desde la óptica de las microempresarias, se adicionan otros obstáculos para el acceso a recursos financieros, sobre todo para iniciar un negocio:

“En sentido general falta protocolo para los préstamos, informaciones, formación para desarrollar los negocios...y ayuda técnica .. Generalmente se oye de instituciones de desarrollo que envuelven a las mujeres y lse prestan más caro que muchos bancos. Hace falta un capital semilla para iniciar un negocio. Los recursos casi siempre llegan a un segmento vinculado a intereses políticos.”

El monto de los financiamientos dirigidos a las mujeres está restringido por una serie de elementos subjetivos, como son, el tipo del negocio que emprenden, el historial crediticio, la limitada o deficiente conexión previa con el mercado laboral; todo ello atado a la carga familiar.

Para los representantes de las organizaciones de micro financiamiento las diferencias en los niveles de recursos de los créditos entre hombres y mujeres obedecen a los motivos siguientes:

- La dimensión económica del negocio. “Los colmados grandes son casi todos de hombres, en tanto las cafeterías pequeñas y los salones de belleza son de mujeres”;
- Ellas se ponen un tope inferior, motivadas por desconfianza o temor a no tener la capacidad de pago a tiempo y enfrentarse a la censura moral.
- Son más prudentes, solicitan estrictamente lo que necesitan para el negocio;
- La razón por la que emprenden las limita para asumir riesgos grandes. “Una mujer difícilmente asume un riesgo grande como hacen los hombres, que muchas veces emprenden un proyecto y te dicen voy a vender o a hipotecar la casa, o voy a vender el carro..”;
- Limitaciones con las garantías, porque las mujeres tienen menor historial crediticio y tienden a poseer menos garantías, por ejemplo, tierra, viviendas, y demás;
- Todavía existe la práctica en las mujeres casadas, de que el compromiso del préstamo debe ser firmado por ambos, pero es el hombre quién, por lo general representa, lo que impide construir su propio historial crediticio cuando la mujer no aparece como codeudora;
- Toman varios préstamos pequeños en distintas organizaciones crediticias. A veces esos créditos son para pagar o invertir en varios negocios pequeños que les alivien las pérdidas o simplemente que reproduzcan su pequeña economía.

A partir de lo expuesto, un aspecto fundamental en las limitantes de acceso al crédito para las mujeres es el problema de la garantía y el historial crediticio, independientemente de la existencia de programas de financiamiento con garantía solidaria, programas de financiamiento sustentados en la capacidad de pago del negocio, o que las inversiones realizadas sean tomadas como garantía simbólica. Los activos de las mujeres son muy inferiores, al de los hombres, y no solo en el plano de la herencia de la tierra, sino también en oportunidades para desarrollar habilidades para enfrentar los desafíos de los mercados de bienes y servicios y de capitales.

De cierta forma, los representantes de las instituciones de microfinanciamiento admiten que existe un sesgo contra la mujer, en el sector bancario tradicional que les afecta. Este sesgo de género se hace evidente en los distintos procesos de la solicitud de préstamos y en los tipos de negocios que suelen financiar.

...Las puertas las abren más fácil para los hombres y puede que la vida de la mujer sea más productiva y que incluso el salario sea más alto que el de un hombre, pero terminan prefiriendo al hombre”.

A pesar del sesgo de género existente a favor de los hombres, se reconoce que las mujeres han mostrado mayor nivel de responsabilidad en el cumplimiento de pago en todas las instituciones de microfinanciamiento, registrando menores tasas de morosidad. Así mismo, establecen que el dinero prestado a una mujer tiene una mayor garantía de ser recuperado, independientemente de la garantía, porque ellas son más susceptibles al cobro, se presionan más. Eso quizás explique, por qué las “guaguas prestamistas³⁸” tengan a las mujeres como el nicho de mercado preferido.

“Ellas son más pagadoras, y son moderadas en los montos de los préstamos solicitados, mientras que los hombres son más ambiciosos y uno tiene que controlarlos”.

Las instituciones que ofrecen financiamiento a las MIPYMES otorgan además otros servicios de capacitación, asesoría técnica y financiera, en ocasiones en coordinación con Reservas del País y el INFOTEP, entre otros, en temas básicos e introductorios administrativos y financieros; manejar negocios y créditos, venta de productos y la mejora de su calidad, el proceso productivo, manejo del crédito, etc. . Algunas cooperativas e instituciones de financiamiento dirigidas a las mujeres mantienen otros programas de interés para el sector, como son los programas de mejoramiento de viviendas, y compra de soluciones habitacionales para alquiler, seguros de vida y accidentes. Este tipo de servicios puede motivar a las mujeres a acceder a estos tipos de programas.

En resumen, las bases sobre las que se sostienen las instituciones crediticias están sesgadas por determinantes capitalistas y patriarcales. Las evidencias sugieren que la propiedad es la base en que se sostienen el capital y su reproducción. Las mujeres, por su limitado acceso a activos y condiciones históricas de género, continúan más excluidas de este tipo de servicios, clave para su avance en su autonomía económica. Las mujeres continúan con menos posibilidad de competir, de crear negocios grandes y de ser reconocidas como sujeto económico, y enfrentan importantes limitaciones para avanzar en eliminar las desigualdades en el acceso a los recursos productivos. Esta realidad obedece a razones socioeconómicas y también a la división sexual del trabajo en los ámbitos de generación de ingresos y de reproducción de la vida. El diseño de programas para aminorar las diferencias otorgándoles financiamientos pequeños, resulta insuficiente para que las mujeres microempresarias logren reconocimiento, respecto de sus derechos y estilos de vida diferentes en sus comunidades y romper esos viejos dilemas entre los géneros.

Dentro de la cultura predominante, la posición social de las mujeres mejora de manera lenta. Si bien, a través de las actividades microempresariales generan ingresos que pueden sostener la familia y avanzar en su autonomía económica, sus relaciones sociales de género, aun con los esposos y otros familiares no cambian y continúa predominando la división sexual del trabajo y un imaginario social que las confiere a las denominadas “actividades femeninas”, tanto dentro como fuera de la casa. Por tanto, independientemente de la consolidación de la microempresa, no cambia la tensión entre el trabajo doméstico y el trabajo remunerado, aun sean ellas sus propias jefas.

³⁸ Las guaguas prestamistas, se refiere a unos prestamistas que van de puerta en puerta ofreciendo préstamos en las comunidades del norte, iniciaron en Maimón de Bonao y hoy operan en diferentes pueblos de la región. Facilitan crédito a pequeños negocios informales, bajo la modalidad de pagos semanales de capital e interés; por ejemplo, te prestan 10 mil pesos, para ser pagados en 13 semanas de mil cada una.

3.5 Acceso a programas de capacitación laboral

Una parte importante de las mujeres emprendedoras ha tenido limitaciones para acceder a un tipo de educación que les permita insertarse en el mercado laboral de alta remuneración y a la mejora de sus negocios, como se planteó anteriormente en este estudio. Al mismo tiempo, la oferta de formación técnico vocacional en el entorno local está esencialmente dominada por la formación en oficios con vocación de responder a la subsistencia y que pueden realizar desde sus hogares, como son costura, bisutería, manualidades, salones de belleza, pastelería, decoración de interiores, tapizado de muebles, etc. De igual manera, tales programas no suelen diseñarse en atención a las necesidades e intereses de las mujeres y las demandas del mercado, a la vez que no incluyen temas dirigidos a fortalecer la autoestima, el empoderamiento y los derechos de las mujeres.

Para el diseño de la oferta de los programas de capacitación, no se toman en cuenta el tamaño del mercado laboral, la demanda de las empresas o las oportunidades de desarrollo de actividades por cuenta propia.

Al parecer, como alternativa al tamaño de la demanda, las mujeres deciden realizar una variedad de cursos, para un día vender pasteles, otro elaborar prendas, coser un vestido, elaborar una cortina, con lo cual, la inversión en formación que han realizado les sirve para subsistir, para atender las necesidades de cada día.

En reconocimiento al limitado manejo administrativo y financiero de las microempresas, las instituciones que apoyan su desarrollo promueven una diversidad de capacitaciones buscando mejorar estos aspectos fundamentales para el crecimiento de los negocios. No obstante, algunas de las entrevistadas especificaron que no tenían conocimientos para desarrollar negocios distintos a los de servicios y comercio, dada su falta de experiencia, y no se arriesgarían en un negocio que pueda exigir de ellas un conocimiento mayor.

El alcance de los cursos sobre oficios impartidos parece que no incluye contenidos suficientes para el manejo de los negocios. La mayoría de las mujeres entrevistadas reporta el uso de registros mínimos para llevar la administración, ya sea por falta de herramientas técnicas, por razones culturales que limitan a las mujeres a poner en práctica los conocimientos adquiridos, escasez de tiempo, o por la diversidad de tareas que ejecutan durante el día, se les dificulta manejar los registros y disponer de tiempo para su administración. Es importante resaltar que las bases culturales juegan un papel relevante en la reproducción de tales condiciones.

“Algunas tienen idea de cuánto se van a ganar... luego de que pagan los préstamos, pagan sus gastos, les queda de dinero y lo van depositando...”

“Se necesita una formación más amplia sobre el manejo de negocios para poder expandirlos. La mayoría de las mujeres son muy trabajadoras y emprendedoras, pero necesitan más empuje para que puedan salir adelante. También se necesita romper la creencia de que las mujeres son las únicas responsables del cuidado de la familia.... Si vas a buscar un trabajo te preguntan que si tienes hijos y de una vez esto constituye una traba para conseguir que te empleen.”

“Con los talleres que nos dieron es que tengo más conciencia de lo que puedo coger prestado para organizar y conservar mi negocio.”

3.6 Desafíos para la sostenibilidad en las microempresas de mujeres

A partir de los grupos focales realizados con mujeres usuarias de los recursos canalizados a través de la FRP y las entrevistas a personas vinculadas al funcionamiento del sector, se identificó una serie de factores que explican, en parte, el carácter limitado que tienen las microempresas, para ayudarles a superar la pobreza y alcanzar el bienestar de sus familias. Entre esos factores se destacan el tipo de negocio, el acceso limitado al crédito, la carga familiar, la debilidad de los programas de capacitación, el sesgo de las instituciones de microfinanciamiento y la valoración que se hace sobre el rol económico de las mujeres, tanto a nivel de las instituciones como de las comunidades y del empoderamiento personal de las propias mujeres, censura moral, el carácter de la propiedad y la idea de fracaso.

A pesar de los avances de las mujeres en términos de su participación en el mercado laboral y el aumento en el reconocimiento y valoración social, todavía se carece de progresos similares en el ámbito del trabajo de los cuidados, donde las mujeres continúan asumiendo esta responsabilidad, mientras los hombres no se involucran en los mismos; todo ello en un contexto de políticas públicas todavía con enfoque limitado y bajo alcance. Esta situación tiene sus repercusiones tangibles e intangibles en la visualización que tienen, tanto las instituciones como las propias mujeres, en su rol como empresarias.

Una mayor cantidad de años de experiencia en la actividad microempresarial de los hombres clientes de la Fundación Reservas, con relación a las mujeres, sitúa a estas últimas en desventajas para desarrollar sus emprendimientos y en que los mismos tiendan a ser más sostenibles. En ese sentido, el 41% de los hombres tiene más de 10 años de experiencia desarrollando microemprendimientos y el 16% entre 5 y 10 años; mientras, solo el 24% tiene más de 10 años e igual porcentaje entre 5 y 10 años de experiencia en este tipo de actividades productivas, como se detalla en Anexo 13. Tales diferencias en la cantidad de años de experiencia, se traduce en menor “Know how” y herramientas para posibilitar el crecimiento de sus empresas.

De acuerdo con personas entrevistadas, con amplia experiencia en el sector de microfinanciamiento, entre las causas que originan un crecimiento más lento en los negocios de las mujeres con relación a los de hombres, se encontraron aspectos claves como son:

- Diferencias en las prioridades de inversión. Con lo que genera el negocio, las mujeres atienden las necesidades de la casa y, por tanto, el nivel de reinversión en el mismo es menor. En cambio, los hombres dan menos dinero a la casa y por tanto pueden reinvertir más en el negocio. Además, los hombres son más propensos a comprarse un motor antes de gastar en cosas de él o vestir mejor, ya que su apariencia física no es requerida como un requisito de inserción laboral, como ocurre con las mujeres.
- Las mujeres disponen de menos herramientas para manejar negocios más grandes, por lo que una parte importante de ellas tienden a diversificarse. Por ejemplo, se empieza vendiendo ropa, pero de pronto también se pone a vender comida o comienza a hacer un día de trabajo en una casa para tener “algo fijo”.
- Generalmente las mujeres tienden a tomar créditos con cautela y prudencia, para no quedar mal a las instituciones financieras, al considerarse que “son más metódicas y difícilmente asumen un riesgo abismal como hacen los hombres”. Tal característica está asociada a factores sociales y culturales, que también se evidencian en una tasa de morosidad más baja en relación con los hombres.
- Las mujeres deben compartir su tiempo con las labores de la casa, mientras el hombre tiene más tiempo para dedicarle al negocio, porque todavía no ha asumido su responsabilidad en este ámbito de la vida familiar.

- Dificultades con la comercialización y la Inseguridad de los mercados, que afecta en mayor proporción a las mujeres, ante limitaciones para su desplazamiento fuera de su entorno.

La carga familiar y las expectativas de las microempresarias

Al momento de elegir el negocio, las mujeres buscan opciones que les permitan atender los quehaceres de la casa (lavar, planchar, cocinar, limpiar la casa, atender a los hijos, etc.). Es decir, ajustan el emprendimiento, que se desarrolla a la par de la dinámica requerida para las tareas de cuidados, que les permitan atender el hogar, hijos y en algunos casos personas envejecientes con alguna discapacidad. Este doble rol de las mujeres limita las actividades generadoras de ingresos que las saquen del entorno del hogar, con lo que el tamaño y alcance de sus negocios se reduce a un mercado con baja capacidad de consumo y, por lo tanto, de baja capacidad en generación de riquezas. Las subjetividades que determina esta situación aseguran pocos cambios en los roles de género tradicionales, como lo plantean microempresarias entrevistadas:

“...Tengo mi negocio de fritura cerca de la casa de mi madre; a veces lo muevo para la zona donde hay construcción. Tengo hijos pequeños y un esposo enfermo. Me llevo los muchachos a donde mi madre y cuando ella no puede atenderlos los llevo a la fritura. Mi marido a veces los atiende, pero no sirve para eso”

“En mi caso yo tenía 4 hijos y había que hacerles todo. Se los dejaba a mi madre para salir a la capital y cuando regresaba los recogía. Eso lo hacía por tres días. Tenía que resolver todo lo de la atención de mis hijos.”

“Las mujeres que tienen facilidad dejan los hijos con su familia materna (madre)... No les gustan las empleadas porque no les dan las mismas costumbres.”

En los grupos focales se expusieron las limitaciones de las mujeres para desarrollar negocios más allá de la esfera del hogar, debido a la falta de redes de apoyo al cuidado de personas enfermas y niños. En el caso de mujeres que familiares que asumen las tareas del hogar. Los negocios como salones, frituras, ventas de comida o de pacas se pueden realizar cercanos a la casa o dentro del espacio hogareño, como forma de abaratar costos de la microempresa y no pagar por las labores domésticas. Es decir, las mujeres acomodan sus actividades económicas con las domésticas, afectando su calidad de vida y sus espacios de ocio.

Una gran parte de las mujeres entrevistadas invierten bastante tiempo entre las labores de la casa y sus pequeños negocios, equivalentes a unas cinco horas más del promedio de horas laborales de un trabajador formal, que es de ocho horas, asumiendo una doble jornada laboral. Mientras los hombres entrevistados no tienen este tipo de problemas y pueden dedicar más tiempo a la actividad productiva. Esas diferencias repercuten en el tamaño del negocio, las ganancias y la estabilidad de la microempresa a largo plazo. En consecuencia, la tensión entre el trabajo doméstico y el remunerado no se plantea para los hombres y esto les da ventajas en las microempresas.

En muchas de las comunidades se carece de estancias infantiles, a pesar de los esfuerzos que se realizan desde el gobierno. Tampoco hay centros para el cuidado de ancianos. Ambos servicios podrían reducir el peso de la carga familiar y permitir a las mujeres tener iniciativas más allá de su entorno. Se reportan beneficios de la tanda extendida, en términos de permitir más tiempo a las mujeres para hacer nuevas cosas, pero todavía el alcance de este programa es limitado. Se expresa de la siguiente manera una microempresaria entrevistada:

“En esta comunidad generalmente los negocios están en la misma casa, para que se resuelva todo al mismo tiempo: barrer, cocinar, lavar, etc... No hay lugar donde dejar los niños en el caso de que las mujeres tengan que salir a trabajar. Aquí hace falta eso para atender a los niños hasta los 5 años, que es cuando los aceptan en la escuela. No todas las escuelas tienen tanda extendida.....En todos los lugares que se quiere apoyar el desarrollo microempresarial de las mujeres debería hacerse una guardería.”

En sentido general, las microempresas de mujeres se desarrollan como pequeños negocios manejables culturalmente por ellas, especialmente en actividades que reproducen los roles tradicionales de género. Por esto, su involucramiento en las actividades generadoras de ingresos no significa que enfrentan los dictámenes del patriarcado, salvo sus excepciones. Una microempresaria entrevistada, quien dijo asumir los roles de reproducción y de proveedora de ingresos de la familia, con la presencia del esposo que estaba enfermo, lo que significó mantener varios negocios cercanos a la casa, tomar crédito, salir por el pueblo y moverse en el mercado. Enfrentar el mundo sola, fue el desafío de esta entrevistada.

De acuerdo con lo planteado, el funcionamiento de las microempresas en este tipo de contextos no produce autonomía y tampoco genera cambios en el modelo social predominante. En tal sentido, se necesita que las políticas públicas de apoyo financiero consideren programas complementarios de empoderamiento social y político que vayan a la par del desarrollo de la capacidad productiva que sí afectan dichas estructuras en el amplio abanico que se requiere, a los fines de desencadenar procesos de empoderamiento y autonomía económica y cultural.

Dimensiones de los negocios, rentabilidad y expectativas

Para un grupo importante de las microempresarias consultadas, el desarrollo de negocios se visualiza como un complemento a fuentes de ingresos fijas. En tal sentido, tienden a combinar empleos fijos con la actividad empresarial o a utilizar préstamos para comprar casas para alquiler.

“El negocio da para reinvertir y para algo más, como comprar cosas para la casa. No tengo empleo fijo. Ojalá y tuviera un empleo porque con lo que ganaría, el negocio sería rentable y yo pudiera ahorrar para después tener un capital. Yo tengo un préstamo y debo pagarlo y con lo que me sobra tengo que pagar la casa..”

La tendencia de las mujeres microempresarias a utilizar los recursos del negocio y a invertirlos en las necesidades de la casa y sus familias, atenta contra el crecimiento de sus negocios y su sostenibilidad en el tiempo. Un comportamiento contrario se produce en el caso de los hombres. A este respecto, una de las microempresarias planteaba:

“... Nosotras tendemos a ser más débiles y si el muchacho necesita algo de una vez lo sacamos del negocio; como somos madres proveedoras, si hace falta algo una cosa para la casa una lo busca (zapatos, ropa, cuadernos, medicina, comida). Las que estamos aquí no podemos ahorrar 5 mil pesos. Los hombres son más duros. Yo diría que nosotras producimos, pero gastamos más... si hace falta una toalla, o una cortina, nosotras las compramos. Pero ellos no, porque, por ejemplo, ellos dan una cantidad fija cada determinado tiempo. Nosotras aportamos todo en la casa. Nuestros negocios están en la casa.”

Acceso a activos

La falta de activos es una limitante para la mayoría de las mujeres de grupos sociales precarios, para dar inicio a una actividad emprendedora, tener acceso a crédito, a las posibilidades de aumentar la productividad de sus propias empresas y expandir el tamaño de estas.

Es significativo señalar que las mujeres entrevistadas tienen pocas posibilidades de disponer de propiedades, ya sea por herencia o adquiridas mediante riquezas generadas con sus negocios. Durante el trabajo de campo de este estudio, se encontraron algunas excepciones de mujeres que han logrado establecer un pequeño capital, mediante la compra de medios de producción, medios de transporte y viviendas. Sin embargo, se observó que la adquisición de activos se produce en mujeres con parejas, en cuyos casos se comparten los gastos de la familia; mujeres con profesiones y mujeres con descendencia adulta o sin hijos.

Valoración social y de riesgos diferenciada según género

Tanto en los grupos focales como en las entrevistas realizadas a representantes de instituciones de micro financiamientos surgieron elementos y opiniones acerca de que hombres y mujeres tienen una visión diferente en relación con los negocios y sus riesgos, así como hacia los créditos. Tales concepciones tienen repercusiones en sus negocios, sus dimensiones y sostenibilidad.

Según se manifiesta, las mujeres son más tímidas a la hora de tomar un crédito que los hombres, actúan con más prudencia al involucrarse en negocios que implican mucho riesgo. Tal comportamiento es atribuido a que las mujeres prefieren tener la certeza de su capacidad de pago, por lo que los créditos dirigidos a ellas tienen mayor tasa de retorno que los otorgados a los hombres.

En el sistema patriarcal predominante, existe una valoración social diferenciada del trabajo y los comportamientos de hombres y mujeres en todas las esferas de la sociedad, donde se reconoce el trabajo en el ámbito público, destacando básicamente el realizado por hombres. En ese contexto social y cultural, las microempresarias asumen su trabajo con mucha seriedad, porque para ellas es muy importante “no quedar mal ni ser tachadas de mala paga”.

Este sistema de valores que aún persiste, data desde los tiempos de la colonia en Santo Domingo, cuando las instituciones castellanas consideraban que la moral recaía sobre las mujeres, y por tanto, correspondía a ellas ser ejemplos para su familia; de ellas dependen la moral y las buenas costumbres, el que descendientes sean honestos y elijan una vida digna. En términos generales, todas las mujeres entrevistadas entienden que ellas tienen que “respetarse” y responder con seriedad con los préstamos adquiridos, porque su familia está en juego y ellas son ejemplos a seguir. Estos valores son considerados como “un bien”, no cuestionado y como parte de los roles sociales de género que tienen que asumir. Así mismo, estas creencias las limitan para desarrollar ciertos negocios, como bares y colmadones, en atención a la opinión de la comunidad.

El reconocimiento de la responsabilidad económica y social que implica “fracasar en los negocios”, muchas veces se constituye en una limitante en la visión y alcance de los mismos. En el mundo, tradicionalmente dominado por los hombres, muchas mujeres tienen dificultades importantes para desarrollarse y competir en el mercado con los hombres, el cual se ha organizado a partir de la visión masculina. Por tanto, tomar créditos, introducirse en nichos de mercados poco usuales donde se emplee alta tecnología o se requieran capitales muy elevados, y alto riesgo es todo un reto, que solo puede asumir un número reducido de mujeres, que disponen de los conocimientos, las habilidades y el capital.

La necesidad de las mujeres de validarse socialmente como sujeto económico las induce a manejarse en negocios cuyas dimensiones les permitan mantener control de los bienes y servicios que ofertan. En ese sentido, se expresa una de las microempresarias cuyo negocio tiene funcionando más de 15 años.

“...Distribuyendo tarjetitas y con amigas que comenzaron a solicitar los servicios y así fue creciendo el negocio. De eso hace 19 años. Yo no puedo crecer más porque a mí me gusta dar un servicio personalizado. Por tanto, no me interesa difundir en redes sociales. Yo ofrezco servicios de control de plagas, lavado de cisternas y tinacos y me están demandando limpieza de muebles y pisos. Ahora estoy valorando ofertar otros servicios que me están demandando.”

La persistencia de patrones culturales que mantienen a las mujeres en determinados sectores económicos y desarrollando actividades tradicionalmente realizadas por mujeres, impiden que muchas de ellas puedan por sí mismas romper dichas barreras sin ayuda de terceros. Tales limitantes están vinculadas con la socialización que recibieron y el sistema de valores predominantes. Por ejemplo, en las entrevistas algunas aseguraron que los colmadones, discotecas y otros negocios similares tienen que ser manejados por hombres, pues en esos lugares se venden bebidas alcohólicas y se producen riñas; se irrespetan las buenas costumbres y se le hace difícil a una mujer manejar las diferentes situaciones que se presentan en el día a día. Exponen que todo lo que implique manejo de fuerza, enfrentamientos verbales o peleas es cosa de hombres, justificando de esta forma el comportamiento violento aprendido por los hombres.

costumbres y se le hace difícil a una mujer manejar las diferentes situaciones que se presentan en el día a día. Exponen que todo lo que implique manejo de fuerza, enfrentamientos verbales o peleas es cosa de hombres, justificando de esta forma el comportamiento violento aprendido por los hombres.

Las prácticas culturales, tanto rurales como urbanas, definen el espacio de las mujeres en la casa y sus alrededores. Existen muchas mujeres que dicen tener la capacidad para desarrollar sus negocios, pero se centran en aquellos que no cambian sus estrategias de reproducción y roles de género tradicionales. Para otros tipos de negocios, que pueden incluso ser más rentables, se muestran pesimistas o impedidas para desarrollarlos, alegando que esos negocios están hechos para los hombres. Cambiar este tipo de mentalidad, implica el desarrollo de acciones que modifiquen las estrategias tradicionales de género.

A pesar de lo expuesto, es importante destacar que, dentro del grupo de microempresarias estudiadas existe un número reducido de ellas que se está atreviendo a irrumpir en los negocios de tradición masculina. Sin embargo, dicha incursión la están haciendo con prudencia, cautela y avizorando los riesgos, a fin de no comprometer la estabilidad de sus familias.

3.7 Apertura al cambio, versatilidad y flexibilidad de las emprendedoras para desarrollar diferentes iniciativas en un mundo cambiante

Durante el trabajo de campo se pudo constatar a un grupo de mujeres emprendedoras que han desarrollado habilidades para adaptarse a las inestabilidades de sus negocios e ir sorteando las dificultades en base al esfuerzo, prudencia y perseverancia, para generar ingresos suficientes para mantener a sus familias y mejorar su calidad de vida. De acuerdo al testimonio del representante de una empresa de microfinanciamiento, su experiencia de más de 20 años en el sector le hace pensar que al esfuerzo, prudencia y perseverancia, para generar ingresos suficientes para mantener a sus familias y mejorar su calidad de vida. De acuerdo al testimonio del representante de una empresa de microfinanciamiento, su experiencia de más de 20 años en el sector le hace pensar que *“yo creo que las mujeres crecen lentas pero seguras”*.

Esta forma de actuación y el hecho de cómo han ido creciendo sus activos, es descrita por una de las microempresarias entrevistadas de la forma siguiente:

“Yo inicié con un colmado. Cogí préstamos pequeños para ir construyendo mi casa; comencé comprando el solar. Fui tomando préstamos en el Banco de la Mujer, cooperativas y mucho tiempo después me dieron un préstamo en el Banco Popular y fui construyendo una casa de dos plantas. Yo decidí quitar el colmado por la delincuencia. Ahora tengo una pequeña tienda. Mi esposo y yo decidimos separar el local de abajo y saqué una pequeña vivienda que me renta RD\$5,000 mil al mes. Tengo tres hijos, dos estudian en la universidad. Yo me he atrevido a tomar grandes préstamos y los he pagado”.

También se identificaron mujeres con mucho empuje y voluntad de seguir desarrollándose, tener mayor poder de negociación al interno de la familia, sobre todo ante la falta de pareja, como lo demuestra el siguiente testimonio:

“Las mujeres estamos empoderándonos.... La mayor parte de las mujeres tratan de tener una entrada para independizarse y no estar por debajo en la casa ni en los negocios. Las mujeres nos concentramos y cuando queremos sacar algo adelante, frenamos los gastos, porque debemos echar el negocio hacia adelante. Aunque una mujer tenga su esposo, si la deja, ella sigue con su vida trabajando. Si la mujer no tienen esposo siempre se la busca, haciendo sanes, con negocio de cafetería u otros tipos de actividades”.

También se observan algunos avances en lo relativo a la toma de decisiones sobre el ingreso de la actividad productiva.

“Yo tengo un colmado por 24 años y mi esposo no sabe nada de si gano y si pierdo. Él no sabe,.. no tengo que darle explicaciones y si decido gastar dos mil pesos en mi no tengo que darle explicaciones... Los dos cubrimos los gastos de la casa en partes iguales. El trabajó 20 años en Falconbridge y los viernes trae el dinero de la comida de sus hijos”.

Involucramiento de la pareja y familia

En el caso de las mujeres casadas y con hijos, el apoyo de la pareja y la familia es esencial para que ellas puedan dedicar mayor cantidad de tiempo a desarrollar sus negocios, no solo en lo relativo a tener que asumir del trabajo de la casa, sino también con relación al microemprendimiento. Un representante de entidad que otorga financiamiento planteaba lo siguiente:

“..Yo creo que influye mucho cómo es la relación de pareja, o sea, cuando una pareja está unida en un proyecto eso se nota, porque el esfuerzo de dos es más que el de uno”.

En el caso de María, el negocio desarrollado le ha permitido avanzar con el tiempo, y es otro ejemplo de apoyo familiar.

Por su parte, una microempresaria señalaba:

“.. Tengo una pequeña panadería que inicié vendiendo bizcocho en zonas francas. Comencé con 12 libras de harina, con la ayuda de mis hijos y mi esposo... Trabajaba con una olla horno, luego fui aumentando la capacidad con dos hornos, luego compré un horno de 6 y ahora tengo uno de 49 bandejas. Todo ello con préstamos de la cooperativa. También hacía pan y lo llevaba a los negocios para la venta de manera personal. Hoy tengo 3 empleadas. Con eso criamos a nuestros hijos e hicimos profesionales a tres de ellos. Yo hice el curso de repostería y estoy estudiando para ser abogada”.

La actividad productiva como potenciador de la calidad de vida de la familia

La actividad microempresarial es valorada como “un elemento de libertad de la mujer”, que le permite generar ingresos propios y no depender de un hombre para su supervivencia, siendo valorado como un paso importante para su empoderamiento. Las personas consultadas dan cuenta que además del efecto positivo personal, los microemprendimientos femeninos significan no solo un incremento del ingreso, sino también una mejoría de la familia. Es decir, estos ingresos se traducen en mejor alimentación, mejor educación, mejor vivienda y mobiliario, aspectos en los cuales hacen una fuerte inversión.

Tal situación no siempre se observa en los entornos de los negocios desarrollados por hombres, quienes generalmente, aunque mejoren sus ingresos, esto no necesariamente se traduce en una mejor calidad de vida para la familia.

3.8 Cambios en los emprendimientos de mujeres: Experiencias Exitosas

a. Negocios de mayor escala económica.

En todas las comunidades visitadas se identificaron pequeñas empresas de mujeres, cuya dimensión económica supera el marco tradicional de los negocios que ellas ponen en marcha: farmacias, colmados grandes, ferreterías, tiendas, panaderías, alquileres para eventos, repuestos, etc. Un factor común que destaca en cada una de estas experiencias es “el punto de partida”. Es decir, sus propietarias han heredado el negocio, provienen de familias con activos, tuvieron la oportunidad de trabajar en el exterior y acumularon capital, o su esposo es empresario, entre otras circunstancias. La mayoría de estas mujeres, aparte de su nivel educativo, tienen pareja o su pareja les acompañó en el arranque del negocio.

A continuación, se presentan algunos casos.

Panadería Rosaura:

Rosaura es viuda, es una gran empresaria, tiene la panadería más grande de Moca; es una señora de más de 70 años; toma financiamiento a gran escala con COOPADEPE. “El resultado de su actividad empresarial no puede atribuirse a nuestro financiamiento”, manifiesta el oficial de crédito, “se trata de una actividad de familia que ella ha sabido mantener”.

Empresas de organización de eventos:

En Moca, las empresas que se dedican al alquiler de sillas, mesas, manteles, y todo lo relativo al “catering” para cumpleaños, repostería, bodas y otros eventos, tienen a una mujer como propietaria. La mayoría son “mujeres de familia”,³⁹ encontrándose el soporte del negocio en los activos familiares.

Fábrica de Gorras:

Cuando la Zona Franca de Moca cerró, más de 100 mujeres se quedaron sin empleo. Ante la situación, COOPADEPE comenzó a financiar microempresas dedicadas a la confección textil. Una de las experiencias de mayor éxito es de una mujer que se dedica a la fabricación de gorras, actividad que aprendió en la zona franca. “A ella le financiamos más de un millón de pesos para comprar máquinas. Había empezado con una pequeña máquina y la institución entró cuando requirió capital”. Para la puesta en marcha de su iniciativa contó con el respaldo de su esposo.

Otras actividades:

Rebeca Ramírez tiene una ebanistería en Moca. Allí trabaja con su esposo y sus hijos, quienes son sus empleados.

En la ciudad de Azua, reside una joven dedicada a la venta de muebles por catálogos. Se trata de una joven casada, que utilizó la liquidación recibida en su anterior trabajo (donde aprendió sobre marketing), más su buen historial crediticio, lo que le permitió conseguir el financiamiento necesario para promover la venta de muebles ajustados a la demanda de los clientes. Los muebles son fabricados por sus hermanos, a los cuales les paga según pedidos.

b. Señalando el camino, proyectos innovadores

Como pudimos ver, en su generalidad los emprendimientos que ponen en marcha las mujeres están orientados a actividades tradicionales que reproducen la economía del cuidado. No obstante, durante el trabajo de campo se identificaron organizaciones, como MUDE, que están impulsando proyectos económicos que señalan el camino para superar esta limitación. A continuación, presentamos algunas de estas experiencias:

Apoyo al desarrollo comunitario:

MUDE, en alianza con Tropicalia en Miches, fundación que interviene en proyectos de desarrollo turístico local, está impulsando iniciativas de emprendimiento de turismo sostenible, mediante alquiler de habitaciones e instalación de restaurantes para atender la demanda de visitantes.

En su labor preparan a las emprendedoras para que desarrollen esos negocios; les ofrecen capacitación financiera y les otorgan créditos. Además, dan seguimiento y apoyo a la implementación y desarrollo de la iniciativa cuando está en marcha.

³⁹ Se refiere a mujeres que provienen de familias con cierta posición económica, reconocidas por sus propiedades y su actividad empresarial.

Apoyo al desarrollo comunitario:

MUDE, en alianza con Tropicalia en Miches, fundación que interviene en proyectos de desarrollo turístico local, está impulsando iniciativas de emprendimiento de turismo sostenible, mediante alquiler de habitaciones e instalación de restaurantes para atender la demanda de visitantes.

En su labor preparan a las emprendedoras para que desarrollen esos negocios; les ofrecen capacitación financiera y les otorgan créditos. Además, dan seguimiento y apoyo a la implementación y desarrollo de la iniciativa cuando está en marcha.

Desarrollo de micro franquicias:

En alianza con la firma NESTLÉ, en el sector comercial se impulsa el desarrollo de micro franquicias orientadas a mujeres emprendedoras. La empresa asocia a la mujer emprendedora como micro distribuidora, para crear una red de 10 vendedoras, iniciada con un mínimo de 2. Algunas de estas emprendedoras llegan a 50, debido a que el trabajo lo realizan en el tiempo disponible, es decir, con cuatro horas diarias pueden obtener el equivalente a un salario mínimo de una empresa grande. Reciben asesoría y capacitación en promoción y venta de los productos, nutrición, recetas, etc.

Desarrollo de cadenas de valor:

Fueron identificadas dos iniciativas que se desarrollan en esta línea: un proyecto apícola llamado Miel de la Frontera y el otro una actividad agrícola, orientada a la producción y comercialización de vegetales chinos. Son proyectos integrales donde se apoya a las mujeres en la producción, en agregar valor y comercializar dichos productos. Las mujeres productoras de vegetales chinos tienen un centro de acopio en el que se clasifican los productos, una parte de los cuales se orienta a la exportación. La producción que no califica para ese fin se destina al mercado local: supermercados, mercados, colmados de los barrios y vendedoras en la calle.





4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



4.1 Conclusiones

En sentido general, una parte del auge de las microempresas se produce como respuesta a modelos económicos que no producen suficientes empleos para la incorporación de las personas al mercado formal, o que no generan la cantidad de empleos fijos requeridos para incorporar la creciente población económicamente activa, especialmente femenina. Las favorecidas con el proyecto ponen en marcha pequeños negocios, la mayoría alrededor de sus casas, teniendo como principal activo su fuerza de trabajo.

El presente estudio es revelador de la situación de las microempresarias al realizar sus actividades económicas.⁴⁰ Se encontró que las mujeres enfocan sus actividades productivas fundamentalmente en el área de servicios y comercio, y en menor medida como profesionales, a partir de sus experiencias. Muchos de los negocios han sido tipificados como de subsistencia, emprendidos por necesidad, para generar recursos que permitan enfrentar las urgencias del hogar, y caracterizados por generar pocos empleos, bajo capital y limitado crecimiento.⁴¹ Ante tales vulnerabilidades, las mujeres tienden a realizar más de una actividad productiva o a cambiar de actividad según temporada.

Una característica importante de las microempresarias estudiadas es que, en sentido general, el circuito económico en que se construyen las bases materiales y en donde se reproduce la fuerza de trabajo, tiene lugar en el ámbito del hogar y, por tanto, es necesario establecer la relación entre trabajo doméstico o reproductivo y el trabajo productivo. Esta realidad se fundamenta en la ancestral división sexual del trabajo, que mantiene la idea de que el trabajo doméstico es responsabilidad fundamental de las mujeres, el cual no es valorizado debido a que se realiza fuera del mercado. Como consecuencia de estos roles socialmente asignados, se verifica una práctica, ampliamente utilizada, de desarrollar el negocio en el espacio de la casa, lo que además contribuye a reducir costos.

Los resultados del presente estudio confirman que existe una marcada desigualdad de género en la incorporación de las mujeres al mundo empresarial, que se manifiesta en las características y tipos de negocios que desarrollan, cuya dimensión económica es básicamente pequeña, con baja capacidad para generar ingresos aceptables, con ciertas dificultades de acceso al financiamiento y a proyectarse más allá del entorno. Estas iniciativas limitan sus posibilidades de ahorro y reinversión.

El ámbito en que las mujeres mercadean y desarrollan sus negocios, en su mayoría es limitado a sus barrios, calles y comunidades. Estos negocios están marcados por una limitada movilidad, producto de las tareas socialmente asignadas a las mujeres, de criar a los hijos e hijas, y el cuidado de familiares dependientes. Para facilitar la operación de dichos negocios las redes de familiares y amistades han resultado un apoyo importante.

En el tema de la regularización de la microempresa, si bien una buena parte no se ha formalizado, existe otra que sí lo ha hecho, en especial en el gran Santo Domingo, en sectores como Herrera, Los Alcarrizos y Santo Domingo Oeste, donde se reportaron negocios relativamente grandes, como centros de lavado de autos, de limpieza de oficinas, ópticas, colmados, entre otros, que han formalizado sus operaciones, dada la demanda de la Dirección General de Impuestos Internos (DGII), debido a que muchas de las pequeñas empresas les venden u ofrecen sus servicios a otras empresas y al gobierno, por lo que se les requiere una documentación formal de impuestos.

A partir de la condición socioeconómica de las microempresarias estudiadas, las complejidades de los procesos y la necesidad de conocimientos o personal especializado, se reportan altos costos de la formalización, en contraste con la magnitud de sus negocios (pago de impuestos y a la seguridad social, entre ellos). Los requerimientos sobre la formalidad les intimidan, no solo por las implicaciones financieras que representan, sino también por los trámites involucrados. Es importante resaltar los pasos que está dando la DGII para la creación de un régimen fiscal especializado para la microempresa. En general, algunas dicen que quieren crecer y establecer un negocio formal, mientras otras se enfocan en pequeños negocios, por ser manejables para ellas.

40 Relacionadas con la producción y comercialización de bienes y servicios tales como salones de belleza, pastelería, pequeños ventorrillos, colmados, frituras, pequeñas tiendas de artículos diversos, venta de ropas usadas, elaboración de adornos, colchas, sábanas, cortinas, reparación de ropas, decoración, tapicería, etc.

41 Este hallazgo es consistente con otros estudios realizados en el país, entre ellos el efectuado por el CEG-INTEC para el Proyecto Art Gold del Programa Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en 2010 y el estudio sobre Relaciones de Género para el Fomento de las MIPYMES en la Provincia Dajabón, 2015, que muestran los mismos resultados: las mujeres están relacionadas con pequeños negocios de bajo capital, pocas posibilidades de crecer y son empresas que tienden a fracasar por el alto riesgo.

Un porcentaje significativo de las microempresarias son madres solteras, obligadas a generar ingresos para cubrir los gastos de manutención de los hijos e hijas. En el caso de las casadas o unidas, la decisión de emprender un negocio se fundamenta en su deseo de mejorar la calidad de vida de su familia, al sentir que en ocasiones lo que ingresa la pareja no es suficiente o la prioridad no es la manutención de la casa, por lo que buscan asegurarse de contar con recursos para atender emergencias y otras necesidades de sus descendientes.

En sentido general, las mujeres tienen y sienten desigualdad en el inicio del proceso de instalación del negocio, tanto por una menor disponibilidad de activos y capitales, como por la falta de experiencia en el desarrollo de los mismos. Casi siempre comienzan sus emprendimientos con pequeños ahorros y/o consiguen pequeños préstamos que les permiten desarrollar actividades en muy baja escala, relacionadas con la economía del cuidado.

Dentro de las mujeres existe la tendencia a desarrollar varias iniciativas al mismo tiempo, ya sea como estrategia para diversificar la oferta o por la venta de bienes y servicios de estación, ante un mercado limitado al entorno comunitario, lo cual refleja su capacidad de adaptación y les permite el mantenimiento de sus negocios. Hoy día el disponer de un mayor nivel educativo en términos formales o informales con relación a los hombres, se constituye en una ventaja para el desarrollo de las capacidades empresariales femeninas.

La baja inversión de los negocios dirigidos por mujeres limita mucho la dimensión de sus actividades microempresariales, su rentabilidad y la posibilidad de reinvertir utilidades y desarrollar su negocio a mayor escala. En sentido general, para las mujeres la prioridad de inversión de sus utilidades es la mejora de la calidad de vida de su familia, contrario a lo ocurrido con muchos hombres, quienes prefieren no afectar el capital del negocio y tienden a reinvertir parte de las utilidades, dejando la familia en segundo plano.

Debido a la división social del trabajo y a los roles asignados a las mujeres, los hombres tienen mucho más tiempo para dedicarle al negocio y a la obtención de ganancias. El tiempo es siempre un factor limitante para ellas, y en muchos casos define la orientación de los negocios, los cuales, por lo general, serán compatibles con las tareas del cuidado.

Se reconoce que las microempresarias cumplen sus compromisos financieros en una proporción mayor que los hombres. Sin embargo, tienen menos oportunidades para acceder a fuentes de financiamiento, aun en los programas orientados a dotarlas de recursos en calidad de préstamos. Esta desigualdad de acceso a recursos financieros está relacionada con la dificultad de contar con aval financiero adecuado y disponer de historial crediticio sólido. Las mujeres cuentan con activos muy inferiores a los de los hombres, en el plano de la herencia de la tierra y otros tipos de recursos, así como de habilidades para desarrollarse en un mundo empresarial regido por códigos masculinos. Ante esa situación tienden a acceder a pequeños montos en calidad de financiamiento, a través de las instituciones de microfinanzas, así como de las llamadas “guaguas prestamistas”,⁴² las cuales tienen a las mujeres como su nicho de mercado preferido.

Para asumir los roles tradicionales de género y salvaguardar su propia intimidad, cercada por las costumbres culturales, las mujeres enfrentan dilemas éticos profundos, que no solo tienen que ver con educarse, aprender contabilidad o administrar negocios. Los sistemas de valoraciones en los espacios donde se mueven, hacen que las mujeres se hallen constreñidas, se les impongan sanciones y estigmas sociales relacionados con la cultura patriarcal. Por tales razones tienen que apoyarse en redes de mujeres, espacios creativos que les den la fortaleza necesaria para empujar poco a poco su marginalidad en el espacio público, además de exigir políticas públicas que establezcan nuevas estrategias para romper vulnerabilidades.

Se revela limitado acceso de las mujeres a programas de capacitación laboral dirigidos a fortalecer sus capacidades técnicas según las demandas del mercado y el fomento de su empoderamiento personal y colectivo.

42 La expresión guaguas prestamistas, se refiere a unos individuos que van de puerta en puerta ofreciendo préstamos en las comunidades del Cibao. Iniciaron en Maimón, Bonao, y hoy operan en diferentes pueblos de la región. Facilitan crédito a pequeños negocios informales, bajo la modalidad de pagos semanales de capital e interés. Por ejemplo, te prestan 10 mil pesos, para ser pagados en 13 semanas de mil cada una.

Se revela limitado acceso de las mujeres a programas de capacitación laboral dirigidos a fortalecer sus capacidades técnicas según las demandas del mercado y el fomento de su empoderamiento personal y colectivo.

La investigación reveló que las mujeres emprendedoras no tuvieron, en la mayoría de los casos, la formación técnica profesional que les permitiera un mejor acceso al mercado laboral de más alta remuneración, debido a que la oferta vocacional predominante responde a oficios orientados a la subsistencia, al autoempleo: costura, bisutería, manualidades, salones de belleza, pastelería, decoración de interiores, tapizado de muebles, etc., que pueden realizar desde sus hogares. En definitiva, la inversión en formación que han realizado, solo les sirve para subsistir, para atender el día a día.

En reconocimiento al carácter limitado de las microempresas informales, las instituciones que apoyan su desarrollo promueven una diversidad de capacitaciones, buscando mejorar el manejo económico y financiero de sus negocios, cuyo alcance es limitado. Pero estos cursos no rompen las bases tradicionales de la mirada sexista y patriarcal, relacionadas a sus contenidos.

El principal factor que limita la posibilidad de que las mujeres puedan plantearse negocios más allá de la esfera del hogar, es la fuerte competencia que ejercen los quehaceres del hogar con las prácticas de negocios, cuando no existen redes de apoyo a la familia, como estancias infantiles, salas de tareas, centros para el cuidado de ancianos y de personas con capacidades diferentes. La implementación de la tanda extendida en las escuelas públicas crea una oportunidad para tener más tiempo, hacer nuevas cosas y facilitar que las mujeres se sientan más seguras con los hijos e hijas.

Existe un sistema de valores sociales y culturales que constituyen obstáculos que limitan el desarrollo de negocios novedosos y rentables por parte de las mujeres. Este sistema condiciona la conducta de las mujeres hacia los negocios, por lo que son más cautas al momento de endeudarse para no ser valoradas como “mala paga”. Además, tienen dificultades para acceder a financiamiento formal, si no cuentan con el consentimiento del marido. De igual manera, se limitan a no emprender solas negocios de ciertos volúmenes sino que los ceden al compañero. Son estigmatizadas por la sociedad al emprender negocios como bares y colmadones, por ejemplo, y por desarrollar iniciativas económicas que no les permitan atender de manera continua los quehaceres domésticos y el cuidado del resto de la familia. Todo esto guarda relación con un viejo estereotipo social de carácter patriarcal, muy arraigado en las mentalidades y el imaginario social predominante.

Mujeres y hombres consultados identifican y diferencian claramente las actividades domésticas y las productivas dentro de sus roles culturales. Sin embargo, con el mantenimiento de normas culturales tradicionales basadas en la división sexual del trabajo, se establecen pautas para el accionar que consolidan modelos autoritarios, segregados o simplemente marginados, dentro de los espacios de trabajo y en las familias. Salvo excepciones, a las mujeres les resulta difícil separar las funciones productivas de las reproductivas y abandonar las cuestiones del hogar.

Por eso abogan porque se amplíen los programas sociales que pueden ayudarlas a un mayor aprovechamiento del tiempo, como son las estancias infantiles y las escuelas a tiempo completo, para contar ayuda en el cuidado de los niños y niñas.⁴³

⁴³ Las entrevistadas que estaban en etapa de procreación expresaron que mientras se está criando es muy difícil tener una empresa. Las que más se adecuan a estos son las que ya tienen hijos e hijas más grandes. Las solteras con prole son muy vulnerables y sus negocios muy pequeños y adaptados a esta situación.

Muchas mujeres externaron ser cautas al momento de dedicarse a la actividad productiva, dada la escasa experiencia en este tipo de tareas, la incertidumbre y el riesgo que implican y el sentido de responsabilidad para cumplir con obligaciones de pagos, especialmente los compromisos con instituciones bancarias. Sin embargo, se observan otros grupos de microempresarias que son más agresivas en materia de negocios.

En el imaginario social se mantiene una gran cantidad de prejuicios que limitan la participación de las microempresarias en algunos negocios de gran tamaño y rentabilidad. Además, se tiene la percepción de que las mujeres no pueden gestionar negocios grandes por asuntos educativos, falta de experiencia administrativa y de habilidades, para enfrentar situaciones como la inseguridad y la violencia que se suscitan en negocios tipificados como de hombres, como son los colmadones y bares.

A pesar de los prejuicios, las mujeres consultadas, además de tener un mayor nivel educativo formal, reportan múltiples saberes, derivados de las habilidades desarrolladas dentro del trabajo en el hogar o economía de los cuidados. Se reportan cualidades de ser buenas administradoras, de hacer rendir el dinero, dividir los ingresos en múltiples partes, aunque estos sean menores que los del hombre y no los despilfarran en juegos, aventuras u otras actividades lúdicas. Dicen hacer rendir el dinero que reciben; en cambio, los hombres se quedan con sus ganancias, dando poco a la familia, además de reinvertir en el negocio.

Hasta el momento, las actividades productivas desarrolladas por las mujeres están determinadas por los roles y estereotipos predominantes. Por tanto, las estrategias posibles para ellas poder empujar negocios están subordinadas a sus funciones familiares.

Otro aspecto que se debe resaltar es que el desarrollo del comercio en una gran parte de las mujeres se produce con negocios pequeños y manejables por ellas. Sin embargo, las mujeres que irrumpen en un ámbito catalogado de masculino, evitan enfrentar abiertamente al patriarcado, salvo algunas excepciones.

Para asumir los roles tradicionales de género y salvaguardar su propia intimidad, cercada por las costumbres culturales, las mujeres enfrentan dilemas éticos profundos, que no solo tienen que ver con educarse, aprender contabilidad o administrar negocios. Los sistemas de valoraciones en los espacios donde se mueven, hacen que las mujeres se hallen constreñidas, se les impongan sanciones y estigmas sociales relacionados con la cultura patriarcal. Por tales razones tienen que apoyarse en redes de mujeres, espacios creativos que les den la fortaleza necesaria para empujar poco a poco su marginalidad en el espacio público, además de exigir políticas públicas que establezcan nuevas estrategias para romper vulnerabilidades.

Hasta el momento, el impacto de los programas de apoyo a las mujeres es limitado en términos de alcance y enfoque. Si bien estos programas ayudan, mediante la provisión de ciertos servicios de apoyo (créditos y asistencia técnica), todavía este respaldo no les permite superar la dimensión de subsistencia. A su vez, estas iniciativas carecen de acciones dirigidas a modificar las relaciones de género predominantes, que potencien cambios sustanciales en el empoderamiento de las mujeres, en eliminar las trabas existentes para un mayor desarrollo de sus negocios y en potenciar sus fortalezas para emprender negocios de mayor volumen y valor agregado.

Más allá de restricciones de carácter estrictamente económico, en la sociedad dominicana predomina un imaginario social que desvaloriza a las mujeres en el mercado laboral, al mismo tiempo que las limita en sus actitudes y comportamientos en relación con los hombres en el mundo del trabajo productivo. Enfrentar esta realidad demanda de un proceso circular de sensibilización, incentivo, empoderamiento y reconocimiento para fortalecer capacidades, acompañado de políticas económicas y sociales transformadoras.

4.2 Recomendaciones

El estudio aporta importante información acerca de las características de los emprendimientos desarrollados por hombres y mujeres en la República Dominicana y sus diferencias basadas en determinantes económico-sociales y culturales sobre las que se construyen las desigualdades de género. De igual modo se revelan las problemáticas que afectan a las mujeres emprendedoras, los obstáculos y oportunidades para que sus iniciativas económicas sean sostenibles, generen mayores ganancias, empleos y valor agregado.

A continuación, se proponen algunas recomendaciones de políticas a desarrollar para reducir y/o eliminar limitaciones, revertir las desigualdades de oportunidades de acceso a recursos productivos y aumentar el empoderamiento económico de las mujeres y la calidad de vida de ellas y sus familias.

- Desarrollar políticas públicas para reactivar y crear oportunidades de empleos y negocios para mujeres, que fomenten nuevas alternativas económicas y contribuyan a romper la brecha de género en el desarrollo de negocios. Para su diseño se deben considerar las características, necesidades e intereses de las mujeres según grupos etarios, niveles educativos, su procedencia rural o urbana, su condición de jefatura de hogar y responsabilidades familiares. Esto implicaría revisar los contenidos de políticas y programas de fomento a las microempresas existentes, en términos de enfoque, servicios y alcance. Tales programas deben establecerse de manera coordinada con políticas de apoyo al trabajo de los cuidados (ampliación de tanda extendida y educación preescolar), apoyo al cuidado de personas adultas mayores y personas con discapacidades, programas de protección social y fomento de la redistribución del trabajo de los cuidados entre hombres y mujeres al interno de las familias.
- Diseñar alternativas crediticias que permitan mayores montos, ampliación y/o flexibilización de requisitos de garantías, incluyendo el establecimiento de fondos de garantías destinados a mejorar el acceso al financiamiento de las mujeres microempresarias. Esto abarca el aumento en la cobertura de los programas de financiamiento existentes y la inclusión de asesoría y apoyo técnico continuo, el fortalecimiento de los negocios de mujeres y su empoderamiento.
- Fortalecer y desarrollar programas educativos y de asistencia técnica para el desarrollo microempresarial en ámbitos administrativos, financieros, calidad de bienes y servicios, funcionamiento de mercados, tecnologías para la producción y manejo de TICs para sus negocios; mercados con una matriz de género, manejo del pago de impuestos y seguridad social, así como el impulso de estrategias organizativas para la producción y el mercado.
- Ampliar y difundir los servicios de apoyo a la formalización de MIPYMES.
- Promover la corresponsabilidad masculina en los trabajos de cuidados para que formen parte de los programas de formación escolar y de los planes de transformación cultural del país.
- Propiciar que el enfoque de género sea un eje transversal efectivo en la Política Nacional de Fomento a las Microempresas, el cual debe ser explicitado mediante objetivos, estrategias, metas y actividades en los diferentes servicios ofertados por las instituciones involucradas.
- Desarrollar capacidades dentro del personal de las instituciones públicas, privadas, cooperativas de financiamiento, para que impulsen cambios dirigidos a romper las limitaciones de la tradicional división sexual del trabajo y los roles de género en la actividad empresarial, a la vez de incentivar y fortalecer las acciones dirigidas al desarrollo de las empresas lideradas por mujeres.

- Promover la expansión de la implementación del programa nacional de empresariedad femenina. Reorientar los programas de formación laboral en ese aspecto, orientado hacia actividades productivas no tradicionales que garanticen un mayor alcance de mercado.
- Promover modificaciones a la ley de seguridad social, de manera que se garantice el acceso del sector microempresarial a la seguridad social, en especial respecto a los planes de salud, protección a la vejez y riesgos laborales, a fin de asegurar un retiro digno.
- Incentivar programas educativos innovadores dirigidos al sector microempresarial.
- Fortalecer los programas de financiamiento que acojan la paridad de género, como parte importante para contribuir al empoderamiento económico de las mujeres.
- Desarrollar instrumentos estadísticos que den cuenta de la desigualdad de género en los entornos productivos. Esto abarca una mejora en los sistemas de registros administrativos de las instituciones bancarias, financieras privadas u organismos no gubernamentales, y en las que prestan otros servicios de apoyo a la actividad microempresarial para producir más y mejores informaciones sensibles al género.
- Impulsar el desarrollo de grupos de eficiencia colectiva o clústers alrededor de los emprendimientos de mujeres, para garantizar una mayor escala económica de sus actividades.
- Implementar políticas de desarrollo de capacidades productivas, gerenciales y de negociación en los emprendimientos de mujeres para que puedan participar en los programas de compras de productos y servicios públicos del Estado, así como de otros actores del mercado.
- Apoyar los negocios encabezados por mujeres con menos de 5 años o con poco tiempo de actividad, mediante un programa de acompañamiento diferenciado acorde a sus necesidades.
- Crear espacio de protección social y jurídica para que las mujeres emprendedoras puedan acceder a servicios básicos para su defensa contra la violencia, tanto en los negocios que emprenden como en sus relaciones conyugales.



5. BIBLIOGRAFÍA



Aristy Escuder, Jaime. 2016. **Análisis del Impacto de la Política de Compras y Contrataciones Públicas en las MIPYMES y Mujeres en la República Dominicana.** Dirección General de Compras Públicas. Santo Domingo, D. N. República Dominicana.

Banco Central de la República Dominicana. 2016. **Indicadores del Mercado de Trabajo por Género: Abril del año 2009 a abril del 2016. Encuesta Nacional de Fuerza de Trabajo.** División de Encuestas. Departamento de Cuentas Nacionales y Estadísticas Económicas. Banco Central. Santo Domingo.

Banco Mundial, BID y GTZ. 2010. **Mujeres Empresarias: Barreras y Oportunidades en el sector Privado Formal en América Latina.** Banco Mundial, BID y GTZ. Washington, DC.

Benería, L. 1987. **¿Patriarcado o sistema económico? Una discusión sobre dualismos metodológicos.** En Amorós et al. Barcelona.

Brown, Susan E. 1973. **La Mujer Pobre en Santo Domingo.** Eme; 1973, Marzo Abril. Santo Domingo.

Carrasco, Cristina. 2011. **La Economía del cuidado: Planteamiento Actual y desafíos pendientes.** Universidad de Barcelona. Revista Economía Crítica No. 11 primer semestre. Barcelona.

Deive, Carlos Esteban. 1980. **La Esclavitud del negro en Santo Domingo 1492-1844.** Museo del Hombre Dominicano. Vol. 2. Santo Domingo. República Dominicana.

Dolabela, F. 2011. **Oficina do empreendedor.** Sextante, Rio de Janeiro. 2011.

Elson, Diane. 2010. **Gender and the Global economic crisis in developing countries: a framework for analysis, Gender & Development.**

Fundación Reservas del País. 2015. **Memoria 2015.** Santo Domingo, República Dominicana. Página 25. Fundación Reservas del País (sin fecha): Indicador de Impacto. <http://fundacionreservas.com/financiamiento/prestatarias/>. En línea al 3 de diciembre del año 2016.

Gomera, Wagner y Portorreal, Fátima. 2017. **Estudio sobre las Relaciones de Género para el Fomento de las MIPYMES: Estudio de Caso Provincia de Dajabón.** Elaborado para el Centro de Estudio de Género de la Universidad INTEC (CEG-INTEC) a través del Fondo para el Fomento de la Investigación Económica y Social (FIES). Santo Domingo, República Dominicana.

Global Entrepreneurs Monitor. **Reporte ejecutivo República Dominicana 2007.** Santo Domingo. 2008.

Moreno Fraginalls, Manuel. 1999. **La historia como arma y otros estudios sobre esclavos, ingenios y plantaciones,** Crítica editora, Barcelona, España.

Observatorio MIPYMES. 2015. **Actividades Económicas de las MIPYMES.** Boletín No.1. 16 de febrero del año 2015. Coordinado por la Oficina Nacional de Estadística (ONE) y el Viceministerio PYMES del Ministerio de Industria y Comercio. República Dominicana.

Oficina Nacional de Estadística y Fundación Reservas del País. 2016. **Estudio sobre el Impacto de las Microfinanzas en el Bienestar Social de República Dominicana.** Santo Domingo, República Dominicana.

Oficina Nacional de Estadística (ONE). 2015. **En el País la Mayoría de las MIPYMES Pertenecen a los Hombres a pesar de que las Mujeres tienen Mayor Preparación.** Nota de Prensa. Página web <http://one.gob.do/Prensa/NotaPrensa/2015/08/06/1117/en-el-pais-la-mayoria-de-las-mipymes-pertenecen-a-los-hombres--a-pesar--de-que-las-mujeres-tienen-mayor-preparacion>. Santo Domingo, 06 de agosto 2015. En línea al 30 de noviembre del año 2016.

Oficina Nacional de Estadística (ONE). 2015. **Registro Nacional de Establecimientos 2014-2015.** Santo Domingo, República Dominicana.

(OIT) Conferencia Internacional del Trabajo: **Un pacto Mundial para el Empleo. En su nonagésima octava reunión.** Ginebra. 19 de junio de 2009. http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_norm/@relconf/documents/meetingdocument/wcms_115078.pdf

Ortiz, Cabal y Mena. 2013. **Micro, Pequeña y Medianas Empresas en la República Dominicana.** Elaborado para el Fondo para el Financiamiento de la Microempresas Inc. (FONDOMICRO). Santo Domingo.

Oficina Internacional del Trabajo. 2012. **Panorama Laboral. América Latina y el Caribe.** Lima: OIT / Oficina Regional para América Latina y el Caribe. http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/americas/rolima/documents/publication/wcms_195884.pdf

(OIT) Oficina Internacional del Trabajo. 2014. **La transición de la economía formal a la informal.** Informe V. Conferencia Internacional del Trabajo 103 a reunión 2014. Ginebra. Pág. 9. http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_norm/@relconf/documents/meetingdocument/wcms_218350.pdf

Pérez Orosco, Amaia y compiladoras. 2006. **Transformaciones del trabajo desde una perspectiva feminista: producción, reproducción, deseo, consumo.** Editores Tierradenadie. España.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en República Dominicana (PNUD). 2015. **Indicadores de Desigualdad de Género en República Dominicana.**

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). 2015. **Informe sobre Desarrollo Humano 2015. Trabajo al servicio del desarrollo humano.** Naciones Unidas. Nueva York, NY, Estados Unidos de Norteamérica. Página 223-226.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en República Dominicana (PNUD). 2014. **Índice de Desarrollo Humano (IDH, 2014).** República Dominicana. Oficina de Desarrollo Humano, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en República Dominicana (PNUD). 2013. **Mapa del Desarrollo Humano de la República Dominicana.** Oficina de Desarrollo Humano, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.



6. ANEXOS



Anexo 1. Número de Personas en Hogares de Clientes FRP por Sexo, 2014

Número de integrantes	Clientes de la fundación			Porcentajes		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
1	8	7	15	7%	3%	4%
2	15	48	63	13%	19%	17%
3	24	49	73	21%	20%	20%
4	26	56	82	22%	23%	23%
5	21	45	66	18%	18%	18%
6	7	24	31	6%	10%	9%
7	9	5	14	8%	2%	4%
8	3	4	7	3%	2%	2%
9	1	1	2	1%	0%	1%
10	1	2	3	1%	1%	1%
12	0	1	1	0%	0%	0%
Blanco	1	6	7	1%	2%	2%
Total	116	248	364	100%	100%	100%

Fuente: Encuesta IMBS, 2015. Levantada por ONE y Fundación Reserva del País.

Anexo 2. Número de personas clientes de la FRP por sexo según estado conyugal, 2015

Estado conyugal	Clientes de la FRP			Porcentaje por sexo		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Casado	29	59	88	25%	24%	24%
Unión Libre	57	105	162	49%	42%	45%
Separado	7	35	42	6%	14%	12%
Viudo	1	11	12	1%	4%	3%
Soltero	19	36	55	16%	15%	15%

Fuente: Encuesta IMBS, 2015. Levantada por ONE y Fundación Reserva del País.

Anexo 3. Parentesco de la persona cliente con jefe/jefa del hogar

Jefe del Hogar	Clientes de la FRP			Porcentajes por sexo		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Esposo (a) o compañero(a)	5	57	62	4%	23%	17%
Familiar directo	11	9	20	9%	4%	5%
Jefe o Jefa	97	177	274	84%	71%	75%
ND	3	5	8	3%	2%	2%

Fuente: Encuesta IMBS, 2015. Levantadas por ONE y Fundación Reservas del País.

Anexo 4. Clientes de la FRP según nivel educativo y sexo, 2015

Nivel educativo	Clientes FRP			Porcentajes		
	Hombre	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Alfabetizado	5	5	10	4%	2%	3%
Ninguno	3	1	4	3%	0%	1%
No especificado	6	4	10	5%	2%	3%
Pre- primaria	8	8	16	7%	3%	4%
Primaria o básica	35	69	104	30%	28%	29%
Secundaria o media	39	100	139	34%	40%	38%
Universitario o superior	20	61	81	17%	25%	22%
Total	116	248	364	100%	100%	100%

Fuente: Encuesta IMBS, 2015. Levantada por ONE y Fundación Reserva del País.

Anexo 5. Características de las viviendas clientes FRP, 2015

Características de la vivienda	Clientes FRP			Porcentaje por sexo		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Promedio de dormitorios	2.6	2.5	2.5			
Techo						
Concreto	76	135	211	66%	54%	58%
Madera	1	.	1	1%	0%	0%
Zinc	39	113	152	34%	46%	42%
(en blanco)				0%	0%	0%
Total	116	248	364	100%	100%	100%
Piso						

Características de la vivienda	Clientes FRP			Porcentaje por sexo		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Cemento	67	146	213	58%	59%	59%
Cerámica	47	97	144	41%	39%	40%
Granito	0	2	2	0%	1%	1%
Madera	0	1	1	0%	0%	0%
Tierra	1	2	3	1%	1%	1%
(en blanco)	1	0	1	1%	0%	0%
Total	116	248	364	100%	100%	100%
Paredes exteriores						
Block	112	223	335	97%	90%	92%
Concreto	0	2	2	0%	1%	1%
Madera	4	22	26	3%	9%	7%
Otros	0	1	1	0%	0%	0%
Zinc				0%	0%	0%
(en blanco)				0%	0%	0%
Total	116	248	364			

Fuente: Encuesta IMBS, 2015. Levantada por ONE y Fundación Reservas del País.

Anexo 6. Características de las viviendas clientes FRP, 2015

Electrodoméstico y/o equipos	Grupos de análisis		
	Hombres	Mujeres	Total
Estufa	94.0%	98.0%	96.7%
Nevera	89.7%	92.3%	91.4%
Lavadora de ropa	87.1%	89.4%	88.7%
Televisor	94.8%	92.6%	93.3%
Radio	64.7%	55.9%	58.7%
Cisterna	26.1%	22.4%	23.6%
Tinaco	36.2%	36.5%	36.4%
Computadora	37.9%	31.8%	33.8%
Internet	31.9%	35.5%	34.3%
Inversor	47.8%	44.0%	45.3%
Planta eléctrica	11.4%	7.3%	8.6%
Teléfono residencial	26.7%	42.3%	37.4%
Celular	93.1%	94.0%	93.7%
Aire acondicionado	19.1%	12.7%	14.7%
Motor	48.3%	24.4%	32.0%
Auto	40.9%	31.1%	34.3%

Fuente: Encuesta IMBS, 2015. Levantada por ONE y Fundación Reserva del País.

**Anexo 7. Acceso a Servicios de Agua y Basura en los hogares
de clientes de FRP por sexo, Año 2015**

Servicios Básicos	Grupos de análisis		
	Hombres	Mujeres	Total
Agua			
Camión tanque	7%	2%	3%
Del acueducto, dentro de la vivienda	72%	70%	70%
Del acueducto, en el patio de la casa	11%	17%	15%
Del acueducto, llave pública	3%	4%	3%
Manantial, río, arroyo	0%	0%	0%
No tiene agua	0%	0%	0%
Otro	0%	1%	1%
Pozo	7%	6%	7%
(en blanco)	1%	1%	1%
Total	100%	100%	100%
Basura			
Le pagan a otra persona	1%	3%	2%
La coloca cerca de la casa	2%	0%	1%
La queman	2%	1%	1%
La recoge el ayuntamiento	91%	91%	91%
La recoge una empresa privada	1%	0%	0%
La tiran en el patio o solar	1%	0%	1%
La tiran en un río o cañada	1%	2%	2%
La tiran en un vertedero	2%	2%	2%
(en blanco)	0%	1%	1%
Total	100%	100%	100%

Fuente: Encuesta IMBS, 2015. Levantada por ONE y Fundación Reserva del País.

Anexo 8. Actividades Económicas realizadas por Clientes de FRP, 2015

Actividad Económica	Clientes FRP			Porcentaje según sexo		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Agricultura, Ganadería-Pesca	0	1	1	0%	0%	0%
Industria	7	11	18	6%	4%	5%
Energía	1	0	1	1%	0%	0%
Comercio	62	146	208	53%	59%	57%
Transporte-Alma	10	1	11	9%	0%	3%
Hoteles, bares y restaurantes (Alojamiento y venta de Comida)	10	42	52	9%	17%	14%

Info-Comunicación	3	2	5	3%	1%	1%
Finanzas-seguro	2	2	4	2%	1%	1%
Actividades-inmobiliaria	6	5	11	5%	2%	3%
Act. profesionales, científica, técnica	1	0	1	1%	0%	0%
Servicios Adm. Apoyo	3	1	4	3%	0%	1%
Gobierno: educación y salud	1	5	6	1%	2%	2%
Actividades Culturales		2	2	0%	1%	1%
Otros Servicios	10	30	40	9%	12%	11%
Total	116	248	364	100	100	100

Fuente: Encuesta IMBS, 2015. Levantada por ONE y Fundación Reserva del País.

Anexo 9. Localización de los Establecimientos clientela FRP, 2015

Localización	Clientes de la FRP			Porcentaje según sexo		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Ambulante	26	41	67	22%	17%	18%
Compartido con vivienda	28	88	116	24%	35%	32%
Fijo	47	94	141	41%	38%	39%
Semifijo	5	4	9	4%	2%	2%
ND	10	21	31	22%	17%	18%
Total	116	248	364	100%	100%	100%

Fuente: Encuesta IMBS, 2015. Levantada por ONE y fundación reserva del país.

Anexo 10. Condición Jurídica de Negocios Clientes de FRP según Sexo

Estado conyugal	Clientes FRP			Porcentaje según sexo		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Negocio familiar	39	52	91	34%	21%	25%
Otro	1	2	3	1%	1%	1%
Persona física o único dueño	73	184	257	63%	74%	71%
ND	3	5	8	2%	3%	3%
Total	116	248	364	100%	100%	100%

Fuente: Encuesta IMBS, 2015. Levantada por ONE y fundación reserva del país.

Anexo 11. Condición de Formalidad de los Negocios de Clientela de FRP que tiene RNC, 2015

Estado conyugal	Grupos d`e control			Grupos de análisis		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
No tiene	76	169	245	66%	68%	67%
Si tiene	24	54	78	21%	22%	21%
ND	16	25	41	14%	10%	11%
Total	76	169	245	100%	100%	100%

Fuente: Encuesta IMBS, 2015. Levantada por ONE y Fundación Reserva del País.

Anexo 12. Destino de los préstamos recibidos por hombres y mujeres. 2015

Destino del Préstamo	Sexo del propietario					
	Hombre		Mujer		Total	
	Total	%	Total	%	Total	%
Compra de terrenos	3,281	0.9%	900	0.2%	4,181	1.1%
Compra de edificios o construcciones	6,762	1.8%	5,439	1.4%	12,201	3.2%
Compra de maquinarias y equipos	31,300	8.2%	24,667	6.5%	55,967	14.7%
Compra de vehículos	23,427	6.2%	1,534	0.4%	24,961	6.6%
Inventario, pago a proveedores	51,623	13.6%	57,826	15.2%	109,449	28.8%
Reestructuración o consolidación de deuda	10,497	2.8%	5,074	1.3%	15,571	4.1%
Comprar semillas y fertilizantes	25,077	6.6%	1,420	0.4%	26,497	7.0%
Comprar animales	4,471	1.2%	734	0.2%	5,205	1.4%
Otro	66,808	17.6%	59,231	15.6%	126,039	33.2%
Total	223,246	58.7%	156,825	41.3%	380,071	100.0%

Fuente: Módulo MIPYMES, Encuesta Nacional de Propósitos Múltiples, ENHOGAR 2013

Anexo 13. Número de personas por sexo, según años de experiencia, 2015

Estado conyugal	Clientes de la FRP			Porcentaje según sexo		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Hasta un año	19	36	55	16%	15%	15%
2-5 años	29	93	122	25%	38%	34%
5-10 años	21	60	81	18%	24%	22%
Más de 10 años	47	59	106	41%	24%	29%
Total	116	248	364	100%	100%	100%

Fuente: Encuesta IMBS, 2015. Levantada por ONE y Fundación Reserva del País



Fundación Reservas del País
Avenida Lope de Vega, No.95, 3er. piso,
Ensanche Naco, Santo Domingo D.N.
Tel: 809-566-3674

www.fundacionreservas.com

