

La actividad innovadora en las empresas formales de República Dominicana y de Uruguay: un enfoque de género

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



Créditos

Coordinación:

Domingo García Pérez de Lema, director de FAEDPYME

Elaboración del informe:

Alexa Chanel Martínez Guerrero, ONE RD

Antonio Duréndez Gómez Guillamón, FAEDPYME

Juan Jesús Bernal García, FAEDPYME

Laura Salas Arbeláez, FAEDPYME

Mauricio Hermindo Castillo Vergara - FAEDPYME

Mónica García Solarte - FAEDPYME

Rodrigo Esteban Ortiz Henríquez - FAEDPYME

Apoyo equipo de la alianza:

Miosotis Mercelia Rivas Peña, directora general ONE Rep. Dom

Augusto V. De los Santos Almánzar, sub-director general ONE Rep. Dom

Perla M. Rosario Fabián, directora de Estadísticas Económicas ONE Rep. Dom

Cesar Adrián Medero Decima, encargado de la subdirección de la división de estadísticas económicas, INE - Uruguay

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 los indicadores empresariales para la toma de decisiones 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 FAEDPYME y en ningún caso reflejan las opiniones de la Unión Europea.

Promoción de las estadísticas empresariales con indicadores de género

UNA INICIATIVA DE COOPERACIÓN TRIANGULAR COFINANCIADA POR LA **Ventana Adelante2023**

www.adelante2.eu

BENEFICIARIO



PRIMER OFERENTE



SEGUNDO OFERENTE



Ficha técnica

Nombre de Publicación	La actividad innovadora en las empresas formales de República Dominicana y de Uruguay: Un Enfoque de Género
Objetivo general del producto	Analizar la actividad innovadora en República Dominicana y Uruguay considerando un enfoque de género.
Descripción general del producto	Informe
Año de inicio del producto estadístico	2024
Publicación de la metodología	Sí
Tipo de levantamiento	Aprovechamiento de las encuestas de actividad económica en materia de innovación
Periodicidad del levantamiento de la información	Sin periodicidad, publicación puntual.
Cobertura geográfica	Nacional para ambos países.
Fuentes de información	Relevamiento a empresas formales empleadoras.
Año de referencia de los registros	2019-2021 para Uruguay y 2020-2022 para República Dominicana.
Fecha de la publicación	Marzo 2024
Medios de difusión de las publicaciones	Publicación digital y en línea

Índice

1. Introducción	7
2. Resumen ejecutivo	8
3. Género e innovación	11
4. Metodología del informe	12
4.1 Bases de datos	12
4.2 Variables	12
4.3 Análisis estadístico de los datos	15
5. Género, innovación y medioambiente en Uruguay	16
5.1 Rasgos caracterizadores de la innovación: enfoque de género	16
5.2 Rasgos caracterizadores de la sostenibilidad: enfoque de género	26
6. Género e innovación en República Dominicana	28
6.1 Rasgos caracterizadores de la innovación en las empresas de República Dominicana con un enfoque de género	28
7. Referencias bibliográficas	40

Índice de tablas

Tabla 1 URUGUAY: Porcentaje de empresas que realizan actividad innovadora por género, según tipo de innovación, 2019-2021	17
Tabla 2 URUGUAY: Porcentaje de empresas que realizan actividad innovadora por género, según fuentes de financiación de la innovación, 2019-2021	18
Tabla 3 URUGUAY: Grado de importancia de los impactos de las innovaciones realizadas por género, según impacto económico, 2019-2021 . . .	19
Tabla 4 URUGUAY: Grado de importancia de los impactos de las innovaciones realizadas por género y tamaño, según impacto económico, 2019-2021	20
Tabla 5 URUGUAY: Grado de importancia de las fuentes de información utilizadas para las actividades de innovación por género y tamaño, según impacto económico, 2019-2021	22
Tabla 6 URUGUAY: Grado de los obstáculos para innovar por género, según obstáculo, 2019-2021	23
Tabla 7 URUGUAY: Grado de los obstáculos para innovar por género y tamaño, según obstáculo, 2019-2021	25
Tabla 8 URUGUAY: Porcentaje de empresas por género, según desarrollo y tipos de estrategias medioambientales derivadas de sus actividades, 2019-2021	26
Tabla 9 URUGUAY: Grado de importancia de los factores de la innovación con beneficios ambientales por género ¹ , según factores, 2019-2021	28
Tabla 10 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas innovadoras por género, según fuente de financiamiento, 2019-2021	29
Tabla 11 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas innovadoras por género y tamaño, según fuente de financiamiento, 2019-2021 . . .	30
Tabla 12 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas innovadoras por género, según principales objetivos de la innovación, 2019-2021	31
Tabla 13 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas innovadoras por género y tamaño, según principales objetivos de la innovación, 2019-2021	32
Tabla 14 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas innovadoras por género, según principales consecuencias de la innovación, 2019-2021	34
Tabla 15 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas innovadoras por género y tamaño, según principales consecuencias de la innovación, 2019-2021	35
Tabla 16 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas innovadoras por género, según agentes o instituciones que se vinculó como apoyo para la innovación, 2019-2021	36
Tabla 17 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas innovadoras por género y tamaño, según agentes o instituciones que se vinculó como apoyo para la innovación, 2019-2021	37
Tabla 18 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas innovadoras por género, según factores que han obstaculizado o desincentivado el desarrollo de actividades de innovación, 2019-2021	38
Tabla 19 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas innovadoras por género y tamaño, según factores que han obstaculizado o desincentivado el desarrollo de actividades de innovación, 2019-2021	39

1. Introducción

Las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) tienen un papel muy relevante en la economía en Latinoamérica, en particular en su tejido productivo (el 99% de las empresas formales latinoamericanas son MiPymes) y en el empleo (el 61% del empleo formal es generado por empresas de ese tamaño). Por ello representan un actor central que permite un crecimiento económico más rápido y continuo, y al mismo tiempo contribuye a que sea incluyente y sostenible (Dini y Stumpo, 2020).

Las mipymes gestionadas por mujeres son importantes socialmente en los países en vías de desarrollo, dado que destinan gran parte de sus ingresos a favorecer el bienestar de sus familias y sus comunidades (Camarena-Adame & Saavedra-García, 2016). La incidencia del empleo femenino en las mipymes es muy alta, sobre todo en las microempresas. Y esto promueve la autonomía económica de las mujeres y facilita la igualdad de género (Dini & Stumpo, 2020).

Las mipymes dirigidas por mujeres se concentran principalmente en el sector de servicios, en las empresas de menor tamaño y en las que tienen una posición tecnológica menos desarrollada (García Solarte et al., 2012). Y en ocasiones el techo de cristal dificulta que las mujeres lleguen a puestos de alta gerencia y de toma de decisiones, lo que limita el desarrollo de la mujer en las mipymes.

Por lo general la mayoría de los trabajos se presentan en las empresas grandes. Sin embargo, en las Pymes son pocos los estudios que identifican los efectos del género y es importante tener en cuenta que estas constituyen un porcentaje mayor al 80% del tejido empresarial y más aún en los países latinoamericanos, de ahí la importancia de estudiar las pymes teniendo en cuenta su rol clave en el crecimiento y desarrollo de los países (Martínez et al., 2017).

Latinoamérica se caracteriza por la existencia de un marcado carácter de segregación hacia la mujer en el mundo laboral. Así, como plantea Gelambi-Torrel (2015) la presencia de la mujer en cargos directivos en América Latina es aún pequeña, sin llegar en ningún país a lo que se ha denominado la paridad que equivale al 30% de participación femenina como mínimo en la alta dirección.

Este informe analiza la influencia del género del propietario de la mipyme en el desarrollo de la actividad innovadora y en el rendimiento de la organización. Para llevar a cabo el estudio se utilizaron bases de datos empresariales relacionadas con la actividad innovadora. En Uruguay se utilizó la Encuesta de Actividades Innovación 2019-21 de la Agencia Nacional de Investigación en Innovación (ANII) y del Instituto Nacional de Estadística (INE), y de la Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE 2022) de la Oficina Nacional de Estadística (ONE) de República Dominicana.

El informe se enmarca en el proyecto *“Promoción de las estadísticas empresariales con indicadores de género”*, del programa Adelante2, financiado por la Unión Europea a través de la iniciativa 526 que busca promover las estadísticas empresariales con enfoque de género. Y este informe tiene como principal objetivo mostrar la importancia de disponer de indicadores de género adecuados para poder llevar a cabo toma de decisiones de política pública acertadas y que puedan favorecer la igualdad de género. Asimismo, el estudio se centra en el estudio de la actividad innovadora de la mipyme. El trabajo se centra en un tema relevante como la innovación que es una de las variables que más influye en el desempeño de las organizaciones. Ya que, puede convertirse en un elemento vital para mejorar la competitividad en el mercado y capacitar a las organizaciones para responder con mayor rapidez a las demandas de los clientes y los cambios en el entorno organizativo (Dovbischuk, 2022; Issau et al., 2021).

Los objetivos específicos del informe son:

- Verificar si existen diferencias según el género del propietario de la mipyme en la actividad innovadora de la mipyme, sus fuentes de financiación y de información.
- Analizar los obstáculos a la innovación según el género del propietario de la mipyme.
- Comprobar si existen diferencias según el género del propietario en las relaciones de innovación y medioambiente.
- Explicar los determinantes de la diversidad de género en las mipymes.
- Determinar, considerando el género del propietario, si existen diferencias en el rendimiento de las mipymes.

Este documento tiene importantes implicaciones para los responsables políticos y las empresas al poner de manifiesto las diferencias que surgen cuando éstas son gestionadas por mujeres u hombres. De esta forma los gobiernos y otras instituciones y agentes implicados tendrán una información valiosa para dirigir convenientemente programas de actuación de políticas públicas dirigidas a las actividades de innovación que favorezcan la diversidad y la igualdad de género, lo que puede implicar un impulso en la generación de empleo y el crecimiento de las mipymes. Los resultados obtenidos también pueden alentar a los directores ejecutivos de las empresas a mejorar sus políticas de género en el interior de la organización.

2. Resumen ejecutivo

En este apartado se presentan, a modo de resumen general, las principales conclusiones de este informe realizado a partir de la Encuesta de Actividades Innovación 2019-21 de la Agencia Nacional de Investigación en Innovación y del Instituto Nacional de Estadística de Uruguay, y de la Encuesta Nacional de Actividad Económica 2022 de la Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana. El informe se enmarca en el proyecto *“Promoción de las estadísticas empresariales con indicadores de género”*, del programa Adelante2, financiado por la Unión Europea a través de la iniciativa 526 que busca promover las estadísticas empresariales con enfoque de género.

URUGUAY

Actividad innovadora

Las empresas gestionadas por mujeres realizan una menor actividad innovadora.

Los resultados muestran una baja implantación en las innovaciones relacionadas con la ingeniería, el diseño y otros trabajos creativos y en las actividades de marketing y valor de la marca. Sólo el 4,2% realizan innovaciones relacionadas con la ingeniería, el diseño y el 7,5% en cuanto a innovaciones relacionadas con el marketing y el valor de la marca. Además, todavía es inferior en el caso de las empresas gestionadas por mujeres, donde solo el 2,1% lleva a cabo innovaciones de ingeniería y diseño (6,3% en el resto de las empresas) y solo el 5% realiza innovaciones de marketing y valor de frente al 10,1% de las empresas gestionadas por hombres (10,1%).

Fuentes de financiación que utilizan las empresas para financiar las actividades de innovación

Las empresas gestionadas por mujeres utilizan en menor proporción los recursos propios para financiar sus actividades de innovación.

El 82% de las empresas financian sus actividades de innovación con recursos propios en una proporción inferior al 50% de su importe. Por el contrario, sólo el 17,95 de las empresas señala que los recursos propios financian más del 50% del total de sus iniciativas para innovar. Sin embargo, el enfoque de género muestra que las empresas gestionadas por mujeres (13,5%) usan en menor medida recursos propios para financiar más de la mitad de sus actividades de innovación frente a las dirigidas por hombres (22,4%).

Impacto económico de la innovación

Las innovaciones realizadas por las empresas gestionadas por mujeres tienen un menor impacto.

Las empresas gestionadas por mujeres tienen un impacto menor en lo relativo a la ampliación de la gama de productos ofrecidos (con una valoración de 2,8 en una escala de 1 a 4 donde 1 supone impacto alto y 4 impacto irrelevante) que las gestionadas por hombres (2,4). Estas mismas diferencias se repiten en el impacto de las innovaciones en aumentar la participación de la empresa en el mercado, siendo menor el impacto cuando la empresa es gestionada por mujeres (2,8 mujeres vs 2,4 hombres).

El impacto de las innovaciones en la apertura a nuevos mercados también es menor en las empresas gestionadas por mujeres (3,8) frente a las dirigidas por hombres (3,3). En ambos casos son valores bajos, lo que denota un escaso impacto de las innovaciones en la apertura a nuevos mercados. En este mismo sentido ocurre con el impacto de la innovación en la mejora de la flexibilidad de la producción (3,2 en las empresas gestionadas por mujeres y 2,8 en el caso de los hombres, y con el impacto de la innovación para alcanzar regulaciones y estándares internacionales es, inferior en el caso de las empresas gestionadas por mujeres (3,6) frente a las gestionadas por hombres (3,1).

Fuentes de información para las actividades de innovación

Las micro y pequeñas empresas gestionadas por mujeres dan una menor importancia a las fuentes internas de información y de sus competidores para innovar.

Las micro y pequeñas empresas gestionadas por mujeres (2,5 en una escala de 1 a 4 donde 1 supone impacto alto y 4 impacto irrelevante) conceden una menor importancia a las fuentes internas para la innovación que en el caso de las gestionadas por hombres (1,8). Las micro y pequeñas empresas gestionadas por mujeres (3,1) conceden una menor importancia a la información para la innovación que procede de competidores que en el caso de las gestionadas por hombres (2,5).

Contrariamente las empresas medianas y grandes gestionadas por mujeres dan más importancia (2,0) a las fuentes de información para la innovación que proceden de revistas científicas, publicaciones técnicas y comerciales y bases de datos que las gestionadas por hombres gerentes (2,7).

Obstáculos para la innovación

Las empresas gestionadas por mujeres aprecian mayores obstáculos a la innovación.

Las empresas gestionadas por mujeres aprecian más obstáculos en cuanto a (escala de 1 a 4 donde 1 supone impacto alto y 4 impacto irrelevante):

- La falta de financiación propia, que tiene una mayor valoración cuando la empresa es gestionada por una mujer (2,2 gestión mujer vs 2,4 gestión hombre).
- La falta de información sobre la tecnología (2,5 gestión mujer vs 2,7 gestión hombre).
- La falta de información sobre los mercados (2,6 gestión mujer vs 2,7 gestión hombre).
- El reducido tamaño del mercado (2,0 gestión mujer vs 2,2 gestión hombre).
- Las escasas oportunidades tecnológicas del sector al que pertenece la empresa (2,3 gestión mujer vs 2,5 gestión hombre).
- La dificultad regulatoria como barrera a la innovación (2,7 gestión mujer vs 2,9 gestión hombre).
- La inestabilidad macroeconómica (2,5 gestión mujer vs 2,7 gestión hombre).

Estrategias vinculadas al impacto ambiental

Las empresas gestionadas por mujeres son más sensibles a estrategias medioambientales de prevención.

Las empresas gestionadas por mujeres (74,1%) utilizan en mayor medida una estrategia medioambiental de "Prevención" (que tienen como fin evitar la aparición de efectos ambientales negativos, normalmente son implementados en la fase de diseño del proceso o producto), frente al 47,2% de las que son gestionadas por hombres.

Sin embargo, las empresas gestionadas por hombres siguen en mayor medida (32,5%) una estrategia medioambiental de "Compensación" (son acciones que tienden a compensar el efecto negativo generado. Se aplican cuando el impacto resulta inevitable o de muy difícil prevención/mitigación), frente al 14,8% de las que son gestionadas por mujeres.

El 40,5% de las empresas gestionadas por hombre cuentan con personal asignado a la temática ambiental frente al 22,2% de las gestionadas por mujeres.

Factores que ayudan a las empresas a realizar innovaciones con contenido medioambiental

Las iniciativas voluntarias de buenas prácticas ambientales son más relevantes para las empresas gestionadas por mujeres

Las motivaciones relacionadas con iniciativas voluntarias de buenas prácticas ambientales son más relevantes para las empresas gestionadas por mujeres (1,8) que para los gerentes hombres (2,3). Sin embargo, el comportamiento se invierte cuando los factores provienen de la necesidad de cumplir con requisitos para los contratos públicos siendo más relevante para los gerentes hombres (3,1) que para las mujeres (3,5).

REPÚBLICA DOMINICANA

Fuentes de financiación que utilizan las empresas para financiar las actividades de innovación

Las empresas gestionadas por mujeres utilizan en mayor proporción los recursos propios para financiar sus actividades de innovación.

Las empresas gestionadas por hombres recurren más frecuentemente a los recursos externos para financiar la innovación.

El 75,4% de las empresas financian con recursos provenientes de la propia empresa sus actividades de innovación. Si analizamos el género se aprecia que en el caso de las empresas gestionadas por mujeres se utiliza más los recursos propios (85,1%) que en las empresas gestionadas por hombres (73,1%). Esto implica que las empresas gestionadas por hombres tienden a utilizar más recursos externos, como los provenientes de las instituciones financieras (30,0% hombre versus 18,8% mujeres), recursos de otras empresas (4,8% hombres versus 1,1% mujeres), o incluso acceder a sociedades de inversiones o inversionistas particulares (2,2% hombres versus 0,8% mujeres).

En cuanto a los programas del Estado al fomento de la innovación, se observa una participación muy reducida pero más favorable a las empresas gestionadas por hombres solo el 1,1% accedió a esta fuente frente al 0,3% de las mujeres.

Objetivos de las empresas para innovar

Para el 59,7% de las empresas el principal objetivo para innovar era mantener las operaciones de la empresa. Si analizamos el sexo del gerente se observa que este objetivo es más relevante para las empresas gestionadas por mujeres (68,4%), frente al 57,6% de las empresas gestionadas por hombres.

Impacto o consecuencias de la innovación realizada por la empresa

Las empresas gestionadas por mujeres consiguen a través de su innovación un mayor impacto en mejorar la imagen de su empresa y al conseguir una mayor variedad de sus bienes y servicios.

Las innovaciones realizadas por empresas gestionadas por mujeres tienen un mayor impacto sobre el medio ambiente.

El 62,9% de las empresas gestionadas por mujeres consideran que la innovación o innovaciones realizadas ocasionaron una mejor percepción de la imagen de la empresa. En el caso de las gestionadas por hombres este porcentaje se reduce al 51,7%.

Para el 34% de las empresas gestionadas por mujeres las innovaciones incrementan la variedad de sus bienes y servicios, con un impacto menor cuando la empresa es gestionada por hombres (25%).

Sin embargo, la percepción de que el impacto que provocan las innovaciones en la reducción de los costos de mano de obra es de menor frecuencia en las empresas dirigidas por mujeres (17,1%) que en las dirigidas por hombres (23,4%). Un comportamiento similar ocurre con la disminución de los gastos operacionales, donde el 27,6% de las empresas gestionadas por hombres frente al 19,4% de las gestionadas por mujeres tuvieron este efecto al realizar su innovación.

Otro efecto que destacar fue el impacto que tuvo la innovación sobre el medio ambiente, la salud y/o seguridad. En las empresas gestionadas por hombres solo el 28,2% tuvo este impacto, frente al 41,8% de las empresas gestionadas por mujeres.

Vinculación y cooperación para realizar actividades de innovación

Las empresas gestionadas por mujeres tienen una menor vinculación con universidades y organismos internacionales.

Las empresas gestionadas por hombres (7,1%) se vinculan más con universidades o institutos de educación superior que las empresas gestionadas por mujeres (1,3%). También sucede con los organismos internacionales de cooperación. Donde tan sólo el 1,3% de las empresas gestionadas por mujeres tuvieron una vinculación con este tipo de agente en comparación con las gestionadas por hombres (6,9%). Del mismo modo, las empresas gestionadas por hombres han tenido una mayor vinculación con el resto de los agentes, como clientes (8,0%), competidores u otras empresas (42,5%) y gremios empresariales (8,5%). Mientras que, en las empresas gestionadas por mujeres la vinculación con estos agentes fue muy baja.

Obstáculos para la innovación

Las empresas gestionadas por mujeres perciben mayores obstáculos para innovar en los costes de la innovación, la financiación de fuentes externas y las barreras de entrada al mercado.

La falta de personal cualificado es un obstáculo más frecuente en las empresas gestionadas por hombres con un 16,0% de las empresas, frente al 13,6% de las empresas gestionadas por mujer.

Sin embargo, en las empresas gestionadas por mujer, mostraron estar más afectadas con obstáculos como los costes demasiados elevados de la innovación (28,0% mujeres vs 25,5% hombres), falta de fondos y financiación de fuentes externas a la empresa (19,5% mujeres vs 13,9% hombres), e incluso por las barreras de entrada al mercado (8,7% mujeres vs 5,9% hombres).

3. Género e innovación

El ingreso de la mujer en el mundo laboral ha generado cambios significativos en la estructura de la fuerza laboral, teniendo un efecto muy positivo en las empresas. Y la mujer inicia a ocupar puestos que antes solo eran ejecutados por hombres (Godoy y Mladinic, 2009). De ahí la necesidad de estudiar en profundidad el papel del género en las organizaciones (Lyngsie y Foss, 2017, Furtado, et. al, 2021).

Cuando se realizan estudios de investigación para medir el efecto del género en los diferentes procesos administrativos empresariales, se entiende por género el conjunto de ideas y representaciones sociales que se basan en las diferencias del sexo biológico y que construyen lo que es propio de una mujer y de un hombre. Miranda-Novoa (2012) plantea que la perspectiva de género es el enfoque que tiene como propósito la distinción entre las diferencias sexuales de los individuos. El “género” o rol sexual, es lo que significa ser hombre o mujer, o también, masculino o femenino, y cómo define este hecho las oportunidades, los papeles, las responsabilidades y las relaciones entre las personas, dentro de una comunidad u organización.

Sin embargo, el ingreso de la mujer se ve marcado por la desigualdad en las oportunidades, por las brechas administrativas y técnicas con relación a los hombres (Furtado, et. al, 2021; García-Solarte, et. al, 2021), lo que conlleva a que la mujer tiene menor acceso a los cargos directivos. Esta desigualdad se refleja en su ocupación y niveles de responsabilidad (Hernández et al., 2014). La concentración de las mujeres en ciertos cargos y sectores sigue acentuada. Las mujeres ocupan generalmente aquellos empleos que son considerados como “no estratégicos” (Haslam y Ryan, 2008).

Estos hechos reflejan la existencia de segregación laboral horizontal y vertical. La segregación horizontal se caracteriza por la separación de los mercados de trabajo masculino y femenino de manera que hombres y mujeres se encuentran en distintas ocupaciones y tipos de actividad, mientras que la segregación vertical hace referencia al plano jerárquico, concentrándose el empleo femenino en las escalas inferiores. Así, la posibilidad de acceder a unos puestos elevados en la jerarquía sigue siendo muy modesta para la mayoría de las mujeres.

Una de las causas de esta segregación laboral es la existencia del denominado “techo de cristal” un término utilizado para designar una barrera invisible que impide a las mujeres cualificadas alcanzar puestos de mayor nivel dentro de las organizaciones y mayores niveles de responsabilidad (Miranda-Novoa, 2012).

Para ampliar la conceptualización y el conocimiento del género y analizar las situaciones con mayor equilibrio hoy se plantea el estudio de diversidad de

género y cómo impacta a las empresas (Low et al., 2015). En la mayoría de los países se han desarrollado políticas que impulsan la composición igualitaria de los consejos directivos y la oportunidad de las mujeres en puestos de dirección (Upadhyay y Zeng, 2014). Sin embargo, sigue siendo escasa la participación de la mujer en la cúspide de la pirámide empresarial, tanto en la dirección, como en el consejo de administración (Vinkenburg et al., 2011).

La diversidad de género es una estrategia útil para favorecer el principio de igualdad entre mujeres y hombres en el mercado laboral, es un criterio válido para optimizar el capital humano disponible en profesiones directivas (Barberá, 2004), y es una forma de ampliar los estudios de “perspectiva de género” que anteriormente solo se representaba con el género del gerente o empresario (Gallego-Álvarez et al., 2010). La diversidad de género representa un desafío en la integración de la mujer en los puestos directivos (Haynes y Ghosh, 2012) y en la composición de los grupos de trabajo (Roberson, 2006). Se han utilizado variables diferentes para definir la diversidad de género, algunos lo plantean como el porcentaje de mujeres en el consejo directivo (Low et al., 2015), otros con el número de empleados dentro de las organizaciones.

Los estudios de género y de diversidad de género buscan identificar cuáles son las características de las empresas gestionadas por mujeres y las gestionadas por hombres y cómo dichas características impactan sobre el desempeño organizacional (Low et al., 2015), o el rendimiento o la innovación o la competitividad, entre otras (Dovbischuk, 2022; Issau et al., 2021).

Al estudiar el género y la innovación los estudios empíricos muestran que la influencia de la innovación en el desempeño es mayor en las empresas gerenciadas por hombres, es decir, que las empresas que están dirigidas por un gerente hombre cuentan con una relación innovación-desempeño mejor que aquellas dirigidas por mujeres (Dovbischuk, 2022).

Otros plantean que el género masculino tiene mayores niveles de innovación a comparación del femenino (Reutzler et al., 2018) esto debido a que las empresas lideradas por mujeres invierten menos en innovación que las empresas dirigidas por hombres. Y, Cuevas-Vargas et al. (2022) plantean que las empresas dirigidas por un gerente hombre tienden a tener un mejor desempeño empresarial que las mujeres cuando se trata de implementar medidas innovadoras.

4. Metodología del informe

4.1 Bases de datos

Para llevar a cabo el estudio se utilizaron las bases de datos relacionadas con la actividad innovadora empresarial del INE Uruguay y de la ONE de República Dominicana.

La base de datos de Uruguay, constituida por 2.409 empresas proviene de la Encuesta de Actividades Innovación (EAI) 2019-21. La coordinación de la EAI, el procesamiento estadístico y el análisis de los datos estuvieron a cargo de la Unidad de Evaluación y Monitoreo de la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII). El trabajo de campo fue realizado por el Instituto Nacional de Estadística (INE)¹.

La base de datos de República Dominicana, constituida por 1.622 empresas, proviene de la Encuesta Nacional de Actividad Económica ENAE 2022². Esta encuesta tiene como objetivo general caracterizar la innovación en el contexto empresarial de la República Dominicana en los tres últimos años según las áreas, los objetivos, efectos y obstáculos de estas, así como identificar la realización de actividades de investigación y desarrollo por parte de las empresas, a fin de contribuir al diseño, implementación y evaluación de políticas públicas orientadas a su desarrollo.

La población objetivo de la ENAE 2022 en República Dominicana, está constituida por todas las empresas formales empleadoras constituidas legalmente en República Dominicana. Conforme a las definiciones adoptadas, para los fines de la ENAE 2022 se definieron como empresas formales las unidades económicas de 10 o más empleados, que lleven a cabo actividades económicas en algunas de las actividades que se resumen en el siguiente cuadro.

4.2 Variables

En este apartado se detallarán las variables utilizadas en el informe, considerando la procedencia de la base de datos. Según sea de Uruguay o de República Dominicana.

La variable de referencia como es el género existe generalmente dos vías. Por una parte, determinados autores utilizan un enfoque de gestión utilizando el género del gerente como variable de análisis (Díaz y Jiménez, 2010; García et al., 2018). Mientras que otros se centran en el género del propietario del negocio (Driga y Prior, 2010). En el contexto de la Pyme, es frecuente que el gerente y propietario del negocio coincidan en la misma persona, por lo que estos dos criterios pueden llegar a converger (Davis et al., 2010).

4.2.1. Base de datos de Uruguay (EAI 19-21)

Género: Sexo de los propietarios y socios activos en la empresa en el año 2021. Número de propietarios por sexo. A partir de esta información se crea una variable dicotómica según si el 100% de los propietarios son mujeres o no.

Actividad de innovación:

- I+D interna
- I+D externa
- Adquisición de Bienes de Capital (bienes tangibles) para innovación
- Adquisición de software y actividades de bases de datos para innovación
- Actividades vinculadas a la Propiedad Intelectual
- Ingeniería, diseño y otros trabajos creativos
- Capacitación para innovación
- Actividad de Marketing y de valor de Marca
- Gestión de la innovación

Fuentes de financiación de la innovación:

- Recursos Propios (Reinversión de Utilidades. Aportes de Socios, Casa Matriz)
- Sector Empresarial (Clientes, Proveedores, Otras Empresas Públicas o Privadas)
- Sector Público (no incluye Empresas Públicas)
- Banca Comercial (pública o privada)
- Exterior (Cooperación Internacional, etc.)

¹ Para un mayor detalle sobre la metodología utilizada en la EAI puede verse en: Hernández, E., Reyes, C., & Usher, X. (2021). Encuestas de actividades de innovación en la industria manufacturera y servicios seleccionados (2016-2018). Principales resultados. Montevideo: Agencia Nacional de Investigación e Innovación.: Colección de indicadores y estudios N° 10.

<https://www.anii.org.uy/upcms/files/listado-documentos/documentos/documento-encuesta-de-actividades-de-innovaci-n-2016-2018.pdf>

² Para una mayor información sobre la metodología utilizada en la ENAE 2022 puede verse en: ONE (2023): Innovación en la Actividad Empresarial Formal. Encuesta Nacional de Actividad Económica, ENAE 2022. <https://www.one.gob.do/media/vbvbxrdp/informe-innovaci%C3%B3n-en-la-actividad-empresarial-formal-2022.pdf>

Impacto económico de la innovación:

- Mejoró la calidad de los productos (bienes o servicios)
- Amplió la gama de productos ofrecidos
- Permitted mantener la participación de la empresa en el mercado
- Permitted aumentar la participación de la empresa en el mercado
- Permitted abrir nuevos mercados en el exterior
- Permitted enfrentar o disminuir el impacto de las consecuencias del COVID 19
- Aumentó la capacidad productiva
- Aumentó la flexibilidad de la producción
- Redujo los costos de la mano de obra
- Redujo costos por unidad (materiales y/o energía)
- Reducir tiempo de respuesta a la necesidad del cliente y/o proveedor
- Mejoró el impacto sobre la salud y/o seguridad de sus empleados
- Mejoró el impacto sobre el medio ambiente
- Permitted alcanzar regulaciones o estándares NACIONALES
- Permitted alcanzar regulaciones o estándares INTERNACIONALES
- Mejoró las capacidades del personal para desarrollar nuevos productos y/o procesos
- Mejoró la comunicación dentro de su empresa y/o con otras empresas y/o instituciones

Fuentes de información de las innovaciones

- Fuentes internas a la empresa
- Proveedores
- Clientes
- Competidores y Otras empresas relacionadas
- Consultores y expertos
- Universidades
- Centros o Institutos de Investigación o Desarrollo (públicos o privados)
- Ferias, conferencias y exposiciones

- Revistas científicas, publicaciones técnicas y comerciales y bases de datos
- Asociaciones profesionales y sectoriales

Obstáculos a la innovación

- Falta de fondos propios
- Falta de financiamiento externo a la empresa
- Costo de innovación muy alto
- El riesgo que implica la innovación es muy alto
- Período de retorno de la inversión es largo
- Falta de personal calificado
- Falta de información sobre la tecnología
- Falta de información sobre los mercados
- Dificultad en encontrar cooperación de partners para la innovación
- Reducido tamaño del mercado
- Mercado dominado por empresas establecidas
- Incertidumbre respecto a la demanda por bienes o servicios innovados
- Escasas oportunidades tecnológicas del sector al que pertenece la empresa
- Dificultad regulatoria
- Inestabilidad macroeconómica
- Insuficiente apoyo del Estado para la innovación (subsidios, programas, etc.)
- Falta de Infraestructura pública adecuada (ej.: carreteras, puertos, hubs municipales, etc.)
- Sistema de Propiedad Intelectual deficiente
- Disminución de las ventas a causa del Covid-19.
- Problemas de acceso a insumos para la producción de bienes o servicios (proveedores, recursos humanos, etc.), producto del Covid-19.
- Lenta transformación de los procesos productivos internos para la generación de productos o servicios, a causa del Covid-19.

Desarrollo y Tipos de Estrategias Medioambientales

- Implementación de estrategias vinculadas al impacto ambiental derivado de sus actividades.
- Prevención (Que tienen como fin evitar la aparición de efectos ambientales negativos, normalmente son implementados en la fase de diseño del proceso o producto).
- Mitigación (Medidas tendiente a disminuir la magnitud, pero no eliminan el impacto. Normalmente son las llamadas medidas de final de tubería.)
- Compensación (Son acciones que tienden a compensar el efecto negativo generado. Se aplican cuando el impacto resulta inevitable o de muy difícil prevención/mitigación)
- ¿La empresa cuenta con personal asignado a la temática ambiental?
- ¿Se cuenta con un presupuesto asignado a temas ambientales?
- ¿La empresa realiza mediciones de su desempeño ambiental?
- ¿La empresa realiza reportes de sustentabilidad ambiental?
- ¿La empresa ha implementado estrategias de Economía Circular?
- Durante 2019-2021 ¿La empresa ha estado adherida a algún mecanismo de certificación de índole ambiental?

Factores que impulsan la Innovación con beneficios ambientales

- Regulación ambiental existente
- Impuestos, cargos o tasas ambientales existentes. Ejemplos: cobro de tarifas por ingreso de residuos a disposición final, IMESI al CO₂, tasas de residuos cobradas por algunas intendencias.
- Subvenciones gubernamentales u otros incentivos financieros para la innovación ambiental.
- Demanda actual o esperada de innovaciones ambientales en el mercado
- Mejorar la reputación de la empresa
- Alto costo de materiales, energía o agua
- Acciones o iniciativas voluntarias de buenas prácticas ambientales
- Necesidad de cumplir con requisitos para los contratos públicos
- Exigencias de la casa matriz/política de la casa matriz

4.2.2. Base de datos de República Dominicana (ENAE 2022)

Género: se pregunta sobre el sexo de la máxima autoridad de la empresa, y se da la opción de 1. Hombre; 2. Mujer y 3. Ambos. A partir de esta información se crea una variable dicotómica según si la máxima autoridad de la empresa es mujer o no.

Fuentes de financiación para la innovación

- La propia empresa
- El grupo empresarial
- Otra empresa
- Recursos de entidades de intermediación financiera
- Sociedad de inversiones o inversionista particular
- Organización privada sin fines de lucro
- Programas del Estado al fomento a la innovación

Principales objetivos para innovar

- Mejorar la calidad de los bienes o servicios
- Mejorar el proceso productivo (reducir costos, aumentar la capacidad, etc.)
- Ampliar la oferta de bienes o servicios
- Ingresar a nuevos mercados nacionales o internacionales (captar nuevos clientes)
- Mantener la participación en el mercado
- Mejorar el desempeño medioambiental
- Profesionalizar y/o mejorar el perfil técnico de los empleados
- Protección y seguridad por COVID
- Mantener las operaciones de la empresa

Consecuencias de la innovación realizada por la empresa

- Mejor percepción de la imagen de la empresa
- Incremento de la variedad de bienes y servicios
- Incremento en el volumen de venta
- Reducción de costos de mano de obra
- Disminución en gastos operacionales

- Incremento en la calidad de los bienes y servicios
- Mejor impacto sobre el medio ambiente, salud y/o seguridad

Agentes o instituciones que se vinculó como apoyo para la innovación

- Universidades o IES (Institutos de Educación Superior)
- Institutos de Investigación gubernamentales o públicos
- Instituciones gubernamentales que ofrecen programas de Promoción de Ciencia, Tecnología e Innovación
- Organismos internacionales de cooperación
- Laboratorios/instituciones privadas de I+D
- Proveedores
- Clientes
- Competidores u otras empresas
- Gremios empresariales
- Consultores y expertos

Obstáculos a la innovación

- Falta de información sobre tecnología
- Rigideces organizativas dentro de la empresa
- Falta de personal cualificado
- Coste demasiado elevado
- Falta de fondos y de financiación de fuentes exteriores a la empresa
- Barreras de entrada al mercado

4.3 Análisis estadístico de los datos

Para evaluar la significación estadística de las diferencias observadas en las respuestas según el género del propietario, se han empleado las siguientes pruebas estadísticas:

- Cuando se analizan diferencias porcentuales se utiliza el análisis de tablas de contingencia aplicando la prueba de la χ^2 de Pearson con el fin de valorar si dos variables se encuentran relacionadas. Siempre que los datos lo permitan, se utilizan tablas 2×2 , con lo que los resultados son más potentes, realizando en este caso la corrección por continuidad de Yates sobre la fórmula de la χ^2 de Pearson.

- En el caso de variables cuantitativas para las que se analice la diferencia de medias según un criterio de clasificación, se ha utilizado los contrastes no paramétricos de la U de Mann-Whitney o Kruskal-Wallis según se trate de dos o k muestras independientes.

5. Género, innovación y medioambiente en Uruguay

En este apartado se analiza, desde una perspectiva de género, la actividad innovadora de las empresas en Uruguay, a partir de la Encuesta de Actividades Innovación 2019-2021 (EAI), última base de datos disponible. En primer lugar, se analizan los diferentes tipos de innovación que realizan las empresas. En segundo lugar, las fuentes de financiación de la actividad innovadora, seguido del impacto económico de la actividad innovadora. Posteriormente se analizan las fuentes de información que utilizan para favorecer la innovación y los obstáculos que perciben las empresas para desarrollar su actividad innovadora.

Finalmente, se analizan los rasgos caracterizadores de la sostenibilidad en las empresas de Uruguay con un enfoque de género. Donde se estudian los tipos de estrategias vinculadas al impacto ambiental derivado de las actividades empresariales y se analizan los principales factores que ayudan a las empresas a realizar innovaciones con contenido medioambiental atendiendo.

5.1 Rasgos caracterizadores de la innovación: enfoque de género

En la **Tabla 1** se analizan los rasgos que caracterizan la capacidad de innovación de las empresas de Uruguay en un sentido amplio, según si el 100% de los socios son mujeres o no. Es decir, aquellas empresas gestionadas por mujeres frente al resto.

En concreto, se analiza si las empresas realizan actividades de investigación y desarrollo de forma externa y/o interna; adquisición de activos de capital, tanto tangibles como intangibles, para las actividades de innovación; innovaciones que se materializan en propiedad intelectual; innovaciones de ingeniería, diseño y otros trabajos creativos; capacitación para la innovación; actividades de marketing de valor de marca; y, por último, gestión de la innovación.

Los resultados muestran baja implantación en las innovaciones relacionadas con la ingeniería, el diseño y otros trabajos creativos y en las actividades de marketing y valor de la marca. En ambos casos, son muy pocas las empresas que realizan este tipo de innovaciones. Sólo el 4,2% del total en el caso de las innovaciones relacionadas con la ingeniería, el diseño y otros trabajos creativos y el 7,5% en cuanto a innovaciones relacionadas con el marketing y el valor de la marca.

Al comparar los resultados según el género, sólo se muestran diferencias estadísticamente significativas en las innovaciones relacionadas con la ingeniería, el diseño y otros trabajos creativos y en las actividades de marketing y valor de la marca. En este sentido, son menores las innovaciones relacionadas con la ingeniería, el diseño y otros trabajos creativos cuando la empresa es gestionada por mujeres (2,1%) que en el caso contrario (6,3%). Adicionalmente, también son menores las innovaciones relativas a las actividades de marketing y valor de marca en el caso de las empresas gestionadas por mujeres (5,0%) frente a las gestionadas por hombres (10,1%).

Tabla 1 URUGUAY: Porcentaje de empresas que realizan actividad innovadora por género, según tipo de innovación, 2019-2021

Realiza Actividades de Innovación (Sí o No)	Gestión Mujeres	No Gestión Mujeres	Sig.	
I+D interna	Sí	7,8%	10,8%	-
	No	92,2%	89,2%	
I+D externa	Sí	3,5%	4,6%	-
	No	96,5%	95,4%	
Adquisición de Bienes de Capital (bienes tangibles) para innovación	Sí	9,9%	12,6%	-
	No	90,1%	87,4%	
Adquisición de software y actividades de bases de datos para innovación	Sí	7,8%	10,2%	-
	No	92,2%	89,8%	
Actividades vinculadas a la Propiedad Intelectual	Sí	0,7%	1,8%	-
	No	99,3%	98,2%	
Ingeniería, diseño y otros trabajos creativos	Sí (+)	2,1%	6,3%	**
	No	97,9%	93,7%	
Capacitación para innovación	Sí	5,0%	8,1%	-
	No	95,0%	91,9%	
Actividad de Marketing y de valor de Marca	Sí	5,0%	10,1%	*
	No	95,0%	89,9%	
Gestión de la innovación	Sí	2,1%	2,4%	-
	No	97,9%	97,6%	
		100%	100%	

Chi-Cuadrado de Pearson.

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$. - no significativa.

(+) Contienen valores inferiores a 5 y deben tomarse como exploratorio.

Fuente: Encuesta de Actividades Innovación 2019-2021. Instituto Nacional de Estadística de Uruguay.

La **Tabla 2** recoge las fuentes de financiación que se utilizan en las empresas para financiar las actividades de innovación en el periodo 2019-2021. En este sentido, se analiza la importancia de los recursos propios, financiación proveniente de clientes, proveedores u otras empresas, financiación recibida del sector público, fondos recibidos de la banca comercial y, por último, financiación exterior que provenga de acciones de cooperación internacional.

De media, los resultados señalan que el 82, 05% de las empresas indica que las iniciativas relacionadas con la innovación se financian con recursos propios en una proporción inferior al 50% de su importe. Por el contrario, sólo el 17,95 de las empresas señala que los recursos propios financian más del 50% del total de sus iniciativas para innovar.

Los resultados de la tabla 2 identifican diferencias estadísticamente significativas en el caso de la financiación de la innovación con recursos propios de las empresas, tales como reinversión de beneficios, aportaciones de socios o fondos recibidos del grupo empresarial. En este caso, las empresas gestionadas por mujeres (13,5%) usan en menor medida recursos propios para financiar más de la mitad de sus actividades de innovación frente a las dirigidas por hombres (22,4%).

Tabla 2 URUGUAY: Porcentaje de empresas que realizan actividad innovadora por género, según fuentes de financiación de la innovación, 2019-2021

Fondos de financiamiento utilizados por la empresa durante el período 2019-2021 para la realización de actividades de innovación según el origen en %		Gestión Mujeres	No Gestión Mujeres	Sig.
Recursos Propios (Reinversión de Utilidades. Aportes de Socios, Casa Matriz)	- 50%	86,5%	77,6%	**
	+ 50%	13,5%	22,4%	
Sector Empresarial (Clientes, Proveedores, Otras Empresas Públicas o Privadas)	- 50%	99,3%	99,7%	-
	+ 50%	0,7%	0,3%	
Sector Público (no incluye Empresas Públicas)	- 50%	99,3%	99,0%	-
	+ 50%	0,7%	1,0%	
Banca Comercial (pública o privada)	- 50%	97,2%	98,0%	-
	+ 50%	2,8%	2,0%	
Exterior (Cooperación Internacional, etc.)	- 50%	100,0%	99,9%	-
	+ 50%	0,0%	0,1%	
		100%	100%	

Chi-Cuadrado de Pearson.

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$. - no significativa.

Fuente: Encuesta de Actividades Innovación 2019-2021. Instituto Nacional de Estadística de Uruguay.

En la **Tabla 3** se estudia el impacto general que tiene la implementación de las innovaciones en las empresas desde una perspectiva de género. Así, las dimensiones analizadas son el impacto de la innovación en la mejora de productos/servicios; en la ampliación de la gama; en la cuota de mercado; en minorar las consecuencias de la crisis COVID-19; en la producción; en los costes de mano de obra, materiales y energía; en los tiempos de respuesta a clientes/proveedores; en la seguridad de los empleados; en el impacto sobre el medioambiente; en el cumplimiento de regulaciones nacionales e internacionales; en la capacitación del personal y en la mejora de la comunicación. La escala utilizada en la medición de la tabla 3 comprende un rango entre un valor (1) “alto” hasta (4) “irrelevante”. De forma que valores más bajos señalan una mayor importancia del ítem evaluado.

Tabla 3 URUGUAY: Grado¹ de importancia de los impactos de las innovaciones realizadas por género, según impacto económico, 2019-2021 (Valores medios)

Indique el grado de importancia de los siguientes impactos económicos de las innovaciones realizadas durante el período 2019-2021	Gestión Mujeres	No Gestión Mujeres	Sig.
Mejóro la calidad de los productos (bienes o servicios)	2,0	2,1	-
Amplió la gama de productos ofrecidos	2,8	2,4	*
Permitió mantener la participación de la empresa en el mercado	2,3	2,1	-
Permitió aumentar la participación de la empresa en el mercado	2,8	2,4	**
Permitió abrir nuevos mercados en el exterior	3,8	3,3	***
Permitió enfrentar o disminuir el impacto de las consecuencias del COVID 19	2,9	2,9	-
Aumentó la capacidad productiva	2,7	2,4	-
Aumentó la flexibilidad de la producción	3,2	2,8	*
Redujo los costos de la mano de obra	3,2	3,0	-
Redujo costos por unidad (materiales y/o energía)	3,1	2,9	-
Reducir tiempo de respuesta a la necesidad del cliente y/o proveedor	2,6	2,4	-
Mejóro el impacto sobre la salud y/o seguridad de sus empleados	3,0	2,9	-
Mejóro el impacto sobre el medio ambiente	3,0	2,8	-
Permitió alcanzar regulaciones o estándares nacionales	3,3	2,9	-
Permitió alcanzar regulaciones o estándares internacionales	3,6	3,1	**
Mejóro las capacidades del personal para desarrollar nuevos productos y/o procesos	2,7	2,5	-
Mejóro la comunicación dentro de su empresa y/o con otras empresas y/o instituciones	2,7	2,7	-

1 En una escala Likert de 1 = Alto a 4 = Irrelevante

ANOVA. Diferencias estadísticamente significativas: (*) p<0,1; (**) p<0,05; (***) p<0,01. (-) no significativa.

Fuente: Encuesta de Actividades Innovación 2019-2021. Instituto Nacional de Estadística de Uruguay.

Los resultados muestran diferencias estadísticamente significativas en varios de los ítems analizados. Así, en las empresas gestionadas por mujeres (2,8) las innovaciones tienen un menor impacto que las gestionadas por hombres (2,4) en lo relativo a la ampliación de la gama de productos ofrecidos. Estas mismas diferencias se repiten en relación con el hecho de que las innovaciones impacten en aumentar la participación de la empresa en el mercado, siendo menor el impacto cuando la empresa es gestionada por mujeres (2,8 mujeres vs 2,4 hombres).

Adicionalmente, se encuentran diferencias estadísticamente significativas en el impacto de las innovaciones en la apertura a nuevos mercados. De nuevo, en las empresas dirigidas por mujeres (3,8) este tipo de impacto es menor que en las dirigidas por hombres (3,3). En ambos casos son valores bajos, lo que denota un escaso impacto de las innovaciones en la apertura a nuevos mercados. En relación con el impacto de la innovación en la mejora de la flexibilidad de la producción, las empresas gestionadas por mujeres (3,2) reflejan un menor impacto que en el caso contrario (2,8). Por último, el impacto de la innovación para alcanzar regulaciones y estándares internacionales es, una vez más, inferior en el caso de las empresas gestionadas por mujeres (3,6) frente a las gestionadas por hombres (3,1).

En la **Tabla 4** se estudia el impacto económico que tiene la implementación de las innovaciones en las empresas desde una perspectiva de género, tal y como se hace en la tabla 3, pero segmentando los resultados según el tamaño de las empresas. De esta forma, se han clasificado las empresas en dos grupos: por un lado, las microempresas y las pequeñas y, por otro lado, las medianas junto con las grandes.

Tabla 4 URUGUAY: Grado¹ de importancia de los impactos de las innovaciones realizadas por género y tamaño, según impacto, 2019-2021 (Valores medios)

Indique el grado de importancia de los siguientes impactos económicos de las innovaciones realizadas durante el período 2019-2021	Micro-Pequeña		Mediana-Grande		Sig. Micro	Sig. Mediana
	Gestión Mujeres	No Gestión Mujeres	Gestión Mujeres	No Gestión Mujeres		
Mejó la calidad de los productos (bienes o servicios)	2,1	2,1	1,6	2,2	-	-
Amplió la gama de productos ofrecidos	2,7	2,5	3,1	2,3	-	*
Permitió mantener la participación de la empresa en el mercado	2,5	2,2	2,1	2,0	-	-
Permitió aumentar la participación de la empresa en el mercado	3,0	2,4	2,6	2,3	*	-
Permitió abrir nuevos mercados en el exterior	3,8	3,4	3,7	3,1	*	*
Permitió enfrentar o disminuir el impacto de las consecuencias del COVID 19	3,0	3,0	2,6	2,9	-	-
Aumentó la capacidad productiva	2,8	2,4	2,6	2,5	-	-
Aumentó la flexibilidad de la producción	3,2	2,8	3,3	2,8	-	-
Redujo los costos de la mano de obra	3,3	3,0	3,1	3,0	-	-
Redujo costos por unidad (materiales y/o energía)	3,0	3,0	3,2	2,8	-	-
Reducir tiempo de respuesta a la necesidad del cliente y/o proveedor	2,5	2,4	2,6	2,4	-	-
Mejó el impacto sobre la salud y/o seguridad de sus empleados	3,0	3,0	2,8	2,8	-	-
Mejó el impacto sobre el medio ambiente	3,0	3,0	3,1	2,7	-	-
Permitió alcanzar regulaciones o estándares nacionales	3,5	3,0	2,8	2,8	-	-
Permitió alcanzar regulaciones o estándares internacionales	3,9	3,3	3,1	2,9	**	-
Mejó las capacidades del personal para desarrollar nuevos productos y/o procesos	2,8	2,7	2,4	2,3	-	-
Mejó la comunicación dentro de su empresa y/o con otras empresas y/o instituciones	2,8	2,8	2,6	2,5	-	-

¹ En una escala Likert de 1 = Alto a 4 = Irrelevante

ANOVA. Diferencias estadísticamente significativas: (*) p<0,1; (**) p<0,05; (***) p<0,01. (-) no significativa.

Fuente: Encuesta de Actividades Innovación 2019-2021. Instituto Nacional de Estadística de Uruguay

Los resultados recogidos en la **Tabla 4**, muestran diferencias estadísticamente significativas atendiendo al género y el tamaño en relación con el impacto de las innovaciones en la ampliación de la gama de productos ofrecidos, en el incremento de la cuota de mercado, en la apertura hacia nuevos mercados en el exterior y en que permita alcanzar regulaciones o estándares internacionales.

Respecto al impacto de las innovaciones en la ampliación de la gama de productos ofrecidos por la empresa, se observa que sólo hay diferencias estadísticamente significativas por género en el grupo de empresas de tamaño mediano-grande. En este caso, las empresas de tamaño mediano-grande gestionadas por mujeres (3,1) manifiestan un menor impacto de las innovaciones que en el caso de las gestionadas por hombres (2,3).

En cuanto al impacto de las innovaciones en el aumento de la cuota de mercado, los resultados muestran diferencias significativas por género en el grupo de micro y pequeñas empresas. En este sentido, cuando las micro y pequeñas empresas son gestionadas por mujeres (3,0) el impacto de las innovaciones sobre la cuota de mercado es menor que cuando son gestionadas por hombres (2,4).

También se hallan diferencias significativas por género y tamaño en el impacto de las innovaciones al permitir la apertura hacia nuevos mercados en el exterior. Así, tanto para el grupo de las micro y pequeñas empresas como en caso de las medianas y grandes las empresas gestionadas por mujeres (3,8 micro-pequeñas y 3,7 medianas-grandes) muestran un menor impacto que las gestionadas por hombres (3,4 micro-pequeñas y 3,1 medianas-grandes).

Por último, la **Tabla 4** señala diferencias significativas en el impacto de las innovaciones al alcanzar regulaciones y estándares internacionales considerando el género y el tamaño como variables de agrupación. Las diferencias se encuentran en el grupo de micro y pequeñas empresas donde las gestionadas por mujeres (3,9 mujeres vs 3,3 hombres) muestran un menor impacto que en caso contrario.

La **Tabla 5** recoge el grado de importancia de las siguientes fuentes de información para las actividades de innovación realizadas en el período 2019-2021 según el género del gerente y el tamaño de la empresa. Las fuentes de información analizadas son las provenientes de la propia empresa, así como las externas que proceden de proveedores, clientes, competidores, consultores, universidades, centros o institutos de investigación, ferias, revistas científicas y otras publicaciones y de asociaciones profesionales y sectoriales.

Los resultados de la **Tabla 5** muestran diferencias estadísticamente significativas en las fuentes de información para la innovación internas a la empresa, las que provienen de competidores y otras empresas relacionadas, así como las de revistas científicas, publicaciones técnicas y comerciales y bases de datos. En concreto, las micro y pequeñas empresas gestionadas por mujeres (2,5) conceden una menor importancia a las fuentes internas para la innovación que en el caso de las gestionadas por hombres (1,8).

El resultado anterior se repite en el caso de las fuentes de información para la innovación que provienen de competidores y otras empresas relacionadas. De este modo, los resultados señalan que las micro y pequeñas empresas gestionadas por mujeres (3,1) conceden una menor importancia a la información para la innovación que procede de competidores que en el caso de las gestionadas por hombres (2,5).

Por último, la **Tabla 5** muestra que las gerentes (2,0) de medianas y grandes empresas conceden una mayor importancia que los gerentes (2,7) a las fuentes de información para la innovación que proceden de revistas científicas, publicaciones técnicas y comerciales y bases de datos.

Tabla 5 URUGUAY: Grado¹ de importancia de las fuentes de información utilizadas para las actividades de innovación por género y tamaño, según impacto económico, 2019-2021 (Valores medios)

Indique el grado de importancia de las siguientes fuentes de información para las actividades de innovación realizadas en el período 2019-2021	Micro-Pequeña		Mediana-Grande		Sig. Micro	Sig. Mediana
	Gestión Mujeres	No Gestión Mujeres	Gestión Mujeres	No Gestión Mujeres		
Fuentes internas a la empresa	2,5	1,8	1,2	1,7	**	-
Proveedores	2,5	2,6	2,1	2,2	-	-
Clientes	2,7	2,3	1,7	2,0	-	-
Competidores y Otras empresas relacionadas	3,1	2,5	2,2	2,2	**	-
Consultores y expertos	2,8	2,5	2,5	2,1	-	-
Universidades	3,3	3,5	2,6	3,0	-	-
Centros o Institutos de Investigación o Desarrollo (públicos o privados)	3,3	3,4	2,5	3,0	-	-
Ferias, conferencias y exposiciones	3,0	3,0	2,2	2,5	-	-
Revistas científicas, publicaciones técnicas y comerciales y bases de datos	3,0	3,2	2,0	2,7	-	**
Asociaciones profesionales y sectoriales	3,3	3,2	2,5	2,8	-	-

¹ En una escala Likert de 1 = Alto a 4 = Irrelevante

ANOVA. Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$. (-) no significativa.

Fuente: Encuesta de Actividades Innovación 2019-2021. Instituto Nacional de Estadística de Uruguay

La **Tabla 6** refleja en qué medida influyeron determinados obstáculos para la innovación en de la empresa durante el período 2019-2021 atendiendo al género del gerente. La relación de obstáculos es muy completa y detalla aspectos de diferente naturaleza como la falta de financiación, falta de recursos humanos y materiales, altos costes, capacitación, contexto, regulación, etc.

Tabla 6 URUGUAY: Grado¹ de los obstáculos para innovar por género, según obstáculo, 2019-2021 (Valores medios)

Indique en qué medida percibe usted que influyeron los siguientes obstáculos para la innovación en su empresa durante el período 2019-2021	Gestión Mujeres	No Gestión Mujeres	Sig.
Falta de fondos propios	2,2	2,4	***
Falta de financiamiento externo a la empresa	2,6	2,7	-
Costo de innovación muy alto	2,1	2,3	-
El riesgo que implica la innovación es muy alto	2,4	2,4	-
Período de retorno de la inversión es largo	2,2	2,3	-
Falta de personal calificado	2,9	3,0	-
Falta de información sobre la tecnología	2,5	2,7	**
Falta de información sobre los mercados	2,6	2,7	*
Dificultad en encontrar cooperación de partners para la innovación	2,8	2,7	-
Reducido tamaño del mercado	2,0	2,2	*
Mercado dominado por empresas establecidas	2,5	2,5	-
Incertidumbre respecto a la demanda por bienes o servicios innovados	2,2	2,3	-
Escasas oportunidades tecnológicas del sector al que pertenece la empresa	2,3	2,5	**
Dificultad regulatoria	2,7	2,9	*
Inestabilidad macroeconómica	2,5	2,7	*
Insuficiente apoyo del Estado para la innovación (subsidijs, programas, etc.)	2,6	2,7	-
Falta de Infraestructura pública adecuada (ej.: carreteras, puertos, hubs municipales, etc.)	3,1	3,1	-
Sistema de Propiedad Intelectual deficiente	3,2	3,2	-
Disminución de las ventas a causa del Covid-19.	2,6	2,6	-
Problemas de acceso a insumos para la producción de bienes o servicios (proveedores, recursos humanos, etc.), producto del Covid-19.	2,8	2,8	-
Lenta transformación de los procesos productivos internos para la generación de productos o servicios, a causa del Covid-19.	2,9	2,9	-

¹ En una escala Likert de 1 = Alto a 4 = Irrelevante

ANOVA. Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01. (-) no significativa..

Fuente: Encuesta de Actividades Innovación 2019-2021. Instituto Nacional de Estadística de Uruguay

Entrando en detalle, se observan diferencias estadísticamente significativas en el hecho de que la falta de financiación propia es un obstáculo para la innovación, que tiene una mayor valoración cuando la empresa es gestionada por una mujer (2,2 gestión mujer vs 2,4 gestión hombre). Del mismo modo, las gerentes valoran más los obstáculos a la innovación relacionados con la falta de información sobre la tecnología (2,5 gestión mujer vs 2,7 gestión hombre) y la falta de información sobre los mercados (2,6 gestión mujer vs 2,7 gestión hombre).

También se encuentran diferencias estadísticamente significativas en que el reducido tamaño del mercado es un obstáculo para las innovaciones, y que se trata de un obstáculo más valorado por las gerentas (2,0) que por los gerentes (2,2). En el mismo sentido, las mujeres gerentes conceden una mayor importancia que los hombres en relación con los obstáculos relativos a las escasas oportunidades tecnológicas del sector al que pertenece la empresa (2,3 gestión mujer vs 2,5 gestión hombre), la dificultad regulatoria como barrera a la innovación (2,7 gestión mujer vs 2,9 gestión hombre) y, por último, la inestabilidad macroeconómica (2,5 gestión mujer vs 2,7 gestión hombre).

Como extensión de los resultados de la tabla 6, la **Tabla 7** refleja en qué medida influyeron determinados obstáculos para la innovación en de la empresa durante el período 2019-2021 atendiendo al género del gerente y al tamaño de las empresas.

Los resultados sugieren la existencia de diferencias estadísticamente significativas por el género del gerente y el tamaño de la empresa en relación con las siguientes barreras a la innovación: falta de fondos propios, coste de la innovación muy alto, falta de información sobre la tecnología y los mercados, reducido tamaño del mercado, escasas oportunidades tecnológicas del sector al que pertenece la empresa, inestabilidad macroeconómica, problemas de acceso a insumos para la producción de bienes o servicios (proveedores, recursos humanos, etc.), producto del Covid-19 y lenta transformación de los procesos productivos internos para la generación de productos o servicios, a causa del Covid-19.

En todos los casos que presentan diferencias significativas las empresas gestionadas por mujeres conceden una mayor importancia que los hombres a las diferentes barreras a la innovación. En concreto, se obtienen los siguientes resultados para cada una de las categorías analizadas: falta de fondos propios (micro-pequeñas empresas; 2,1 gestión mujer vs 2,4 gestión hombre), coste de la innovación muy alto (micro-pequeñas empresas; 2,0 gestión mujer vs 2,2 gestión hombre), falta de información sobre la tecnología (micro-pequeñas empresas; 2,5 gestión mujer vs 2,7 gestión hombre; medianas y grandes 2,3 gestión mujer vs 2,7 gestión hombre) y los mercados (medianas-grandes empresas; 2,4 gestión mujer vs 2,7 gestión hombre), reducido tamaño del mercado (micro-pequeñas empresas; 1,9 gestión mujer vs 2,2 gestión hombre), escasas oportunidades tecnológicas del sector al que pertenece la empresa (micro-pequeñas empresas; 2,3 gestión mujer vs 2,5 gestión hombre), inestabilidad macroeconómica (micro-pequeñas empresas; 2,4 gestión mujer vs 2,6 gestión hombre), problemas de acceso a insumos para la producción de bienes o servicios (proveedores, recursos humanos, etc.) (medianas-grandes empresas; 2,4 gestión mujer vs 2,9 gestión hombre), producto del Covid-19 y lenta transformación de los procesos productivos internos para la generación de productos o servicios, a causa del Covid-19 (medianas-grandes empresas; 2,7 gestión mujer vs 3,0 gestión hombre).

Tabla 7 URUGUAY: Grado¹ de los obstáculos para innovar por género y tamaño, según obstáculo, 2019-2021 (Valores medios)

Indique en qué medida percibe usted que influyeron los siguientes obstáculos para la innovación en su empresa durante el período 2019-2021	Micro-Pequeña		Mediana-Grande		Sig. Micro	Sig. Mediana
	Gestión Mujeres	No Gestión Mujeres	Gestión Mujeres	No Gestión Mujeres		
Falta de fondos propios	2,1	2,4	2,4	2,6	**	-
Falta de financiamiento externo a la empresa	2,6	2,7	2,6	2,8	-	-
Costo de innovación muy alto	2,0	2,2	2,3	2,3	*	-
El riesgo que implica la innovación es muy alto	2,3	2,5	2,6	2,4	-	-
Período de retorno de la inversión es largo	2,1	2,3	2,3	2,3	-	-
Falta de personal calificado	2,9	3,1	2,9	2,9	-	-
Falta de información sobre la tecnología	2,5	2,7	2,3	2,7	*	*
Falta de información sobre los mercados	2,6	2,7	2,4	2,7	-	*
Dificultad en encontrar cooperación de partners para la innovación	2,8	2,7	2,8	2,7	-	-
Reducido tamaño del mercado	1,9	2,2	2,2	2,2	**	-
Mercado dominado por empresas establecidas	2,5	2,5	2,5	2,5	-	-
Incertidumbre respecto a la demanda por bienes o servicios innovados	2,2	2,3	2,3	2,3	-	-
Escasas oportunidades tecnológicas del sector al que pertenece la empresa	2,3	2,5	2,4	2,6	*	-
Dificultad regulatoria	2,8	2,9	2,6	2,9	-	-
Inestabilidad macroeconómica	2,4	2,6	2,7	2,7	*	-
Insuficiente apoyo del Estado para la innovación (subsidios, programas, etc.)	2,6	2,7	2,8	2,7	-	-
Falta de Infraestructura pública adecuada (ej.: carreteras, puertos, hubs municipales, etc.)	3,1	3,1	3,3	3,1	-	-
Sistema de Propiedad Intelectual deficiente	3,2	3,2	3,2	3,1	-	-
Disminución de las ventas a causa del Covid-19.	2,7	2,6	2,4	2,7	-	-
Problemas de acceso a insumos para la producción de bienes o servicios (proveedores, recursos humanos, etc.), producto del Covid-19.	2,9	2,8	2,4	2,9	-	***
Lenta transformación de los procesos productivos internos para la generación de productos o servicios, a causa del Covid-19.	3,0	2,9	2,7	3,0	-	*

¹ En una escala Likert de 1 = Alto a 4 = Irrelevante

ANOVA. Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01. (-) no significativa.

Fuente: Encuesta de Actividades Innovación 2019-2021. Instituto Nacional de Estadística de Uruguay

5.2 Rasgos caracterizadores de la sostenibilidad: enfoque de género

La **Tabla 8** recoge los resultados del desarrollo y tipos de estrategias vinculadas al impacto ambiental derivado de las actividades empresariales según el género del gerente. Así, se pregunta la existencia de una estrategia explícita y, en su caso, su clasificación dentro de tres categorías: prevención, mitigación o compensación.

Los resultados identifican diferencias estadísticamente significativas en relación con aquellas empresas que mantiene una estrategia medioambiental de “Prevención” (que tienen como fin evitar la aparición de efectos ambientales negativos, normalmente son implementados en la fase de diseño del proceso o producto). Así, respecto a la estrategia medioambiental de prevención, se obtiene que desarrollan dicha estrategia el 74,1% de las que son gestionadas por mujeres frente al 47,2% de las que son gestionadas por hombres.

También hay diferencias significativas entre las que siguen una estrategia medioambiental de “Compensación” (son acciones que tienden a compensar el efecto negativo generado. Se aplican cuando el impacto resulta inevitable o de muy difícil prevención/mitigación). En este sentido, respecto a la estrategia medioambiental de compensación, se halla que desarrollan dicha estrategia el 14,8% de las que son gestionadas por mujeres frente al 32,5% de las que son gestionadas por hombres.

Por último, se encuentran diferencias relevantes cuando se pregunta a las empresas si cuentan con personal asignado a la temática ambiental. En este sentido, los resultados reflejan que cuentan con personal especializado en el 22,2% de las empresas gestionadas por mujeres frente al 40,5% de las gestionadas por hombres.

Tabla 8 URUGUAY: Porcentaje de empresas por género, según desarrollo y tipos de estrategias medioambientales derivadas de sus actividades, 2019-2021

Desarrollo y Tipos de Estrategias vinculadas al impacto ambiental derivado de sus actividades		Gestión Mujeres	No Gestión Mujeres	Sig.
Implementación de estrategias vinculadas al impacto ambiental derivado de sus actividades	Sí	19,1%	17,5%	-
	No	80,9%	82,5%	
Prevención (Que tienen como fin evitar la aparición de efectos ambientales negativos, normalmente son implementados en la fase de diseño del proceso o producto).	Sí	74,1%	47,2%	**
	No	25,9%	52,8%	
Mitigación (Medidas tendiente a disminuir la magnitud, pero no eliminan el impacto. Normalmente son las llamadas medidas de final de tubería.)	Sí	63,0%	63,8%	-
	No	37,0%	36,2%	
Compensación (Son acciones que tienden a compensar el efecto negativo generado. Se aplican cuando el impacto resulta inevitable o de muy difícil prevención/mitigación)	Sí (+)	14,8%	32,5%	*
	No	85,2%	67,5%	
¿La empresa cuenta con personal asignado a la temática ambiental?	Sí	22,2%	40,5%	-
	No	77,8%	59,5%	
¿Se cuenta con un presupuesto asignado a temas ambientales?	Sí	25,9%	35,6%	-
	No	74,1%	64,4%	
¿La empresa realiza mediciones de su desempeño ambiental?	Sí	44,4%	58,9%	-
	No	55,6%	41,1%	
¿La empresa realiza reportes de sustentabilidad ambiental?	Sí	11,1%	22,7%	-
	No	88,9%	77,3%	

Desarrollo y Tipos de Estrategias vinculadas al impacto ambiental derivado de sus actividades		Gestión Mujeres	No Gestión Mujeres	Sig.
¿La empresa ha implementado estrategias de Economía Circular?	Sí	18,5%	33,1%	-
	No	81,5%	66,9%	
Durante 2019-2021, ¿La empresa ha estado adherida a algún mecanismo de certificación de índole ambiental?	Sí	7,4%	18,4%	-
	No	92,6%	81,6%	

Chi-Cuadrado de Pearson.

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$. - no significativa.

(+) Contienen valores inferiores a 5 y deben tomarse como exploratorio.

Fuente: Encuesta de Actividades Innovación 2019-2021. Instituto Nacional de Estadística de Uruguay.

La **Tabla 9** se recogen los resultados de analizar los principales factores que ayudan a las empresas a realizar innovaciones con contenido medioambiental atendiendo al género del gerente. En este sentido, se analizan factores relativos a la regulación existente, los impuestos, subvenciones, de demanda, reputación, costes, iniciativas de buenas prácticas, contratación pública y exigencias del grupo empresarial.

Los resultados reflejan diferencias estadísticamente significativas según el género del gerente respecto de los factores relativos a acciones o iniciativas voluntarias de buenas prácticas ambientales y sobre la necesidad de cumplir con requisitos para los contratos públicos. Así, las motivaciones relacionadas con iniciativas voluntarias de buenas prácticas ambientales son más relevantes para las gerentes mujeres (1,8) que para los gerentes hombres (2,3). Sin embargo, el comportamiento se invierte cuando los factores provienen de la necesidad de cumplir con requisitos para los contratos públicos siendo más relevante para los gerentes hombres (3,1) que para las mujeres (3,5).

Tabla 9 URUGUAY: Grado¹ de importancia de los factores de la innovación con beneficios ambientales por género¹, según factores, 2019-2021 (valores medios)

Durante 2019-2021, ¿qué tan importantes fueron los siguientes factores para introducir innovaciones con beneficios ambientales en su empresa?	Gestión Mujeres	No Gestión Mujeres	Sig.
Regulación ambiental existente	3,1	2,8	-
Impuestos, cargos o tasas ambientales existentes	3,4	3,1	-
Subvenciones gubernamentales u otros incentivos financieros para la innovación ambiental	3,0	3,2	-
Demanda actual o esperada de innovaciones ambientales en el mercado	3,0	3,0	-
Mejorar la reputación de la empresa	2,5	2,5	-
Alto costo de materiales, energía o agua	2,5	2,6	-
Acciones o iniciativas voluntarias de buenas prácticas ambientales	1,8	2,3	*
Necesidad de cumplir con requisitos para los contratos públicos	3,5	3,1	**
Exigencias de la casa matriz/política de la casa matriz	3,8	3,4	-

¹ En una escala Likert de 1 = Alto a 4 = Irrelevante

ANOVA. Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01. (-) no significativa..

Fuente: Encuesta de Actividades Innovación 2019-2021. Instituto Nacional de Estadística de Uruguay

6. Género e innovación en República Dominicana

En este apartado se analiza, desde una perspectiva de género, la actividad innovadora de las empresas en República Dominicana, a partir de la Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE 2022) de la Oficina Nacional de Estadística (ONE) de República Dominicana (última base de datos disponible).

En primer lugar, se analizan las fuentes de financiación que utilizan las mipymes dominicanas para financiar su actividad innovadora. En segundo lugar, se estudian los principales objetivos que persiguen las mipymes a la hora de innovar, seguido del impacto o consecuencias de la actividad innovadora realizada. Posteriormente se analizan los agentes o instituciones que se vinculan como apoyo para la innovación para favorecer la innovación y los obstáculos que perciben las empresas para desarrollar su actividad innovadora. Finalmente, se analiza los determinantes del rendimiento de la innovación con un enfoque de género.

6.1. Rasgos caracterizadores de la innovación en las empresas de República Dominicana con un enfoque de género

La **Tabla 10** recoge las fuentes de financiación que se utilizan en las empresas para financiar las actividades de innovación en el periodo 2019-2021. Entre las categorías captadas se encuentran la financiación de la innovación a través de recursos de la propia empresa, de grupos empresariales, otras empresas, entidades de intermediación financiera, sociedades de inversiones o inversionistas particulares, organizaciones privadas sin fines de lucro y programas del Estado al fomento de la innovación.

De media, los resultados señalan que el 75,4% de las empresas indica que las iniciativas relacionadas con la innovación se financian con recursos provenientes de la propia empresa. Los resultados de la **Tabla 10** identifican diferencias estadísticamente significativas en el caso de la financiación de la innovación con recursos propios de las empresas, según el sexo de la máxima autoridad.

Para financiar las actividades de innovación frente a las dirigidas por hombres (73,1%). Por su parte, las empresas gestionadas por hombres tienden a utilizar más recursos externos, como los provenientes de las instituciones financieras (30,0% hombre versus 18,8% mujeres), recursos de otras empresas (4,8% hombres versus 1,1% mujeres), o incluso acceder a sociedades de inversiones o inversionistas particulares (2,2% hombres versus 0,8% mujeres).

En este caso, las empresas gestionadas por mujeres (85,1%) usan en mayor medida recursos propios para financiar las actividades de innovación frente a las dirigidas por hombres (73,1%). Por su parte, las empresas gestionadas por hombres tienden a utilizar más recursos externos, como los provenientes de las instituciones financieras (30,0% hombre versus 18,8% mujeres), recursos de otras empresas (4,8% hombres versus 1,1% mujeres), o incluso acceder a sociedades de inversiones o inversionistas particulares (2,2% hombres versus 0,8% mujeres).

Tabla 10 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas innovadoras por género, según fuente de financiamiento, 2019-2021

Fuentes de financiamiento para las innovaciones de su empresa		Gestión Mujeres	No Gestión Mujeres	Sig.
La propia empresa	No	26.9%	14.9%	***
	Si	73.1%	85.1%	
El grupo empresarial	No	97.8%	97.8%	-
	Si	2.2%	2.2%	
Otra empresa	No	95.2%	98.9%	**
	Si	4.8%	1.1%	
Recursos de entidades de intermediación financiera	No	70.0%	81.2%	***
	Si	30.0%	18.8%	
Sociedad de inversiones o inversionista particular	No	97.8%	99.2%	***
	Si	2.2%	0.8%	
Organización privada sin fines de lucro	No	99.4%	99.7%	-
	Si	0.6%	0.3%	
Programas del Estado al fomento a la innovación	No	98.9%	99.7%	***
	Si	1.1%	0.3%	
		100%	100%	

Chi-Cuadrado de Pearson.

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$. - no significativa.

Fuente: Innovación en la Actividad Empresarial Formal. Encuesta Nacional de Actividad Económica, 2022. Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana.

La **Tabla 11** recoge las fuentes de financiación que se utilizan en las empresas para financiar las actividades de innovación según el sexo de la máxima autoridad, pero segmentando los resultados según el tamaño de las empresas. De esta forma, se han clasificado las empresas en dos grupos: por un lado, las microempresas y las pequeñas y, por otro lado, las medianas junto con las grandes.

Los resultados de la **Tabla 11** muestran diferencias estadísticamente significativas en las fuentes de financiación que provienen de la propia empresa, de grupos empresariales, otras empresas, entidades de intermediación financiera, sociedades de inversiones o inversionistas particulares, organizaciones privadas sin fines de lucro y programas del Estado al fomento de la innovación.

Tabla 11 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas innovadoras por género y tamaño, según fuente de financiamiento, 2019-2021

Fuentes de financiamiento para las innovaciones de su empresa			No Gestión Mujeres	Gestión Mujeres	Sig.
La propia empresa	Pequeña	No	31.0%	16.6%	***
		Si	69.0%	83.4%	
	Mediana-grande	No	15.9%	9.9%	***
		Si	84.1%	90.1%	
El grupo empresarial	Pequeña	No	99.7%	97.8%	***
		Si	0.3%	2.2%	
	Mediana-grande	No	92.6%	98.0%	***
		Si	7.4%	2.0%	
Otra empresa	Pequeña	No	93.7%	98.6%	***
		Si	6.3%	1.4%	
	Mediana-grande	No	99.2%	100.0%	***
		Si	0.8%		
Recursos de entidades de intermediación financiera	Pequeña	No	68.0%	81.3%	***
		Si	32.0%	18.7%	
	Mediana-grande	No	75.5%	81.2%	***
		Si	24.5%	18.8%	
Sociedad de inversiones o inversionista particular	Pequeña	No	97.3%	99.1%	***
		Si	2.7%	0.9%	
	Mediana-grande	No	99.2%	99.4%	***
		Si	0.8%	0.6%	
Organización privada sin fines de lucro	Pequeña	No	99.5%	99.6%	-
		Si	0.5%	0.4%	
	Mediana-grande	No	99.2%	100.0%	*
		Si	0.8%		
Programas del Estado al fomento a la innovación	Pequeña	No	99.0%	99.7%	**
		Si	1.0%	0.3%	
	Mediana-grande	No	98.4%	99.4%	-
		Si	1.6%	0.6%	
			100%	100%	

Chi-Cuadrado de Pearson.

Diferencias estadísticamente significativas: (*) p<0,1; (**) p<0,05; (***) p<0,01. - no significativa.

Fuente: Innovación en la Actividad Empresarial Formal. Encuesta Nacional de Actividad Económica, 2022. Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana.

En concreto, las micro y pequeñas empresas gestionadas por mujeres tienen a utilizar en mayor grado el financiamiento a la propia empresa 83,4% en comparación con las microempresas gestionadas por hombres con un 69,0%. En el caso de las medianas y grandes, exhiben un comportamiento similar, las empresas gestionadas por mujeres utilizan los fondos de la propia empresa en un 90,1% frente al 84,1% de las empresas hombres.

De acuerdo con lo observado en la tabla 8, no existían diferencias significativas en el uso de financiamiento de grupos empresariales según el sexo de quien dirige la empresa. Sin embargo, al desagregar por el tamaño de la empresa se encuentra que, en las micro y pequeñas empresas, las mujeres tienen a utilizar más los fondos de grupos empresariales con 2,2% frente a las empresas gestionadas por hombres con 0,3%. Sin embargo, en la mediana y grande empresa, el comportamiento es inverso. En las empresas gestionadas por hombres, el 7,4% utiliza esta fuente frente al 2,0% de las empresas gestionadas por mujeres.

Para el caso de los recursos provenientes de intermediación financiera, se tiene el mismo comportamiento observado a nivel general. En la micro y pequeña empresa las mujeres acceden menos a esta fuente (18,7% mujeres versus 32,0% hombres), mientras que la mediana y grande empresa (18,8% mujeres versus 24,5% hombres).

En la **Tabla 12** se estudian los principales objetivos de las empresas para innovar. Las dimensiones analizadas van desde mejorar la calidad de los bienes y servicios, mejorar el proceso productivo, ampliar la oferta de bienes o servicios, ingresar a nuevos mercados internacionales, mejorar el desempeño medioambiental, e incluso con el objetivo de mejorar la protección y seguridad por COVID-19.

Para las empresas, el principal objetivo al momento de innovar era mantener las operaciones de la empresa, de acuerdo con la media general que fue de 59,7%. Al ver este comportamiento por sexo, el 68,4% de las empresas gestionadas por mujeres tuvieron ese objetivo, frente al 57,6% de las empresas gestionadas por hombres.

Tabla 12 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas innovadoras por género, según principales objetivos de la innovación, 2019-2021

Principales objetivos de la innovación		No Gestión Mujeres	Gestión Mujeres	Sig.
Mejorar la calidad de los bienes o servicios	No	47.5%	44.0%	**
	Si	52.5%	56.0%	
Mejorar el proceso productivo (reducir costos, aumentar la capacidad, etc.)	No	56.1%	65.8%	***
	Si	43.9%	34.2%	
Ampliar la oferta de bienes o servicios	No	76.2%	61.4%	***
	Si	23.8%	38.6%	
Ingresar a nuevos mercados nacionales o internacionales (captar nuevos clientes)	No	69.6%	64.7%	***
	Si	30.4%	35.3%	
Mantener la participación en el mercado	No	47.1%	48.6%	-
	Si	52.9%	51.4%	
Mejorar el desempeño medioambiental	No	86.3%	94.1%	***
	Si	13.7%	5.9%	
Profesionalizar y/o mejorar el perfil técnico de los empleados	No	81.9%	72.6%	***
	Si	1.1%	0.3%	
Protección y seguridad por COVID	No	73.6%	53.8%	***
	Si	26.4%	46.2%	
Mantener las operaciones de la empresa	No	42.4%	31.6%	***
	Si	57.6%	68.4%	
		100%	100%	

Chi-Cuadrado de Pearson.

Diferencias estadísticamente significativas: (*) p<0,1; (**) p<0,05; (***) p<0,01. - no significativa.

Fuente: Innovación en la Actividad Empresarial Formal. Encuesta Nacional de Actividad Económica, 2022. Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana.

Los resultados recogidos en la **Tabla 13**, muestran diferencias estadísticamente significativas atendiendo al género y el tamaño en relación con los principales objetivos de las empresas al momento de innovar.

Respecto al objetivo de las innovaciones en mejorar el proceso productivo hay diferencias estadísticamente significativas en ambos grupos de empresas según el tamaño de la empresa. En este caso, las empresas de tamaño mediano-grande gestionadas por mujeres (32,5%) manifiestan una menor tendencia a este objetivo que en el caso de las gestionadas por hombres (39,8%). A nivel de micro y pequeña empresa, también, se visualiza un comportamiento similar (45,4% hombres versus 34,8% mujeres)

En cuanto al objetivo de ampliar la oferta de bienes y servicios, los resultados muestran diferencias significativas por género en el grupo de micro y pequeñas empresas. En este sentido, cuando las micro y pequeñas empresas son gestionadas por mujeres (44,0%) los resultados indican que existe una menor tendencia para buscar la ampliación de la oferta de bienes y servicios que cuando son gestionadas por hombres (24,8%).

También se hallan diferencias significativas por género y tamaño en las innovaciones que buscaban mejorar el desempeño medioambiental. Así, tanto para el grupo de las micro y pequeñas empresas como en caso de las medianas y grandes las empresas gestionadas por mujeres (5,8% micro-pequeñas y 6,1% medianas-grandes) muestran una menor frecuencia que las gestionadas por hombres (12,3% micro-pequeñas y 17,5% medianas-grandes).

Tabla 13 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas innovadoras por género y tamaño, según principales objetivos de la innovación, 2019-2021

Principales objetivos de las innovaciones			No Gestión Mujeres	Gestión Mujeres	Sig.
Mejorar la calidad de los bienes o servicios	Pequeña	No	43.4%	41.2%	*
		Si	56.6%	58.8%	
	Mediana-grande	No	58.6%	53.3%	**
		Si	41.4%	46.7%	
Mejorar el proceso productivo (reducir costos, aumentar la capacidad, etc.)	Pequeña	No	54.6%	65.2%	***
		Si	45.4%	34.8%	
	Mediana-grande	No	60.2%	67.5%	***
		Si	39.8%	32.5%	
Ampliar la oferta de bienes o servicios	Pequeña	No	75.2%	56.0%	***
		Si	24.8%	44.0%	
	Mediana-grande	No	78.7%	79.1%	-
		Si	21.3%	20.9%	
Ingresar a nuevos mercados nacionales o internacionales (captar nuevos clientes)	Pequeña	No	67.1%	59.9%	***
		Si	32.9%	40.1%	
	Mediana-grande	No	76.5%	80.0%	*
		Si	23.5%	20.0%	
Mantener la participación en el mercado	Pequeña	No	44.1%	40.4%	**
		Si	55.9%	59.6%	
	Mediana-grande	No	55.2%	75.1%	***
		Si	44.8%	24.9%	
Mejorar el desempeño medioambiental	Pequeña	No	87.7%	94.2%	***
		Si	12.3%	5.8%	
	Mediana-grande	No	82.5%	93.9%	***
		Si	17.5%	6.1%	

Principales objetivos de las innovaciones			No Gestión Mujeres	Gestión Mujeres	Sig.
Profesionalizar y/o mejorar el perfil técnico de los empleados	Pequeña	No	83.4%	71.8%	***
		Si	16.6%	28.2%	
	Mediana-grande	No	77.9%	75.1%	-
		Si	22.1%	24.9%	
Protección y seguridad por COVID	Pequeña	No	76.1%	58.8%	***
		Si	23.9%	41.2%	
	Mediana-grande	No	66.8%	37.7%	***
		Si	33.2%	62.3%	
Mantener las operaciones de la empresa	Pequeña	No	40.1%	25.6%	***
		Si	59.9%	74.4%	
	Mediana-grande	No	48.6%	51.0%	-
		Si	51.4%	49.0%	
			100%	100%	

Chi-Cuadrado de Pearson.

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$. - no significativa.

Fuente: Innovación en la Actividad Empresarial Formal. Encuesta Nacional de Actividad Económica, 2022. Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana.

Así como se estudió sobre los objetivos de innovación, de igual forma se indagó por las consecuencias de la innovación realizada por la empresa. En la **Tabla 14** se estudian estas consecuencias desde una perspectiva de género. Así, las dimensiones analizadas son la mejora en la percepción de la imagen de la empresa, el incremento de la variedad de bienes y servicios, incremento en el volumen de venta, reducción de costos de mano de obra, disminución de gastos operacionales, incremento en la calidad de los bienes y servicios, y mejor impacto sobre el medio ambiente, salud y/o seguridad..

Tabla 14 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas innovadoras por género, según principales consecuencias de la innovación, 2019-2021

Consecuencia de la innovación realizada por su empresa		No Gestión Mujeres	Gestión Mujeres	Sig.
Mejor percepción de la imagen de la empresa	No	48.3%	37.1%	***
	Si	51.7%	62.9%	
Incremento de la variedad de bienes y servicios	No	75.0%	66.0%	***
	Si	25.0%	34.0%	
Incremento en el volumen de venta	No	48.8%	51.2%	**
	Si	51.2%	48.8%	
Reducción de costos de mano de obra	No	76.6%	82.9%	***
	Si	23.4%	17.1%	
Disminución en gastos operacionales	No	72.4%	80.6%	***
	Si	27.6%	19.4%	
Incremento en la calidad de los bienes y servicios	No	49.3%	50.9%	-
	Si	50.7%	49.1%	
Mejor impacto sobre el medio ambiente, salud y/o seguridad	No	71.8%	58.2%	***
	Si	28.2%	41.8%	
		100%	100%	

Chi-Cuadrado de Pearson.

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$. - no significativa.

Fuente: Innovación en la Actividad Empresarial Formal. Encuesta Nacional de Actividad Económica, 2022. Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana.

Los resultados muestran diferencias estadísticamente significativas en varios de las dimensiones analizadas. Así, en las empresas gestionadas por mujeres (62,9%) la innovación o innovaciones realizadas ocasionaron una mejor percepción de la imagen de la empresa que en las gestionadas por hombres (51,7%). Estas mismas diferencias se repiten en relación con el hecho de que las innovaciones incrementen la variedad de bienes y servicios, con un impacto menor cuando la empresa es gestionada por hombres (34,0% mujeres vs 25,0% hombres).

Adicionalmente, se encuentran diferencias estadísticamente significativas en el impacto de las innovaciones en la reducción de costos de mano de obra. En las empresas dirigidas por mujeres (17,1%) este tipo de consecuencia fue de menor frecuencia que en las dirigidas por hombres (23,4%). En ambos casos, fueron de las consecuencias con menor participación en las empresas, lo que denota un escaso impacto de las innovaciones en la reducción de costos de mano de obra. Un comportamiento similar ocurre con la disminución de los gastos operacionales, donde el 27,6% de las empresas gestionadas por hombres frente al 19,4% de las gestionadas por mujeres tuvieron este efecto al realizar su innovación.

Otro efecto que muestra una diferencia significativa respecto al impacto que tuvo en las empresas gestionadas por hombres versus las gestionadas por mujeres fue el impacto que tuvo la innovación sobre el medio ambiente, la salud y/o seguridad. En las empresas gestionadas por hombres solo el 28,2% tuvo este impacto, frente al 41,8% de las empresas gestionadas por mujeres.

En la **Tabla 15** se estudian las consecuencias de la innovación realizada en las empresas desde una perspectiva de género, tal y como se hace en la **Tabla 12**, pero segmentando los resultados según el tamaño de las empresas. Los resultados recogidos en la **Tabla 15**, muestran diferencias estadísticamente significativas atendiendo al género y el tamaño en relación con diversas categorías.

Respecto al impacto de las innovaciones en la mejora de la percepción de la imagen de la empresa, se observa que hay diferencias estadísticamente significativas por género en ambos grupos de empresas. En este caso, las empresas de tamaño mediano-grande gestionadas por mujeres (35,7%) manifiestan un menor impacto de las innovaciones que en el caso de las gestionadas por hombres (53,9%). Por su parte, las empresas micro y pequeñas (71,4% mujeres versus 50,9% hombres) muestran un mayor impacto en la mejora de la percepción cuando son gestionadas por mujeres.

Al estudiar el incremento en el volumen de ventas se encuentran que hay diferencias significativas, solo en el grupo de las mediana y grandes empresas. En las empresas gestionadas por mujeres, el 20,3% indicó que su innovación tuvo esta consecuencia, mientras que en las empresas gestionadas por hombres este porcentaje ascendió a 36,9%.

Lo mismo ocurre, con el incremento en la calidad de los bienes y servicios. A nivel general, no se observaron diferencias significativas en esta categoría, sin embargo, en el grupo de medianas y grandes empresas si se observan estas diferencias. En las empresas medianas y grandes (37,1% mujeres versus 48,4% hombres) muestran un mayor impacto en la calidad de los bienes y servicios.

En la tabla 16 se presenta los agentes o instituciones con los que las empresas se vincularon para obtener apoyo distinto al financiero. Entre los agentes o instituciones vinculadas se encuentran: las universidades, los institutos de investigación, instituciones gubernamentales que ofrecen programas de Promoción, Ciencia, Tecnología e Innovación, organismos internacionales de cooperación, laboratorios/instituciones privadas de I+D, proveedores, clientes, competidores u otras empresas, gremios empresariales, consultores y otros expertos.

Tabla 15 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas innovadoras por género y tamaño, según principales consecuencias de la innovación, 2019-2021

Consecuencias de la innovación realizada por su empresa			No Gestión	Mujeres Gestión	Sig.
Mejor percepción de la imagen de la empresa	Pequeña	No	49.1%	28.6%	***
		Si	50.9%	71.4%	
	Mediana-grande	No	46.1%	64.3%	***
		Si	53.9%	35.7%	
Incremento de la variedad de bienes y servicios	Pequeña	No	74.8%	61.7%	***
		Si	25.2%	38.3%	
	Mediana-grande	No	75.6%	80.0%	**
		Si	24.4%	20.0%	
Incremento en el volumen de venta	Pequeña	No	43.6%	42.2%	-
		Si	56.4%	57.8%	
	Mediana-grande	No	63.1%	79.7%	***
		Si	36.9%	20.3%	
Reducción de costos de mano de obra	Pequeña	No	75.0%	81.1%	***
		Si	25.0%	18.9%	
	Mediana-grande	No	80.8%	88.7%	***
		Si	19.2%	11.3%	
Disminución en gastos operacionales	Pequeña	No	72.6%	89.9%	***
		Si	27.4%	10.1%	
	Mediana-grande	No	71.8%	50.7%	***
		Si	28.2%	49.3%	
Incremento en la calidad de los bienes y servicios	Pequeña	No	48.4%	47.2%	
		Si	51.6%	52.8%	
	Mediana-grande	No	51.6%	62.9%	***
		Si	48.4%	37.1%	
Mejor impacto sobre el medio ambiente, salud y/o seguridad	Pequeña	No	75.4%	61.6%	***
		Si	24.6%	38.4%	
	Mediana-grande	No	62.0%	47.0%	***
		Si	38.0%	53.0%	
			100%	100%	

Chi-Cuadrado de Pearson.

Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01. - no significativa.

Fuente: Innovación en la Actividad Empresarial Formal. Encuesta Nacional de Actividad Económica, 2022. Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana.

Los resultados de la **Tabla 16** muestran diferencias estadísticamente significativas en agentes o instituciones como las universidades o institutos de educación superior. En concreto, las empresas gestionadas por hombres (7,1%) se vincularon más que las empresas gestionadas por mujeres (1,3%).

El resultado anterior se repite en el caso de los organismos internacionales de cooperación. De este modo, los resultados señalan que las empresas gestionadas por mujeres (1,3%) tuvieron en una menor vinculación con este tipo de agente en comparación con las gestionadas por hombres (6,9%).

Tabla 16 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas innovadoras por género, según agentes o instituciones que se vinculó como apoyo para la innovación, 2019-2021

Agentes o instituciones que se vinculó como apoyo para la innovación		No Gestión Mujeres	Gestión Mujeres	Sig.
Universidades o IES (Institutos de Educación Superior)	No	92.8%	98.7%	***
	Si	7.2%	1.3%	
Institutos de Investigación gubernamentales o públicos	No	98.2%	98.3%	-
	Si	1.8%	1.7%	
Instituciones gubernamentales que ofrecen programas de Promoción de Ciencia, Tecnología e Innovación	No	94.4%	96.1%	-
	Si	5.6%	3.9%	
Organismos internacionales de cooperación	No	93.1%	98.7%	***
	Si	6.9%	1.3%	
Laboratorios/instituciones privadas de I+D	No	98.6%	99.1%	-
	Si	1.4%	0.9%	
Proveedores	No	43.2%	43.3%	-
	Si	56.8%	56.7%	
Clientes	No	92.0%	99.1%	***
	Si	8.0%	0.9%	
Competidores u otras empresas	No	58.0%	99.6%	***
	Si	42.0%	0.4%	
Gremios empresariales	No	91.5%	100.0%	***
	Si	8.5%		
Consultores y expertos	No	80.1%	84.8%	*
	Si	19.9%	15.2%	
		100%	100%	

Chi-Cuadrado de Pearson.

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$. - no significativa.

Fuente: Innovación en la Actividad Empresarial Formal. Encuesta Nacional de Actividad Económica, 2022. Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana.

Por último, la **Tabla 16** muestra que en las empresas gestionadas por hombres han tenido una mayor vinculación con el resto de los agentes, como clientes (8,0%), competidores u otras empresas (42,5%) y gremios empresariales (8,5%). Mientras que, en las empresas gestionadas por mujeres la vinculación con estos agentes fue muy baja.

Tabla 17 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas innovadoras por género y tamaño, según agentes o instituciones que se vinculó como apoyo para la innovación, 2019-2021

Agentes o instituciones que se vinculó como apoyo para la innovación			No Gestión Mujeres	Gestión Mujeres	Sig.
Universidades o IES (Institutos de Educación Superior)	Pequeña	No	96.3%	98.6%	*
		Si	3.7%	1.4%	
	Mediana-grande	No	79.3%	100.0%	**
		Si	20.7%		
Institutos de Investigación gubernamentales o públicos	Pequeña	No	100.0%	100.0%	
		Si			
	Mediana-grande	No	91.7%	81.8%	-
		Si	8.3%	18.2%	
Instituciones gubernamentales que ofrecen programas de Promoción de Ciencia, Tecnología e Innovación	Pequeña	No	100.0%	95.7%	***
		Si		4.3%	
	Mediana-grande	No	74.2%	100.0%	***
		Si	25.8%		
Organismos internacionales de cooperación	Pequeña	No	93.5%	100.0%	***
		Si	6.5%		
	Mediana-grande	No	90.9%	85.7%	-
		Si	9.1%	14.3%	
Laboratorios/instituciones privadas de I+D	Pequeña	No	100.0%	100.0%	
		Si			
	Mediana-grande	No	93.3%	90.5%	-
		Si	6.7%	9.5%	
Proveedores	Pequeña	No	38.9%	41.6%	-
		Si	61.1%	58.4%	
	Mediana-grande	No	58.7%	59.1%	-
		Si	41.3%	40.9%	
Clientes	Pequeña	No	92.6%	100.0%	***
		Si	7.4%		
	Mediana-grande	No	90.0%	90.9%	-
		Si	10.0%	9.1%	
Competidores u otras empresas	Pequeña	No	47.7%	100.0%	***
		Si	52.3%		
	Mediana-grande	No	95.0%	95.2%	-
		Si	5.0%	4.8%	
Gremios empresariales	Pequeña	No	90.7%	100.0%	***
		Si	9.3%		
	Mediana-grande	No	94.2%	100.0%	-
		Si	5.8%		
Consultores y expertos	Pequeña	No	88.2%	86.1%	-
		Si	11.8%	13.9%	
	Mediana-grande	No	50.4%	72.7%	**
		Si	49.6%	27.3%	
			100%	100%	

Chi-Cuadrado de Pearson.

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$. - no significativa.

Fuente: Innovación en la Actividad Empresarial Formal. Encuesta Nacional de Actividad Económica, 2022. Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana.

En la **Tabla 17** se analizan los agentes o instituciones con los cuales la empresa se vinculó desagregados por sexo de la autoridad y tamaño de la empresa. Los resultados de la **Tabla 17** muestran diferencias estadísticamente significativas en la vinculación con las universidades o IES, instituciones gubernamentales que ofrecen programas de promoción de ciencia, tecnología e innovación, organismos internacionales de cooperación, clientes, competidores y gremios empresariales.

Concretamente, el vínculo con las instituciones gubernamentales que ofrecen programas de promoción de ciencia, tecnología e innovación, en las micro y pequeña empresa fue muy reducido. Solo se visualizó que el 4,3% de las empresas gestionadas por mujeres tuvo acercamiento a este tipo de agente. Por su parte, en el grupo de mediana-grande empresas, solo las empresas gestionadas por hombres (25,8%) tuvieron esta vinculación.

La lista de factores va desde la falta de información sobre tecnología, las rigideces organizativas dentro de la empresa, falta de personal cualificado, costes demasiado elevados, la falta de fondos y de financiación, y las barreras de entrada al mercado (**Tabla 18**).

Tabla 18 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas innovadoras por género, según factores que han obstaculizado o desincentivado el desarrollo de actividades de innovación, 2019-2021

Factores que han obstaculizado o desincentivado el desarrollo de actividades de innovación		No Gestión Mujeres	Gestión Mujeres	Sig.
Falta de información sobre tecnología	No	90.4%	93.8%	***
	Si	9.6%	6.2%	
Rigideces organizativas dentro de la empresa	No	92.7%	92.8%	-
	Si	7.3%	7.2%	
Falta de personal cualificado	No	84.0%	86.4%	***
	Si	16.0%	13.6%	
Coste demasiado elevado	No	74.5%	72.0%	***
	Si	25.5%	28.0%	
Falta de fondos y de financiación de fuentes exteriores a la empresa	No	86.1%	80.5%	***
	Si	13.9%	19.5%	
Barreras de entrada al mercado	No	94.1%	91.3%	***
	Si	5.9%	8.7%	
		100%	100%	

Chi-Cuadrado de Pearson.

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$. - no significativa.

Fuente: Innovación en la Actividad Empresarial Formal. Encuesta Nacional de Actividad Económica, 2022. Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana.

Bajo el mismo comportamiento, la falta de personal cualificado es un obstáculo más frecuente en las empresas gestionadas por hombres con un 16.0% de las empresas, frente al 13.6% de las empresas gestionadas por mujer.

Sin embargo, en las empresas gestionadas por mujer, mostraron ser afectadas en mayores medidas con obstáculos como los costes demasiado elevados (28,0% mujeres vs 25,5% hombres), falta de fondos y financiación de fuentes externas a la empresa (19,5% mujeres vs 13,9% hombres), e incluso por las barreras de entrada al mercado (8,7% mujeres vs 5,9% hombres).

Tabla 19 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas innovadoras por género y tamaño, según factores que han obstaculizado o desincentivado el desarrollo de actividades de innovación, 2019-2021

Factores que han obstaculizado o desincentivado el desarrollo de actividades de innovación			No Gestión	Gestión	Sig.
			Mujeres	Mujeres	
Falta de información sobre tecnología	Pequeña	No	89.8%	92.8%	***
		Si	10.2%	7.2%	
	Mediana-grande	No	92.5%	99.2%	***
		Si	7.5%	0.8%	
Rigideces organizativas dentro de la empresa	Pequeña	No	93.1%	92.5%	-
		Si	6.9%	7.5%	
	Mediana-grande	No	91.4%	94.3%	***
		Si	8.6%	5.7%	
Falta de personal cualificado	Pequeña	No	82.2%	85.0%	***
		Si	17.8%	15.0%	
	Mediana-grande	No	90.6%	93.8%	***
		Si	9.4%	6.2%	
Coste demasiado elevado	Pequeña	No	73.4%	71.8%	**
		Si	26.6%	28.2%	
	Mediana-grande	No	78.9%	73.3%	***
		Si	21.1%	26.7%	
Falta de fondos y de financiación de fuentes exteriores a la empresa	Pequeña	No	84.0%	77.8%	***
		Si	16.0%	22.2%	
	Mediana-grande	No	93.9%	95.1%	-
		Si	6.1%	4.9%	
Barreras de entrada al mercado	Pequeña	No	93.3%	90.1%	***
		Si	6.7%	9.9%	
	Mediana-grande	No	97.2%	97.7%	-
		Si	2.8%	2.3%	
			100%	100%	

Chi-Cuadrado de Pearson.

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$. - no significativa.

Fuente: Innovación en la Actividad Empresarial Formal. Encuesta Nacional de Actividad Económica, 2022. Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana.

En la Tabla 19 se estudian los factores que han obstaculizado la innovación por género y tamaño de la empresa. En el caso de los costes demasiado elevados se encontraron diferencias significativas tanto en micro y pequeña empresa (28,2% mujeres vs 26,6% hombres) como en la mediana y grande empresa (26,7% mujeres vs 21,1% hombres). El comportamiento observado es muy similar al analizado solo por el sexo de la autoridad que se estudió en la Tabla 16.

7. Referencias

- Barberá, E. (2004). Perspectiva socio-cognitiva: estereotipos y esquemas de género. En E. Barberá & I. Martínez-Benlloch (Eds.), *Psicología y género* (pp. 55-80). Madrid: Pearson Educación.
- Camarena Adame, M. E. & Saavedra García, M.L. (2016). Un estudio de las PYME lideradas por mujeres en Latinoamérica. *Revista Universitaria Ruta*, 18(1), 1-27.
- Cuevas-Vargas, H., Velázquez-Espinoza, N., & Colín-Salgado, M. (2022). Technological Innovation in Colombian Small Firms: A Gender Multi-Group Analysis. *Business Systems Research: International journal of the Society for Advancing Innovation and Research in Economy*, 13(1), 46-65.
- Davis, P. S., Babakus, E., Englis, P. D. & Pett, T. (2010). The influence of CEO gender on market orientation and performance in service small and medium-sized service businesses. *Journal of Small Business Management*, 48(4), 475-496.
- Díaz, M. C. & Jiménez, J. J. (2010). Recursos y resultados de las pequeñas empresas: nuevas perspectivas del efecto género. *Cuadernos de Economía Y Dirección de La Empresa*, 13(42), 151-175.
- Dini, M. & Stumpo, G. (2020). Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento. Cepal y Unión Europea.
- Driga, O. & Prior, D. (2010). Start-Up Conditions and the Performance of Women and Men – Controlled Businesses in Manufacturing Industries. *Revista de Contabilidad Spanish Accounting Review*, 13(1), 89-124.
- Dovbischuk, I. (2022). Innovation-oriented dynamic capabilities of logistics service providers, dynamic resilience and firm performance during the COVID-19 pandemic. *The International Journal of Logistics Management*, 33(2), 499-519.
- Fernández, F., López, M., Maeztu, I. y Martín, A. (2010). El techo de cristal en las pequeñas y medianas empresas. *Revista de Estudios Empresariales*, 1, 231-247.
- Furtado, J. V., Moreira, A. C., & Mota, J. (2021). Gender affirmative action and management: A systematic literature review on how diversity and inclusion management affect gender equity in organizations. *Behavioral sciences*, 11(2), 21.
- Gallego-Álvarez, I., García-Sánchez, I. M., & Rodríguez-Dominguez, L. (2010). The influence of gender diversity on corporate performance: La influencia de la diversidad de género en el rendimiento empresarial. *Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review*, 13(1), 53-88.
- García Solarte, M., García Pérez de Lema, D., & Madrid Guijarro, A. (2012). Caracterización del comportamiento de las Pymes según el género del gerente: un estudio empírico. *Cuadernos de Administración (Universidad del Valle)*, 28(47), 37-53.
- García-Solarte, M., García-Pérez de Lema, D. & Madrid-Guijarro, A. (2018). Gender diversity and its impact on high-tech SMEs' organizational leadership. *Gender in Management*, 33(6), 499-523.
- García-Solarte, M., Rodríguez, A. R. A., & Libreros, A. F. P. (2021). La Cultura Organizacional y el Género del Gerente en las Pymes de Cali-Colombia. *Criterio Libre*, 19(35), 286-306.
- Gelambí Torrel, M. (2006). La terminación de políticas públicas. En Pérez Sánchez, Margarita (Ed.). *Análisis de Políticas Públicas*, (pp.197-220). Granada: Universidad de Granada.
- Godoy, L., & Mladinic, A. (2009). Estereotipos y roles de género en la evaluación laboral y personal de hombres y mujeres en cargos de dirección. *Psykhé (Santiago)*, 18(2), 51-64.
- Haslam, S. A., and Ryan, M. K. (2008). The road to the glass cliff: Differences in the perceived suitability of men and women for leadership positions in succeeding and failing organizations. *The Leadership Quarterly*, 19, 530-546.
- Haynes, R. K., & Ghosh, R. (2012). Towards mentoring the Indian organizational woman: Propositions, considerations, and first steps. *Journal of World Business*, 47(2), 186-193.
- Hernández, E., Reyes, C., & Usher, X. (2021). Encuestas de actividades de innovación en la industria manufacturera y servicios seleccionados (2016-2018). Principales resultados. Montevideo: Agencia Nacional de Investigación e Innovación.: Colección de indicadores y estudios N° 10. <https://www.anii.org.uy/upcms/files/listado-documentos/documentos/documento-encuesta-de-actividades-de-innovaci-n-2016-2018.pdf>
- Hernandez Bark, A. S., Escartín, J., & van Dick, R. (2014). Gender and leadership in Spain: A systematic review of some key aspects. *Sex Roles*, 70, 522-537.
- Issau, K., Acquah, I. S. K., Gnankob, R. I., & Hamidu, Z. (2021). Innovation orientation and performance of small and medium-sized enterprises (SMES) in Ghana: evidence from manufacturing sector. *Innovation & Management Review*, 19(4), 290-305.
- Low, D. C., Roberts, H., & Whiting, R. H. (2015). Board gender diversity and firm performance: Empirical evidence from Hong Kong, South Korea, Malaysia and Singapore. *Pacific-Basin Finance Journal*, 35, 381-401.

Lyngsie, J., & Foss, N. J. (2017). The more, the merrier? Women in top-management teams and entrepreneurship in established firms. *Strategic Management Journal*, 38(3), 487-505.

Martinez, L. B., Guercio, M-B., Corzo, L. J & Vigier, H. (2017). Determinantes del financiamiento externo de las PyMES del MERCOSUR. *Revista Venezolana de Gerencia*, 22, 672-92.

Miranda-Novoa, M. (2012). Diferença entre a perspectiva de gênero e a ideologia de gênero. *Dikaion*, 21(2), 337-356.

ONE (2023): Innovación en la Actividad Empresarial Formal. Encuesta Nacional de Actividad Económica, ENAE 2022. Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana. <https://www.one.gob.do/media/vbvxrdp/informe-innovaci%C3%B3n-en-la-actividad-empresarial-formal-2022.pdf>

Reutzell, C. R., Collins, J. D., & Belsito, C. A. (2018). Leader gender and firm investment in innovation. *Gender in Management: An International Journal*, 33(6), 430-450.

Roberson, Q. M. (2006). Disentangling the meanings of diversity and inclusion in organizations. *Group & Organization Management*, 31(2), 212-236.

Vinkenburg, Cl. J., van Engen M, Eagly A.H. & Johannesen-Schmidt M.C. (2011). An exploration of stereotypical beliefs about leadership styles: Is transformational leadership a route to women's promotion? *The Leadership Quarterly*, 22, 10-21.

Upadhyay, A., & Zeng, H. (2014). Gender and ethnic diversity on boards and corporate information environment. *Journal of Business Research*, 67(11), 2456-2463.

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

