

VI REUNIÓN DEL GRUPO DE TRABAJO

MUJER E INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

LIDERAZGO FEMENINO Y
PROYECCIÓN EXTERIOR



Conclusiones y líneas de actuación de la sexta reunión del Grupo de Trabajo “Mujer e Internacionalización” de la Secretaría de Estado de Comercio para seguir impulsando la igualdad de género en la internacionalización de la economía española.



MINISTERIO
DE ECONOMÍA, COMERCIO
Y EMPRESA

Centro de Publicaciones del Ministerio de Economía, Comercio y Empresa

Informe elaborado por la Secretaría de Estado de Comercio: septiembre 2026

Maquetación: Secretaría de Estado de Comercio

Unidad editora: Secretaría General Técnica. Centro de Publicaciones. Ministerio de Economía, Comercio y Empresa

NIPO: 221-26-049-0

CONTENIDO



01

UN ESPACIO CONSOLIDADO
DE COLABORACIÓN
PÚBLICO-PRIVADA:
SIETE AÑOS DE AVANCES

02

NUEVAS MEDIDAS
PRESENTADAS

03

MEDIDAS ADICIONALES Y
EXPERIENCIAS
TRANSFERIBLES

04

PRINCIPALES
CONCLUSIONES

05

PRÓXIMAS LÍNEAS DE
ACTUACIÓN
PRIORITARIAS

162



01 GRUPO DE TRABAJO “MUJER E INTERNACIONALIZACIÓN” UN ESPACIO CONSOLIDADO DE COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA

Balance:

Durante sus siete años de trayectoria, el Grupo de Trabajo ha impulsado iniciativas orientadas a fortalecer la presencia femenina en la internacionalización de la economía española, generar espacios de networking, promover programas de apoyo al emprendimiento femenino para salir al exterior y reforzar la colaboración entre instituciones públicas y privadas para ampliar el alcance de las medidas y mejorar su coordinación.

También se ha avanzado en la identificación de barreras específicas que afrontan las mujeres empresarias y profesionales en su acceso a los mercados exteriores, así como en la incorporación de capítulos de género en acuerdos comerciales bilaterales de la Unión Europea con terceros países.

La sexta reunión del Grupo de Trabajo “Mujer e Internacionalización”, celebrada por el Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, a través de la Secretaría de Estado de Comercio, confirma la consolidación de este foro como espacio pionero de colaboración entre administraciones públicas, universidades, asociaciones empresariales e instituciones de apoyo a la internacionalización.

Desde su creación en 2019, el Grupo de Trabajo ha contribuido a visibilizar el papel de las mujeres en el comercio internacional y a incorporar progresivamente la perspectiva de género en las políticas de internacionalización.



SIETE AÑOS DE AVANCES

INICIATIVAS QUE ABREN CAMINO

Desde la Secretaría de Estado de Comercio se han puesto en marcha diversas iniciativas para favorecer la participación de las mujeres en el comercio internacional y reforzar su presencia en los procesos de internacionalización.

- Se han convocado tres ediciones de las **Medallas y Placas al Mérito en el Comercio, incorporando una nueva categoría** destinada a reconocer a aquellas personas y empresas que contribuyen activamente a fomentar el papel de la mujer en el comercio exterior.
- Se ha lanzado la **plataforma digital “Mujer e Internacionalización” y el grupo de LinkedIn**, ambos creados por ICEX, que cuentan con una gran aceptación.
- Se ha impulsado el **Programa Desafía 100% Mujeres**, una iniciativa de ICEX junto con Red.es dirigida a apoyar la internacionalización de startups tecnológicas lideradas por mujeres.
- También se han logrado avances relevantes en el marco de la Unión Europea. A través de la internacionalización y de los acuerdos comerciales, España y la Unión Europea promueven estándares laborales y buenas prácticas en materia de igualdad. Cabe destacar **acuerdos como los de Chile, Nueva Zelanda y Kenia**, que incluyen disposiciones específicas de género.

En definitiva, la Secretaría de Estado de Comercio mantiene un firme compromiso con el empoderamiento económico de las mujeres y con la contribución que el comercio internacional puede desempeñar para avanzar en ese objetivo.

Además, en la actividad institucional y en los viajes de la Secretaría de Estado se incorpora actos orientados a favorecer la internacionalización de las mujeres. Entre las actuaciones recientes pueden destacarse las siguientes:

- La participación en el Mobile World Congress de Barcelona y en la feria de emprendimiento **Four Years From Now (4YFN)**, donde se mantuvo un encuentro con emprendedoras tecnológicas para conocer de primera mano sus proyectos y casos de éxito. Se trata de un encuentro de referencia dentro del ecosistema emprendedor, en el que ICEX organiza, en colaboración con Red.es, un pabellón de España.
- La participación en la Conferencia Ministerial de la OCDE, donde se presentó la primera fase del estudio sobre **“Comercio y Género en América Latina”**, financiado por España. El objetivo del estudio es analizar cómo participan las mujeres en el comercio internacional —como trabajadoras, empresarias y consumidoras— y qué obstáculos siguen encontrando en esos países.

España participa además activamente en el **Grupo de Trabajo sobre Comercio y Género de la Organización Mundial del Comercio (OMC)**. En este marco se trabaja actualmente en un compendio de buenas prácticas de políticas e iniciativas de los países miembros para apoyar a las pymes lideradas por mujeres, con el fin de que puedan aprovechar mejor las oportunidades del comercio internacional, en particular en el ámbito digital.



02 NUEVAS MEDIDAS PRESENTADAS

El Grupo de Trabajo “Mujer e Internacionalización” se reúne periódicamente para analizar las iniciativas en marcha, compartir avances entre las entidades participantes y definir nuevas líneas de actuación que permitan incorporar de forma más efectiva la perspectiva de género en las políticas de apoyo al comercio exterior.

En esta sexta reunión celebrada en 2026 se presentaron nuevas herramientas de medición, propuestas de colaboración institucional y experiencias prácticas orientadas a mejorar el diagnóstico, reforzar el acompañamiento a las empresarias y aumentar la visibilidad del liderazgo femenino en los mercados exteriores.

Una de las principales conclusiones de la reunión es la necesidad de reforzar el diagnóstico con datos más precisos, comparables y actualizados. Para ello, se presentaron tres avances clave:

- El inicio de los trabajos para crear un **Índice de Brecha de Género en la Internacionalización de la Economía Española** desde el Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, a través de la Secretaría de Estado de Comercio.
- La puesta en marcha del **Cuadro de Mando de Internacionalización con Perspectiva de Género**, elaborado por ICEX. Análisis integrado de datos empresariales, económicos y de comercio exterior para identificar brechas de género en el perfil de las empresas y de las exportadoras españolas.
- **Cruce de microdatos a través de ES_DataLab**. El acceso y cruce de distintas fuentes de microdatos contribuirá a mejorar el diagnóstico sobre la participación de las mujeres en la actividad internacional de las empresas, identificar posibles brechas y orientar medidas públicas más ajustadas a la realidad del tejido empresarial.



ÍNDICE DE BRECHA DE GÉNERO EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

La Secretaría de Estado de Comercio ha iniciado los trabajos para la creación del Índice de Brecha de Género en la Internacionalización de la Economía Española. Una nueva herramienta orientada a **medir de forma estructural la participación de las mujeres en la actividad internacional de las empresas españolas.**

Su objetivo es disponer de un indicador riguroso, comparable y homologable que permita identificar desigualdades, evaluar su evolución y orientar políticas públicas más eficaces.

Esta medida refuerza la apuesta por incorporar la perspectiva de género en la política comercial y en los instrumentos de apoyo a la internacionalización.

Además, permitirá avanzar hacia diagnósticos más precisos sobre liderazgo femenino, titularidad empresarial, acceso a mercados exteriores, regularidad exportadora, diversificación geográfica y posibles barreras específicas que limitan la presencia de las mujeres en el comercio internacional.

Este índice complementará el Cuadro de Mando de Internacionalización con Perspectiva de Género de ICEX y el uso de microdatos a través de ES_DataLab. Mientras el cuadro de mando ofrece una lectura detallada de empresas, exportadores, sectores, destinos y trayectorias exportadoras, el índice permitirá sintetizar la información clave en una métrica de referencia para seguir la brecha de género en la internacionalización y facilitar la toma de decisiones basada en evidencia.



MEDIR MEJOR PARA DISEÑAR MEJORES POLÍTICAS: CUADRO DE MANDO DE INTERNACIONALIZACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Además, se presentó la puesta en marcha del Cuadro de Mando de Internacionalización con Perspectiva de Género, elaborado por ICEX.

Este **instrumento de análisis** integra información empresarial, económica y de comercio exterior para **detectar diferencias por género en el perfil de las empresas y de las exportadoras.**

Esta herramienta reúne datos de 2,4 millones de empresas españolas registradas en el Registro Mercantil en enero de 2025, además de cruzar datos sobre exportaciones, situación económica y características de las empresas para entender mejor si existen diferencias

entre compañías lideradas por mujeres y por hombres.

Permitirá comparar empresas y exportadores según el género de la persona líder o de la titularidad real, por comunidad autónoma, tamaño, grupo CNAE, antigüedad, producto exportado, destino, itinerario exportador, volumen medio anual, regularidad exportadora y riesgo de concentración de las ventas exteriores.

De este modo, el análisis pasa de una visión general de la brecha de género a una lectura más granular de dónde se producen las diferencias y qué tipo de apoyo puede ser más eficaz.



NUEVAS FUENTES DE INFORMACIÓN Y MICRODATOS: LABORATORIO DE DATOS ES_DATA LAB

La presentación del laboratorio de datos ES_DataLab supone un paso relevante para mejorar la calidad del análisis. Este laboratorio de datos permite desarrollar investigación facilitando a la comunidad investigadora el acceso conjunto a las bases de datos de las instituciones participantes para trabajos científicos de interés público. Permite el acceso a microdatos, en un entorno que garantiza la confidencialidad de la información.

En el ámbito de mujer e internacionalización, abre la posibilidad de cruzar datos a nivel de empresa, estadísticas de comercio exterior de la

Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT), datos laborales por sexo procedentes del Instituto Nacional de Estadística (INE) y de la Seguridad Social, así como información del Banco de España.

La medida permite **estudiar con mayor profundidad el papel de la mujer en el comercio internacional**, identificar patrones sectoriales y territoriales, analizar si existen diferencias en la trayectoria exportadora de las empresas lideradas o participadas por mujeres y orientar políticas públicas basadas en evidencia.



03 MEDIDAS ADICIONALES Y EXPERIENCIAS TRANSFERIBLES

Además de las nuevas herramientas de medición, en la reunión se compartieron varias iniciativas impulsadas por entidades participantes en el Grupo de Trabajo. Estas propuestas permiten conocer mejor las necesidades de las empresarias, reforzar su acompañamiento en el acceso a mercados exteriores y coordinar mejor el trabajo entre administraciones, empresas, asociaciones y organismos internacionales.

La Secretaría de Estado de Comercio puede canalizar estas aportaciones dentro del Grupo de Trabajo “Mujer e Internacionalización” para convertir estas propuestas en líneas de trabajo útiles para avanzar en la igualdad de género en el comercio exterior.



3.1. ACOMPAÑAMIENTO A EMPRESARIAS

A través de uno de los participantes de la sexta reunión del Grupo de Trabajo “Mujer e Internacionalización”, S&B Partners Consultores S.L., se está desarrollando una iniciativa para identificar, certificar y acompañar a empresarias españolas con potencial exterior. El programa, denominado ‘**Mujer Exportadora**’, apoya sus primeros pasos en los mercados internacionales y, entre 2023 y 2026, ha trabajado con 200 empresarias en cuatro ediciones.

La experiencia de esta entidad muestra que muchas participantes son autónomas, microempresas o pequeñas empresas de servicios, en ámbitos como consultoría, formación, diseño, marketing digital, tecnología o salud. Aunque cuentan con alta cualificación profesional, suelen tener una presencia exterior limitada o irregular.

La iniciativa identifica también obstáculos habituales para estas empresarias, como la falta de redes comerciales internacionales, el acceso limitado a financiación específica y el desconocimiento de algunos instrumentos públicos de apoyo.

Su aportación al Grupo de Trabajo es mostrar qué tipo de acompañamiento necesitan las empresarias para vender fuera de España y servir de base para que otras entidades amplíen este trabajo de identificación.

Aparte de esta iniciativa de S&B Partners Consultores S.L., también se está trabajando desde otras entidades, como ICEX y APIEM MUJER (Asociación Profesional de Empresarios de Instalaciones Eléctricas y Telecomunicaciones de Madrid) en **la identificación de más mujeres empresarias con potencial internacional en todo el territorio**. El objetivo es aprovechar la experiencia acumulada para conocer mejor este perfil empresarial y, en una fase posterior, incorporar esa información al Cuadro de Mando de ICEX.

Por su parte, los trabajos recientes del Instituto de Estudios Fiscales aportan referencias para medir el impacto de las políticas con perspectiva de género. Junto con las experiencias internacionales analizadas en la reunión, muestran el valor de combinar indicadores desagregados por sexo, registros administrativos y evaluación de impacto para mejorar el diseño de políticas públicas, saber qué medidas funcionan y detectar dónde conviene reforzar la acción pública.

3.2. REFERENTES, REDES Y EDUCACIÓN FINANCIERA

La visibilización de referentes femeninos en la internacionalización contribuye a generar confianza, liderazgo y nuevas vocaciones empresariales. Por eso, es una de las líneas en las que continuará trabajando el Grupo de Trabajo “Mujer e Internacionalización”.

Desde el Grupo de Trabajo se están impulsando medidas concretas en esta línea, como dar mayor presencia a mujeres empresarias y profesionales en jornadas, encuentros y materiales de difusión; promover espacios de networking entre empresarias, directivas e instituciones; recoger buenas prácticas de mujeres que ya operan en mercados exteriores; y conectar estas experiencias con programas de acompañamiento, formación y acceso a información útil para vender fuera de España.

En este ámbito se enmarca la continuidad del programa Desafía, impulsado por ICEX y Red.es.



Tras la primera edición del **Desafía San Francisco** exclusivamente para mujeres, en las siguientes ediciones del programa abierto a todos, la participación de mujeres que lideran startups tecnológicas se ha doblado, pasando del 14% al 30%, lo que muestra el impacto que puede tener un pequeño empujón inicial.

En particular, la inmersión exclusiva Desafía San Francisco ha recibido el Premio Internacional para la Igualdad de Género en el Comercio de la Organización Mundial del Comercio (OMC) por su capacidad para impulsar la presencia de emprendedoras tecnológicas en mercados internacionales.



Por su parte, **Women in Banking** impulsa iniciativas para dar visibilidad a las mujeres en el sector financiero y reforzar su presencia en espacios de decisión. Entre sus actuaciones figuran informes sectoriales, un directorio público de mujeres referentes, programas de mentoring, educación financiera, orientación laboral y acciones de networking para ampliar la participación de las mujeres en sectores estratégicos.



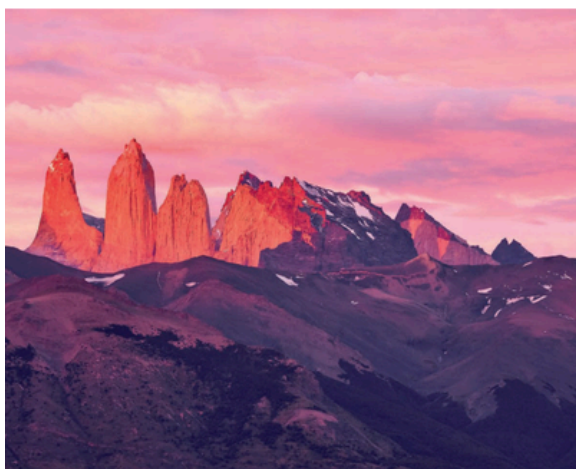
También resulta clave reconocer la labor de las mujeres en la internacionalización. En este sentido, los reconocimientos institucionales, como las Medallas y Placas al Mérito del Comercio que concede el Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, incorporan una categoría específica dedicada a Mujer e Internacionalización, lo que contribuye a visibilizar referentes y a reforzar el liderazgo femenino en el ámbito del comercio exterior.

3.3. REFERENCIAS INTERNACIONALES

Durante la sexta reunión del Grupo de Trabajo se tomó como referencia un **estudio técnico realizado para ONU Mujeres Ecuador**. Este trabajo diseñó indicadores por sexo para analizar empleo, salarios, productividad, exportaciones y resultados económicos en distintos sectores. Su aportación es ofrecer un ejemplo útil para medir mejor el impacto del comercio sobre las mujeres.



Estudio sobre comercio y género en América Latina



En el marco de la Organización Mundial del Comercio (OMC), se identificó como oportunidad explorar una **colaboración con Canadá en materia de comercio y género**. Canadá se plantea como socio de referencia por su experiencia en este ámbito y porque el acuerdo comercial entre la Unión Europea y Canadá (CETA) fue uno de los primeros en abrir una línea específica de trabajo sobre comercio y género. Esta cooperación podría ayudar a avanzar en estadísticas desagregadas por género, detectar posibles sesgos y comparar metodologías entre países.

Por otra parte, la Secretaría de Estado de Comercio ha apoyado y financiado la elaboración de un **estudio sobre comercio y género en América Latina** que ha sido realizado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). Este proyecto se enmarca en el compromiso de la Secretaría de Estado de Comercio de España con un comercio internacional más inclusivo y que genere beneficios también para las mujeres en todo el mundo.

El informe de la OCDE analiza la evolución de la brecha de género en los sectores exportadores de siete países latinoamericanos durante la última década y concluye que esta desigualdad se ha mantenido de forma constante en este periodo. La organización atribuye esta persistencia a la segregación ocupacional: las mujeres se concentran en servicios con menor vinculación a actividades exportadoras, lo que limita su acceso a empleos mejor remunerados, más productivos y con mayor presencia en el sector formal.

El estudio también destaca que, pese a los avances normativos en la región, las mujeres siguen participando menos en el comercio internacional tanto como trabajadoras como al frente de empresas exportadoras.

04 PRINCIPALES CONCLUSIONES



TRANSVERSALIDAD

La igualdad de género debe integrarse de forma transversal en las políticas de internacionalización y en los instrumentos de apoyo a la empresa.



MEDICIÓN

La disponibilidad de datos desagregados y de indicadores específicos es imprescindible para conocer la brecha de género en el comercio exterior y medir la eficacia de las medidas adoptadas.



ALIANZAS

La colaboración público-privada sigue siendo clave para compartir buenas prácticas, conectar recursos y ampliar el alcance de las iniciativas.



ACOMPañAMIENTO

El emprendimiento femenino necesita acompañamiento especializado, redes de contacto y acceso a información estratégica para competir en mercados internacionales.



ADAPTACIÓN

La experiencia directa con empresarias españolas confirma la necesidad de diseñar instrumentos adaptados a autónomas, microempresas unipersonales y pymes de servicios con potencial internacional.

05 PRÓXIMAS LÍNEAS DE ACTUACIÓN PRIORITARIAS

El principal reto es transformar los avances acumulados en herramientas operativas que permitan pasar del diagnóstico a la acción. Para ello, será necesario consolidar la información estadística, facilitar el acceso de las mujeres a programas de internacionalización, fortalecer la coordinación entre actores y garantizar que las medidas se adapten a las distintas realidades empresariales y sectoriales.



La sexta reunión del Grupo de Trabajo “Mujer e Internacionalización” marca una nueva etapa centrada en medir mejor, actuar con mayor precisión y reforzar el impacto de las políticas públicas.

La creación de nuevas herramientas de análisis, junto con la experiencia acumulada por el Grupo desde 2019, permitirá avanzar hacia una internacionalización más inclusiva, competitiva y representativa del talento femenino en la economía española.

MÁS INFORMACIÓN:
WWW.COMERCIO.GOB.ES
@SE_COMERCIO

