



Metodología de medición de estadísticas empresariales con enfoque de género

Iniciativa de Cooperación Triangular:
**Promoción de las Estadísticas
Empresariales con enfoque de género**

“El presente informe es un producto de la Iniciativa de Cooperación Triangular **Promoción de las estadísticas empresariales con enfoque de género y** es cofinanciado por la **Ventana ADELANTE** de Cooperación Triangular Unión Europea - América Latina y el Caribe.

La Iniciativa en la cual participan entidades de República Dominicana, Guatemala, Uruguay y España busca **promover una metodología de medición de estadísticas empresariales con enfoque de género.**

Más información sobre la Iniciativa:

<https://www.adelante2.eu/es/iniciativas/ict-526-23/76>

Este informe ha sido elaborado con el apoyo financiero de la Unión Europea.

Los contenidos de este informe son de responsabilidad exclusiva de **los socios de la alianza** y en ningún caso reflejan las opiniones de la Unión Europea.

Créditos

Dirección General:

Miosotis Mercelia Rivas Peña, Directora General

Augusto De los Santos Almánzar, Subdirector General de la ONE

Coordinación general y elaboración del informe:

Perla M. Rosario Fabián, Directora de Estadísticas Económicas

Apoyo equipo de la alianza:

Augusto de los Santos, subdirector general ONE-RD

Crismairy Jiménez, directora de Normativas y Metodologías ONE-RD

Alexa Martínez, analista ONE-RD

Keina Vidal, analista ONE-RD

Perla M. Arias, analista ONE-RD

Domingo García, director de FAEDPYME

César Medero, subdirector de Estadísticas Económicas INE-Uruguay

María Salevsky, técnico de INE-Uruguay

Werner Santos Salguero, director de Índices y Estadísticas Continuas INE-Guatemala

Alejandra Mayén, técnico INE-Guatemala

María P. Gómez Ordóñez, técnico del INE-Guatemala

Apoyo interinstitucional:

Unión Europea, UE

Ventana ADELANTE 2: Cooperación Triangular UE-ALC

Apoyo editorial:

Raysa Hernández, Encargada del Departamento de Comunicaciones

Carmen C. Cabanes, Encargada de la División de Publicaciones

Iván A. Ottenwalder, Corrección de estilo

José M. Pérez, Diseño y Diagramación



Ficha técnica

Nombre de Publicación	Metodología de medición de estadísticas empresariales con enfoque de género
Objetivo general del producto	Proporcionar lineamientos y directrices para la inclusión del enfoque de género en la generación de las estadísticas empresariales.
Descripción general del producto	Esta metodología proporciona directrices para incluir el enfoque de género en la generación de estadísticas empresariales desde los directorios de empresas y sus productos derivados como es la demografía empresarial y los perfiles de empresas exportadoras e importadoras, así como en las encuestas de actividad económica o de carácter empresarial. También se hacen las recomendaciones de cálculo de indicadores empresariales con enfoque de género.
Año de inicio del producto estadístico	2024
Tipo de levantamiento	Documento metodológico
Periodicidad del levantamiento	Sin periodicidad, publicación puntual.
Cobertura geográfica	No aplica. Directrices de aplicación internacional.
Fuentes de información	Revisión bibliográfica sobre transversalización de género, estadísticas empresariales y procesos estadísticos.
Fecha de la publicación	Marzo 2024
Medios de difusión de las publicaciones	Publicación digital y en línea
Contactos	Augusto de los Santos. Subdirector General de la ONE-RD Correo: augusto.delossantos@one.gob.do Perla Massiel Rosario. Directora de Estadísticas Económicas de la ONE-RD Correo: perla.rosario@one.gob.do

Índice

Ficha técnica	4
Siglas y abreviaturas	6
Presentación	7
1. Importancia de la transversalización de género en las estadísticas empresariales	8
2. Objetivos del manual	9
2.1. Objetivo general	9
2.2. Objetivos específicos	9
3. Marco teórico y conceptual	9
3.1. Antecedentes	9
3.2. Marco conceptual	10
4. Propuesta metodológica	12
4.1. Enfoque de género en los directorios de empresas	12
4.1.1. Aprovechamiento de los registros empresariales tradicionales	12
4.1.2. Aprovechamiento de los registros mercantiles	14
4.1.3. Enfoque de género en la demografía empresarial	16
4.1.4. Perfiles de empresas en el comercio exterior desde un enfoque de género	18
4.2. Enfoque género en las encuestas empresariales	19
4.2.1. Identificación de necesidades	21
4.2.2. Diseño	22
4.2.3. Construcción de instrumentos de recolección y manuales	23
4.2.4. Recolección de los datos	24
4.2.5. Fase de procesamiento y análisis estadístico	25
4.2.6. Caso de estudio. República Dominicana: un enfoque de género y edad desde la máxima autoridad a partir de la ENAE	26
4.3. Enfoque de género en el aprovechamiento de las encuestas de hogares para la identificación de empresas mipymes y/o emprendimientos	30
4.4. Enfoque de género en la difusión de las estadísticas empresariales	32
4.5. Propuestas de indicadores empresariales con enfoque de género	33
Bibliografía	36

Siglas y abreviaturas

Siglas	Descripción
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CIIU	Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas
DANE	Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia
DEE	Directorio de Empresas y Establecimientos
ENAE	Encuesta Nacional de Actividad Económica de República Dominicana
FAEDPYME	Fundación para el Análisis Estratégico y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa
GSBPM	Modelo genérico del proceso de producción estadística, siglas en inglés
INE	Instituto Nacional de Estadística
INEC	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, de Costa Rica
INEGI	Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática de México
INE-UY	Instituto Nacional de Estadística de Uruguay
MIPYME	Banco de Guatemala
ONE-RD	Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana
PNUD	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
RRAA	Registros Administrativos
SEN	Sistema Estadístico Nacional
TIC	Tecnología de la Información y las Comunicaciones
UE	Unión Europea

Presentación

Durante las últimas décadas, la comunidad estadística internacional ha puesto como prioridad la medición de estadísticas con enfoque de género, considerando inicialmente la desagregación por sexo en todas las estadísticas que sean posible, en el marco propio de trabajo que establecen los países en sus planes estadísticos nacionales.

Estas mediciones se han priorizado para dar respuesta a las políticas públicas inclusivas que han surgido, tanto para el monitoreo de los compromisos globales, como la Agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles 2030, como para los compromisos nacionales, fruto de la elaboración de políticas públicas que consideren la participación de grupos tradicionalmente vulnerables.

Las oficinas de estadísticas cada vez incrementan más su producción con estos enfoques, lo cual ha sido evidente tanto en la generación de censos y encuestas, como en el aprovechamiento de los registros administrativos, en este último, donde es cada vez más frecuente la incorporación de esta variable en los registros que se generan con la información relativa a la población.

A pesar de esto, el avance ha sido muy desigual al momento de incorporar el enfoque de género en las estadísticas económicas, en parte por la dificultad de tener informaciones confiables que permitan su correcta utilización e interpretación.

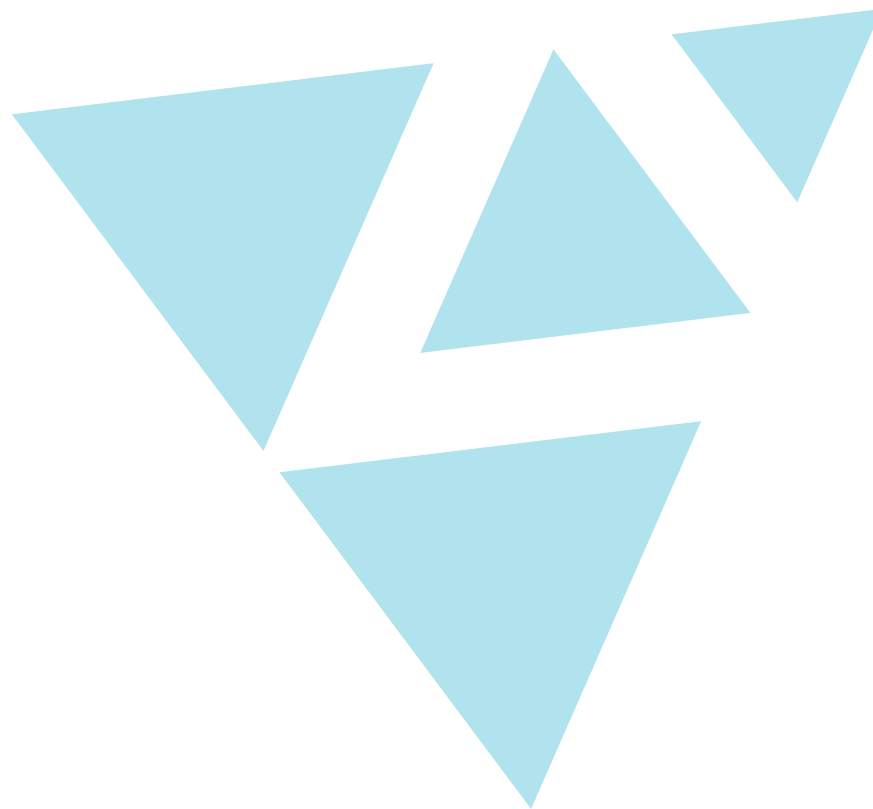
La generación de indicadores con enfoque de género resulta elemental para la formulación, monitoreo y evaluación de políticas públicas, especialmente las inclusivas. Esto aún representa un gran desafío para los países de la región latinoamericana, sobre todo por la dificultad en el acceso y la ausencia en los registros de captura, muchas veces creados sin una adecuada visión estadística.

Disponer de información de calidad sobre la situación de mujeres y los hombres es un elemento crucial para la construcción de respuestas acertadas que apunten a la reducción de tales desigualdades. El sector empresarial no escapa a esta realidad, pues necesita disponer de indicadores de género que permita visibilizar las diferencias existentes en este tan importante sector.

La elaboración se origina en el marco de la Ventana de Cooperación Triangular ADELANTE 2 de la UE, específicamente a través de la iniciativa “Promoción de las estadísticas empresariales con enfoque de género”, conformada por la alianza entre la Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana, Instituto Nacional de Estadística de Uruguay, Instituto Nacional de Estadística de Guatemala y la Fundación para el Análisis Estratégico de la Pequeña y Mediana Empresa.

Con esta iniciativa se aprovechó el conocimiento de las entidades de la Alianza para crear una metodología de medición de estadísticas empresariales con enfoque de género, instrumento que tiene por objetivo proporcionar lineamientos y directrices para que las oficinas nacionales de estadística apliquen el enfoque de género en la generación de estadísticas de carácter empresarial, con una visión de fortalecimiento de las políticas públicas para reducir desigualdades, sirviendo para responder a las necesidades crecientes de información para formular, supervisar y evaluarlas.

El manual está estructurado con una primera parte que contiene los objetivos, marco teórico y antecedentes. Después se hacen las propuestas metodológicas donde se recomiendan lineamientos y directrices, e indicadores para estas operaciones: directorios de empresas, demografía empresarial, perfiles de empresa que hacen comercio exterior y encuestas empresariales. También se realizan recomendaciones para la inclusión del enfoque de género en la difusión de estadísticas empresariales.



1. Importancia de la transversalización de género en las estadísticas empresariales

La estadística es importante para nuestras vidas, ya que recopila, organiza, procesa, analiza e interpreta datos para deducir las características de una población objetivo. Estas informaciones ayudan a tomar mejores decisiones, ya sea en el ámbito privado como para acciones públicas.

Para un país las estadísticas aportan al desarrollo, pues son la base para el diseño, formulación, implementación y evaluación de políticas públicas. Las estadísticas económicas, en especial las empresariales, se usan para medir el crecimiento económico de un país, abarcando las cuentas nacionales, índices de precios, formalidad, empleo, comercio exterior, entre otros que impactan el desarrollo socioeconómico de una nación.

Es importante a la hora de generar estadísticas contar con las desagregaciones necesarias, pues permiten realizar políticas y acciones diferenciadas, determinando brechas y grupos vulnerables, con el fin de eficientizar los recursos y las políticas a los más necesitados. En el marco de las estadísticas empresariales, sobre todo en los directorios de empresas y encuestas de actividad económica, se ha logrado contar con grandes avances al desagregar por tamaño de las empresas, actividad económica, ubicación geográfica, tipo de empresa y empleo según el sexo.

Pese a estas desagregaciones, existen importantes desafíos en cuanto a agregar el enfoque de género en la generación de las estadísticas empresariales oficiales, más allá de las desagregaciones habituales del empleo por sexo. Incorporar otros indicadores de género, tal como el sexo de las máximas autoridades, administradores o gerentes de las empresas resultan relevantes. También hay oportunidades considerables de mejora en la incorporación del enfoque de género en los procesos de construcción de los marcos conceptuales, diseño, explotación y difusión de las principales operaciones y registros empresariales.

La CEPAL, en su informe “Estadísticas e Indicadores de Género” señala, que incorporar la perspectiva de género en la producción estadística supone interrogarse sobre cómo determinados fenómenos impactan de forma diferencial a hombres y mujeres, o sea, revelando situaciones de desigualdad en los distintos ámbitos de la vida de las personas. Para esto se requiere incluir sistemá-

ticamente en todas las etapas de la producción de estadísticas un enfoque de género, lo que implica desde la utilización de conceptos sensibles al género hasta la ampliación de las fuentes de información para evidenciar fenómenos que en la actualidad son invisibles a las estadísticas. (Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2016)

Según datos publicados por el BID, solo el 14% de las firmas son de propiedad femenina; los directorios de la región cuentan con un 15% de participación femenina; y tan solo en el 11% de las empresas el puesto de gerente principal está ocupado por una mujer. Las estadísticas muestran que este porcentaje es mayor entre las empresas de servicios (15% contra 9% en manufacturas y comercio) y entre las firmas que cuentan con alguna mujer entre las personas propietarias (18% vs. 7% entre las que no tienen propietarias mujeres). (Banco Interamericano de Desarrollo (BID), 2021)

De igual forma, la presencia femenina predomina fuertemente en las áreas consideradas “blandas” (aquellas que no requieren habilidades STEM²). Las mujeres representan el 64% del total de empleados en Recursos Humanos, el 63% en Comunicaciones y Relaciones Públicas y el 53% en Responsabilidad Social. Por el contrario, en áreas consideradas “duras” (relacionadas a conocimientos STEM) como Comercio Exterior, Operaciones e Informática las mujeres representan menos del 35% del total de las personas empleadas. (Banco Interamericano de Desarrollo (BID), 2021)

En las economías en desarrollo, las mujeres representan el 33% de la fuerza laboral de las empresas exportadoras, mientras que en las no exportadoras el porcentaje es de solo el 24%. Para las mujeres son igualmente ventajosas las empresas que forman parte de las cadenas internacionales de valor o cuentan con inversionistas extranjeros, las cuales dan empleo a un 12% más de mujeres que otras empresas. (Nadia Rocha and Deborah Winkler (Banco Mundial), 2019)

De igual forma, si se analizan las mipymes y los emprendimientos desde una perspectiva de género también se tienen importantes brechas, tales como formalidad, acceso a financiamiento, supervivencia de las empresas, uso de las TIC, entre otros temas. Por eso, avanzar en la incorporación de la diferenciación según el sexo de los empleados y quienes dirigen o son propietarios de las empresas es un factor relevante para una aplicación más eficaz de la política pública para reducir desigualdades.

Es importante que las oficinas nacionales de estadísticas de forma consciente y bajo políticas de transversalización de género establecidas integren a sus procesos estadísticos para la producción de estadísticas económicas este enfoque, que abarque desde el diseño metodológico de las operaciones hasta la etapa de difusión de las estadísticas oficiales, con el fin de aportar a una política pública diferenciada que aporte a la reducción de las desigualdades o necesidades sectoriales.

2. Objetivos del manual

2.1 Objetivo general

Proporcionar lineamientos y directrices a las oficinas e institutos nacionales de estadísticas para la inclusión del enfoque de género en la generación de estadísticas empresariales que sirvan para la toma de decisiones y en la formulación y evaluación de políticas públicas inclusivas de carácter empresarial.

2.2 Objetivos específicos

- ✓ Realizar recomendaciones para la inclusión del enfoque de género en la generación de los directorios de empresas a partir de los registros administrativos tradicionales y mercantiles
- ✓ Proporcionar lineamientos para la inclusión del enfoque de género en la metodología de demografía empresarial y en los perfiles de empresas exportadoras e importadoras
- ✓ Proporcionar lineamientos para la inclusión de género en las encuestas empresariales
- ✓ Proporcionar directrices para la inclusión del enfoque de género en el aprovechamiento de las encuestas de hogares para la identificación de emprendimientos y mipymes
- ✓ Proporcionar directrices para la inclusión del enfoque de género en la difusión de estadísticas empresariales
- ✓ Realizar propuestas de indicadores de género a partir de cada una de las operaciones estadísticas de carácter empresarial

3. Marco teórico y conceptual

3.1 Antecedentes

Dada la relevancia de la inclusión del enfoque de género en la producción de estadísticas oficiales se han generado diversos documentos sobre la transversalización de género en las estadísticas, entre los que destacan los siguientes documentos:

América Latina y el Caribe: Transversalización de la perspectiva de género en la producción estadística: es una nota elaborada por el observatorio de igualdad de género de América Latina y el Caribe donde se resalta la importancia de transversalizar e interseccionar en los Sistemas Estadísticos Nacionales, para generar datos que capturen, de forma precisa, la persistencia y magnitud de las desigualdades presentes en nuestras sociedades y, por tanto, resulta fundamental para promover el papel de las estadísticas oficiales. (Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe (CEPAL), 2023)

Guía metodológica para incorporar el enfoque de género en las estadísticas: es un informe elaborado por el INE de Chile que tiene como objetivo proveer de lineamientos para la incorporación del enfoque de género en las estadísticas nacionales. En este documento se señala que la incorporación del enfoque de género en las estadísticas nacionales se necesita para captar estadísticamente cómo son las realidades vividas por hombres y mujeres. Esta incorporación vuelve a los datos más precisos y útiles para la caracterización de la población, entregando insumos básicos para la toma de decisiones a través de la política pública. (Instituto Nacional de Estadística de Chile, 2015)

Metodología para la generación de información estadística e indicadores de género en la política ambiental: es una guía que proporciona una ruta para la generación de un sistema de indicadores que permitan dar seguimiento al cumplimiento de los compromisos nacionales e internacionales en materia de políticas con enfoque de derechos humanos y perspectiva de género, en especial que contribuyan a la preservación del planeta y el mejoramiento de las condiciones que permitan ejercer el derecho a un ambiente sano. (Ministerio del Poder Popular para el Ecosocialismo y PNUD, 2021)

Integración de una perspectiva de género en las estadísticas: es un manual que complementa y actualiza la amplia labor sobre estadísticas de género realizada por las Naciones Unidas y sus organismos especializados, otras organizaciones internacionales y las oficinas nacionales de estadística. Su objetivo es fomentar el uso de una perspectiva de género en las estadísticas nacionales. El manual se destina a los estadísticos que ejercen su actividad en los sistemas nacionales de estadística menos desarrollados. (Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas, 2015)

Guía para incorporar la perspectiva de género en el Sistema de Estadística Nacional: guía elaborada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en colaboración del Instituto Nacional de las Mujeres (INAMU), con el objetivo de ofrecer los "Lineamientos para incorporar la perspectiva de género en la producción y divulgación de las estadísticas del Sistema de Estadística Nacional (SEN) de Costa Rica". Con estas directrices se busca que todas las instituciones del Sistema de Estadística Nacional adopten las medidas que correspondan para incorporar el enfoque de género en la producción estadística. Para su elaboración se conformó una comisión interinstitucional compuesta por personal del Departamento Especializado de Investigación del Instituto Nacional de las Mujeres (INAMU) y del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos la cual contó con el apoyo de EUROSOCIAL a través del programa de cooperación entre Amé-

rica Latina y la Unión Europea. (El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) de Costa Rica, 2018)

Adicional a estos, existen diversos documentos nacionales elaborados por institutos nacionales de estadísticas que sirven de guía para la transversalización de género en la producción de sus estadísticas oficiales y del SEN. Dentro de los INEs que cuentan con documentos que establecen pautas de transversalización de género destaca el INEGI de México, ONE de República Dominicana, el DANE de Colombia, el INEC de Costa Rica, entre otros.

Cabe destacar, que los documentos consultados hacen alusión a las estadísticas oficiales en general o sectores distintos al empresarial o las estadísticas económicas. Los lineamientos que focalicen la transversalización de género en la producción de estadísticas empresariales en la región son prácticamente inexistentes, por lo que este documento se convierte en un insumo innovador para la aplicación del enfoque de género en la producción de estadísticas empresariales.

Los documentos consultados y antes mencionados son parte de los insumos bibliográficos que sirvieron para definir el marco conceptual del presente manual.

3.2 Marco conceptual

En el ámbito internacional se encuentran diversos estudios sobre la transversalización de género en la estadística, donde se cuenta con definiciones diversas asociadas a la implementación de este enfoque en la producción de estadísticas oficiales. Para esta metodología se consultaron documentos que permitieron definir los siguientes conceptos por ser relevantes para la interpretación y aplicación correcta de esta metodología:

- **Brecha de género:** Presencia de disparidades respecto a los derechos y oportunidades de participación de las mujeres y los hombres. (Ministerio del Poder Popular para el Ecosocialismo y PNUD, 2021)
- **Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU):** La Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU) es la clasificación internacional de referencia de las actividades productivas. Su propósito principal es ofrecer un conjunto de categorías de actividades que se pueda utilizar para la reunión y difusión de datos estadísticos de acuerdo con esas actividades. (Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas, 2009)

- **Directorio de Empresas:** lista o registro estadístico que contiene parcial o completamente las empresas de un país, asociados a datos característicos como son la actividad económica que realizan, tamaño, ubicación, personería jurídica, personal ocupado, entre otras variables. Los principales objetivos de los directorios de empresas son caracterizar a las empresas, servir de marco para las encuestas de actividad económica, y recientemente están tomando un gran auge en la implementación de la demografía empresarial a partir de estos registros.
- **Emprendimiento empresarial:** según la Real Academia Española (RAE), es el “efecto de emprender”, que significa llevar a cabo una obra o un negocio. El emprendimiento es diseñar, poner en marcha y administrar un nuevo negocio, que generalmente inicia como una micro-pequeña empresa o una emergente, que ofrece a la venta un bien o servicio.
- **Empresa:** se define como una entidad integrada por capital, trabajo y conocimiento, como factores de producción y de gestión, y dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos. Una empresa es una organización que capta recursos –tangibles (humanos, materiales y financieros) e intangibles–, los gestiona y los transforma en bienes y servicios, vendiéndolos por un precio, el cual debe permitir reponer los recursos materiales, sufragar los servicios recibidos, retribuir al personal y a los administradores, y compensar a los propietarios y a las entidades financieras a las que se les solicitaron préstamos. (Documento en línea de Cambridge University Press & Assessment, 2010)
- **Encuestas empresariales:** es una encuesta a nivel de empresa de una muestra representativa del sector privado de una economía. Las encuestas cubren una amplia gama de temas con relación al ambiente de negocios, tales como el acceso a financiación, la corrupción, la infraestructura, la delincuencia, la competencia y medidas de desempeño. (Banco Mundial, s.f.)
- **Enfoque de género:** perspectiva que busca reconocer las diferencias y desigualdades entre hombres y mujeres y cómo éstas les afectan en distintos ámbitos. Por ejemplo, el poder analizar los datos según sexo es una expresión del enfoque de género en las estadísticas (si bien no es la única forma de expresarlo, sí es un requisito básico). El enfoque de género en las estadísticas es un proceso en el que se considera las posibles implicancias del género en cada una de las fases de diseño, levantamiento, análisis y difusión de las estadísticas. (Instituto Nacional de Estadística de Chile, 2015)

- **Equidad de género:** la equidad de género, entonces, es una estrategia que busca disminuir desigualdades entre ambos sexos, para así ayudar a alcanzar la igualdad entre mujeres y hombres. De esta manera, si un grupo parte en “desventaja”, una medida de equidad de género será ayudar a este grupo para que finalmente ambos terminen en igualdad. (Instituto Nacional de Estadística de Chile, 2015)
- **Estadísticas de género:** reflejan de manera oportuna las realidades y desigualdades en la situación hombres y mujeres en su diversidad en todos los ámbitos de la vida. Las estadísticas de género son una representación numérica de hechos que se ubican en el tiempo y el espacio y desempeñan un papel importante en la eliminación de estereotipos, en la formulación de políticas y en su seguimiento para el logro de la plena igualdad entre hombres y mujeres (CEPAL, 2006).
- **Género:** se refiere a la definición y valoración de los atributos femeninos y masculinos atribuidos a cada sexo. En ese sentido, el género es una construcción social de las diferencias sexuales. (Instituto Nacional de Estadística de Chile, 2015)
- **Igualdad de género:** hace referencia a la igualdad de derechos, responsabilidades y oportunidades para mujeres y hombres. (Ministerio del Poder Popular para el Ecosocialismo y PNUD, 2021). La igualdad no significa que ambos sexos lleguen a ser lo mismo, sino que los derechos, responsabilidades y oportunidades no dependan de si han nacido como mujeres u hombres. (Instituto Nacional de Estadística de Chile, 2015)
- **Indicadores de género:** de acuerdo con la CEPAL (2010), los indicadores de género son herramientas que sirven para medir la situación de las mujeres en comparación con la de los hombres en distintas esferas de la vida de las personas, relacionadas con la igualdad de género.
- **Indicadores:** es un dato o un conjunto de datos que ayudan a medir objetivamente la evolución del sistema de gestión. Los indicadores son elementales para evaluar, dar seguimiento y predecir tendencias de la situación de un país, un estado o una región en cuanto a su economía, sociedad, desarrollo humano, etc., y para valorar el desempeño institucional para lograr las metas y objetivos fijados en cada ámbito de acción de los programas de gobierno.
- **Interseccionalidad:** es una herramienta analítica que reconoce que las desigualdades sistémicas se configuran a partir de la superposición de diferentes factores sociales como el género, la etnia y la clase social. Es la interacción entre dos o más factores sociales que definen a una persona. (ParlAmericas)
- **Operación estadística:** se define como un conjunto de procesos y actividades que parten de la recolección sistemática de datos y conducen a la producción de resultados agregados (DANE, 2011). Están basadas en censos, encuestas por muestreo, registros administrativos y estadísticas derivadas. (Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) de Colombia, 2014)
- **Política de género:** son estrategias o mecanismos institucionales con miras a corregir las desigualdades entre hombres y mujeres, y aquellas que afectan al colectivo de la diversidad sexual. Su objetivo es resolver integralmente los problemas derivados de esta forma de desigualdad para reducir su impacto negativo.
- **Registros administrativos:** Se entenderá por registro administrativo el conjunto de datos relativos a personas físicas o jurídicas, bienes y viviendas, en posesión de las instituciones públicas, y que estas recolectan como parte de sus obligaciones legales institucionales. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Costa Rica, 2018)
- **Sexo:** hace alusión a diferencias biológicas entre hombres y mujeres, el ser macho o hembra. (Instituto Nacional de Estadística de Chile, 2015)
- **Transversalización de género:** en julio de 1997 el Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas (ECOSOC) definió el concepto de la transversalización de la perspectiva de género como el proceso de valorar las implicaciones que tiene para los hombres y para las mujeres cualquier acción que se planifique, ya se trate de legislación, políticas o programas, en todas las áreas y en todos los niveles. Es una estrategia para conseguir que las preocupaciones y experiencias de las mujeres, como las de los hombres, se integren en la elaboración, puesta en marcha, control y evaluación de las políticas y de los programas en todas las esferas políticas, económicas y sociales, para que mujeres y hombres puedan beneficiarse de ellos y no se perpetúe la desigualdad. El objetivo final de la integración es conseguir la igualdad de los géneros.

4. Propuesta metodológica

En este apartado se realiza una propuesta metodológica para la medición de estadísticas empresariales con enfoque de género. Las operaciones estadísticas más utilizadas para la generación de estadísticas empresariales son el aprovechamiento de los registros administrativos y las encuestas económicas o empresariales, por tanto, se presentarán directrices para incluir la perspectiva de género en ambos tipos de operaciones estadísticas.

A partir del aprovechamiento de los registros administrativos, en su mayoría procedente de las instituciones estatales a cargo de la administración tributaria, la seguridad social de los trabajadores o la regulación del mercado laboral se generan los directorios de empresas. Las estadísticas empresariales a partir de los directorios de empresas se complementan con las encuestas económicas y en algunos países también con la implementación de los censos económicos.

Adicional a las directrices o a las recomendaciones que se verán a continuación para estas operaciones estadísticas, también se recomendarán lineamientos para la inclusión de la perspectiva de género en el aprovechamiento de las encuestas de hogares para la identificación de empresas mipymes o emprendimientos. Además, también se hacen recomendaciones para la difusión de estadísticas de género, para finalmente, presentar una matriz con los indicadores y desagregaciones por operación que pudieran resultar de la inclusión del enfoque de género en la medición de las estadísticas empresariales.

4.1 Enfoque de género en los directorios de empresas

Los directorios de empresas se constituyen en una herramienta vital para la generación de estadísticas empresariales, pues a partir del aprovechamiento de registros administrativos institucionales permiten proveer de una lista de empresas (de forma parcial o del universo empresarial) con sus características principales, como es su actividad, tamaño, personería jurídica, ubicación geográfica, empleo, entre otras informaciones relevantes.

La CEPAL indica que el directorio estadístico de empresas es un instrumento que tiene por objetivo identificar el universo de las unidades productivas del país. Sus principales usos son: a) organización de encuestas para la creación de sistemas de información; b) apoyo a los procesos de muestreo y estratificación de las encuestas (universo de referencia); c) realización de estudios sobre demografía de empresas y estadísticas sobre el parque productivo nacional; d)

control de la superposición de encuestas por muestreo; e) disminución de la sobrecarga del informante de las encuestas económicas si está articulado con los registros administrativos y f) divulgación periódica de estadísticas referenciadas en los niveles más desagregados de las actividades económicas y con mayor detalle regional. (División de Estadística y Proyecciones Económicas de la Comisión Económica, 2003)

En este acápite se recomiendan directrices y lineamientos para la inclusión del enfoque de género en los directorios de empresas desde cuatro perspectivas: 1) a partir de los datos generados mediante los registros empresariales tradicionales; 2) en la inclusión de los registros mercantiles en su conformación; 3) en la metodología de demografía empresarial; 4) y por último, desde la conformación de los perfiles de empresas exportadoras e importadoras, otro uso innovador que tienen los directorios de empresas y que también se expondrá en la presente metodología.

4.1.1 Aprovechamiento de los registros empresariales tradicionales

Un registro administrativo se define como todo registro resultante de necesidades fiscales, tributarias u otras, creado con la finalidad de viabilizar la administración de los programas de gobierno o para fiscalizar el cumplimiento de obligaciones legales de la sociedad (División de Estadística y Proyecciones Económicas de la Comisión Económica, 2003). En el caso de los directorios de empresas los registros tradicionales para su conformación provienen de las instituciones de administración tributaria, de la seguridad social y que regulan o promueven el mercado laboral.

- a. Un directorio estadístico de calidad debe contar con las siguientes características:
- b. Cobertura y alcance. Debe contener el universo de unidades de producción formalmente constituidas o al menos el universo de las empleadoras formales;
- c. Código o número único de identificación. Normalmente es un código legal asignado por la institución de la administración tributaria, que permite ampliar el cruce de información con otras fuentes, así como evitar duplicidad de unidades económicas;
- d. Definiciones metodológicas y facilidades de acceso a los datos. Debe existir facilidad de acceso a los datos, así como procedimientos claros para la conformación y actualización que garanticen la calidad e integridad de los datos;

- e. Uso de clasificador de actividad económica. Es importante que los directorios cuenten con un clasificador para la actividad económica, en especial, que sea homogéneo y útil para la creación de los estratos de las encuestas económicas. Se recomienda la utilización de clasificadores internacionales que permitan la comparabilidad internacional;
- f. Actualización periódica. La actualización mínima de los directorios de empresas debería ser anual. Algunos países de la región ya cuentan con actualizaciones trimestrales o mensuales.

Las principales variables que se obtienen a partir de los registros administrativos tradicionales son las siguientes:

1. Tamaño
2. Actividad económica (descripción)
3. Personería jurídica
4. Ubicación geográfica (depende de las desagregaciones de cada país)
5. Cantidad de empleados
6. Remuneraciones o salarios
7. Ventas o ingresos de las empresas

Directrices o lineamientos para inclusión del enfoque de género en los directorios de empresas a partir de los registros tradicionales

Es muy relevante que los distintos enfoques transversales se incluyan en los directorios de empresas, pues permite medir brechas entre los grupos, identificar grupos vulnerables, que contribuye a la formulación e implementación de una política pública que busca la disminución de las desigualdades. A partir de los registros administrativos tradicionales que se utilizan para la conformación de los directorios de empresas se pueden generar diversos indicadores de género, por tanto, que se hacen las siguientes recomendaciones para la inclusión del enfoque de género en estos registros:

1. Ampliar o incluir indicadores de género que permitan visualizar las brechas en cuanto a la participación en el empleo, las remuneraciones o salarios.
2. Visibilizar en la difusión los indicadores de género. Difundir los hallazgos utilizando los canales de difusión habitual, sea infografías, tableros, informes, boletines u otros.

3. En caso de no tener acceso a las variables de empleo y remuneraciones diferenciadas por el sexo, se recomienda:
 - a. Realizar un levantamiento y diagnóstico de las fuentes productoras de estadísticas empresariales con miras a identificar fuentes potenciales que contengan las desagregaciones por sexo.
 - b. Establecer acuerdos interinstitucionales para la ampliación temática de los directorios, donde se puedan integrar las desagregaciones por sexo. Aprovechar acuerdos previos o vínculos institucionales que pudieran estar establecidos.
 - c. Concientizar a las instituciones participantes sobre la importancia de la transversalización de género en la producción de las estadísticas empresariales, lo que pudiera permitir que a partir del rol normador de las estadísticas oficiales de las oficinas nacionales de estadísticas, las instituciones involucradas puedan incluir o ampliar el enfoque de género en la producción de sus propios registros.

Para la inclusión del enfoque de género en el directorio de empresas a partir de los registros tradicionales se recomiendan el cálculo de los siguientes indicadores:

- * **Índice de feminidad:** los índices de feminidad forman parte de las mediciones desde la perspectiva de género. La feminidad estima la cantidad de mujeres empleadas por cada 100 hombres en las empresas.

$$(Empleo_mujer \div empleo_hombre) \times 100$$

- * **Índice de masculinidad:** estima la cantidad de empleados hombres por cada 100 mujeres empleadas.

$$(Empleo_hombre \div empleo_mujer) \times 100$$

- * **Promedio de empleados por sexo:** es la media por empresa de la cantidad de empleados según el sexo.

$$(suma\ del\ empleo\ mujer \div cantidad\ total\ de\ empresas)$$

$$(suma\ del\ empleo\ hombre \div cantidad\ total\ de\ empresas)$$

- * **Porcentaje de empleados por sexo:** hace referencia a la participación porcentual de los empleados hombres y mujeres en el total del empleo.

$$\frac{(\text{suma del empleo mujer} \div \text{total de empleados}) \times 100}{(\text{suma del empleo hombre} \div \text{total de empleados}) \times 100}$$

- * **Promedio de las remuneraciones o salario por sexo:** es la media por empresa de las remuneraciones o salario pagadas por empleados según el sexo.

$$\frac{(\text{Suma}(\text{Remuneraciones mujer} \div \text{total de empleados mujer}) \div \text{cantidad total de empresas}) \times 100}{(\text{Suma}(\text{Remuneraciones hombres} \div \text{total de empleados hombres}) \div \text{cantidad total de empresas}) \times 100}$$

Este indicador es anualizado, pero para ver el promedio de las remuneraciones o salarios mensuales por sexo solo se debe dividir el resultado entre 12 meses o la cantidad de meses que reportaron actividad.

- * **Porcentaje de las remuneraciones por sexo:** se refiere a la participación de los pagos efectuados por concepto de remuneraciones o salario de los hombres y las mujeres en el total de las remuneraciones.

$$\frac{(\text{Remuneraciones mujer} \div \text{total de las remuneraciones}) \times 100}{(\text{Remuneraciones hombre} \div \text{total de las remuneraciones}) \times 100}$$

- * **Brecha de la participación en el salario por sexo:** es la diferencia existente entre la participación de los pagos por concepto de salario o remuneraciones realizados a las mujeres empleadas en comparación con el pago realizado a los hombres empleados.

$$\frac{(\text{Porcentaje de las remuneraciones de la mano de obra femenina} - \text{porcentaje de las remuneraciones de la mano de obra masculina})}{100}$$

- * **Brecha de la participación en el empleo por sexo:** es la diferencia existente entre la participación en el empleo de las mujeres y hombres. Se calcula la participación porcentual de las mujeres empleadas menos la participación de los hombres empleados.

$$\frac{(\text{Porcentaje de de la mano de obra femenina} - \text{porcentaje de la mano de obra masculina})}{100}$$

Adicional a estos indicadores, se pueden tener los siguientes totales como parte del acervo de información con perspectiva de género:

1. Cantidad de hombres empleados
2. Cantidad de mujeres empleadas
3. Masa salarial de hombres
4. Masa salarial de mujeres

Generar estos indicadores a partir del directorio de empresas permite medir brechas existentes entre la mano de obra masculina y femenina en cuanto a su participación en el empleo y las remuneraciones pagadas. De igual forma se pueden cruzar con otras variables para medir interseccionalidad como es la ubicación geográfica, la actividad económica que realizan y el tamaño de las empresas.

4.1.2 Aprovechamiento de los registros mercantiles

Cada país tiene su registro mercantil, donde se inscriben los nuevos negocios creados para iniciar una actividad económica. También se detallan los hechos y actos relativos a empresarios y sociedades mercantiles. Es el principal instrumento para dotar de seguridad al tráfico mercantil y para formalizar negocios.

Los empresarios o sociedades mercantiles tienen el deber de proporcionar informaciones que se consideran elementales para el tráfico jurídico, y el registro mercantil permite la publicidad de dicha información, para aportar a la seguridad jurídica y económica de las empresas. Normalmente los registros mercantiles se encuentran en cada provincia o departamento territorial. En muchos países son llevados por las cámaras de comercio de la demarcación definida.

Los registros mercantiles de los países suelen administrarlos por una entidad privada, las cámaras de comercio, y, por tanto, son registros empresariales privados que no dependen del presupuesto público, sino que se sustenta por el pago de servicios de los empresarios.

El potencial estadístico de los registros mercantiles es bastante alto, pues las empresas están obligadas a inscribirse y proporcionar información de la empresa y de los socios, y cada cierto tiempo actualizar su información en el registro. Parte de las informaciones que se tienen en los registros mercantiles son las siguientes:

1. Nombre comercial
2. Denominación o razón social
3. Tipo de sociedad
4. El capital social de la empresa
5. Datos del propietario o propietarios, gerentes o administradores (número identificación, nacionalidad, domicilio, sexo, estado civil)
6. Socios y su participación en el capital social
7. Administradores y/o apoderados
8. Domicilio de la empresa
9. Descripción de la actividad o actividades de la empresa
10. Principales productos o servicios
11. Año de inicio de sus operaciones
12. Estado actual de la empresa (activa, cese temporal, disuelta, fusionada)
13. Establecimientos
14. Cantidad de empleados
15. Datos de actualización de la empresa
16. Nombramientos y ceses de cargos
17. Aumentos o reducciones de capital

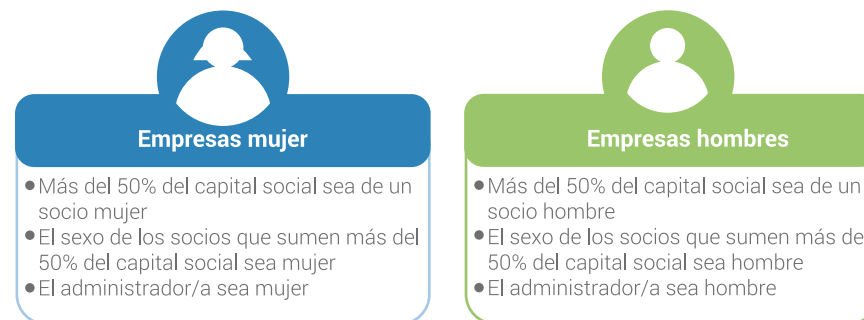
Estas son parte de las informaciones que se pueden obtener a partir de los registros mercantiles, y que a depender de cada país muchas oficinas o institutos nacionales de estadísticas están accediendo a estos registros para ser utilizados como parte de su oferta de estadísticas empresariales, alimentando sus directorios de empresas y metodologías de demografía empresarial, un ejemplo es el INE de España, quien complementa su directorio con información mercantil, utilizando estos datos para identificar los estatus de las empresas, como son fusión, actividad o inactividad.

Dado que son registros privados se hace necesario de acuerdos interinstitucionales que permitan a las oficinas o institutos de estadísticas aprovechar estos registros con fines estadísticos. El uso de datos de los registros estadísticos de empresas suele ser más rápido y económico que realizar una encuesta, lo que minimiza la carga para las empresas.

Directrices o lineamientos para inclusión del enfoque de género en los directorios de empresas a partir de los registros mercantiles

La integración de los registros mercantiles a los procesos de conformación de los directorios de empresas permitiría ampliar la gama de indicadores de género más allá de las brechas de los empleados, pues se agregaría mediciones de brechas en cuanto a quien lidera, es propietario o dirige la empresa.

La información de los socios, gerentes o administradores de las empresas permiten clasificar las empresas en mujer o empresas hombres, a través de identificar el sexo con mayor participación en el capital social de la empresa o simplemente clasificarla según quien administre la empresa. Para poder clasificar las empresas se deben tener presentes los siguientes criterios:



A partir de la clasificación en el directorio de las empresas en función al sexo del administrador o del societario con mayor participación en el capital social se pueden obtener los siguientes indicadores de género:

- * **Porcentaje de empresas mujer:** participación de empresas lideradas o donde la máxima autoridad es mujer (o donde el sexo de mayor participación en el capital social de la empresa lo suman las mujeres) sobre el total de empresas.

$$(Empresas lideradas por mujeres \div total de empresas registradas) \times 100$$

- * **Porcentaje de empresas hombre:** participación de empresas lideradas o donde la máxima autoridad es hombre (o donde el sexo de mayor participación en el capital social de la empresa lo suman los hombres) sobre el total de empresas.

(Empresas lideradas por hombres ÷ total de empresas registradas) × 100

- * **Porcentaje de mipymes mujer:** participación de empresas mipymes lideradas o donde la máxima autoridad es mujer (o donde el sexo de mayor participación en el capital social de la empresa lo suman las mujeres) sobre el total de empresas mipymes.

(Empresas mipymes lideradas por mujeres ÷ total de empresas mipymes) × 100

- * **Porcentaje de mipymes hombre:** participación de empresas mipymes lideradas o donde la máxima autoridad es hombre (o donde el sexo de mayor participación en el capital social de la empresa lo suman los hombres) sobre el total de empresas mipymes.

(Empresas mipymes lideradas por hombres ÷ total de empresas mipymes) × 100

Al igual que los indicadores tradicionales de empleo, estos indicadores se pueden analizar en función a la actividad económica, tamaño de la empresa y ubicación territorial. Estas desagregaciones permiten identificar mayores o menores brechas entre los grupos, lo que permitiría priorizar y eficientizar la política pública hacia los grupos donde existen las mayores desigualdades.

4.1.3 Enfoque de género en la demografía empresarial

Las empresas existen en un entorno complejo y de rápida evolución en el que organizan y reorganizan continuamente sus estructuras legales a través de funciones comerciales, por lo que el universo empresarial se encuentra en un entorno de constante cambio. Los directorios de empresas también se han convertido en los últimos años en una herramienta estadística útil para la medición de eventos demográficos en las empresas.

La demanda de estadísticas sobre demografía empresarial ha crecido y se ha desarrollado considerablemente en los últimos años. En 2007 se elaboró el Manual de Demografía Empresarial por la OCDE y Eurostat. Este manual es un referente de aplicación en las metodologías de diferentes países, no solo en la Unión Europea, donde los INEs de España, Galicia, Andalucía, entre otros, la han aplicado a su realidad empresarial, sino que ha sido referente para los Institutos de Estadísticas de países como Colombia, Uruguay y México.

En 2021 se elabora el Manual sobre indicadores principales para estadísticas comerciales y empresariales elaborado por el Comité de Expertos en Estadísticas Comerciales y Empresariales de las Naciones Unidas y, en particular, por el equipo de trabajo sobre dinámica empresarial, demografía y espíritu empresarial; el de trabajo sobre globalización y digitalización y bienestar y sostenibilidad. El Manual presenta la visión estratégica del Comité sobre las estadísticas empresariales y comerciales, incluidas sus necesidades de política y las lagunas de datos, y presenta una lista de los principales indicadores sobre estadísticas empresariales y comerciales.

Profundizar y avanzar sobre los eventos demográficos de las empresas es de interés y relevancia, pues aporta a la comprensión de los complejos cambios que se dan en el contexto empresarial. A través de estos se puede medir supervivencia de las empresas, empresas nacientes, cese de empresas, destrucción o mortalidad de empresas, crecimiento neto de empresas, entre otros indicadores que pudiera definirse en cada país.

Estos indicadores también se pueden aplicar a la variable de empleo, donde se pueden medir los siguientes indicadores:

1. Tasa de empleos nacientes
2. Tasa de mortalidad del empleo
3. Tasa de supervivencia del empleo
4. Tasa de cese de empleo
5. Tasa de crecimiento neto

Directrices o lineamientos para inclusión del enfoque de género en la medición de los eventos de demografía empresarial

A partir de la definición de indicadores demográficos se hace posible que se incluya el enfoque de género en el cálculo de estos eventos, al desagregar según el sexo de los empleados. En este sentido, se estudiaron los indicadores publicados por el Instituto Nacional de Estadística de Uruguay¹ (INE-UY) a partir de su metodología de demografía empresarial, además de recomendar otros indicadores que pueden generarse a partir de la integración de los registros antes mencionados.

¹ Enlace dashboard de demografía empresarial del INE-UY: <https://www3.ine.gub.uy/rraa/page23.html>

Contar con la desagregación por sexo del empleo de las empresas analizadas en la demografía empresarial se da curso a la obtención de los indicadores a continuación:

- * **Tasa de mortalidad de empleos por sexo:** relación entre el personal empleado (según el sexo) de las empresas que mueren en el período de referencia (t) y el personal empleado (según el sexo) de las empresas activas en el período de referencia (t). Estos indicadores se definen a partir de las metodologías de demografía empresarial definido en cada país.

$(\text{empleo mujer de empresas muertas} \div \text{empleo mujer de empresas activas}) \times 100$

$(\text{empleo hombre de empresas muertas} \div \text{empleo hombre de empresas activas}) \times 100$

- * **Tasa de nacimientos de empleos por sexo:** relación entre el personal empleado (según el sexo) creado por nacimientos en el período de referencia (t) y el personal empleado (según el sexo) de empresas activas en el período de referencia (t). Estos indicadores se definen a partir de las metodologías de demografía empresarial definido en cada país.

$(\text{empleo mujer de empresas nacientes} \div \text{empleo mujer de empresas activas}) \times 100$

$(\text{empleo hombre de empresas nacientes} \div \text{empleo hombre de empresas activas}) \times 100$

- * **Tasa de supervivencia de empleo por sexo:** relación entre el número de empleados por sexo del período t-1 que han sobrevivido en el período t y el número de empleados del período t-1.

$(\text{Empleo mujer del periodo anterior que se encuentran activo en el periodo actual} \div \text{total empleo mujer de empresas activas del periodo anterior}) \times 100$

$(\text{Empleo hombre del periodo anterior que se encuentran activo en el periodo actual} \div \text{total empleo hombre de empresas activas del periodo anterior}) \times 100$

- * **Tasa de crecimiento neto de empleo para cada sexo:** relación entre la cantidad total de personal empleado de empresas nacidas en el período de referencia t menos la cantidad total de personal empleado en empresas muertas en t sobre la cantidad total de personal dependiente en empresas activas en t.

$((\text{Empleo mujer de empresas nacidas} - \text{empleo mujer de empresas muertas}) \div \text{empleo mujer de empresas activas}) \times 100$

$((\text{Empleo hombre de empresas nacidas} - \text{empleo hombre de empresas muertas}) \div \text{empleo hombre de empresas activas}) \times 100$

Estos indicadores son relevantes para medir la destrucción y creación de empleo, así como los niveles de supervivencia de estos en función al tamaño o la actividad económica. De igual forma con la integración de los registros mercantiles, y la clasificación de las empresas en mujer u hombre, se pueden obtener los siguientes indicadores de género asociados a la demografía empresarial:

1. Tasa de mortalidad según empresas mujer u hombres
2. Tasa de natalidad según empresas mujer u hombres
3. Tasa de supervivencia según empresas mujer u hombres
4. Tasa neta de crecimiento según empresas mujer u hombres
5. Tasa de empleos nacientes según empresas de mujer u hombres
6. Tasa de mortalidad de empleo según empresas mujer u hombres
7. Tasa neta de crecimiento de empresa según empresas mujer u hombres
8. Tasa neta de crecimiento de empleados según empresas mujer u hombres

Junto con las tasas de los eventos demográficos por sexo del empleado y del propietario o la máxima autoridad de la empresa, se pueden incluir los totales como parte del acervo de información presentada, como es el caso de la cantidad de empleados mujer u hombres nacientes o destruidos, cantidad de empresas mujer u hombres nacientes o muertas, estas a su vez, cruzadas entre sí, y con variables de actividad y tamaño.

La inclusión del enfoque de género en la medición de los eventos demográficos aporta evidencia para medir diferencias relacionada a la composición por sexo de los empleados de las empresas, pero también, a las brechas de género que pudieran existir entre las empresas lideradas por hombres respecto a las lideradas por mujeres, a través de cuestiones como la natalidad, la mortalidad o los niveles de supervivencia. Adicional, se mide la entrada de nuevos negocios a la formalidad desagregados por estos grupos, incluyendo los tamaños y las actividades económicas de las empresas.

4.1.4 Perfiles de empresas en el comercio exterior desde un enfoque de género

Los perfiles de las empresas exportadoras e importadoras son el resultado de la integración de los registros de comercio exterior (aduaneros) con el registro de empresas (directorío de empresas), con el propósito de caracterizar y profundizar en el análisis de las empresas de un país que realizan operaciones internacionales de intercambio de bienes.²

Este ejercicio fue parte de las recomendaciones de las Naciones Unidas, en su manual Estadísticas del comercio internacional: conceptos y definiciones, 2010 para los países, en el que recomendaba la integración de los registros sobre comercio exterior con el registro de las empresas, de modo que se pudiera establecer un sistema integral para todos, y recopilar y analizar los datos en conjunto.

La Oficina Nacional de Estadística de la República Dominicana (ONE-RD) a partir de estas recomendaciones, en el 2015 lanza como una herramienta estadística innovadora el perfil de empresas exportadoras e importadoras, publicación que se mantiene hasta el día de hoy con actualizaciones anuales. Este producto es el resultado de la vinculación de diversas fuentes de datos empresariales que permitió elaborar estadísticas, indicadores y el análisis a diversos niveles de desagregación sobre la cantidad de importadores y exportadores, así como sus valores desagregados según: tipo de contribuyente, actividad económica, ubicación geográfica, tamaño de la empresa, cantidad promedio de empleados, salario, remuneraciones, países de destino u origen, productos y régimen aduanero.

Posteriormente, la ONE-RD integró dentro de sus publicaciones de los perfiles de empresas exportadoras e importadoras los indicadores de género que estaban transversalizados en su directorío de empresas. Por su larga trayectoria en el ejercicio del aprovechamiento de los registros de comercio exterior y los empresariales, además de sus avances en la inclusión de enfoque de género en este producto estadístico, la experiencia dominicana se sitúa como caso de estudio para las recomendaciones realizadas en el presente manual.

Para la construcción de los perfiles dominicanos de empresas exportadoras e importadoras se utilizaron como principal fuente de información los registros administrativos del comercio internacional de mercancías de la Dirección General de Aduanas (DGA) validados por la ONE-RD y el Directorío de Empresas y Establecimientos (DEE) elaborado por la ONE-RD.

Las variables que se obtienen de ambos registros para la conformación de los perfiles son las siguientes:



La variable que se utiliza para la vinculación de los registros es el número de identificación de la empresa, que se encuentra disponible en ambos registros. Adicional a los cruces entre ambos registros, se realizan consultas a los registros de la institución de administración tributaria para consultar las empresas que no cruzan con el directorío de empresas. Estas variables permiten cuantificar y caracterizar las empresas que realizan exportación e importación durante el año de referencia.

Directrices o lineamientos para la inclusión del enfoque de género en los perfiles de empresas exportadoras e importadoras

Contar con la variable de empleados por sexo permite la inclusión de los indicadores definidos en el apartado 3.1.1 sobre el enfoque de género en el aprovechamiento de los registros tradicionales. En función a esto, se pueden medir para las empresas exportadoras e importadoras los siguientes indicadores:

1. Porcentaje de empleados por sexo
2. Índice de feminidad y de masculinidad
3. Brecha de la participación en el empleo
4. Brecha de la participación en los salarios o las remuneraciones
5. Promedio de empleados por sexo
6. Masa salarial masculina y femenina

² Enlace primera publicación del perfil: <https://www.one.gob.do/publicaciones/2019/informe-perfil-de-empresas-exportadoras-e-importadoras-2015-2017/?altTemplate=publicacionOnline>

Lo interesante es que, con la inclusión de los registros mercantiles al directorio de empresas, y al agregar la clasificación de empresas mujer y empresas hombres también se puede cruzar con los registros aduaneros, permitiendo clasificar las empresas exportadoras e importadoras en empresas mujer o empresas hombres. Es así como se pueden obtener los siguientes indicadores:

1. Porcentaje de empresas exportadoras e importadoras lideradas por mujeres
2. Porcentaje de empresas exportadoras e importadoras lideradas por hombres
3. Porcentaje de empresas mipymes exportadoras e importadoras lideradas por una mujer o lideradas por un hombre

Los indicadores definidos para la demografía empresarial también pueden ser parte de los perfiles de empresas exportadoras e importadoras, que permitiría medir cuestiones como tasa de natalidad, supervivencia, cese y natalidad de las empresas exportadoras e importadoras. Estos indicadores medirían brechas entre las empresas que no realizan comercio exterior respecto a las que sí lo hacen, para aportar evidencias de las ventajas comparativas asociadas a la realización de transacciones comerciales en el exterior.

De igual manera los indicadores de género definidos para los eventos demográficos pueden ser incluidos en los perfiles de empresas exportadoras e importadoras, para dar así respuesta a cuestiones tales como:

1. Brechas en las tasas de natalidad, supervivencia, cese y mortalidad entre las empresas que realizan comercio exterior respecto a las que no, según son lideradas por mujeres u hombres.
2. Brechas en la participación en las tasas de crecimiento neta entre las empresas que realizan comercio exterior respecto a las que no, según son lideradas por mujeres u hombres.
3. Brechas en las tasas de natalidad, supervivencia y mortalidad del empleo para cada sexo en las empresas que realizan comercio exterior, según son lideradas por hombres o por mujeres. De igual forma, se pueden realizar comparaciones con las tasas de las que no realizan comercio exterior.

Es evidente que en la medida que se dispone de nuevos registros, y se enriquece el directorio de empresas se puede tener más información y desagregaciones que permitan medir desigualdades y ampliar los enfoques transversales, tales como es el género. Tener un repositorio de estos registros (impositivos, seguridad social, mercantiles, aduaneros, entre otros), al mismo tiempo que se añaden nuevos indicadores como los de demografía empresarial, contribuye a tener una política pública más eficiente, diversificada e inclusiva encaminada a reducir las desigualdades y mejorar las condiciones de vida de los más vulnerables, pero sobre todo aporta a la aplicación de una política pública basada en evidencias.

4.2 Enfoque género en las encuestas empresariales

Las encuestas empresariales o de actividad económica son operaciones estadísticas que permiten estimar, anualmente, el nivel de actividad de la economía y obtener información sobre sus principales componentes. También informan de las principales características estructurales y de actividad de los principales sectores económicos, así como profundizar en temas relevantes como innovación, acceso a financiamiento, medioambiente, expectativa económica, uso de las TIC, entre otros.

En este sentido se consideran como instrumentos de estudio y orientación para la toma de decisiones de políticas públicas. Adicionalmente, son un insumo de vital importancia para el fortalecimiento de los Sistemas de Cuentas Nacionales de los países.

La incorporación del enfoque de género se recomienda se utilice en todas las etapas de la producción del dato estadístico, tanto en los registros administrativos como en la puesta en marcha de las encuestas. Según el modelo genérico del proceso estadístico GSBPM de la Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa (UNECE), versión 1 en español del 2016, establece que las etapas del proceso estadístico son las siguientes:



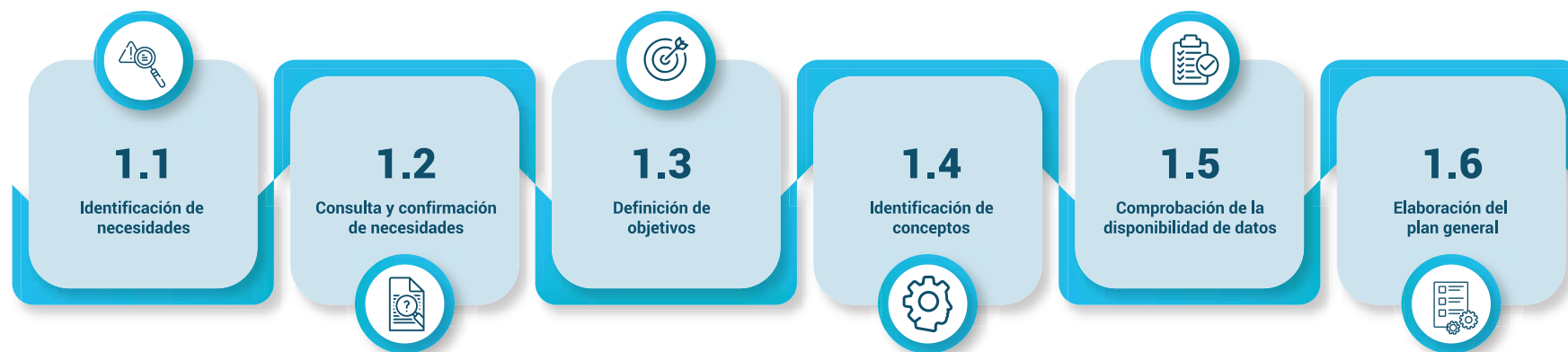
Fuente: elaboración propia a partir del modelo genérico del proceso estadístico GSBPM de la Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa (UNECE), versión 1 en español del 2016

Es el objetivo de este manual hacer las recomendaciones sobre la inclusión de la perspectiva de género en las distintas etapas del proceso estadístico de realización de las encuestas empresariales o de actividad económica. A continuación, se detallan las recomendaciones para las etapas de identificación de necesidades, diseño, construcción, recolección, procesamiento y análisis de las encuestas empresariales.

4.2.1 Identificación de necesidades

Según el GSBPM esta fase se inicia automáticamente al identificar la necesidad de nuevas estadísticas o con el proceso de revisión de las estadísticas actuales con miras a mejorar o ampliar la producción. Incluye todas las actividades asociadas con la participación de los usuarios para identificar sus necesidades estadísticas, presentando opciones de solución de alto nivel y la preparación de casos de negocio para satisfacer estas necesidades. (Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa (UNECE), 2016)

Esta fase consta de las siguientes actividades:



En el caso de las encuestas empresariales es de suma relevancia identificar los actores o usuarios demandantes, con el fin de iniciar los procesos de consultas e identificación de necesidades. Una vez definido los objetivos de las encuestas e identificados los conceptos que se requieren abordar, se recomienda evaluar la existencia de objetivos y conceptos que apunten a las estadísticas inclusivas, que incluye el enfoque de género.

Directrices o lineamientos para inclusión del enfoque de género en la etapa de identificación de necesidades de información a partir de encuestas empresariales

Para garantizar la transversalización de género durante la fase de identificación de necesidades se hacen las siguientes recomendaciones:

1. Previo a los procesos de consultas realizar investigación sobre posibles necesidades o usuarios interesados en estadísticas empresariales con enfoque de género.
2. Incluir durante los procesos de consultas a usuarios o demandantes de información empresarial, así como a los usuarios interesados en la generación de estadísticas inclusivas y de enfoque de género.
3. Incluir expertos en la transversalización o política de género durante los procesos de consulta, para una participación durante la definición de los objetivos y los conceptos.
4. Garantizar que dentro de los objetivos de las encuestas empresariales estén incluidos explícitamente la generación de estadísticas empresariales con enfoque de género.
5. Confirmar con más detalle los objetivos planteados, lo que requiere de una justificación y análisis de impacto sobre respuesta a necesidades, así como diseño y evaluación de políticas públicas inclusivas.

Hacer visible en el planteamiento de los objetivos la intención de medición de estadísticas empresariales con enfoque de género garantiza que sean tomados en cuenta a la hora del diseño y construcción de los instrumentos de captura de información, así durante todas las etapas del proceso estadístico, incluyendo la evaluación, donde se debe analizar si los objetivos inicialmente planteados fueron cumplidos en su totalidad.

4.2.2 Diseño

En esta etapa se describen las actividades de diseño y desarrollo de los conceptos, metodologías, instrumentos recolección y los procesos operativos. Incluye todos los elementos de diseño necesarios para definir o refinar los productos estadísticos. También se definen los procedimientos para el aseguramiento de la calidad. Para las encuestas empresariales habituales en esta etapa se incorporan las acciones de mejora identificadas en la fase de “Evaluación” de relevamientos anteriores.

De acuerdo con el GSBPM, las actividades que se deben completar en esta etapa son las siguientes:



Una vez definido el contenido conceptual y los objetivos de las encuestas empresariales, se inicia el proceso de diseño o plan director de la encuesta, donde se deben definir el diseño conceptual, las variables y sus descripciones, que tipo de relevamiento, así como su marco muestral y tipo de muestreo. También en esta etapa se deben incluir el plan de difusión, es decir, tipo de publicaciones (informes, boletines, infografías) y medios de promoción. Durante la definición de estos diseños se debe garantizar la inclusión del enfoque de género.

Directrices o lineamientos para inclusión del enfoque de género en la etapa de diseño de las encuestas empresariales

Las recomendaciones para incluir la perspectiva de género durante la fase de diseño son las siguientes:

1. Incluir en el diseño conceptual los resultados estadísticos esperados con perspectiva de género.
2. Incluir en el diseño conceptual las definiciones de perspectiva de género que apunten la reducción de los sesgos o discriminación.
3. Definir los productos de difusión que contendrá los resultados de las estadísticas empresariales desagregados según el sexo (Boletines, infografías, informes u otros).
4. Definir las variables que serán recolectadas que apunten al enfoque de género (las desagregaciones por sexo).
5. Definir explícitamente los procesos de procesamiento y análisis para las estadísticas generadas a partir de las desagregaciones por sexo.

4.2.3 Construcción de instrumentos de recolección y manuales

Esta etapa implica la construcción de los cuestionarios o instrumentos de captura, donde se debe garantizar que las preguntas o variables de este respondan a cada uno de los objetivos planteados. Adicionalmente, se deben elaborar los manuales con las definiciones conceptuales, definición de roles y del flujo de producción estadística para cada uno de los actores que participan en el relevamiento de las encuestas. Esta fase es parte fundamental del proceso estadístico dado que en ella se elaboran los insumos necesarios para la ejecución de las demás fases del modelo.

Los cuestionarios, así como los procedimientos definidos deben pasar por una prueba piloto que permita aplicar ajustes y mejoras, y sirvan de guía para la construcción de conformación de los equipos y la carga de trabajo. En esta etapa también se deben crear los insumos requeridos para el desarrollo o adquisición de las herramientas de tecnología, muy necesarias para la captura (de ser relevamiento digital), digitación, procesamiento, análisis y visualización de los datos (en caso de que se quieran presentar los resultados en tableros).

En el caso de las encuestas empresariales o de actividad económica resulta un desafío la inclusión de variables que apunten a indicadores de género más allá que las desagregaciones habituales que corresponden al sexo de los empleados. Conocer información sobre los puestos directivos o las máximas autoridades de las empresas, tales como el sexo y la edad, se hacen relevantes e interesantes para entender los avances de las mujeres en puestos de decisión en las distintas actividades económicas.

Otro elemento retador para muchos países son otras desagregaciones como las categorías ocupacionales, niveles educativos, remuneraciones pagadas según el sexo de los ocupados. Estas desagregaciones resultan para muchos países de América Latina difíciles de captar debido a diferentes factores tales como: 1) Cuestionarios muy amplios en términos temáticos; 2) Una cantidad considerable de empresas, que pese a ser formales, no cuentan con información detallada, organizadas o en sistemas de información que permitan dar respuestas rápidas, especialmente las más pequeñas; 3) Cansancio de los informantes que se traduce a menor tasa de respuesta y rechazo a cuestionarios amplios y complejos.

Pese a estos retos, es importante incluir el enfoque de género en los instrumentos de recolección de las encuestas empresariales, y se educa a la clase empresarial en la importancia de contar con información empresarial inclusiva, que apunten a políticas públicas en favor de las personas trabajadoras y del sector.

Directrices o lineamientos para inclusión del enfoque de género en la etapa de construcción de instrumentos de captura y manuales

En el caso de la elaboración de los manuales e instrumentos de captura, se realizan las siguientes recomendaciones para la inclusión del enfoque de género:

1. Mantener un lenguaje inclusivo. No discriminatorio y neutral para ambos sexos.
2. Validar que no exista sesgo de género en las preguntas o definiciones. Esto pasa cuando las preguntas por cómo están formuladas pudieran afectar al hombre o la mujer por los roles que desempeñan. Sobre todo, si la pregunta va dirigida a ambos sexos y lo que se requiere es una respuesta en igualdad de condiciones.
3. Incorporar la variable sexo en todas las preguntas referentes a las personas (tales como contactos, informantes, empleados, máxima autoridad).
4. Incluir en los manuales lineamientos para que el personal de campo no cometa errores de comunicación en el relevamiento que se traduzcan en sesgo de género.
5. Incluir en los manuales la importancia de no utilizar un lenguaje discriminatorio y evitar estereotipos o prejuicios para que en el proceso de capacitación se instruya al personal de campo sobre el enfoque de género, que eviten tener sesgo de medición durante el levantamiento.
6. Incluir preguntas sobre el sexo y edad de la máxima autoridad de las empresas o quien tiene el mayor porcentaje en el capital social.
7. Considerar cómo comprenden las preguntas, por hombres y mujeres. Esto partiendo desde los procesos de conformación de las preguntas con los usuarios, personal interno de las encuestas y el personal contratado para el relevamiento. Esto permitirá medir sesgo temprano y contar con una visión integrada de las preguntas para hacer ajustes y mejoras.

4.2.4 Recolección de los datos

Para las encuestas en esta etapa se recolecta toda la información a partir de la aplicación del cuestionario elaborado. De igual forma se incluye la conformación del marco muestral y la selección de la muestra. El proceso de recolección inicia con la preparación del relevamiento y finaliza con el cierre.



Directrices o lineamientos para inclusión del enfoque de género en la etapa recolección de los datos

Durante la conformación del marco muestral y la selección de la muestra también se debe tener presente el enfoque de género, pues está estrechamente ligado a los objetivos definidos. Asegurar representatividad para las preguntas permitirá posteriormente publicar con las desagregaciones establecidas. Para incluir la perspectiva de género durante esta subetapa se hacen las siguientes recomendaciones:

1. De ser necesario, incluir en el diseño las desagregaciones por sexo para garantizar representatividad.
2. En caso de no ser necesario, garantizar una muestra robusta que permita hacer las desagregaciones por sexo (sobre todo por la clasificación de empresas hombres y empresas mujer) que permitan hacer un análisis posterior de los errores y evaluar los cruces de variables que tienen representatividad.
3. Analizar en función a levantamientos previos los coeficientes de variación, y en caso, de no tener suficiente representatividad las desagregaciones por sexo, ampliar el diseño o ajustar incluyendo el sexo como variable de diseño.

Durante el proceso de recolección es importante tener en consideración de igual forma las siguientes recomendaciones:

1. Dar seguimiento a las preguntas desagregadas por sexo. Poner atención especial durante los procesos de crítica de los cuestionarios para detectar posibles sesgos, información incompleta o errores de manera que se pueda dar retroalimentación temprana o realizar las correcciones.
2. Retroalimentar durante esta etapa a los equipos de campo sobre la importancia de mantener un lenguaje apropiado, no discriminatorio y que evite sesgo de género.
3. Comprender e integrar las retroalimentaciones de los equipos de trabajo, sobre todo porque pudieran existir diferencias por los roles de hombres y mujeres que están asociados a aspectos culturales.
4. Motivar la participación de ambos sexos en todas las etapas del relevamiento. No reforzar estereotipos para la asignación de tareas. No discriminar en función al sexo, elegir de forma neutral y asignar las tareas y funciones de acuerdo con las competencias y talentos.

4.2.5 Fase de procesamiento y análisis estadístico

El procesamiento abarca la limpieza y preparación de los datos para su análisis posterior. También implican la transformación de los resultados y la elaboración de los tabulados, insumos para el análisis y difusión como resultados estadísticos. También para las encuestas empresariales o de actividad económica es la fase donde se realizan las imputaciones de información faltante y el cálculo de los ponderadores.

En la fase de análisis se obtienen los resultados estadísticos, se describen estos resultados y se preparan para la difusión. En esta etapa se realiza el análisis de los resultados, agregando comentarios o notas, preparando los insumos resultantes (sea para boletín, infografías o informes). Hay productos estadísticos donde solo se realiza el procesamiento y la difusión aplicando la elaboración de los tabulados, por lo que no se requiere de análisis escrito de los resultados. Aun así, siempre es importante colocar las notas de lugar y detallar los aspectos metodológicos de la encuesta, incluyendo los cálculos de los coeficientes de variación de los tabulados.

Directrices o lineamientos para inclusión del enfoque de género en la etapa de procesamiento y análisis de los datos

Las recomendaciones para la inclusión del enfoque de género para la etapa de procesamiento y la etapa de análisis son las siguientes:

1. Elaborar plan de tabulados. En este plan incluir los tabulados que tienen desagregaciones por sexo. Hay que asegurar que las tabulados respondan a los objetivos definidos.
2. En caso de realizar una sección o publicación exclusiva para las desagregaciones por sexo realizar su plan de tabulados.
3. Proponer al margen de las frecuencias simples por sexo, indicadores (ratios o promedios) de género dentro del plan de tabulados.
4. En la validación, realizar un análisis a las variables por sexo donde se identifique completitud o necesidad de correcciones o imputaciones.
5. Si existe necesidad de imputar, considerar los métodos de imputación para las variables sexo, de manera que se eviten sesgo. Ejemplo: si se imputa el salario medio de las mujeres, no considerar los salarios medios totales, para evitar sub o sobre estimación por desigualdades en los salarios medios de ambos sexos, por tanto, en este caso se recomienda utilizar el estadístico o método de imputación que se ajuste mejor a la distribución de la variable salario de las mujeres de las empresas que respondieron. De igual forma utilizar variables que permitan una mejor clasificación como es la actividad y el tamaño de la empresa, considerando los niveles de respuesta y los comportamientos de las variables cruzadas.
6. Realizar para los tabulados por sexo cálculos de errores de muestreo con tabulados que incluyan los coeficientes de variación y los intervalos de confianza para las desagregaciones por sexo. Esto permitirá evaluar la potencia de la muestra y los niveles de representatividad. También se pueden agregar algunas pruebas estadísticas que permitan identificar diferencias significativas en algunas variables según el sexo (ejemplo innovación, uso de TIC, acceso al crédito para las empresas clasificadas según el sexo de la máxima autoridad o socio de mayor capital de la empresa; y para los empleados, por ejemplo, diferencias significativas en variables como nivel educativo o salario promedio percibido).

7. Una vez elaborados los tabulados por sexo, realizar el análisis resaltando los resultados con enfoque de género. Agregar desagregaciones por sexo hasta donde las estimaciones sean pertinentes. Las desagregaciones que no sean confiables o representativas se pueden agregar como anexo los tabulados con cálculos de errores o explicación metodológica que explique por qué no son posibles las desagregaciones, esto permitirá a futuro en la fase de evaluación servir de retroalimentación para la inclusión en futuras encuestas, lo que permite mejorar las mediciones de género en encuestas posteriores.
8. Presentar los resultados de hombres y mujeres juntos. Esto permitirá realizar análisis comparativos y agregar el cálculo de algunas ratios. Presentar valores absolutos como valores porcentuales o tasas.
9. Debe usarse lenguaje inclusivo, utilizando por ejemplo las palabras mujeres / hombres o palabras impersonales neutrales.
10. Aunque en la encuesta no se hayan incluidos objetivos de medición de indicadores de género, analizar factibilidad e incluir en el cuerpo de los informes indicadores de género. También pueden incluirse análisis con mayor detalle haciendo alusión a algún hallazgo interesante que muestre un enfoque de género en caso de no querer alterar el informe general.
11. En el proceso de documentación o elaboración de los códigos fuentes para el procesamiento de los resultados agregar los hallazgos o incidencias encontradas en las validaciones al realizar las desagregaciones por sexo.

4.2.6 Caso de estudio. República Dominicana: un enfoque de género y edad desde la máxima autoridad a partir de la ENAE



Este apartado tiene por objetivo compartir la experiencia de la Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana en la inclusión de un módulo llamado máxima autoridad en su Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE)³. La encuesta inicia en 2009, concebida para ser insumo de las Cuentas Nacionales del país, ofreciendo indicadores sobre empleo formal, remuneraciones, ingresos, gastos, inventarios, rentabilidad, entre otros indicadores macroeconómicos (valor agregado empresarial, consumo intermedio y valor bruto de producción) derivados de las informaciones relevadas.

La encuesta en algunos años ha sido utilizada para el relevamiento de módulos especiales, con el fin de sacar mayor provecho al diseño de la muestra y estructura operativa de la ENAE. Los módulos levantados abarcaban temas como ocupación extranjera, indicadores verdes, uso de TIC y financiamiento, entre otros. En la versión del 2023 fue incluido un módulo sobre gestión de medioambiente y personal en situación de discapacidad en las empresas, estos junto con el módulo de máxima autoridad.

Es en el 2020 que a través del conocimiento de unas mediciones que realizaba el banco dominicano BHD y algunas experiencias de técnicos del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), que se decide incluir un módulo de medición sobre la máxima autoridad de las empresas en la versión de la ENAE del 2020.

En la tabla 1 se observan las preguntas que se incluyeron en ese primer módulo, que adicional al sexo del administrador o gerente de la empresa, se preguntaba sobre rango de edad, años cumplidos dirigiendo la empresa y nivel educativo alcanzado.

³ Enlaceinforme: <https://www.one.gob.do/publicaciones/2023/caracterizacion-de-las-empresas-formales-un-enfoque-de-genero-y-edad-desde-la-maxima-autoridad-encuesta-nacional-de-actividad-economica-2022/?altTemplate=pubicacionOnline>

Tabla 1: Cuestionario módulo de máxima autoridad de empresas formales dominicanas, ENAE 2020

INFORMACIÓN SOBRE EL ADMINISTRADOR(A) O GERENTE GENERAL			
Preguntas	Respuestas		
1. Sexo	1. Hombre	2. Mujer	3. No responde
2. Rango de edad	1. De 25 años o menos 4. De 46 a 55 años	2. De 26 a 35 años 5. De 56 años o más	3. De 36 a 45 años
3. ¿Cuántos años cumplidos tiene dirigiendo la empresa?	1. Menos de 1 año 4. De 7 a 10 años	2. De 1 a 3 años 5. De 11 años o más	3. De 4 a 6 años 6. No responde
4. Nivel educativo alcanzado	1. Primaria o secundaria 4. Especialidad o maestría	2. Técnico profesional o estudiante universitario 5. Doctorado	3. Grado universitario 6. No responde

A partir de este módulo se publicó un informe con los principales resultados. Según los resultados de este módulo el 40.9% de las empresas mujeres eran administradas por mujeres, oscilando entre 30% a 47% dependiendo la actividad económica. Estos resultados llamaron la atención, pues no respondían del todo a lo esperado, pues tenía una participación de mujeres demasiado alta en comparación a lo que nos reflejaba la realidad de otros datos o experiencias de algunos sectores particulares.

Después de analizar los resultados, se realizó una evaluación completa del módulo para identificar los sesgos que se evidenciaron con estos resultados, donde se llegó a la conclusión que el sesgo era producto de la pregunta, pues apuntaba al gerente de la empresa (no necesariamente a la máxima autoridad de la empresa), y normalmente tanto el personal de campo (por debilidades en la capacitación y definiciones en los manuales) y la propia interpretación del informante se entendía que era el gerente cercano al informante, que solían ser los encargados de las contrataciones de personal o los gerentes financieros.

Por tal razón, en la versión del 2021 de la encuesta se incluyó una batería de preguntas para validar el sesgo de la pregunta anterior, al mismo tiempo que se pudiera identificar una sola pregunta que apunte a la máxima autoridad (no a los gerentes), así como una definición más acertada y detallada en los manuales y mejor explicado durante los procesos de capacitación. La tabla 2 muestra estas nuevas preguntas.

Tabla 2: Cuestionario módulo de máxima autoridad de empresas formales dominicanas, ENAE 2021

Preguntas	Definición
1. Indique el sexo de la persona con mayor participación en el capital social de la empresa (mayor al 50%).	Persona con mayor participación en el capital social. Es el socio que tiene el 50% o más de las cuotas sociales de la empresa.
2. Indique el grupo de personas del mismo sexo cuya participación conjunta en el capital social de la empresa supere el 50%	Es el conjunto de personas del mismo sexo que, sumando sus cuotas sociales, obtengan el 50% o más. Esta pregunta aplica cuando las cuotas sociales se reparten entre los socios en una proporción inferior al 50%.
3. Indique el sexo de la máxima autoridad de la empresa.	Máxima autoridad de la empresa. Es la persona que toma las decisiones en la empresa. Puede ser el dueño, socio, administrador o gerente general.
4. Indique el sexo de la persona que preside la junta directiva. Especifique el período que preside la Junta Directiva.	Persona que preside la junta directiva. Es la persona encargada de realizar, convocar y participar en las asambleas y actas constitutiva, ordinaria, extraordinaria, y asamblea especial, establece estatutos sociales de una empresa. Esta pregunta no aplica para personas físicas ni empresas de único dueño (EIRL (Empresa Individual de Responsabilidad Limitada)). El período corresponde al tiempo que lleva esa persona presidiendo la Junta Directiva.
5. Indique el sexo de la persona que suscribe los contratos de la empresa.	Persona que suscribe los contratos de la empresa. Es la persona que firma los contratos de la empresa. Estos incluyen los siguientes: contratos de servicios, compra, venta, arrendamiento, entre otros.
6. Indique el sexo de la persona que realiza las contrataciones del personal.	Persona que realiza las contrataciones del personal. Es la persona que firma los contratos de personal, fija las retribuciones, suspende y revoca sus servicios.
7. Indique el sexo de la persona autorizada a realizar las operaciones bancarias de la empresa.	Persona autorizada a realizar las operaciones bancarias de la empresa. Es la persona que apertura y opera cuentas bancarias, gira cheques, entre otras.
8. Indique el sexo de la persona que representa a la empresa frente a cualquier persona pública o privada.	Persona que representa a la empresa frente a cualquier persona pública o privada. Es la persona apoderada, tiene la responsabilidad jurídica y representa a la empresa ante cualquier situación que se presente o en términos contractuales (asambleas, negociaciones, acuerdos).

Para esta versión también se publicó un informe con los principales resultados del módulo, donde también se explicaban las diferencias metodológicas, y donde los resultados sí eran consistentes con los antecedentes. A partir de la pregunta número 3, donde a diferencia de la versión pasada que se preguntaba por gerente, ahora se pregunta por máxima autoridad de la empresa, los resultados revelaron que a apenas el 9.6% de las empresas eran dirigidas por mujeres, oscilando entre un 5.7% y 25% según las actividades económicas estudiadas, a excepción del sector eléctrico donde la participación de las mujeres fue de un 0%.

En cuanto a los gerentes que realizan la contratación de personal la participación de las mujeres llegó a 58.5% y las operaciones bancarias un 36.8%, lo que evidencia que los resultados de la versión anterior estaban más asociados a esta pregunta sobre los gerentes.

Evidenciado el sesgo e identificada la pregunta y definición que mejor apunta a máxima autoridad, se incluyó en la versión del 2022 y 2023 el módulo parecido a la versión 2020, pero en vez de utilizar la palabra gerente o administrador, se utilizó el término máxima autoridad de la empresa. La tabla 3 presenta las preguntas de estas dos versiones.

Tabla 2: Cuestionario módulo de máxima autoridad de empresas formales dominicanas, ENAE 2022 y 2023

INFORMACIÓN DE LA MÁXIMA AUTORIDAD			
Preguntas	Respuestas		
1. Sexo	1. Hombre	2. Mujer	3. No responde
2. Rango de edad	1. De 25 años o menos 4. De 46 a 55 años	2. De 26 a 35 años 5. De 56 años o más	3. De 36 a 45 años
3. ¿Cuántos años cumplidos tiene dirigiendo la empresa?	1. Menos de 1 año 4. De 7 a 10 años	2. De 1 a 3 años 5. De 11 años o más	3. De 4 a 6 años 6. No responde
4. Nivel educativo alcanzado	1. Primaria o secundaria 4. Especialidad o maestría	2. Técnico profesional o estudiante universitario 5. Doctorado	3. Grado universitario 6. No responde

Los resultados de la 2022 validaron los de la versión 2021, donde con más actividades de servicios incluidas las mujeres alcanzaron una participación de apenas un 19.3 %, y en los sectores de la pasada versión no superaban el 11 %, en consonancia con los resultados pasados, y evidenciando que no había sesgo de sexo asociado. De igual forma el sector eléctrico en esta versión resultó con un resultado de 0% igual que en el 2021.

A partir de estos resultados, se calcularon los errores y los coeficientes de variación lo que con la muestra establecida las desagregaciones fueron significativas para realizar las desagregaciones según empresas hombres y empresas mujer, por tamaño y actividad económica. Cabe destacar, que estas clasificaciones de empresas mujer y empresas hombres también se cruzaron con otros resultados de las encuestas que tenían un error dentro de los parámetros permitidos para las encuestas económicas, que permitió ver temas de innovación, uso de TIC, acceso a financiamiento, obstáculos empresariales, empleo e indicadores macroeconómicos, según el sexo y edad de la máxima autoridad.

Estos resultados son altamente demandados y validados por los principales usuarios de las estadísticas empresariales, y por su relevancia, también han sido un referente para el presente manual. De igual forma, se estableció la permanencia de este módulo en la encuesta para que los temas o problemas establecidos como objetivo dentro de las versiones de la encuesta se desintegren según el sexo de la máxima autoridad. Además, se busca medir a partir de este módulo la evolución de la participación de las mujeres como máxima autoridad o dueña de la empresa.

Esta experiencia es un valioso referente para la inclusión de indicadores de género a partir de las encuestas empresariales, pues sin mucho recurso adicional, y aprovechando las estructuras existentes de las encuestas empresariales se puede ampliar la oferta de indicadores de género. Como cada país tiene sus propias terminologías sobre máximas autoridades, es importante que cada país evalúe el concepto que mejor se ajusta con un ejercicio similar al aplicado en el 2021 en la ENAE. Además, como la experiencia dominicana extraer informes con enfoque de género, explotando los resultados obtenidos con desagregaciones por el sexo y la edad de la máxima autoridad según los temas relevantes priorizados.

4.3 Enfoque de género en el aprovechamiento de las encuestas de hogares para la identificación de empresas mipymes y/o emprendimientos

Según datos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) las micro, pequeñas y medianas empresas constituyen el 99% del tejido industrial, generando así la mayoría de los empleos. La gran mayoría son microempresas, representando un 88.4% del total. Sin embargo, su productividad es extremadamente baja en relación con las grandes empresas.

Una de las características principales de las empresas latinoamericanas, especialmente de las mipymes, son las altas tasas de natalidad y mortalidad que representan (CEPAL, 2018; Saavedra et al. 2008). Esto ocurre, entre otras causas, debido a que la creación de dichos negocios por lo general responde inicialmente a estrategias de autoempleo y supervivencia, más que a una dinámica de desarrollo empresarial. (Observatorio MIPYMES, MICM, 2019)

Una de las principales características de estas unidades es su alta informalidad, lo que imposibilita que estas puedan ser identificadas a partir de registros administrativos como las formales, por tal razón, los directorios de empresas y las encuestas de carácter empresarial están focalizadas en su mayoría o totalidad a empresas formalmente constituidas, lo que implica que este subsector informal que realiza actividad económica quede fuera de la población objetivo de estos instrumentos de carácter estadístico.

Muchos países obtienen información de las mipymes informales a partir de los censos económicos, pero estos resultan bastantes costosos, por lo que en muchos países de la región actualmente ya no son relevados. Además, los censos económicos por su metodología relevan información de estructuras establecidas, excluyendo información de emprendimientos informales que no tienen una estructura visible o que solamente funcionan de forma digital, como es el caso de los emprendimientos que venden bienes y servicios a distancias por canales digitales como son páginas web., redes sociales, etc. Estos negocios son cada vez mas frecuentes, y al mismo tiempo difícil de medir e identificar.

En este contexto, donde captar información sobre las microempresas y emprendimientos informales resulta sumamente difícil a partir de instrumentos estadísticos de carácter empresarial, como son los directorios de empresas, las encuestas y los censos económicos, las encuestas de hogares se constituyen en unas de las fuentes de información viables para medir y caracterizar estos negocios ocultos que se dedican a actividades subterráneas lícitas.

Las encuestas de hogares son una herramienta estadística que permiten captar informaciones relevantes en los diferentes contextos (social, económico, cultural, etc.) sobre los hogares de un territorio determinado. Asimismo, un módulo o pregunta sobre mipymes y emprendimientos en las encuestas a hogares permite conocer sobre la ubicación, principales actividades, uso de TIC, acceso a financiamiento, formalidad y las características propias de los hogares en su vinculación con la actividad empresarial. Es un instrumento efectivo para captar información de micronegocios en locales móviles o ambulantes, semifijos, compartido con vivienda o simplemente sin ninguna estructura visible.

Las encuestas de hogares no solo permiten obtener información de las características principales de estos negocios, sino que también posibilitan incluir el enfoque de género en el aprovechamiento de los resultados. Las recomendaciones para obtener información sobre mipymes o emprendimientos con enfoque de género a partir de las encuestas de hogares son:

1. Incluir en los cuestionarios módulos o preguntas que permitan identificar la existencia de un negocio o emprendimiento en el hogar. De estar incluidas, identificar las preguntas.
2. Hay que asegurar que el negocio o emprendimiento identificado, dentro del hogar, esté asociado a un miembro del hogar, es decir, identificar el propietario.
3. Extraer la información del negocio o emprendimiento (ubicación, actividad, formalidad, etc.) y cruzar con información de la vivienda y el hogar (características estructurales, tenencia de bienes, etc.), así como del propietario del negocio (sexo, edad, nivel educativo, etc.).
4. Incluir indicadores diferenciados por género del propietario, como es el porcentaje de mipymes o emprendimientos por sexo del propietario, según actividad, tamaño, formalidad, entre otras variables de interés identificadas.
5. En caso de ser módulos completos con información sobre uso de medios digitales para la venta o promoción de bienes y servicios, uso de medio electrónico para pago o compra de insumos, acceso a financiamiento, uso de equipos tecnológicos, entre otros temas de interés, es importante cruzar los hallazgos según el sexo de los propietarios.
6. De igual forma, se necesita cumplir con el proceso estadístico para la inclusión de este módulo en las encuestas de hogares, por lo que será necesario en muchos casos donde no están establecidos o aún no se reconoce su utilidad y potencial, de empezar por el proceso de consulta e identificación de necesidades, para que se incluyan como uno de los objetivos de estas encuestas con una periodicidad establecida.

Una experiencia reciente de aplicación y aprovechamiento de estas encuestas como instrumento de medición que permiten caracterizar los micronegocios ocultos e informales es la de República Dominicana. En el 2022, a partir de un módulo sobre mipymes de la Encuesta Nacional de Hogares de Propósitos Múltiples (ENHOGAR 2022), relevada por la ONE-RD, se realizaron dos publicaciones que incluyen el enfoque de género. Estos informes también fueron resultado de la iniciativa sobre “Fortalecimiento de las Estadísticas Empresariales” en el marco del proyecto ADELANTE de la Unión Europea, que contaba con la cooperación triangular de ONE de República Dominicana, el INE de Uruguay y FAEDPYME de España.

El módulo buscaba identificar negocios dentro de los hogares preguntando al miembro del hogar seleccionado sobre la tenencia de un negocio o emprendimiento. Además, se preguntaba sobre actividad económica, tamaño, formalidad, bancarización y uso de tic del negocio. Estos temas fueron cruzados por el sexo del propietario. A continuación, las publicaciones realizadas para que sirvan de referencia como caso de estudio de éxito en el uso de este instrumento estadístico:

1. Análisis de la MIPYME en RD un enfoque de género del módulo ENHOGAR 2022. Enlace: <https://www.one.gob.do/publicaciones/2023/analisis-de-la-mipyme-en-rd-un-enfoque-de-genero-del-modulo-enhogar-2022/?altTemplate=publicacionOnline>
2. Caracterización de las MIPYMES. Encuesta Nacional de Hogares de Propósitos Múltiples (ENHOGAR 2022). Enlace: <https://www.one.gob.do/publicaciones/2023/caracterizacion-de-las-mipymes-encuesta-nacional-de-hogares-de-propositos-multiples-enhogar-2022/?altTemplate=publicacionOnline>

Cabe destacar, que, en el marco de esta segunda iniciativa de fortalecimiento de las estadísticas empresariales, ahora con enfoque de género, también se pone a disposición un documento sobre las características y dinámicas de las micro, pequeñas y medianas empresas en Guatemala, con un enfoque de género, por pueblo de pertenencia, identificando la formalidad y la informalidad, el territorio y el uso de comunicación y tecnología. Este informe fue generado a partir de la explotación de las bases de datos de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH – 2022), y de la Encuesta Nacional de Empleo e Ingreso (ENEI – 2022).

La elaboración de este informe es el resultado de compartir la experiencia dominicana con los países de la alianza, donde en una visita de estudio al INE de Guatemala en septiembre del 2023 se pudo identificar el potencial de las encuestas de hogares relevadas y que aún no habían sido explotadas con estos fines. Con el acompañamiento de FAEDPYME y ONE-RD, el equipo técnico del INE pudo realizar dicho informe, llamado “**Indicadores estadísticos empresariales con enfoque de género**”. Es otro caso de éxito y ejemplo del aprovechamiento de las encuestas de hogares como instrumento útil para ofrecer información sobre mipymes con enfoque de género.

4.4 Enfoque de género en la difusión de las estadísticas empresariales

La etapa de difusión consiste en poner a disposición de los usuarios la información estadística generada como resultado de las distintas operaciones estadísticas (explotación de registros administrativos, encuestas, censos) a través de los medios de difusión establecidos. Los usuarios pueden acceder a los macrodatos, metadatos y los microdatos producidos y publicados.

La difusión es una etapa muy importante, pues no solo basta con divulgar la información por los distintos canales de comunicación, sino que hay que asegurar que la población usuaria o demandante de estas informaciones tenga conocimiento de uso y valía de esta. Otro reto que se tiene es dar a conocer elementos innovadores en la producción estadística tradicional, como es el caso de inclusión de nuevos indicadores o nuevas metodologías.

La diversidad de presentación y divulgación de la información permite llegar a diversos usuarios por distintos medios de difusión, por ejemplo, a partir de infografías en redes sociales, boletines con información relevantes, informes, perfiles, tableros dinámicos, base de datos, cubos y otros formatos que dependen de la operación estadística, los volúmenes de información y la estructura de los datos. Por tanto en los indicadores de género, se requiere establecer estrategias de difusión según las fuentes y la disponibilidad de los datos.

Para la difusión de las estadísticas empresariales con el enfoque de género se recomienda, por tanto, los siguientes lineamientos:

1. Socializar con los grupos de personas e instituciones usuarias demandantes de información o con interés en políticas públicas inclusivas. Es importante volver a las instituciones identificadas en la etapa de identificación de necesidades para socializar los resultados.
2. Elaborar presentaciones de impacto donde se presenten resultados y hallazgos relevantes para las políticas públicas y que sean de utilidad para las instituciones usuarias.
3. Utilizar diferentes formatos y vías de comunicación. En este sentido utilizar las redes sociales con publicaciones creativas y cortas como es el caso de las infografías.
4. Incluir en los informes de resultados secciones y análisis detallado de los indicadores por sexo. Así mismo incluir análisis de brechas encontradas.
5. Considerar para algunos productos, como por ejemplo las encuestas la elaboración de boletines o informes independientes donde se presenten los resultados desde un enfoque de género.

6. Poner a disposición las bases de datos anonimizadas con las variables por sexo.
7. El lenguaje utilizado en las publicaciones tiene que ser claro, evitando la jerga en la descripción de tendencias y comparaciones entre grupos de mujeres y hombres, sino mediante explicaciones de los términos técnicos usados, una descripción de los indicadores presentados y de las definiciones relacionadas.
8. En caso de introducir procesos innovadores y productos de mucho impacto realizar eventos o seminarios de socialización de resultados, donde también se destaquen los indicadores de género.
9. Se recomienda generar información específica con indicadores de género que sean enviadas a través de correos a usuarios altamente demandante de la información, por ejemplo, sectores empresariales como gremios de mujeres, ministerios o dependencias estatales que trabajen con la mujer, la juventud, mipymes, exportaciones, y temas asociados.
10. Explotar herramientas dinámicas, como los tableros interactivos que pueden ser muy útiles y de fácil manejo para estadísticas de directorios de empresas y de demografía empresarial, sobre todo información con mayor periodicidad.
11. No usar estereotipos en las gráficas utilizadas en las publicaciones, así como a la hora de realizar los gráficos e infografías.
12. Crear notas de prensas o artículos para ser enviados a medios de comunicaciones interesados en temas empresariales, donde se resalten hallazgos en cuanto a brecha entre hombres y mujeres. También se pueden compartir los resultados con los medios de comunicación identificados.

4.5 Propuestas de indicadores empresariales con enfoque de género

Fuente	No	Indicadores y estadísticas de género	Interseccionalidad
Directorio de empresas	1	Porcentaje de empleados por sexo	1.Tamaño de empresas 2. Actividad Económica 3. Domicilio o ubicación geográfica (región, provincia o departamento, municipios, etc.)
	2	Promedio de empleados por sexo	
	3	Brecha de género en la participación en el empleo	
	4	Porcentaje de empresas mujer	
	5	Porcentaje de empresas hombres	
	6	Índice de feminidad	
	7	Índice de masculinidad	
	8	Salario o remuneraciones promedio por sexo (anual y mensual)	
	9	Brecha de género en la participación en el salario o las remuneraciones	
	10	Masa salarial por sexo	
Demografía empresarial	11	Tasa de natalidad de empleos por sexo	1.Tamaño de empresas 2. Actividad Económica 3. Domicilio o ubicación geográfica (región, provincia o departamento, municipios, etc.)
	12	Tasa de supervivencia del empleo por sexo	
	13	Tasa de cese del empleo por sexo	
	14	Tasa de mortalidad del empleo por sexo	
	15	Tasa de crecimiento neto por sexo neto	
	16	Empleados muertos por sexo	
	17	Empleados nacidos por sexo	
	18	Tasa de natalidad de empresas, según clasificada en mujer/ hombre	
	19	Tasa de supervivencia de empresas, según clasificada en mujer/hombre	
	20	Tasa de mortalidad de empresas, según clasificada en mujer/ hombre	

Fuente	No	Indicadores y estadísticas de género	Interseccionalidad
Perfil empresas exportadoras e importadoras	21	Porcentaje de empleados por sexo	1.Tamaño de empresas 2. Actividad Económica 3. Domicilio o ubicación geográfica (región, provincia o departamento, municipios, etc.) 4. País de destino u origen 5. Régimen aduanero 6. Principales productos
	22	Promedio de empleados por sexo	
	23	Índice de feminidad y masculinidad de las empresas exportadoras/importadoras	
	24	Brecha de género en la participación en el empleo de las empresas exportadoras/importadoras	
	25	Salario o remuneraciones promedio por sexo (anual y mensual) de las empresas exportadoras/importadoras	
	26	Brecha de género de la participación en el salario o en las remuneraciones de las empresas exportadoras/importadoras	
	27	Porcentaje de empresas mujer exportadoras/importadoras	
	28	Porcentaje de empresas hombres exportadoras/importadoras	
	29	Valor exportado o importado, según empresas clasificadas en mujer/hombre	
	30	Tasa de natalidad de las empresas exportadoras/importadoras, según clasificada en empresas mujer/hombre	
	31	Tasa de natalidad de las empresas exportadoras/importadoras, según clasificada en empresas mujer/hombre	
	32	Tasa de supervivencia de las empresas exportadoras/importadoras, según clasificada en empresas mujer/hombre	
	33	Tasa de mortalidad de las empresas exportadoras/importadoras, según clasificada en empresas mujer/hombre	
	34	Tasa de natalidad de empleos por sexo de las empresas exportadoras/importadoras	
	35	Tasa de supervivencia del empleo por sexo de las empresas exportadoras/importadoras	
	36	Tasa de cese del empleo por sexo de las empresas exportadoras/importadoras	
	37	Tasa de mortalidad del empleo por sexo de las empresas exportadoras/importadoras	

Fuente	No	Indicadores y estadísticas de género	Interseccionalidad
Encuestas empresariales o de actividad económica	38	Porcentaje de empleados por sexo	1.Tamaño de empresas 2. Actividad Económica 3. Domicilio o ubicación geográfica 4. Innovación 5.Financiamiento 6. Uso de TIC 7. Gestión medioambiental 8. Indicadores macroeconómicos 9. Otros temas cruzados
	39	Total y promedio de los empleados por sexo	
	40	Porcentaje de empresas, según el sexo de la máxima autoridad	
	41	Salario promedio (anual y mensual) por sexo	
	42	Brecha de género de la participación en el salario o en las remuneraciones	
Emprendimientos o mipymes en las Encuestas de Hogares	43	Porcentaje de emprendimientos o mipymes, según el sexo del propietario	1.Tamaño de empresas 2. Actividad Económica 3. Domicilio o ubicación geográfica 4. Formalidad 5. Financiamiento y uso de TIC 6. Condiciones de la vivienda y tenencia de bienes 7. Otros temas cruzados
	44	Cantidad y porcentaje de empleados por sexo (de identificarse)	

Bibliografía

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) de Colombia. (2014). *Lineamientos para documentar la metodología de operaciones estadísticas basadas en registros administrativos*. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/sen/lineamientos/DSO_020_LIN_04.pdf

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2021). *Una olimpiada desigual: la equidad de género en las empresas latinoamericanas y del caribe*. Obtenido de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/viewer/Una-olimpiada-desigual-la-equidad-de-genero-en-las-empresas-latinoamericanas-y-del-Caribe.pdf>

Banco Mundial. (s.f.). *Metodología de las encuestas*. Obtenido de [https://espanol.enterprisesurveys.org/es/methodology#:~:text=Una%20Encuesta%20Empresarial%20\(o%20Enterprise,sector%20privado%20de%20una%20econom%C3%ADa.](https://espanol.enterprisesurveys.org/es/methodology#:~:text=Una%20Encuesta%20Empresarial%20(o%20Enterprise,sector%20privado%20de%20una%20econom%C3%ADa.)

Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa (UNECE). (2016). *GSBPM, modelo genérico del proceso estadístico*. Obtenido de https://unece.org/fileadmin/DAM/stats/documents/ece/ces/ge.58/2016/mtg4/Paper_8_GSB-PM_5.0_v1.1.pdf

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2016). *Estadísticas e Indicadores de Género*. Obtenido de https://www.cepal.org/sites/default/files/news/files/folleto_de_estadisticas_de_genero.pdf

Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas. (2009). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU)*. Obtenido de https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_4rev4s.pdf

Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas. (2015). *Integración de una perspectiva de género en las estadísticas*. Obtenido de <file:///C:/Users/Soportre/Downloads/Integrating-a-Gender-Perspective-into-Statistics-S.pdf>

División de Estadística y Proyecciones Económicas de la Comisión Económica. (2003). *Registros administrativos, calidad de los datos y credibilidad pública: presentación y debate de los temas sustantivos de la segunda reunión de la Conferencia Estadística de las Américas de la CEPAL*. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/c9aae9c5-945f-4cd0-a9bb-8f345c584bea/content>

Documento en línea de Cambridge University Press & Assessment. (2010). *LA EMPRESA: DEFINICIÓN Y CLASIFICACIÓN*. Obtenido de https://www.cambridge.org/cambridgespanish/files/2314/0906/1946/Sample_Chapter_--_Temas_de_Empresa.pdf

org/cambridgespanish/files/2314/0906/1946/Sample_Chapter_--_Temas_de_Empresa.pdf

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) de Costa Rica. (2018). *Guía para incorporar la perspectiva de género en el Sistema de Estadística Nacional*. Obtenido de https://eurosocial.eu/wp-content/uploads/2021/05/mesocialgenero2018-02_0Costa-Rica.pdf

Instituto Nacional de Estadística de Chile. (2015). *Estadísticas de género: introducción conceptual*. Obtenido de https://www.ine.gob.cl/docs/default-source/genero/gu%C3%ADas-y-documentos/documentos/estad%C3%ADsticas-de-g%C3%A9nero-introducci%C3%B3n-conceptual-mayo-2015.pdf?sfvrsn=e172299f_8

Instituto Nacional de Estadística de Chile. (2015). *Guía metodológica para incorporar el enfoque de género en las estadísticas*. Obtenido de <file:///C:/Users/Soportre/Downloads/guia-metodologica-para-incorporar-el-enfoque-de-genero-en-las-estadisticas.pdf>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Costa Rica. (2018). *Fortalecimiento y Aprovechamiento de los Registros Administrativos con Fines Estadísticos*. Obtenido de https://www.cepal.org/sites/default/files/courses/files/2_3-registros-administrativos_inec.pdf

Ministerio del Poder Popular para el Ecosocialismo y PNUD. (Enero de 2021). *Metodología para la generación de información estadística e indicadores de género en la política ambiental*. Obtenido de <https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/ve/8aed48b535abbd28cf4cbf6b75f5bb6526b3c-8164bac022757182839993f8090.pdf>

Nadia Rocha and Deborah Winkler (Banco Mundial). (2019). *Trade and Female Labor Participation*. Obtenido de <https://documents1.worldbank.org/curated/en/193111577420193090/pdf/Trade-and-Female-Labor-Participation-Styled-Facts-Using-a-Global-Dataset.pdf>

Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe (CEPAL). (2023). *América Latina y el Caribe: Transversalización de la perspectiva de género en la producción estadística*. Obtenido de https://oig.cepal.org/sites/default/files/nota_32_03-2023_edit5.pdf

ParlAmericas. (s.f.). *Interseccionalidad*. Obtenido de https://parlAmericas.org/uploads/documents/Intersectionality_es.pdf



Promoción de las estadísticas empresariales con indicadores de género

UNA INICIATIVA DE COOPERACIÓN TRIANGULAR
COFINANCIADA POR LA **Ventana Adelante 2023**

www.adelante2.eu

BENEFICIARIO



PRIMER OFERENTE



SEGUNDO OFERENTE

