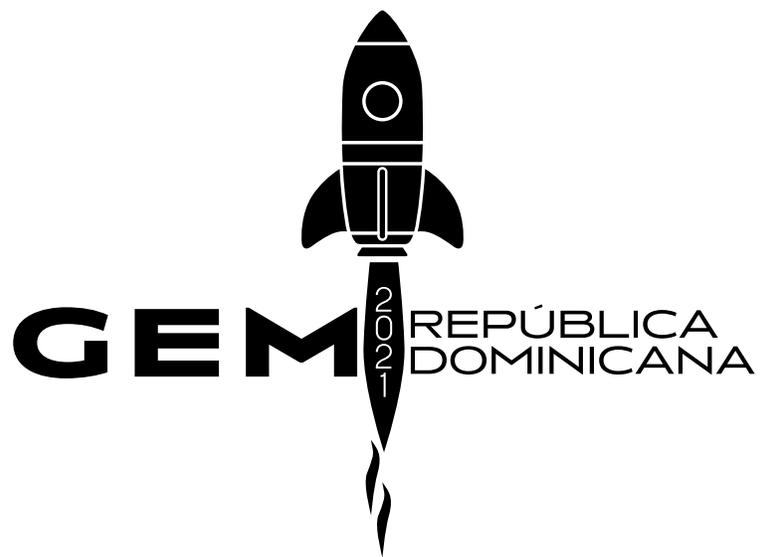


GEM 2021 REPÚBLICA DOMINICANA





Contenido

Agradecimientos.....	5
Prólogo.....	7
Resumen.....	9
Introducción.....	11
¿Qué es el Monitor Global de Emprendimiento (GEM)?.....	11
Métodos de recopilación de información.....	12
Características del estudio.....	13
Modelo conceptual del proyecto GEM.....	14
Objetivos del GEM.....	15
Operacionalización de las variables GEM.....	17

Sección 1

Caracterización de la actividad emprendedora en la República Dominicana 19

Sección 2

Entorno emprendedor 57





© GEM República Dominicana 2022

Primera edición: julio de 2019

© del texto:

Ministerio de Industria y Comercio y MIPYMES de
la República Dominicana - MICM, 2022

Barna Management School,

República Dominicana, 2022

**Gestión administrativa y aplicación del
instrumento por parte del
Ministerio de Industria, Comercio y MIPYMES**

Victor Bisonó

Jorge Morales

Anadel Peguero

Ana Abreu

Fernando Arturo Abreu Hahn

Jonathan Bournigal

Roger Marte

**Procesamiento estadístico y
elaboración de Informe por parte de
BARNÁ MANAGEMENT SCHOOL**

Javier Villamizar Fernández

Fernando Barrero Rivera

Eric Moreno Batista

Juan Ramón Jorge Contreras

Coordinadora editorial

María Teresa Calderón

Corrección de estilo

L. C. H.

Diseño y diagramación

Ricardo Romero Ojeda

®Reservados los derechos. No se permite reproducir, almacenar en sistemas de recuperación de la información ni transmitir alguna parte de esta publicación, cualquiera que sea el medio empleado electrónico, mecánico, fotocopia, grabación, etc., sin el permiso previo de los titulares de los derechos de propiedad intelectual.

Agradecimientos

El Ministerio de Industria, Comercio y MiPymes, basado en su propósito de impulsar el desarrollo de la industria, el comercio y las MiPymes, facilitando su crecimiento sostenible y la generación de empleos de calidad en el país, ha desarrollado junto a Barna Management School, la presente investigación la cual pretende obtener datos comparativos a nivel internacional sobre la actividad emprendedora e identificar oportunidades en la mejora del ecosistema emprendedor de cada país.

El informe país del Monitor Global de Emprendimiento es clave para entender las relaciones entre los emprendedores y el desarrollo nacional. Esta nueva edición del estudio realiza un seguimiento a la evolución del ecosistema de emprendimiento nacional, incluyendo la identificación de oportunidades de mejora del entorno emprendedor con base en el análisis de otras naciones referentes. Además, se analiza el impacto del Covid-19 en el emprendimiento y compromiso de los emprendedores dominicanos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

La realización de esta importante investigación es el resultado de un esfuerzo conjunto de la academia, el sector público y el sector privado, en el cual nos unimos con un objetivo común de contribuir al desarrollo del país.

Agradecemos de manera especial el apoyo de Grupo INICIA, Asociación Nacional de jóvenes Empresarios (ANJE), Banco Popular Dominicano, Grupo León Jiménes y GAM Capital.

Finalmente queremos destacar el esfuerzo de los estudiantes, emprendedores, investigadores, profesores, directivos, empresarios, servidores públicos y otros miembros de nuestra comunidad que contribuido a documentar la situación actual de los emprendedores y el ecosistema. Estamos convencidos de que este informe será de gran aporte para el sector público y privado de la República Dominicana.



Prólogo

Con esta tercera edición nacional donde se analizan los resultados más notables del Monitor Global de Empredimiento (GEM) para la República Dominicana, se marca la vuelta de nuestro país a la medición global de un proyecto que, desde 1999 aporta datos comparables a nivel internacional para comprender el fenómeno del emprendimiento alrededor del mundo.

Para hacerlo posible, desde el Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes trabajamos en alianza con BARNA Management School y diversos actores del sector privado, con el firme propósito de aportar a la sociedad una mirada detallada sobre el fenómeno del emprendimiento en el país, entendiendo que este proceso vivo y dinámico es una de las apuestas más seguras para el desarrollo: desde la promoción de una iniciativa individual que se traduzca en herramientas para crear a su vez un tejido productivo que favorezca el bienestar de la sociedad haciéndola más digna y segura.

El GEM es una herramienta que recopila datos directamente de empresarios individuales sobre el espíritu emprendedor y nos permite medir sus actitudes frente al emprendimiento, negocios nacientes, edades de los negocios nacientes y el entorno en que se desarrollan los emprendimientos, permitiendo a los tomadores de decisiones hacerlo basado en evidencias.

Hoy podemos afirmar que los dominicanos y dominicanas no tienen miedo a emprender, pues más del 80% de la población adulta (de 18 a 64 años) manifiesta contar con las habilidades e intenciones para iniciar un negocio y tiene un bajo

temor al fracaso (38%), lo que habla del potencial de nuestra población para producir a partir de su talento y creatividad.

Estamos conscientes de que ese potencial necesita las condiciones adecuadas para desarrollarse y trascender, adoptar nuevas estrategias y contar con una base tecnológica e innovadora. Es por ello que, a partir de esta investigación y desde nuestros diferentes roles, nos proponemos identificar las áreas de oportunidades para la creación de políticas públicas que mejoren el nivel del emprendimiento y nos permitan propiciar un adecuado acompañamiento del sector privado a los emprendedores dominicanos.

Sin embargo, para que en el país se genere un entorno emprendedor apropiado debemos aunar el esfuerzo de todos, de modo que las iniciativas de aquellos que arriesgan su capital en nuevas ideas logren resultados exitosos.

El interés de esta gestión es lograr el compromiso de todos los actores para que en las próximas mediciones nuestros indicadores logren reflejar los esfuerzos realizados y superen los alcanzados hasta ahora. Solo el trabajo conjunto, la unión de voluntades y el establecimiento de una agenda común basada precisamente en las informaciones e investigaciones que de esta valiosa herramienta se deriven, lo harán posible.

Dedicamos este informe a todos los dominicanos emprendedores que día a día se preparan para salir adelante dignamente, al tiempo que extendemos nuestro sincero agradecimiento a todo el equipo que con su compromiso hizo posible la concreción de esta meta.

Victor O. Bisonó

Ministro de Industria y Comercio

Resumen

El Monitor Global de Emprendimiento (en adelante GEM, por sus siglas del inglés, Global Entrepreneurship Monitor) es un modelo de investigación desarrollado con el propósito de obtener datos comparativos a nivel internacional sobre la actividad emprendedora, a fin de identificar oportunidades en la mejora del ecosistema emprendedor de cada país, compuesto por los emprendedores y su entorno. Al interpretar y estudiar adecuadamente los indicadores que lo componen, se pueden desarrollar comparaciones regionales, globales y longitudinales de la actividad emprendedora. Los indicadores analizados en el presente informe provienen de la encuesta de población adulta (APS) y de la Encuesta Nacional de expertos (NES). Los resultados más notables del GEM 2021 para la República Dominicana se presentan en los siguientes párrafos.

Para entender el comportamiento emprendedor, es necesario conocer que el proceso de emprendimiento parte de unas habilidades e intenciones, pasando por la actividad emprendedora temprana y culminando en un emprendimiento establecido, donde se ha definido un nuevo negocio. La mayoría (más del 80%) de la población adulta dominicana (18 a 64 años) manifiesta contar con las habilidades e intenciones para iniciar un negocio y un bajo temor al fracaso (38%), las cuales la posicionan en potencial emprendedora. La actividad emprendedora, marcada por cualquier inversión en recursos para darle forma a esa iniciativa, corresponde actualmente al comportamiento del 42% de la población adulta, 24 puntos porcentuales por encima de la medición de 2018, no obstante, la mayoría son autoempleados quienes tuvieron que recurrir a la búsqueda de ese nuevo oficio o labor debido a las consecuencias de la pandemia y, en general, no contratan a otros para el desarrollo de su iniciativa. Los restantes son emprendedores de negocios nacientes o nuevos, en edades de 25 a 54 años, en su mayor parte hombres, de la macroregión Sureste, quienes contratarían a seis personas en promedio. Los negocios nacientes o nuevos que aportarían a la generación de 7 a 10 empleos se centran en emprendimientos del sector de la construcción y muebles, fabricación y venta de calzado y mecánica automotriz. Aquellos con mayor aporte a la empleabilidad son

los del subsector de turismo de salud, ingeniería, agricultura y desarrollos digitales, generando más de 15 empleos en los próximos 5 años. Estos últimos (desarrollo digital), opinan sus productos serán novedosos a nivel mundial, mientras que, en general, los emprendedores nuevos o nacientes opinan sus productos o servicios serán nuevos en la región y el país, más por su disponibilidad al comprador que por su nivel de innovación. El intraemprendimiento en el país presenta un incipiente nivel (3,7%), los pocos negocios que gozan de este modelo de emprendimiento cuentan con un moderado grado de innovación y un elevado nivel de exportación de sus productos/servicios.

El porcentaje de negocios establecidos se redujo en cinco puntos porcentuales (del 17% en 2018 al 13% en 2021). Estos negocios actualmente tienen como característica corresponder a dueños de los dos sexos, en su mayoría de 25 a 44 años quienes han emprendido para ganarse la vida, debido a que el trabajo escasea. Unas pocas de estas iniciativas corresponden a negocios de marketing o tecnología digital, siendo concebidos sus productos o servicios como innovadores, usan tecnologías nuevas en el mundo y una buena parte de sus ingresos provienen de sus exportaciones a clientes de otros países; sus dueños actualmente contratan a una o dos personas y esperan contratar a cinco más en los próximos 5 años. Otras iniciativas, que corresponden a negocios del sector de salud y distribución de bienes de consumo, han generado más empleo que los primeros y proyectan aumentar su nivel de empleabilidad, pasando de un rango de 13 a 55 empleos actuales, a un rango de 15 a 70 en cinco años.

La discontinuación emprendedora, medida como venta o abandono del negocio, pasó del 8.6% del año 2018, al 14.2% en la actual medición, lo cual se debió en gran medida a la pandemia (32%).

El entorno emprendedor se compone de la cultura y la disponibilidad de recursos, tales como el capital humano, formación, redes, infraestructura y financiación. Desde la óptica de los emprendedores, tanto nacientes y nuevos como establecidos, el país cuenta con una percepción positiva de ellos, pero la adquisición de recursos depende de la provincia donde operen. Las provincias de la macroregión Suroeste gozan

de las mejores condiciones para emprender, puesto que es elevado el nivel de satisfacción de sus emprendedores con la vinculación a redes de pares y programas de formación, disponibilidad de personal con las competencias necesarias para su negocio, así como la infraestructura de transporte y telecomunicaciones. No obstante, en todas las provincias del país se perciben barreras para el acceso a fuentes de financiación y la adquisición de espacios adecuados a precios moderados que garanticen un crecimiento del negocio, aspectos corroborados por la opinión de los expertos consultados. Los inversores informales, quienes pertenecen al no despreciable 17% de la muestra encuestada, ratifican que la mayor fuente de financiamiento de los emprendedores corresponde a los préstamos de familiares, amigos y conocidos.

En la mayoría de los emprendedores, tanto nacientes o nuevos como establecidos, se presenta un moderado compromiso social y ambiental, no obstante, existe en este grupo poblacional un bajo nivel de conocimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

El nivel de uso de nuevas tecnologías digitales es relativamente bajo en toda la población emprendedora, aludiendo como principal razón a que su negocio no lo requiere, aspecto validado al observar que la mayoría de estos emprendimientos se centran en labores comerciales o de servicios básicos. Al respecto, se hace importante masificar la iniciativa del Programa de Alfabetización Digital promovido por el Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICYM) donde se mejoran las habilidades de los propietarios de mipymes en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TICs) en las mipymes y, así mejorar la competitividad, eficiencia y productividad de este tipo de negocio.

En el país, más de la mitad de los nuevos emprendedores y de los nuevos empleados percibieron más difícil o mucho más difícil iniciar un negocio (o autoemplearse) frente al año pasado, sugiriendo que el reto de emprender se ha complicado cada vez más. En la medida que se incrementa la dificultad, la percepción del crecimiento del negocio a futuro es menor. Los expertos también perciben un elevado nivel de competencia en el país, dificultando a las nuevas empresas abrirse paso en los mercados, debido a la elevada concentración (monopolio) evidenciada en una gran parte de los sectores, así como el gran costo de entrada y los permanentes bloqueos generados por la competencia.

Comparado con los países participantes de la medición GEM, incluidos los de ingresos medio alto y de la región de Latinoamérica y el Caribe (LAC), los indicadores de emprendimiento, tales como las competencias para iniciar negocios, la intención y actividad emprendedora de la República Dominicana, el abandono o venta de los negocios en el último año y la escasez de trabajo derivada de la pandemia son relativamente más elevados. Por otra parte, el entorno emprendedor en los factores de políticas gubernamentales, nivel de educación empresarial, acceso a infraestructura profesional y comercial cuenta con un nivel similar a los otros países participantes del estudio GEM, de ingresos medio alto y región LAC. No obstante, en los aspectos de nivel educativo emprendedor en etapas iniciales del aprendizaje; programas gubernamentales; políticas concretas del gobierno/prioridad y apoyo; facilidad para conseguir financiación para emprendedores; transferencia de investigación y desarrollo y los dos factores relacionados con el nivel de competencia de los mercados: cargas y dinámica del mercado interior, se encuentran en un valor inferior al promedio de estos grupos de países analizados.

Por lo anterior, la gran oportunidad para mejorar el ecosistema emprendedor en la República Dominicana parte de optimizar la cultura de innovación en toda la población, incluyendo la formación transversal en modelos de creatividad y refuerzo de programas con contenidos de STEM desde etapas tempranas, acompañada de inversión pública suficiente en investigación y desarrollo y tecnologías digitales para reducir las brechas de acceso a tecnología de punta para innovación y producción. Igualmente, optimizar el acceso a los recursos de emprendimiento, tales como financiamiento, asesoría por medio de redes de pares o inversionistas ángeles e infraestructura, para las provincias que cuenten con emprendimientos donde se demuestren su intención de generar empleo y/o aporte en soluciones de valor agregado con potencial exportador. Al respecto, el país muestra una elevada disponibilidad de redes y oportunidades de formación en gestión de negocios, no obstante, el nivel de participación por parte de los emprendedores y empleados nuevos es bajo. Lo anterior sugiere una asimetría entre la oferta y la demanda de estos importantes factores del ecosistema emprendedor (redes y formación), donde la oportunidad radica en mostrar a los emprendedores las bondades de las redes y de la capacitación para garantizar la sostenibilidad de las iniciativas. De manera complementaria, el

sector de educación superior cuenta con la oportunidad de evaluar y cuantificar las necesidades de demanda de capacitación y requerimientos de perfiles de egreso por parte de las empresas, a fin de desarrollar programas académicos que permitan balancear las actuales asimetrías en el mercado laboral.

Sería importante continuar con la generación y apoyo a los 45 de clústeres en el país, estimulando con premios, subsidios y soporte técnico a aquellos con enfoque tecnológico, tales como los de desarrollo de software, soluciones digitales y otros vinculados a segmentos relacionados con los mercados de la Cuarta Revolución Industrial.

Teniendo en consideración las inversiones del gobierno central en vías de comunicación terrestres y TICs en los últimos años, así como los próximos contratos que se desarrollarán con inversión extranjera directa, la República Dominicana se perfila con una mayor competitividad en infraestructura, lo que también permitirá mejorar el entorno emprendedor. Por otra parte, la consecución de contratistas, proveedores y consultores es relativamente fácil en la República Dominicana, no obstante, se hace más difícil que estos servicios cumplan con la calidad necesaria percibida por los expertos.

Es recomendable fundamentar la positiva actitud ambientalista y social dominicana por medio de la difusión masiva de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, incluyendo toda la población estudiantil.

Introducción

Desde hace más de dos décadas, los gobiernos de todo el mundo han ido reconociendo el impacto positivo que la creación de nuevas empresas puede tener en los niveles de empleo, así como las ventajas competitivas que estas iniciativas pueden aportar al mercado (Scase, 2000; Cooney, 2012; Spivack, 2013; Jin & Lee, 2020; González-Días y Becerra-Pérez, 2021), inclusive en las más difíciles condiciones, tales como la pandemia generada por el COVID-19 (Furlan, 2021; Alonso et. al, 2021). De esta manera, muchas naciones han mejorado cada vez más su ecosistema emprendedor, obteniendo resultados significativos a nivel de

optimizar la competitividad de sus países. Si bien el espíritu emprendedor proporciona beneficios en términos de crecimiento social y económico, también ofrece recompensas en términos de realización individual, ya que este, por su naturaleza inclusiva, ha roto las barreras de ingresos, edad, género, orientación sexual y raza. Por definición, el nivel de emprendimiento en las naciones se compone de dos elementos: el emprendedor como protagonista y el entorno, como coadyuvante. El presente proyecto pretende abordar estos dos componentes del ecosistema emprendedor con el fin de abrir espacios de reflexión y despertar o potenciar las voluntades de las partes involucradas en la definición de políticas, planes, estrategias e iniciativas que mejoren las condiciones para emprender en la República Dominicana.

¿Qué es el Monitor Global de Emprendimiento (GEM)¹?

Los principales consorcios de investigación del mundo que se preocupan por mejorar el entendimiento que los emprendedores, junto con las nuevas empresas que establecen, desempeñan un rol fundamental en el desarrollo y el bienestar de sus sociedades. En consecuencia, se aprecia cada vez más el papel que las pequeñas y nuevas empresas desempeñan en una economía. GEM contribuye a este reconocimiento con estudios longitudinales y análisis exhaustivos de las actitudes y la actividad emprendedora en todo el mundo. Desde sus inicios, GEM ha aportado en el establecimiento de relaciones entre el espíritu emprendedor y el desarrollo nacional. Este proyecto estudia una muestra demográficamente representativa de individuos entre las edades de 18 y 64 años en cada país participante. GEM analiza los atributos, aspiraciones, actitudes, percepciones e intenciones de las personas para iniciar un negocio. Examina lo que les hace pensar y actuar. Dichos indicadores juegan un papel integral en el flujo emprendedor, pasando de emprendedores

1. <https://www.gemconsortium.org/>

potenciales a intencionales y, a personas que realmente logran iniciar un negocio establecido y en crecimiento.

Por otra parte, el mundo continúa afectado por la pandemia del COVID-19, que ha presentado consecuencias nefastas para la salud de la población mundial, además de un devastador impacto en la comunidad y la economía mundiales. El entorno actual ha requerido de los datos que evalúan el impacto de la pandemia a nivel de actividad emprendedora en todo el mundo.

El Monitor Global de Emprendimiento, (GEM) es el estudio más grande y líder del mundo sobre el espíritu emprendedor. En el marco del proyecto GEM anualmente se evalúa el nivel de actividad emprendedora y sus diversos aspectos, a nivel mundial y nacional. Desde el año 2020, GEM ha sido la primera y más confiable herramienta de evaluación del impacto de la pandemia COVID-19 sobre diversos elementos del emprendimiento del mundo.

El proyecto GEM surgió por primera vez en 1999 como una iniciativa conjunta de Babson College, EE. UU. y London Business School del Reino Unido. El objetivo era considerar por qué algunos países son más “emprendedores” que otros. Veintitrés años después, GEM es el recurso de información más rico sobre el tema, que publica una serie de informes globales, nacionales y de “temas especiales” de forma anual. GEM es ahora una asociación de universidades, escuelas de negocios e investigación, centros de recolección de todo el mundo e intercambio de información sobre emprendimiento y actividad emprendedora.

En cada economía, GEM observa dos elementos, componentes del ecosistema emprendedor:

- El comportamiento emprendedor y las actitudes de los individuos.
- El contexto nacional y cómo eso afecta el emprendimiento.

En la presente entrega, luego de las mediciones de los años 2007 y 2018 desarrolladas en la República Dominicana, el Ministerio de Industria, Comercio y mipymes vuelve a participar en el proyecto, delegando a Barna Management School la coordinación del levantamiento de la data, el análisis y elaboración del reporte final.

Métodos de recopilación de información

Cada país GEM utiliza dos fuentes de datos principales a nivel nacional: la Encuesta de población adulta (APS) y la Encuesta nacional de expertos (NES).

•Encuesta de población adulta (APS).

Realizada sobre una muestra de al menos 2.000 encuestados de la población adulta en el rango de edad de 18 a 64 años.

El cuestionario GEM especialmente diseñado contiene preguntas que caracterizan la actitud del encuestado hacia la actividad emprendedora desde diferentes ángulos, la implicación del individuo en el proceso emprendedor, así como sus motivos y aspiraciones. Este enfoque distingue a GEM de las estadísticas oficiales del gobierno, así como de la investigación privada, al proporcionar información sobre las vías emprendedoras individuales, desde la intención de iniciar un negocio hasta su operación. En 2021, para implementar la metodología GEM, al realizar una encuesta de la población adulta trabajadora en la República

GEM en números



Dominicana, se utilizó una muestra probabilística estratificada de múltiples etapas de 2000 encuestados. Al diseñar la muestra, utilizamos los datos de las estadísticas oficiales sobre el tamaño de la población, por edad, sexo y estructura en cada provincia. La encuesta se realizó utilizando un método formalizado de entrevista cara a cara.

Es importante mencionar que este formulario ha sido aprobado con pruebas de validez y fiabilidad de algunas partes del instrumento, a nivel mundial y desde hace más de 20 años. En el caso de la República Dominicana, la prueba de fiabilidad Alfa de Cronbach en ciertas baterías del instrumento arrojó un valor superior al 0.6, demostrando una consistencia interna suficiente para el proceso de inferencia estadística.

•Encuesta Nacional de Expertos (NES).

Son encuestas desarrolladas con expertos que se utilizan para definir contextos económicos, sociales y políticos, así como las condiciones para el desarrollo del espíritu emprendedor en cada país individual. La encuesta se realiza entre expertos en emprendimiento en formato de entrevistas a profundidad. Se diseñó un cuestionario especialmente desarrollado con el fin de evaluar las condiciones del entorno emprendedor para la apertura y desarrollo de los negocios. Los expertos reflejan sus percepciones individuales del contexto emprendedor nacional en una serie de categorías determinadas por el método GEM: Financiación del emprendimiento, políticas del gobierno, programas de apoyo al emprendimiento, educación emprendedora, introducción de desarrollos científicos y técnicos, infraestructura (comercial, legal, física), dinámica y apertura de los mercados, así como normas culturales y sociales. Al menos 36 expertos de cada país participan en

el estudio, su perfil es de diferentes géneros, con diversos antecedentes comerciales, que representan el nivel nacional y de diferentes áreas geográficas. En la República Dominicana, 36 expertos estuvieron representados en la muestra de 2021.

Características del estudio

1. Análisis integral y del emprendimiento informal en la República Dominicana

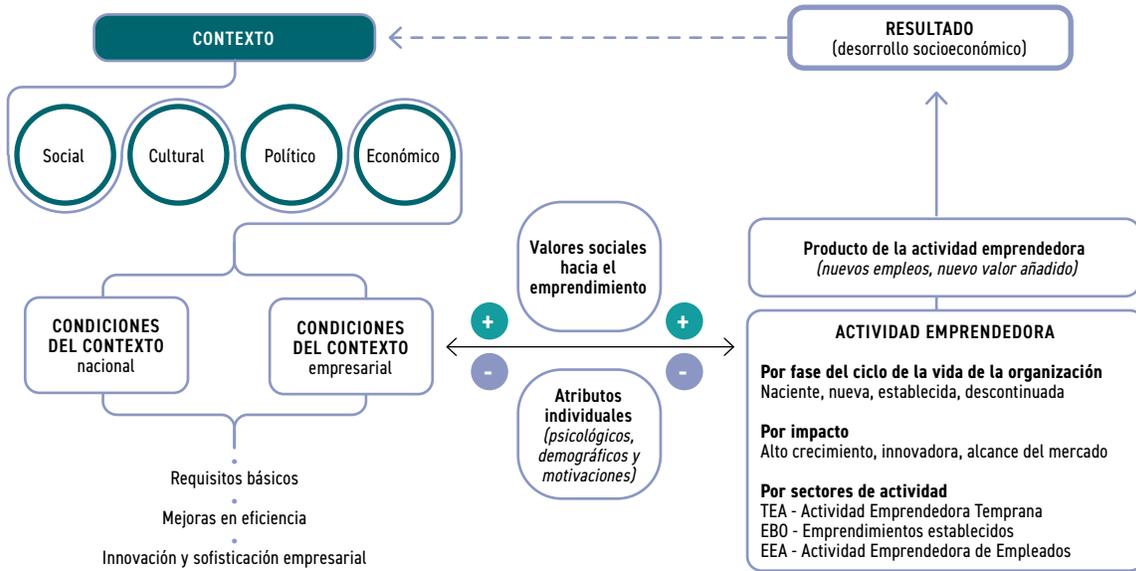
El GEM brinda un análisis detallado y completo del emprendimiento, lo que permite la compilación de perfiles emprendedores detallados en cada una de las economías estudiadas. Gracias al anonimato incondicional de las encuestas GEM, el estudio va más allá del alcance habitual de considerar solo las empresas registradas oficialmente, que representan solo una parte del espíritu emprendedor en muchos países y tiene la capacidad de rastrear el desarrollo de la actividad emprendedora informal y la economía informal. Algunos encuestados, que responden trabajan por cuenta propia, no siempre registran oficialmente su negocio sino que simplemente utilizan las oportunidades emergentes para ganar dinero. Estos datos no están incluidos en las estadísticas oficiales pero son una parte importante de la economía de la República Dominicana. En otras palabras, el GEM cubre datos sobre la diversidad de actividades económicas, negocios y actividades laborales que no están reguladas o respaldadas por el gobierno. De esta manera, los datos GEM se pueden utilizar posteriormente de manera eficiente para el diseño y desarrollo de iniciativas tendientes a mejorar el ecosistema emprendedor.

2. Enfoque en las personas

La principal diferencia entre el GEM y otras investigaciones cuantitativas sobre el espíritu emprendedor es su enfoque, no en las fuentes de datos disponibles públicamente sobre el número y tamaño de las empresas, sino en las personas, evaluando su percepción y participación en el espíritu emprendedor. GEM procede del hecho de que la sociedad necesita a aquellos que estén dispuestos a emprender y quienes estén dispuestos a apoyar a los emprendedores. Por tanto, además de la actividad emprendedora, el proyecto estudia la opinión pública sobre la necesidad

FIGURA 1

Modelo conceptual del GEM



del emprendimiento y cómo lo percibe la población. Entonces, en el marco de la encuesta APS, estudia la percepción de la población de las condiciones, oportunidades y obstáculos para iniciar una empresa, así como sus motivos y la participación de los ciudadanos en el emprendimiento. Esto es extremadamente importante porque son las actitudes, actividades y ambiciones de las personas (emprendedores tempranos y establecidos) las que influyen significativamente en el proceso emprendedor. Por lo tanto, GEM considera diferentes etapas de la actividad emprendedora. Así reconoce la importancia para la economía, tanto de las empresas nuevas como de los negocios establecidos, que brindan empleos estables y crean valor para las diversas partes interesadas.

3. Participación de equipos nacionales

Una característica única del GEM es la participación de equipos nacionales en todas las etapas del estudio. Los equipos nacionales trabajan en estrecha colaboración con la oficina central del GEM, son responsables de recopilar datos en su país, controlando la representatividad de la muestra nacional, que a su vez asegura un control eficiente y profesional sobre el proceso de la

encuesta, teniendo en cuenta los métodos modernos y fiables de recopilación de datos.

Además, el profundo conocimiento de los representantes de los equipos nacionales de emprendimiento y su comprensión de las condiciones locales ayuda a encontrar una explicación para las situaciones más inesperadas de los resultados a nivel de país. El equipo de la República Dominicana garantiza la difusión del conocimiento sobre las peculiaridades del desarrollo de las actividades de emprendimiento dentro del país a nivel académico y experto, como también participa en el desarrollo de recomendaciones en el ámbito del apoyo emprendedor, esto es, en la formulación de políticas, planes, estrategias e iniciativas que podrían mejorar el entorno emprendedor.

Modelo conceptual del proyecto GEM

Un análisis detallado y completo de las actitudes hacia el espíritu emprendedor y la actividad emprendedora en todo el mundo, proporcionado por el proyecto GEM, requiere un modelo conceptual especial que refleje el desarrollo económico

TABLA 1

Dimensiones y factores de la caracterización según tipología del emprendedor (fuente APS).

DIMENSIÓN	FACTOR
Valores sociales y percepciones de los emprendedores	<ul style="list-style-type: none"> • Elección de carrera exitosa • Alto estatus social • Nivel de vida similar • Atención de los medios al emprendimiento • Sostenibilidad social
Caracterización de los emprendedores potenciales	<ul style="list-style-type: none"> • Oportunidades emprendedoras • Capacidad emprendedora • Proactividad • Capacidad innovadora • Visión • Intenciones emprendedoras • Miedo al fracaso
Indicadores de actividad emprendedora	<ul style="list-style-type: none"> • Actividad emprendedora temprana (TEA): Emprendedor naciente o propietario / administrador de emprendimiento nuevo • Negocio establecido (EBO)
Caracterización de los emprendedores nacientes	<ul style="list-style-type: none"> • Perfil de los clientes • Sector del negocio • Nivel de exportación • Innovación en producto • Innovación en tecnología • Tamaño de la empresa • Crecimiento de la empresa • Dificultad para emprender • Razones para emprender • Fuentes de inspiración
Responsabilidad social y ambiental de los emprendedores nacientes	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad social al emprender • Responsabilidad ambiental al emprender • Prioridades en responsabilidad social y ambiental • Responsabilidad social como actividad en el último año • Responsabilidad ambiental como actividad último año • Nivel de conocimiento de los ODS de la ONU • Planeación sobre alguna meta de los ODS de la ONU
Entorno de emprendedores nacientes	<ul style="list-style-type: none"> • Formación en emprendimiento • Redes de negocios (networking) • Fuentes de financiación • Programas de apoyo • Apoyo de la comunidad • Tramitología • Talento humano • Infraestructura física y de comunicaciones
Caracterización de los Propietarios Gerentes - Negocios establecidos	<ul style="list-style-type: none"> • Base de propietarios y gerentes • Sector del negocio • Perfil del cliente • Nivel de exportación • Innovación en producto • Innovación en tecnología • Tamaño de la empresa • Crecimiento de la empresa • Dificultad para emprender • Razones para emprender

La Tabla 1 continúa en la siguiente página

CONTINUACIÓN TABLA 1

DIMENSIÓN	FACTOR
Responsabilidad social y ambiental de los Propietarios Gerentes - Negocios establecidos	• Responsabilidad social al emprender
	• Responsabilidad ambiental al emprender
	• Prioridades en responsabilidad social y ambiental
	• Responsabilidad social como actividad en el último año
	• Responsabilidad ambiental como actividad último año
	• Nivel de conocimiento de los ODS de la ONU
Entorno de Propietarios Gerentes - Negocios establecidos	• Planeación sobre alguna meta de los ODS de la ONU
	• Formación en emprendimiento
	• Redes de negocios (networking)
	• Fuentes de financiación
	• Programas de apoyo
	• Apoyo de la comunidad
	• Tramitología
	• Talento humano
• Planeación sobre alguna meta de los ODS de la ONU	
Venta o abandono de empresa	• Base vendido o abandonado
	• Continuidad
	• Razones de abandono
Caracterización de los Inversores informales	• Base de inversores informales
	• Monto de inversión
	• Vínculo con el prestatario
Situación laboral	• Estado laboral antes del COVID
	• Busca empleo
Caracterización de los intra-emprendedores	• Base de intra-emprendedores
	• Rol como intra-emprendedores

como resultado de la capacidad de los emprendedores individuales y sus posibles asociaciones para aprovechar oportunidades de desarrollo emprendedor. Es la percepción y el uso de las oportunidades existentes en el contexto del entorno económico local lo que asegura el crecimiento y desarrollo emprendedor. Aquí, el espíritu emprendedor se define claramente como la actividad de aquellos que participan activamente en la creación o gestión de una empresa.

Al mismo tiempo, la percepción de las posibilidades de iniciar una empresa y la intención de darle vida están directamente relacionadas con la actividad emprendedora. El modelo conceptual GEM describe las relaciones entre el espíritu emprendedor y el entorno local, regional y nacional, como también describe las características complejas del espíritu emprendedor, reflejando el comportamiento proactivo e innovador de las personas que están dispuestas a asumir riesgos (Herrington & Kew, 2017; ver figura 1). Los contextos económico, social, cultural y político

influyen simultáneamente y contribuyen la actividad emprendedora a través de cambios en los valores individuales. Esta influencia puede ser tanto positiva como negativa. El espíritu emprendedor contribuye al desarrollo social y económico, principalmente a través de la creación de puestos de trabajo y nuevos valores. Así, el crecimiento económico, el desarrollo de la sociedad y los valores sociales son el resultado de las habilidades individuales de los emprendedores para identificar y aprovechar las oportunidades emprendedoras.

Ambos métodos de recolección, los datos GEM APS y NES, establecen el modelo conceptual, identificando los factores que influyen en el espíritu emprendedor y proporcionando una imagen completa del espíritu emprendedor en cada país participante del proyecto. La clara metodología GEM permite que los resultados de la encuesta se utilicen como medidas precisas de la actividad emprendedora, proporcionando los datos necesarios para monitorear y evaluar políticas

e iniciativas para apoyar el emprendimiento. El modelo conceptual GEM es la base para la recolección y el análisis de datos. **Su uso asegura el logro de los propósitos finales del proyecto:**

- Determinación de los factores que influyen en el nivel de actividad emprendedora, especialmente en términos de valores sociales, características individuales y el ecosistema emprendedor.
- Crear oportunidades para evaluar el nivel de influencia de la actividad emprendedora sobre el crecimiento económico del país (incluidos los de orientación económica y crecimiento social).
- Identificación de medidas para incrementar la actividad y el desempeño emprendedor a nivel nacional.

TABLA 2

Dimensiones, factores e indicadores del entorno emprendedor (fuente NES).

DIMENSIÓN	FACTOR	INDICADOR
Percepción de la calidad del entorno emprendedor	Evaluación experta de la percepción: Mediante la escala Likert de 1 (extremadamente insatisfactorio) a 9 (extremadamente satisfactorio), para los componentes de las condiciones para el desarrollo del espíritu emprendedor	• Financiación del espíritu emprendedor
		• Políticas públicas
		• Programas estatales en el campo del espíritu empresarial
		• Educación empresarial
		• Introducción de avances científicos y técnicos
		• Infraestructura comercial y legal
		• Apertura de mercados
		• Infraestructura física
		• Normas culturales y sociales
		• Índice del contexto emprendedor nacional (NECI): Un indicador del nivel de facilidad para iniciar y desarrollar un negocio, que resume y refleja la evaluación general de las condiciones para el espíritu emprendedor dentro del ecosistema emprendedor nacional.

TABLA 3

Dimensiones, factores e indicadores del efecto de la pandemia (fuentes APS y NES).

DIMENSIÓN	FACTOR	INDICADOR
Percepción de la calidad del entorno emprendedor	Nuevas oportunidades	Porcentaje que percibe la pandemia del coronavirus ha proporcionado nuevas oportunidades que usted quiere perseguir/desarrollar en este negocio.
	Cambios en tecnología digital por el COVID-19	Porcentaje que ha cambiado tecnologías digitales en respuesta al COVID-19
	Cambio en el uso de tecnología	Porcentaje que espera su empresa o negocio utilice más tecnologías digitales para vender su producto o servicio en los próximos seis meses
	Cambios en los ingresos del hogar	Porcentaje que cree en 2021 la pandemia de coronavirus ha llevado a un cambio en los ingresos de su hogar
	Respuesta del gobierno	Porcentaje que opina el gobierno hasta ahora ha respondido efectivamente a las consecuencias económicas de la pandemia de coronavirus
		Puntaje otorgado por los expertos (fuente NES) a la respuesta del gobierno para mitigar el efecto de la pandemia

Objetivos del GEM

Múltiples estudios han establecido que el espíritu emprendedor es una fuerza importante en la configuración y sostenibilidad económica y social de un país². De manera adicional, en las últimas décadas, más que nunca en la historia, el desarrollo económico y el espíritu emprendedor se han interconectado significativamente. Aun así, la comprensión de los roles exactos que desempeñan los emprendedores en las economías modernas continúa en investigación. Desde 1999, el programa de investigación GEM ha tratado de desentrañar la relación existente entre el espíritu emprendedor y su aporte a la economía de los países mediante la recopilación y análisis de datos armonizados transnacionales relevantes de forma anual.

En la presente medición, el GEM se enfoca en cinco objetivos principales:

- Medir las diferencias en el nivel de actividad emprendedora entre países.
- Descubrir factores que determinan los niveles nacionales de actividad emprendedora.
- Identificar políticas que puedan mejorar el ecosistema emprendedor.
- Contribución del espíritu emprendedor al crecimiento económico nacional.
- Impacto de la pandemia COVID-19 en la labor de emprendimiento del país.

Los análisis tradicionales del crecimiento económico y la competitividad han tendido a descuidar el papel desempeñado por las empresas

nuevas y pequeñas en la economía. GEM adopta un enfoque integral y considera el grado de participación en actividades emprendedoras dentro de un país, identificando las diferentes fases de la iniciativa emprendedora (sección 1, fuente APS), y el entorno emprendedor (sección 2, fuente NES), de manera tal que la perspectiva cubre todos los elementos componentes del ecosistema emprendedor.

Operacionalización de las variables GEM

Las dimensiones y factores que describen al emprendedor se establecen en la tabla 1.

Las dimensiones, factores e indicadores que caracterizan el entorno emprendedor se describen en la tabla 2.

Después del estallido de la pandemia en marzo de 2020, el GEM extendió sus encuestas APS y NES para capturar el impacto de la crisis de la COVID-19 en diferentes aspectos del proceso emprendedor. En particular, la APS preguntó a los encuestados sobre los efectos de la pandemia sobre la facilidad (o dificultad) de iniciar un negocio y sobre las expectativas de crecimiento. Además, la NES 2020 pidió a los expertos nacionales que evaluaran la respuesta tanto de los gobiernos como de los emprendedores a los desafíos provocados por la pandemia, por ello, en la presente medición se incluyeron las variables que mide el impacto de la crisis por la pandemia en el ecosistema emprendedor (tabla 3).

Las anteriores tablas permiten operacionalizar las variables y ofrecer un modelo de análisis por dimensiones, factores e indicadores, componentes del presente informe.

2. Para mayor información, consultar a Khan, Rathore & Sial, 2020; Ogunlana, 2018; Audretsch, Belitski, & Desai, 2015; Sorin-George, 2014; Wennekers, 2010; Braunerhjelm, 2010.

Sección 1

Caracterización de la actividad emprendedora en la República Dominicana



1.	Valores sociales e intención emprendedora	22
2.	Características individuales de un potencial emprendedor	24
3.	Intenciones emprendedoras	25
4.	Actividad emprendedora	27
5.	Caracterización de los emprendedores nacientes/nuevos y de los autoempleados nuevos	29
6.	Caracterización de los propietarios – gerentes de negocios establecidos	43
7.	Venta o abandono de la empresa: Descontinuación emprendedora	53
8.	Inversores informales	53
9.	Intraemprendimiento, actividad emprendedora de empleados	54
10.	Efecto de la pandemia en el ecosistema emprendedor dominicano	55

Esta primera sección describe los diferentes aspectos que componen el perfil de la actividad emprendedora en el país, incluyendo cómo la población adulta percibe a los emprendedores, las características de estos y la actividad emprendedora.

Para entrar en el análisis, se han establecido las siguientes tipologías del emprendedor según las fases de la actividad emprendedora:

Emprendedores potenciales:

aquellos que ven oportunidades en su entorno, tienen la capacidad para iniciar negocios y no se dejan intimidar por el miedo al fracaso. Son personas que aún no han tomado medidas para iniciar un negocio, pero tienen las creencias y habilidades para emprenderlo. Específicamente, se considera que los individuos son emprendedores potenciales cuando creen que tienen el conocimiento y las habilidades para iniciar un negocio y cuando ven oportunidades para establecer un negocio en el área en la que viven (ver figura 2). Además, no deben tener miedo al fracaso emprendedor.

Emprendedores intencionales:

aquellos que pretenden iniciar un negocio en el futuro (en los próximos tres años). El potencial emprendimiento es seguido por un propósito emprendedor, es decir, personas que tienen intenciones reales, solas o en conjunto con otras personas, para iniciar un nuevo negocio en los próximos tres años.

Emprendedores incipientes:

aquellos que han tomado medidas para iniciar un nuevo negocio, pero aún no han pagado sueldos o salarios durante más de tres meses.

Emprendedores nuevos: aquellos que están dirigiendo nuevos negocios que han estado en funcionamiento desde 3 meses hasta 3,5 años. Son quienes están tratando de poner en marcha un nuevo negocio, incluyendo alguna forma de autoempleo o venta de bienes o servicios a otros.

Emprendedores en etapa inicial:

incluye el total de emprendedores incipientes y nuevos emprendedores. Esto se mide a través de la Actividad Emprendedora en la Etapa Temprana Total (TEA), que es el indicador principal utilizado por GEM. La TEA es la medida principal del espíritu emprendedor de GEM, se compone de emprendedores nacientes y nuevos emprendedores. Específicamente, el grupo de emprendedores nacientes se refiere a individuos dentro de la población adulta (de 18 a 64 años de edad) que actualmente están tratando de iniciar un nuevo negocio. Para este esfuerzo inicial, el individuo espera poseer al menos una parte de este nuevo negocio, y los salarios aún no se han pagado durante los últimos tres meses. Los nuevos emprendedores están actualmente involucrados en la propiedad y gestión de un nuevo negocio existente. Los salarios se han pagado entre 3 y 42 meses (3,5 años).

Los individuos que trabajan por cuenta propia también pueden ser incluidos en este grupo. Así, esta tasa captura la dinámica de las primeras etapas del nivel de actividad emprendedora de un país. Una parte significativa de la primera sección de este informe está dedicada a la iniciativa emprendedora en etapa inicial.

Emprendedores establecidos:

el ciclo continúa con los dueños de negocios establecidos, que han sido dueños y gerentes de un negocio durante al menos 42 meses (incluidas las personas que trabajan por cuenta propia).

Emprendedores discontinuados:

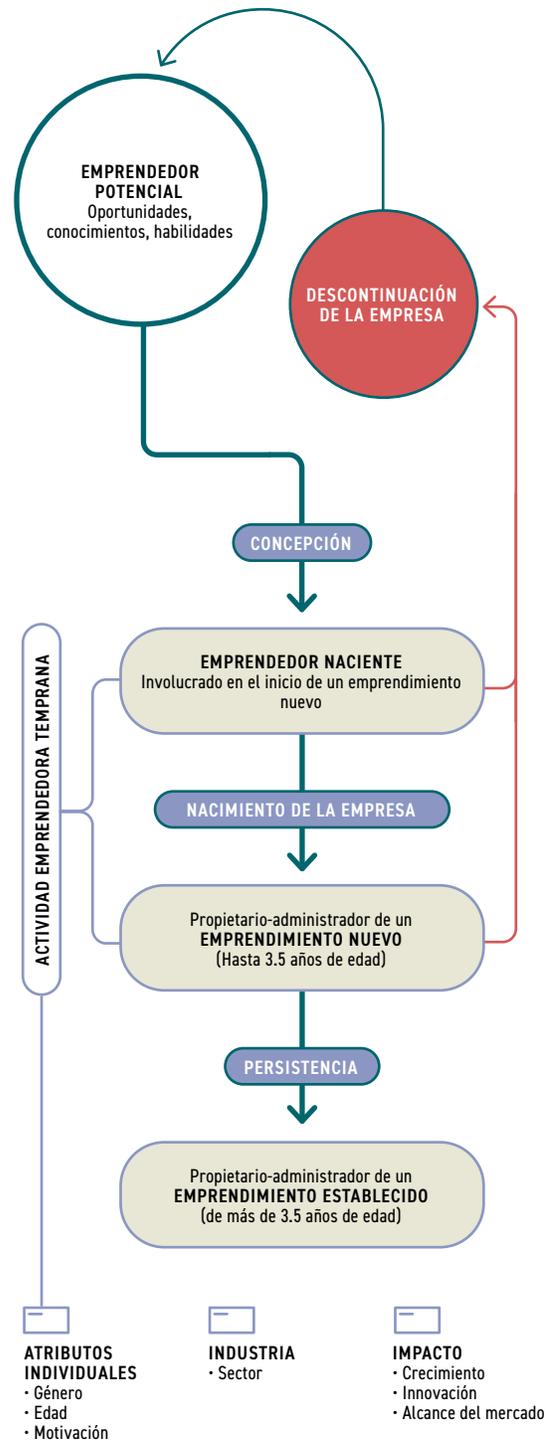
aquellos que, por cualquier motivo, dejaron de administrar un negocio en el último año.

Los datos recopilados de esta primera sección se utilizan para proporcionar indicadores de actividad emprendedora, actitudes emprendedoras y aspiraciones emprendedoras dentro de una economía, los cuales pueden ser comparados entre países con el propósito de identificar oportunidades de mejora en cada etapa, tomando como base los elementos diferenciables del ecosistema emprendedor de referencia. La recopilación de estos datos cubre el ciclo de vida completo del proceso de emprendimiento, como también permite caracterizar al emprendedor demográficamente, con sus atributos individuales, el sector al que contribuye y el impacto de su emprendimiento, como se muestra en la figura 2.

Un concepto importante por abordar es el del auto-empleado o trabajador independiente, por ejemplo, los profesionales o técnicos que realizan una actividad basada en sus cualificaciones o habilidades especiales, tales como un médico con un consultorio independiente, un abogado, un artista, un contador, un mecánico o peluquero, de los que se valoran cualidades personales e intransferibles. A partir de este concepto se puede entender la importancia del emprendimiento en la generación de empleo y crecimiento económico y, por consiguiente, la adecuada caracterización y dimensionamiento de la base de emprendedores con el propósito de justificar el apoyo necesario en el entorno emprendedor.

FIGURA 2

Modelo de las fases de emprendimiento El proceso emprendedor



Fuente: elaboración propia con información del GEM, 2018.

1. Valores sociales e intención emprendedora

Para una adecuada interpretación de los resultados de este apartado y con el propósito de direccionar las iniciativas derivadas del análisis de la data correspondiente, es muy importante diferenciar la cultura emprendedora de una región frente a los valores culturales y sociales que los individuos presentan con relación al emprendimiento. La primera hace parte de entorno emprendedor, donde confluyen elementos claves que mejoran de manera significativa el ingreso de nuevos negocios a determinada región geográfica, aspecto que se abordará en la segunda sección de este informe. En tanto, los valores sociales y culturales de las personas en el presente estudio cubren las percepciones que la población presenta con relación a considerar atractiva una carrera emprendedora, el estatus social que muestra y el nivel de publicidad o exposición a

los medios de comunicación que logran exhibir los emprendedores.

Al respecto, el estudio GEM considera cinco factores externos que inciden en la intencionalidad del comportamiento emprendedor. El gráfico 1 muestra el comportamiento de estos cinco factores componentes de los valores sociales y percepciones con relación a los emprendedores dominicanos, de donde se observa un elevado nivel de estatus y respeto percibido de los emprendedores exitosos, como también opinan que el emprendimiento es una elección de carrera deseable. Adicionalmente, se percibe que los medios hacen visibles a los emprendedores exitosos. No obstante, casi la mitad de la población considera no se ven a menudo empresas con enfoque social, como tampoco creen que las personas prefieren que todos cuenten con un nivel de vida similar.

Partiendo de la hipótesis generada de la revisión bibliográfica del primer párrafo de este apartado, donde se menciona que ciertas regiones presentan una mayor cultura emprendedora que otras generando una incidencia positiva en el emprendimiento, las cifras por macro-regiones demuestran que la región Suroeste goza de mejores indicadores para generar una cultura emprendedora (ver gráfico 2).

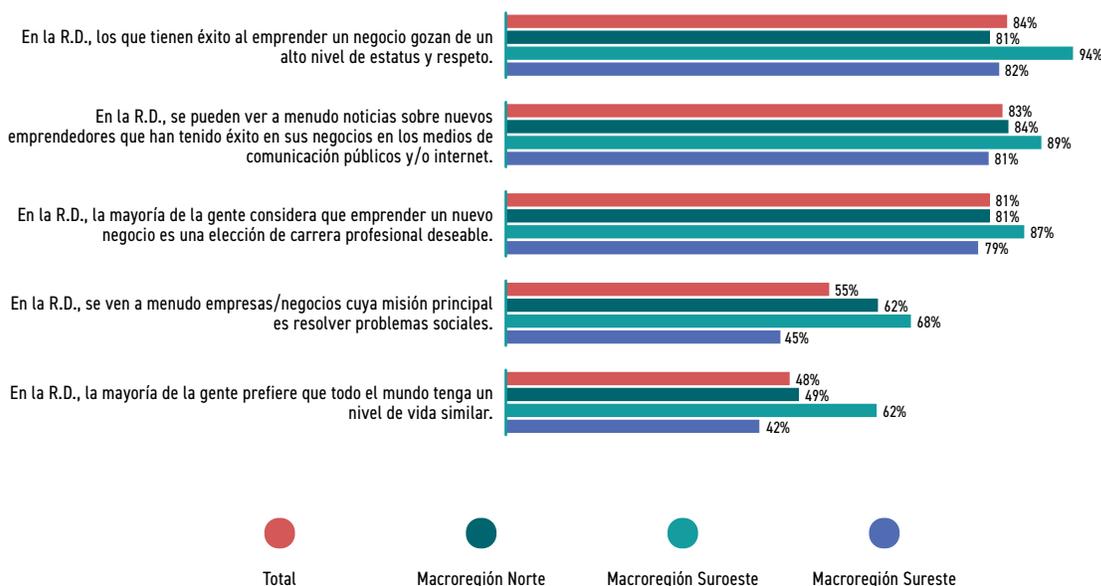
GRÁFICO 1

Factores de los valores sociales en la República Dominicana asociados al emprendimiento (Top Two Boxes)



Fuente: Elaboración propia con data APS GEM 2021. Datos ponderados por sexo y rango de edad. El valor del Top Two Boxes corresponde a la suma de "De acuerdo" + "Totalmente de acuerdo".

GRÁFICO 2

Factores de los valores sociales por macro-región* (Top Two Boxes)

* Según criterio : <http://www.senado.gov.do/masterlex/MLX/docs/IC/2/11/18/19B2.htm>

Fuente: Elaboración propia con data del GEM 2021. Datos ponderados por sexo y rango de edad. El valor del Top Two Boxes corresponde a la suma de "De acuerdo" + "Totalmente de acuerdo".

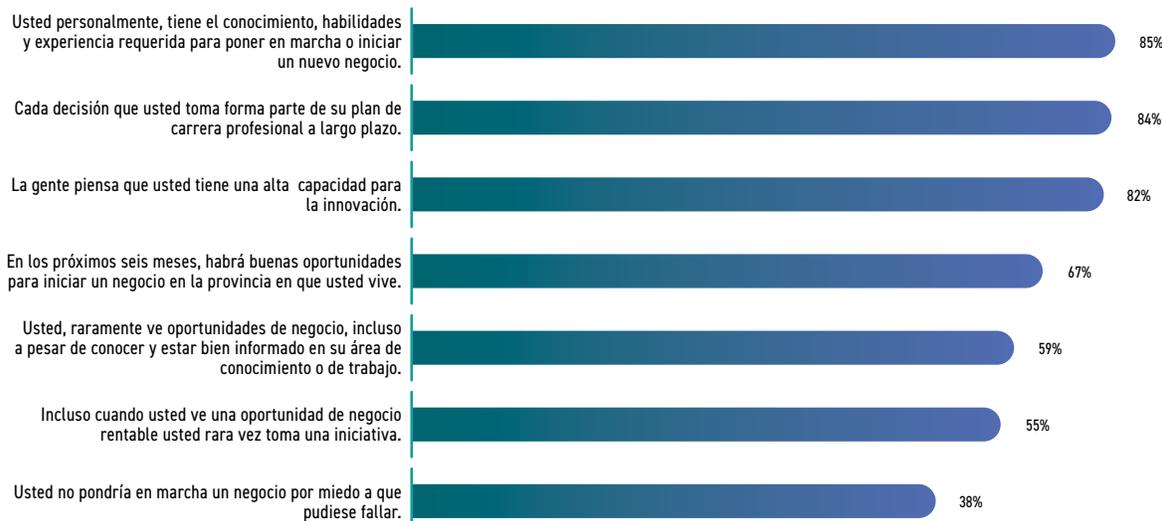
Lo anterior sugiere se han desarrollado creencias diferentes según el territorio¹, siendo la macroregión Suroeste, donde se encuentra el Distrito Nacional y Santo Domingo, el área donde se cuenta con niveles mayores de indicadores de valores sociales hacia el emprendimiento. Esto es de esperarse, puesto que, usualmente, las grandes urbes son los epicentros de iniciativas encaminadas a abrir nuevas empresas, bien sea para satisfacer las necesidades de la población concentrada densamente o para capitalizar las bondades que ofrece el entorno emprendedor de las grandes ciudades. De forma adicional, es muy clara la oportunidad de mejorar los elementos componentes de las creencias en las otras dos macroregiones, aspecto donde intervendrían los actores centrales y regionales que inciden en el entorno emprendedor. No obstante, se recomienda investigar con mayor detalle este fenómeno para identificar los elementos que inciden en

estas diferencias para lograr diseñar las iniciativas que logren mejorar el ecosistema emprendedor. Al respecto, con el fin de corroborar si los factores de valores sociales inciden en el nivel de oportunidad percibido para abrir nuevos negocios, el análisis de regresión demostró que no se presenta correlación entre estas variables (factores sociales y oportunidades percibidas), validando la necesidad de profundizar en las razones de las diferencias de valores sociales entre regiones.

Al haber demostrado las diferencias por regiones y la oportunidad de mejorar las creencias y valores relacionados con el emprendimiento en la macroregión Suroeste, a manera de benchmarking, algunas regiones de ciertos países se han caracterizado por promover el espíritu emprendedor en determinados clústeres o grupos de empresas que enfocan sus soluciones en determinado sector de la economía. Uno de los casos más destacados es Silicon Valley, donde los

1. Diferencias significativas. Prueba de Kruskal-Wallis para muestras independientes, significación = 0.05.

GRÁFICO 3

Caracterización del emprendedor potencial dominicano según los factores componentes (Top Two Boxes)

Fuente: Elaboración propia con data del GEM 2021. Datos ponderados por sexo y rango de edad. El valor del Top Two Boxes corresponde a la suma de "De acuerdo" + "Totalmente de acuerdo".

estudiosos argumentan que lo que distingue a esta región no son sus avances científicos o tecnológicos. En cambio, su ventaja se deriva de un "hábitat" o entorno que está sintonizado para convertir las ideas en productos y llevarlos rápidamente al mercado mediante la creación de más ideas.

2. Características individuales de un potencial emprendedor

El presente capítulo presenta las competencias desde la propia percepción del encuestado, quien opina si cuenta con los conocimientos, habilidades y experiencia requerida para poner en marcha un nuevo negocio. Igualmente, se identifica la proporción de personas que dicen presentan alta capacidad de innovación. Además, se relaciona la percepción del encuestado en la facilidad de iniciar un negocio en el país, el nivel de iniciativa al identificar la oportunidad y el de

no ponerlo en marcha por miedo a que pudiese fallar. Así las cosas, el presente apartado se centra en la descripción de los factores componentes de la dimensión de la caracterización del emprendedor potencial que inciden en la intención emprendedora descrita en el párrafo anterior. Esta información se condensa en siete factores:

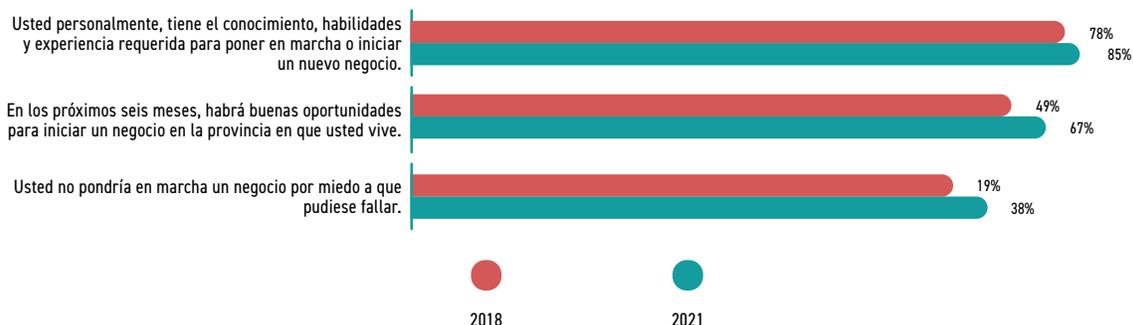
- Oportunidades emprendedoras
- Capacidad emprendedora
- Proactividad
- Capacidad innovadora
- Visión
- Miedo al fracaso

Se muestra también un análisis longitudinal de las métricas coincidentes del presente estudio con los números dominicanos del año 2018.

El gráfico 3 representa los seis factores componentes de la caracterización del emprendedor potencial dominicano, la cual se puede concebir como la Orientación Emprendedora revisada anteriormente. Estos factores también corresponden a las métricas que permiten cuantificar la eficiencia de la capacidad emprendedora del país, primera etapa en el desarrollo del proceso de emprendimiento. Las cifras muestran que el emprendimiento en el país se genera a partir de

GRÁFICO 4

Evolución de los factores de competencias percibidas, identificación de oportunidades y miedo al fracaso al iniciar un negocio en la República Dominicana, años 2018 y 2021 (%)



Fuente: Elaboración propia con data del GEM 2021. Datos ponderados por sexo y rango de edad. El valor del Top Two Boxes corresponde a la suma de "De acuerdo" + "Totalmente de acuerdo".

una visión positiva, proactividad y elevada percepción de las competencias para iniciar un negocio, como también de un bajo temor al fracaso, aspectos claves de un alto nivel de intención para emprender. Es importante destacar que la visión positiva se refiere a la creencia que todas las acciones son parte de un plan de carrera a largo plazo y la proactividad se relaciona con aprovechar cualquier oportunidad percibida. Es interesante observar cómo la mayor parte de los encuestados opinan que los demás los consideran innovadores, aspecto que amerita corroborarse en el capítulo 5.

Al tener en cuenta los factores relacionados en la última medición GEM desarrollada en el país, el gráfico 4 muestra un incremento en percepción de contar con las competencias para emprender e identificación de oportunidades de emprendimiento, no obstante, se incrementó la proporción de personas que dicen no abrirían un negocio por tener miedo a fallar. Esto podría explicarse en parte a la diferencia de escalas en cada medición, puesto que en 2018 se usó una escala dicotómica (sí/no), en tanto, en 2021 se recurrió a escala tipo Likert (acuerdo/desacuerdo), pero, independientemente de las escalas, es importante observar la tendencia, la cual sugiere que, a pesar de la pandemia, las personas creen que todavía se presentan oportunidades para iniciar un negocio y, junto con su elevada percepción en contar con las competencias suficientes y el relativamente bajo miedo al fracaso, la orientación emprendedora es positiva, indicando un elevado potencial para emprender.

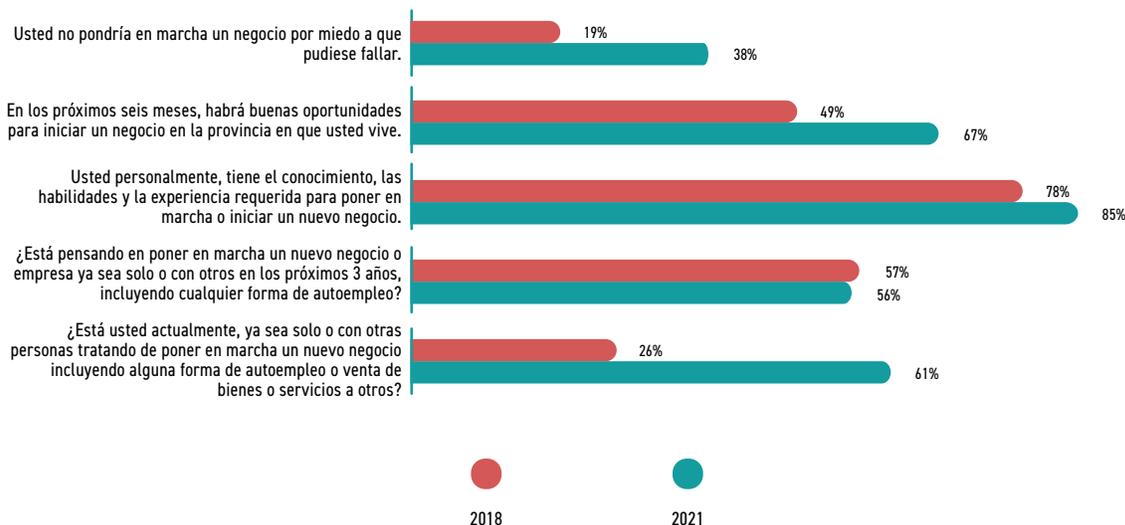
Es importante recordar que, de la revisión de la data obtenida en el año 2018, los dominicanos reportaron contar con el mayor nivel de percepción de competencias emprendedoras, así como el menor miedo al fracaso frente a todas las economías participantes de esa medición, lo cual establece que el principal actor del ecosistema de emprendimiento, el emprendedor, se encuentra fundamentado y preparado para iniciar este importante reto de abrir negocios. En la presente medición se continúa presentando un destacable desempeño en estas mismas variables, no obstante, esta afirmación cuenta con el sesgo de la autoafirmación proveniente del mismo emprendedor, la cual descarta otras variables propias de una evaluación objetiva de los conocimientos y habilidades para abrir un negocio competitivo, el cual involucre innovación y productividad, aspectos que serán abordados en el siguiente capítulo.

3. Intenciones emprendedoras

La comprensión del nivel de intenciones emprendedoras cubre propósitos y potencial para que los responsables de la formulación de políticas y los investigadores puedan predecir las actividades emprendedoras futuras que se pueden utilizar para lograr objetivos económicos.

GRÁFICO 5

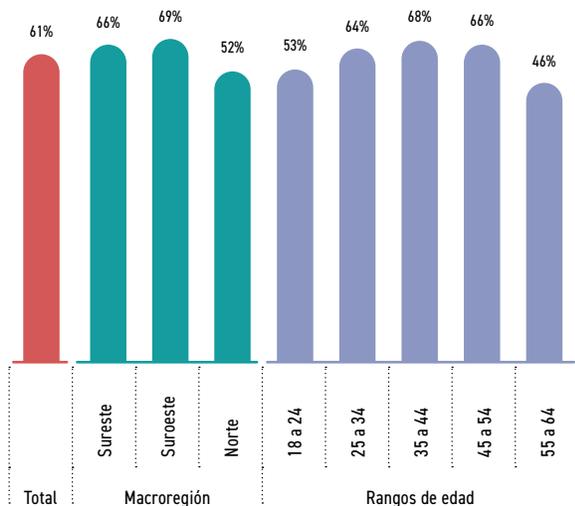
Evolución de las intenciones emprendedoras y factores que inciden en su desempeño



Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2018 y 2021. Datos ponderados por sexo y rango de edad. Los datos del APS 2018 corresponden a las respuestas positivas (sí) a la afirmación dada. La data de 2021 se refiere al Top Two Boxes.

GRÁFICO 6

Intenciones emprendedoras según macroregión y rangos de edad



Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2021. Datos ponderados por sexo y rango de edad. Porcentajes del Top Two Boxes (De acuerdo + Totalmente de acuerdo).

Entre 2018 y 2021, el nivel de actuales intenciones emprendedoras de los dominicanos se mantuvo en 56% (gráfico 5), mientras que del 2018 al 2021 se aumentaron las intenciones para emprender en el futuro próximo (3 años) del 26% al 61% debido, probablemente, a los efectos de la pandemia, comportamiento que se valida con el incremento de la percepción de oportunidades para emprender en los próximos seis meses, corroborando un positivo potencial emprendedor e intenciones para iniciar negocios en el país.

Con el propósito de aproximarse a una caracterización de los emprendedores intencionales, al desagregar la información por macroregión y rangos de edad, el gráfico 6 relaciona la intención emprendedora cruzada por estas dos variables, de donde se observa que en la macroregión Norte y en los grupos de edad entre 18 a 24 años y 55 a 64 años son quienes presentan menor proporción de personas con intenciones emprendedoras.

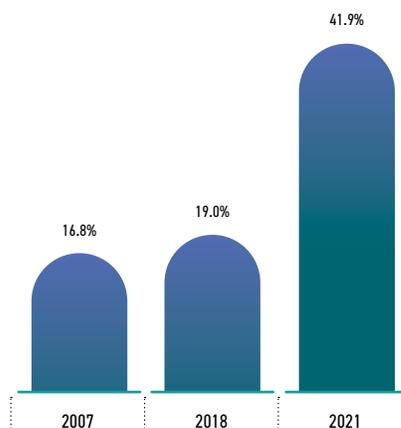
Al intentar explicar este comportamiento, se revisó previamente en el capítulo 1 que la macroregión Norte contó con menor nivel significativo de indicadores en los valores sociales frente a la macroregión Suroeste, sugiriendo en parte que el ecosistema emprendedor ha incidido en las intenciones emprendedoras.

4. Actividad emprendedora

La línea que divide la intención de iniciar un negocio y desarrollar una actividad emprendedora puede ser muy delgada, pero también podría llegar a ser tan amplia que se convertiría en una gran barrera para emprender, esto depende de múltiples factores que se abordan en este capítulo. Es importante mencionar que, para el presente estudio, la intención se refiere a pensar en poner en marcha un negocio en los próximos tres años, en tanto, la actividad corresponde a haber desarrollado cualquier actividad que sirva para la puesta en marcha del negocio. En otras palabras, desde pensar o decir, hasta el hecho o la acción, incluyendo la búsqueda de local, ahorro del dinero, la elaboración del plan de negocio, entre otras actividades que demuestran la intención de iniciar un negocio. Es importante recordar que el estudio GEM considera la intención y la actividad emprendedora dentro de un contexto en el cual se involucra el inicio de un negocio incluyendo el auto-empleo. Este marco de referencia exige un cuidado especial al dimensionar estas variables, puesto que existe una gran diferencia en el aporte de un auto-empleado (o trabajador independiente) a la economía de un país y un emprendedor. Por lo tanto, las cifras reportadas en los indicadores del presente capítulo se interpretarán de manera adicional desde una arista comparativa entre estos grupos.

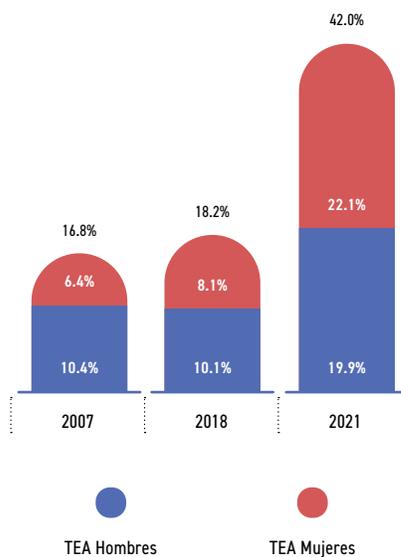
En el modelo de análisis GEM, la métrica correspondiente a esta variable de Actividad Emprendedora Temprana (o Total) se denota como TEA y consiste en personas que están tomando medidas para iniciar un negocio (emprendedores nacientes) o propietarios-gerentes de negocios con menos de 3,5 años de existencia (nuevos emprendedores). Los nuevos emprendedores son personas de entre 18 y 64 años de edad que actualmente poseen y administran una empresa y lo han estado haciendo durante menos de 3,5 años. Es importante tener en cuenta que una persona puede ser un propietario-gerente de un nuevo negocio y al mismo tiempo participar en las actividades iniciales para el lanzamiento de un nuevo negocio. Dicho individuo se

GRÁFICO 7
Actividad emprendedora total (TEA)
años 2007, 2018 y 2021



Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2018 y 2021. Datos ponderados por sexo y rango de edad.

GRÁFICO 8
Evolución del TEA según sexo

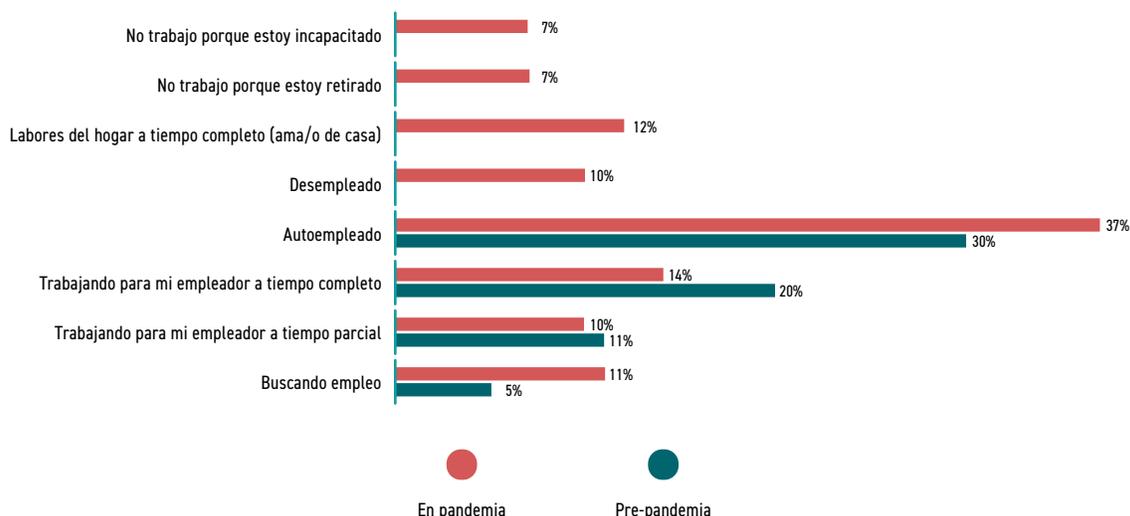


Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2018 y 2021. Datos ponderados por sexo y rango de edad.

contará como una persona activa en el cálculo de las tasas de TEA. El gráfico 7 relaciona las métricas que cuantifican esta etapa en la República Dominicana, donde se relaciona el porcentaje de emprendedores nacientes y el de nuevos. Al respecto, se muestra un incremento significativo entre las tres mediciones realizadas.

GRÁFICO 9

Caracterización de los emprendedores nuevos o nacientes, según la ocupación antes y durante la actual pandemia



Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2021. Datos ponderados por sexo y rango de edad.

Si se realiza un análisis dividido por sexo, son las mujeres aquellas que más han dinamizado el emprendimiento en los últimos 14 años (gráfico 8).

Para explicar el fenómeno del elevado crecimiento en el TEA del 2018 al 2021, se hace necesario, tal como se aclaró previamente, diferenciar los emprendedores de los auto-empleados o trabajadores independientes. En este orden de ideas, el gráfico 9 representa la caracterización de los emprendedores nuevos o nacientes (TEA), donde la mayoría, antes de la pandemia, eran independientes laboralmente y, actualmente, son autoempleados.

El hecho que la mitad de los emprendedores nacientes o nuevos son autoempleados (independientes) o afirman encontrarse desempleados, sugiere que su ocupación en el momento de la encuesta los presionó a buscar cierto tipo de trabajo, pero no necesariamente con un enfoque de emprendimiento para generar empleo y crecimiento económico a su región, no obstante, por el solo hecho de ser independientes no incrementan aún más las cifras de desempleo. Por otra parte, aquellos que estaban trabajando como empleados antes de la pandemia en el momento de la encuesta se encontraron autoempleados o buscando empleo, aspecto que corrobora el impacto de la actual crisis, lo cual ha llevado a las personas

GRÁFICO 10

Porcentaje por cantidad de personas que actualmente trabajan en los negocios nuevos o nacientes y tipos de emprendimiento/oficios de mayor frecuencia.



Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2021. Datos ponderados por sexo y rango de edad.

que han perdido su empleo a buscar alternativas para suplementar los ingresos, tales como las que se evidencian en el gráfico 10, donde se aprecia un bajo número de personas (74% con dos o un solo trabajador) laborando en los nuevos o nacientes negocios, los cuales se han enfocado, en su mayoría, al comercio al por menor (minorista).

Este hallazgo es de elevada importancia por el hecho de que tan solo una cuarta parte de los emprendimientos nacientes o nuevos emplean a 3 o más personas (promedio de empleados = 6.1), con los cuales, se pueden diseñar y desarrollar planes, programas e iniciativas para optimizar su entorno emprendedor. El perfil de estos interesantes negocios se centra en sectores de mayor valor agregado, tales como los vinculados a la Cuarta Revolución Industrial (licencias de contenidos digitales e ingeniería), el sector primario, de la salud y construcción, justamente aquellos menos golpeados por la actual pandemia. En tanto, con las tres cuartas partes restantes del grupo emprendedores nacientes y nuevos, que corresponde a aquellos cuyo interés radica en ocuparse en ciertos oficios para lograr un ingreso personal (o para su familia), se pueden establecer otro tipo de actividades adecuadas a negocios individuales, oficios y ocupaciones de autoempleo. Este hallazgo no dista de las cifras en países pertenecientes a la OECD, puesto que la gran mayoría de esas economías cuentan con menos del 7% de autoempleados que generan empleo (OECD Data, 2021). Por lo anteriormente expuesto, el siguiente capítulo se enfoca en caracterizar estos dos grupos (emprendedores nuevos y autoempleados nuevos).

5. Caracterización de los emprendedores nacientes/nuevos y de los autoempleados nuevos

El apartado anterior relacionó el concepto de emprendedores nacientes y nuevos, cuyo perfil se amalgama en el indicador TEA, de igual manera se identificaron dos grupos según el nivel de empleo generado, a saber, emprendedores

nuevos y autoempleados nuevos (empleados independientes). El presente apartado expone las similitudes, diferencias y caracterización de estas dos clasificaciones. Por una parte, los emprendedores nacientes son quienes se encuentran tratando de iniciar un negocio que será parcial o totalmente de su propiedad, en tanto, los nuevos emprendedores son personas que actualmente poseen y administran una empresa y lo han estado realizando durante menos de 3.5 años, esto es, después de enero de 2018. Por otro lado, los autoempleados son personas que desean ser “su propio jefe”; su ingreso no depende de otras personas, sino que de lo “duro que trabajen”; valoran la independencia y por eso frente al miedo asumen el control de la situación y la enfrentan por sí mismos. Así las cosas, los autoempleados nuevos son independientes desde hace menos de 3.5 años.

La importancia de medir la relación entre los emprendedores frente a los autoempleados radica en el nivel de oportunidad de crecimiento económico del país a nivel de las mipymes, puesto que esta etapa incipiente es la más susceptible de derrumbarse, debido a la gran cantidad de emprendimientos nuevos que no logran sobrevivir. De esta manera, la principal diferencia entre ambos grupos radica en la voluntad, propósito, necesidad y capacidad de cada persona.

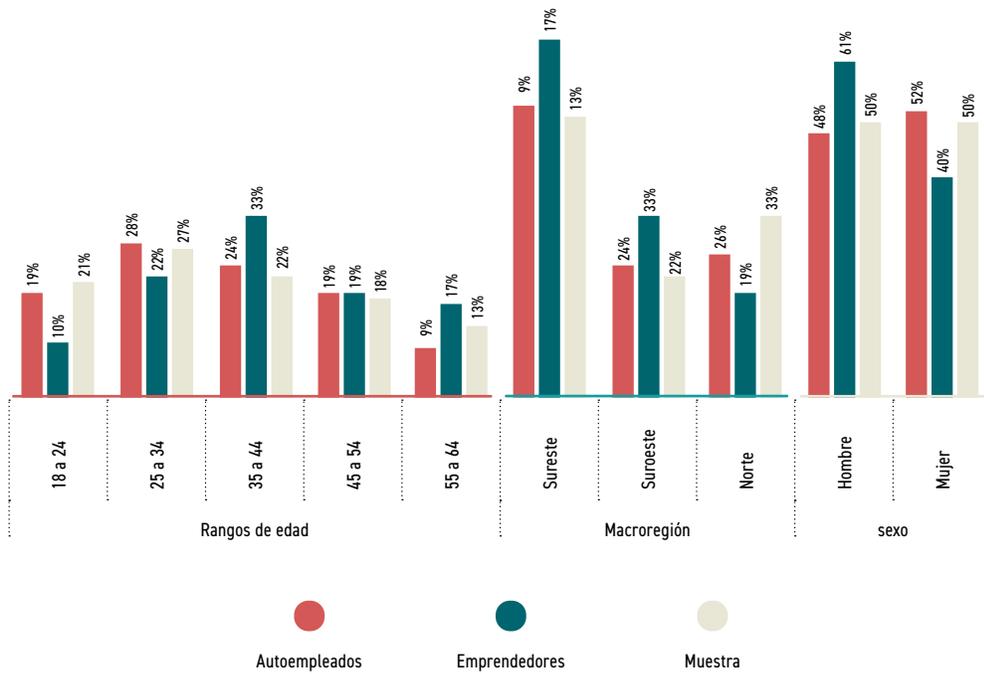
De aquí la importancia de entender el comportamiento y caracterización de estos nuevos negocios con el propósito de identificar los elementos del ecosistema emprendedor que puedan coadyuvar a la reducción de la muerte de estas emergentes iniciativas. De esta forma, el presente capítulo aborda la caracterización de los emprendedores nacientes y nuevos en los factores de su base o proporción frente a la población, el tipo de negocio, las razones de asumir ese reto, su nivel de innovación percibido, el perfil de sus prospectos y la dificultad percibida con el entorno emprendedor.

5.1. Base de emprendedores nacientes y nuevos frente a los autoempleados nuevos

Para la presente medición, los emprendedores nacientes o nuevos que emplean a 3 o más personas en sus negocios corresponden tan solo al 3.5% de la población encuestada, en tanto, los nuevos autoempleados corresponden al 46.2% de la población. Esta última y enorme cifra se debe probablemente al desarrollo de iniciativas de oficio informales representadas por aquellas personas que fueron despedidas de sus empleos

GRÁFICO 11

Demografía de los nuevos autoempleados frente a los emprendedores nacientes y nuevos comparada con la población muestral



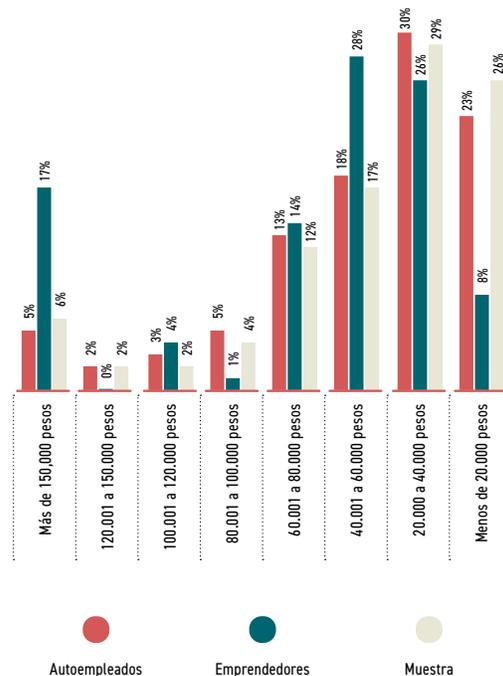
durante la pandemia, obligándolos a buscar alternativas para subsistir, dentro de las cuales se destacan negocios al por menor (gráfico 10). Este fenómeno fue impulsado posiblemente por el masivo despido de personal de las empresas que los tenían vinculados sin contrato laboral, por lo que no se vieron obligados a indemnizarlos.

El gráfico 11 representa la caracterización demográfica de los nuevos autoempleados comparada con la de los emprendedores nacientes y nuevos, donde se puede deducir un mayor emprendimiento naciente en los hombres, en el rango de edad de 35 a 44 años y en la macroregión Sureste, donde se encuentra la capital. Por su parte, los autoempleados mantienen una proporción similar a la de la población muestral.

Lo anterior sugiere diferencias importantes entre estos grupos de forma que se pueden diseñar y desarrollar iniciativas dirigidas según esta necesaria caracterización demográfica. Por ejemplo, la estrategia comunicacional de los emprendedores nacientes o nuevos debería concentrarse en la población de edad comprendida entre los 25 a 45 años, no obstante, la estrategia de relación cubriría todos los rangos de edad y los dos sexos. Por otra parte, se debe asignar prioridad del desarrollo de las iniciativas, tanto a nivel comunicacional, de formación y relación

GRÁFICO 12

Ingresos de los hogares de los nuevos autoempleados frente a los emprendedores nacientes y nuevos comparados con la muestra



Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2021. Datos ponderados por sexo y rango de edad.

TABLA 4

Ocupación de los auto-empleados nuevos y emprendedores nacientes o nuevos

MOMENTO/ CARACTERÍSTICA	OCUPACIÓN	GRUPO NACIENTE / NUEVO	
		AUTOEMPLEADO	EMPRENDEDOR
Antes de la pandemia	Empleado tiempo completo	41%	47%
	Empleado tiempo parcial	24%	14%
	Auto-empleado	62%	55%
	Buscaba empleo	11%	7%
Actualmente	Empleado tiempo completo	27%	40%
	Empleado tiempo parcial	21%	15%
	Auto-empleado	77%	66%
	Busco empleo	23%	16%
Tipo de empresa	Empleado empresa privada	24%	17%
	Empleado del gobierno	12%	10%
	Empleado en empresa sin ánimo de lucro	12%	6%
Ocupación actual	Estudiante	28%	20%
	Desempleado	21%	16%
	Labores del hogar	25%	13%
	Retirado	16%	2%
	Incapacitado	14%	4%

Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2021. Datos ponderados por sexo y rango de edad.

en provincias pertenecientes a las macroregiones de Suroeste y Norte, donde se podrán evidenciar posteriormente los positivos resultados de los planes y estrategias que mejorarían el ecosistema emprendedor.

Al tener en cuenta los ingresos del hogar, el gráfico 12 relaciona esta variable cruzada por los dos grupos y frente al referente de la muestra poblacional, donde se observa un ingreso significativamente mayor en los hogares de los emprendedores nacientes y nuevos (mediana ubicada en el rango de 40.001 a 60.000 pesos) comparado con los autoempleados y la muestra poblacional (mediana ubicada en el rango de 20.000 a 40.000 pesos), indicando mayores posibilidades para los primeros de iniciar el reto de abrir y sostener el negocio, con la probabilidad de generar más ingresos a partir del mismo.

Este comportamiento demuestra que los emprendimientos se financian con capital propio dentro del concepto de FFF (friends, family and fools), puesto que, el primer recurso para costear el nuevo negocio proviene de los ahorros, así como de préstamos de amigos, familia y/o compañeros.

Otro aspecto importante que se muestra en el gráfico 12 es el relacionado con los ingresos de las familias de los autoempleados, debido a que más

de la mitad de este grupo cuentan con entradas totales menores a cuarenta mil pesos mensuales, validando la necesidad de auto-emplearse para garantizar su sustento.

Al caracterizar estos grupos según su situación laboral antes de la pandemia y en el momento de la encuesta, se encuentran algunas diferencias entre emprendedores nuevos y autoempleados nuevos (tabla 4).

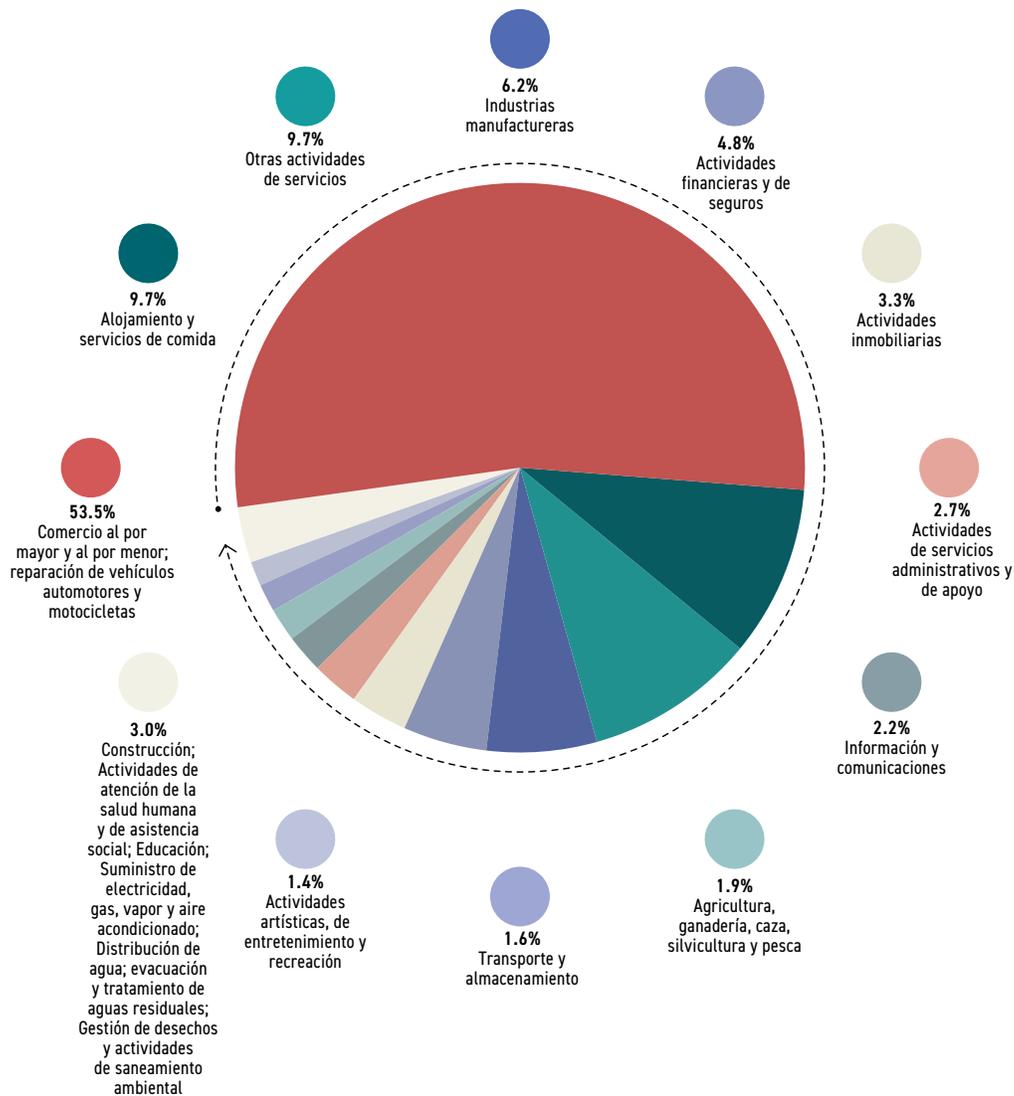
Estas diferencias (no significativas) corresponden a que los emprendedores nacientes o nuevos se consideran empleados por sus mismos negocios y tan solo una minoría buscan empleo o estudian, en tanto, los nuevos independientes son, en mayor proporción, autoempleados o buscan empleo.

En ambos grupos es importante destacar que antes de la pandemia su situación era diferente, puesto que en menor proporción eran empleados, buscaban empleo o eran autoempleados, corroborando que la compleja situación desencadenó su iniciativa de auto-emplearse o emprender.

Es importante destacar que los nuevos autoempleados dominicanos distan en su comportamiento frente a aquellos que corresponden a países OECD, puesto que los primeros hacen lo posible por encontrar alternativas de ingreso, en

GRÁFICO 13

Sectores en los cuales los dominicanos emprendedores nuevos o autoempleados nuevos generaron sus iniciativas (clasificaciones según criterio CIU)



Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2021. Datos ponderados por sexo y rango de edad.

tanto, los segundos, quienes corresponden al 15% de la fuerza laboral, optan por los subsidios del gobierno (OECD, 2020).

5.2. Tipo de negocio de los emprendedores nacientes y nuevos frente a las ocupaciones y oficios de los autoempleados nuevos

En el apartado anterior se explicaron y caracterizaron las diferencias entre un emprendedor y un trabajador independiente, con el fin de

dimensionar la base real de emprendedores por sector para cuantificar el nivel de apoyo requerido en el entorno emprendedor. Este aspecto cobra mucha importancia para identificar si el tipo de negocio incluido en el presente análisis corresponde a una microempresa naciente o a una forma de ingreso bajo la figura de autoempleo, siendo esta última una de las pocas opciones de subsistencia para muchos desempleados por efecto de la actual pandemia.

Igualmente, se ha podido evidenciar la importancia de caracterizar a los emprendimientos nacientes y nuevos frente a los nuevos autoempleados, para direccionar adecuadamente las iniciativas posibles en función de mejorar el entorno emprendedor. Esto se hace especialmente relevante al considerar que las mipymes latinoamericanas sufren una brecha de productividad particularmente significativa, en vista de que representan sólo una cuarta parte del valor de la producción total de la región. En el caso de las microempresas latinoamericanas, tan solo representan alrededor del 3.2% de la producción. Lo anterior es relevante por el hecho que las microempresas de la región cuentan con elevados niveles de informalidad y desigualdad, por lo que requieren especial atención del entorno emprendedor para intentar que pasen a actividades de mayor valor añadido.

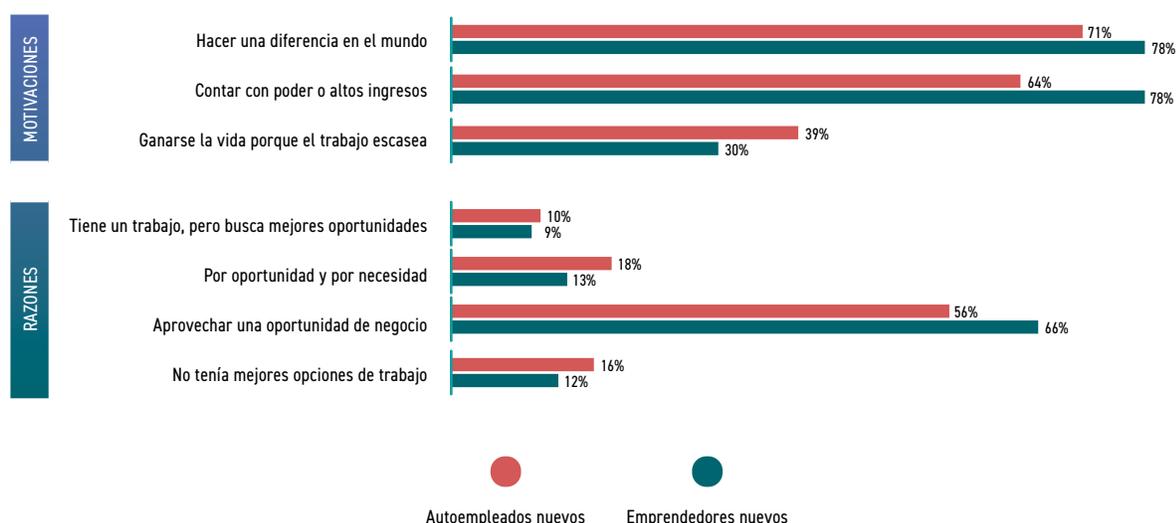
El gráfico 13 representa la proporción de negocios nuevos y ocupaciones nacientes y nuevas según la clasificación CIIU, de donde se identifica que, desde hace 3.5 años (incluido el período de la pandemia) los dominicanos se dedicaron al sector de comercio, donde predomina la venta de bienes al por mayor y por menor ocupando más de la mitad de los negocios nacientes y oficios de las personas independientes. Al detallar más este tipo de negocios, se desataca la venta de productos para el hogar en los colmados, las panaderías, la comercialización de ropa (incluyendo las pacas), venta de repuestos y accesorios. Por otra parte, en menor proporción (10%), se encuentran los servicios de alojamiento y comida, así como otros servicios (10%), tales como los salones de belleza y barberías. Es interesante observar cómo casi el 5% se dedicaron a realizar préstamos a personas físicas.

Con el fin de articular la anterior información con la proveniente de ocupación a nivel nacional, la última publicación de la Encuesta Nacional Continua de Fuerza de Trabajo (ENCFT), cuyas cifras se encontraron actualizadas hasta el segundo trimestre de 2021, mostraron una caída en la población ocupada frente al mismo trimestre del año 2019 (pre-pandemia) en más de 124 mil personas (Banco Central, 2021), con mayor énfasis en el sector comercio, puesto que contribuye con el 20% de la empleabilidad del país y donde se perdieron más de 44 mil empleos, explicando en gran parte el auge del emprendimiento en negocios informales dedicados al comercio.

Al diferenciar la proporción de emprendimientos nacientes frente a los oficios asumidos por aquellos auto-empleados o trabajadores independientes, se puede observar la mayor cantidad de estos últimos sobre los primeros en una proporción de 13 a 1. Esto, aunado a que la razón principal para emprender (o haber iniciado un oficio/trabajo independiente) corresponde a una necesidad (gráfico 14) y a una mayor proporción de desempleados en el perfil de la muestra (gráfico 12), corrobora que la pérdida de empleo obligó a la mayoría de la población a buscar otras alternativas de sustento, incluyendo los tipos de negocio o grupo ocupacional mostrados en el gráfico 13, entre los que prevalece la venta de ropa al por menor. Este hallazgo de caracterización permite diferenciar las iniciativas que los actores intervinientes del entorno podrían diseñar para el apoyo a este importante y gran segmento poblacional. En el caso de los trabajadores independientes, el apoyo podría dirigirse a facilitar los créditos para capital de trabajo en menor cuantía, vinculados a capacitación en administración de las finanzas y, dependiendo de su nivel de estudios, formación en innovación y otros oficios vinculados al sector digital, de manera que pudieran contar con habilidades de valor agregado para abrir oportunidades de cambio de oficio. Es también relevante mencionar que este grupo poblacional no goza de aportes a seguridad social o pensión, requiriendo de cierta manera su vinculación correspondiente. Al respecto, algunos países de Latinoamérica cuentan con sistemas de identificación de beneficiarios a programas sociales, donde se clasifica a la población de acuerdo con sus condiciones de vida e ingresos, con el propósito de utilizarla para focalizar la inversión social y garantizar que sea asignada a quienes más lo necesitan.

Por su parte, el apoyo a los emprendedores nacientes y nuevos, quienes en el presente estudio representan menos del 5% de la muestra, podría partir del diseño de un plan de apoyo integral al emprendedor, donde la población interesada sea censada por medio una aplicación web de acceso libre, para clasificarla en clústeres según el grupo ocupacional al que pertenezcan y el potencial generador de empleo decente y formal, junto a otros indicadores. De esta forma, se direccionaría el soporte, tanto financiero, como técnico en capacitación/acompañamiento/asesoría/ para optimizar su competitividad en el sector o clúster, estimulando la innovación y, por qué no, en la exportación.

GRÁFICO 14

Motivaciones y razones para emprender (o auto-emplearse), autoempleados nuevos y emprendedores nuevos

Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2021. Datos ponderados por sexo y rango de edad.

5.3. Razones para emprender frente a las razones para auto-emplearse (independizarse)

El proyecto GEM evidenció las limitantes de considerar la dicotomía entre la necesidad y oportunidad, por lo que, desde la medición de 2020, incluyó otro criterio para identificar los motivos para emprender, donde se consideraron razones altruistas o trascendentales, financieras, de necesidad y por tradición familiar. El gráfico 14 muestra los motivos y razones para emprender en el caso de los nuevos autoempleados o los emprendedores nuevos, teniendo en cuenta los dos criterios investigados por GEM.

De manera alterna a lo expuesto previamente, es vital destacar que estos emprendedores nuevos o autoempleados nuevos decidieron darle vida a su iniciativa luego de sobrepasar todas las dificultades, incluida la de no permitir que el miedo fracaso frustrara sus intenciones emprendedoras.

5.4. Nivel de innovación en los emprendimientos nacientes y nuevos

Tal como se mencionó en el anterior apartado, en la medida que se emprenda por necesidad, el nivel de innovación sería menor, acarreando el mayor riesgo de fracaso emprendedor. En este orden de ideas, se hace necesario definir el concepto de innovación para el contexto del presente estudio, el cual no se refiere a la falta de disponibilidad de

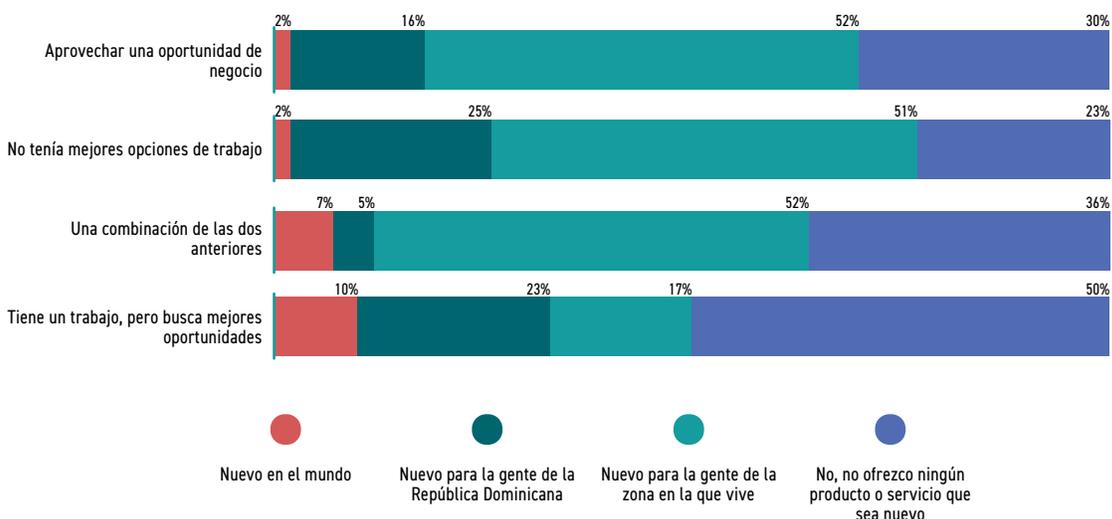
cierto producto o servicio en una zona determinada, sino al ofrecimiento de un bien con el valor agregado de creatividad que soluciona alguna necesidad del usuario o consumidor. Al comparar estas dos variables, esto es, emprender por necesidad (no tenía mejores opciones de trabajo) frente a si alguno de los productos o servicios ofrecidos sería nuevo para las personas de la zona donde vive, el país o el mundo, el gráfico 15 demuestra un bajo nivel de innovación en los cuatro grupos analizados, sugiriendo que la mayor parte de las iniciativas de emprendimiento o de autoempleo se desarrollan para cubrir necesidades locales, no necesariamente soluciones innovadoras.

Para el GEM es importante aclarar los dos conceptos involucrados en innovación, es decir, en producto y tecnología. En producto o servicio se refiere al ofrecimiento (tangible o intangible) al usuario o comprador final, del cual se hace referencia en los anteriores párrafos, mientras que innovación tecnológica corresponde a las tecnologías o procedimientos utilizados para elaborar los productos o servicios a ofrecer. El gráfico 16 devela el mismo hallazgo del bajo nivel de innovación en producto, puesto que no se usan tecnologías o procesos nuevos en el país.

Este hallazgo continúa corroborando que la mayor proporción de los negocios u oficios nacientes se centran en el autoempleo, sin

GRÁFICO 15

Nivel de innovación en producto* frente a las razones de emprendimiento en los emprendedores nuevos o auto-empleados nuevos

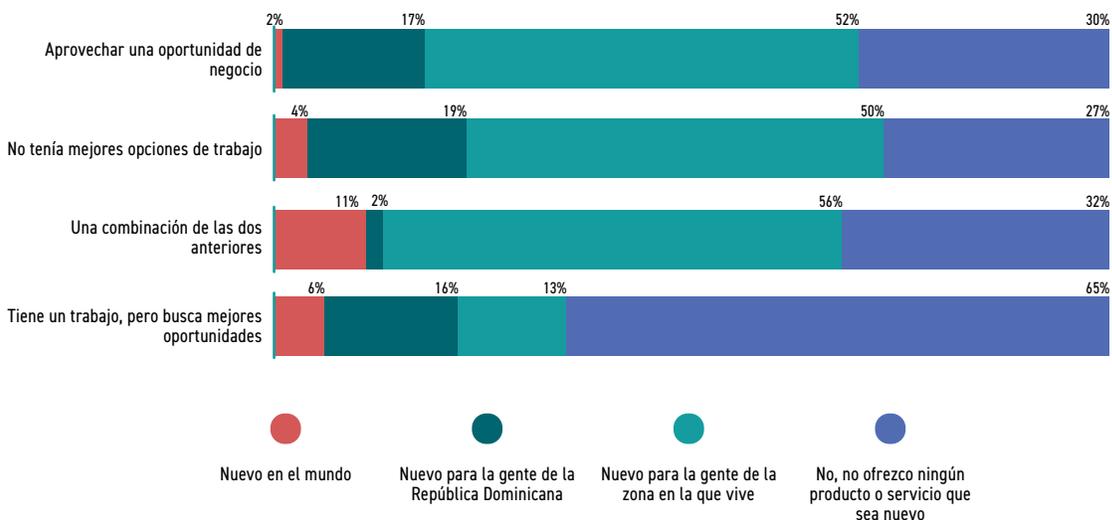


* ¿Es alguna de sus productos o servicios nuevo para la gente en la zona en que usted vive, o es nuevo para la gente de la República Dominicana, o es nuevo para todo el mundo?

Fuente: Elaboración propia con data del GEM 2021. Datos ponderados por sexo y rango de edad. El valor del Top Two Boxes corresponde a la suma de "De acuerdo" + "Totalmente de acuerdo".

GRÁFICO 16

Nivel de innovación en procesos* frente a las razones de emprendimiento en los emprendedores nuevos o auto-empleados nuevos.

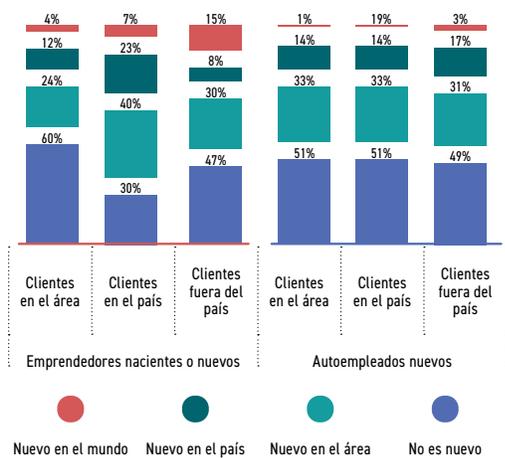


* ¿Es alguna de las tecnologías o procedimientos utilizados para producir sus productos o servicios nueva para la gente de la zona donde usted vive, nueva para la gente de todo el país, o nueva a nivel mundial?

Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2021. Datos ponderados por sexo y rango de edad.

GRÁFICO 17

Nivel de innovación en productos según sitio de residencia de los prospectos* (Clientes esperados) de los emprendedores nuevos en comparación con los auto-empleados nuevos



*¿Espera usted tener algún cliente en las siguientes localizaciones?

Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2021. Datos ponderados por sexo y rango de edad.

posibilidad de crecimiento para agregar valor a la economía, aunque es importante destacar que es una manera de subsistir pues, sin ella, los indicadores de desempleo serían más elevados, conllevando también a un deterioro de la seguridad y calidad de vida de la población.

Claro está que, si se consideran los demás factores claves en el éxito de un negocio, tales como el precio y la distribución (plaza, ubicación o cobertura), un emprendimiento podría lograr su permanencia por un tiempo si compite en un mercado donde podría ofrecer productos o servicios a menor precio equivalentes a los de la competencia o, bien sea en uno desatendido en ciertas zonas geográficas o con menos frecuencia o calidad en el servicio. En el primer caso, cuando la diferenciación entre los competidores es muy baja, se ‘canibalizan’ entre ellos a lo largo del tiempo.

5.5. Perfil de los prospectos (futuros clientes): Nivel de exportación percibido de los emprendimientos nacientes y nuevos

En congruencia con el anterior apartado, el nivel de innovación de un emprendimiento permite abrir mercado hacia determinado tipo de cliente. A mayor innovación o desarrollo tecnológico,

mayor el perfil de los clientes, es decir, de aquellos dispuestos a pagar por ese valor agregado percibido, incluyendo ciertos prospectos o clientes residentes en el exterior e interesados en el producto o servicio dominicano.

Con el propósito de caracterizar los emprendedores nuevos y los autoempleados nuevos según el nivel de innovación de sus iniciativas, el gráfico 17 pone en evidencia un importante contraste entre estos dos grupos. En el caso de los emprendedores nacientes o nuevos, consideran en su mayoría sus productos no son nuevos o tan solo lo son en su área, aunque algunos creen sus productos son novedosos a nivel mundial (15%, barra amarilla), por lo que sus prospectos residen en el extranjero. Por otra parte, la mitad del grupo de autoempleados nuevos opinan sus productos o servicios no son nuevos y una tercera parte creen tan solo son nuevos en el área, corroborando nuevamente un bajo nivel de innovación.

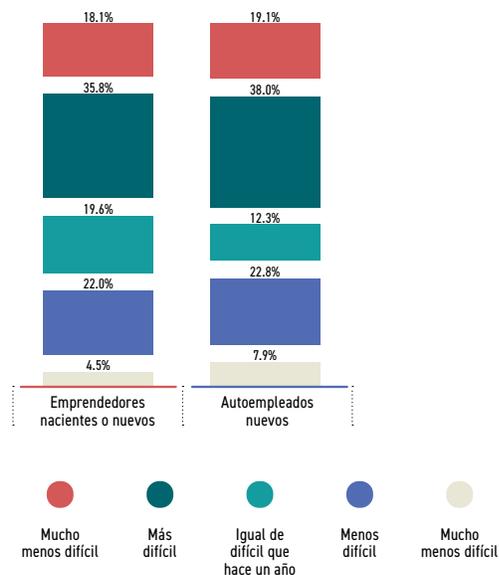
Lo anterior sugiere que la relación entre innovación y exportación es bastante estrecha, inclusive en aquellos emprendimientos nacientes o nuevos, sugiriendo que, en la medida que se logre un mayor nivel de innovación, también se contará con la probabilidad de abrir mercado en el exterior, corroborando los hallazgos de otras investigaciones nombradas en el anterior apartado.

5.6. Dificultad para emprender y expectativas de crecimiento

La percepción de dar inicio a un emprendimiento y las dificultades percibidas para este reto frente al año anterior permite validar el nivel de intención emprendedora, el cual depende de las condiciones de entorno percibidas. El presente apartado indica la situación actual de la dificultad para emprender o auto-emplearse, así como las expectativas que perciben los dominicanos para embarcarse en este importante reto. En el país, más de la mitad de los nuevos emprendedores y de los nuevos empleados percibieron más difícil o mucho más difícil iniciar un negocio (o autoemplearse) frente al año pasado (gráfico 18), sugiriendo que el reto de emprender se ha complicado cada vez más. No obstante, una interesante proporción de más de la cuarta parte de emprendedores nuevos, así como la tercera parte de los nuevos autoempleados considera que es menos difícil o mucho menos difícil empeñarse por esta iniciativa. Como se verá más adelante, esta dicotomía (muchos manifiestan será más

GRÁFICO 18

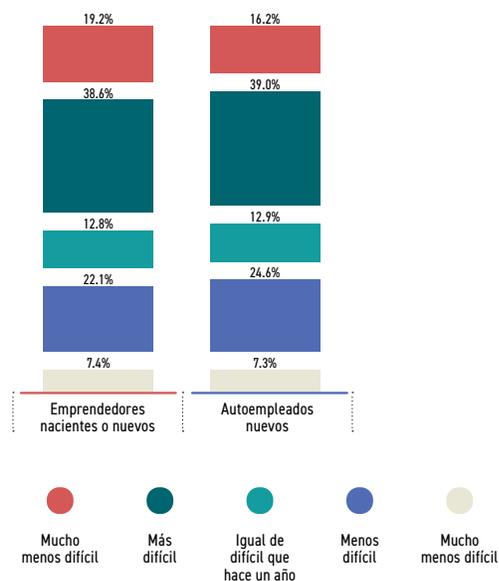
Nivel de dificultad percibida de los nuevos emprendedores y nuevos empleados para iniciar un nuevo negocio (o autoemplearse), comparado frente al año anterior



Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2021. Datos ponderados por sexo y rango de edad.

GRÁFICO 19

Relación entre la dificultad para emprender frente a las competencias para emprender y el miedo al fracaso (Top two boxes) en los emprendedores



Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2021. Datos ponderados por sexo y rango de edad.

difícil, mientras otros dicen será menos difícil) no depende de si es emprendedor o autoempleado, como tampoco del nivel de autoevaluación de competencias emprendedoras ni del miedo al fracaso, pero sí se relaciona directamente con las expectativas de crecimiento del negocio, aspectos propios de una investigación posterior que indague más detalladamente estas razones. Sin embargo, es bastante claro que la iniciativa de emprender conllevará múltiples dificultades que irán sorteando los emprendedores, quienes cuentan con unos rasgos y competencias muy particulares para encarar la difícil tarea de iniciar un negocio.

Con el propósito de caracterizar a estos emprendedores nuevos o autoempleados nuevos quienes opinan es menos o mucho menos difícil emprender o auto-emplearse, el gráfico 19 representa la relación entre contar con las competencias para emprender y la ausencia de miedo al fracaso frente a la percepción de dificultad para emprender.

De este gráfico, se deduce que así los emprendedores nuevos o los autoempleados nuevos se consideren con las suficientes competencias para iniciar un negocio o auto-emplearse y no presenten miedo al fracaso, continúan percibiendo más dificultades para emprender frente al año anterior, aspecto que corrobora la percepción de un entorno difícil.

5.7. Entorno emprendedor de los emprendedores nuevos y autoempleados nuevos

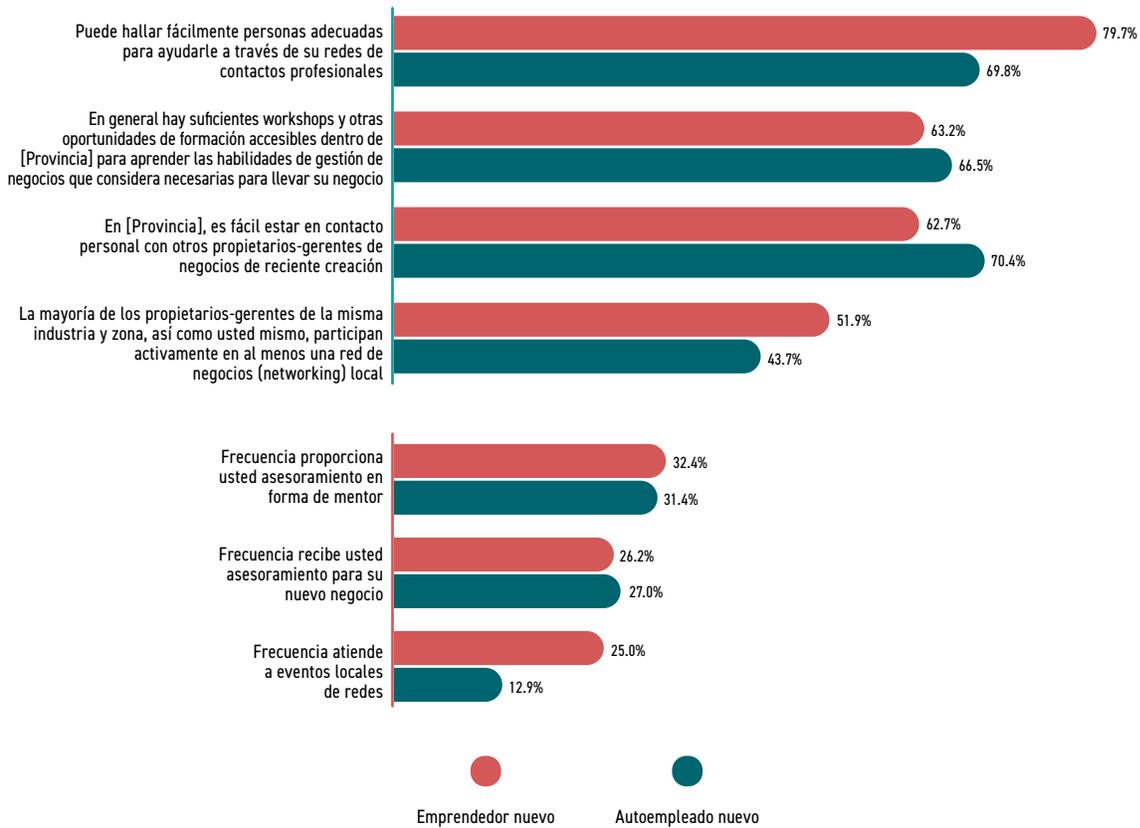
El presente apartado aborda los elementos del entorno emprendedor evaluados desde la arista de la percepción proveniente de los emprendedores nuevos y de los autoempleados nuevos. El análisis de la data permitirá identificar el nivel de acceso de estos grupos poblaciones a los diferentes elementos que dispone el entorno emprendedor.

a. Redes de negocios

(networking): En la República Dominicana, la red más nombrada es la Red Nacional de Emprendimiento, organismo abierto a todas las instituciones gubernamentales, no gubernamentales, sin fines de lucro o empresas que se consideren necesarias y que tengan vocación de apoyo a la generación de empleo y riqueza vía el emprendimiento para desarrollar las actividades de la Red (rdemprende.org, 2021).

GRÁFICO 20

Opiniones de los emprendedores nuevos y autoempleados nuevos con relación a las redes (Top two boxes: De acuerdo + tot. de acuerdo) y **frecuencia de asistencia de eventos locales de redes y de acceso/prestar servicio de mentoría** (Top two boxes: Frecuente + muy frecuente)



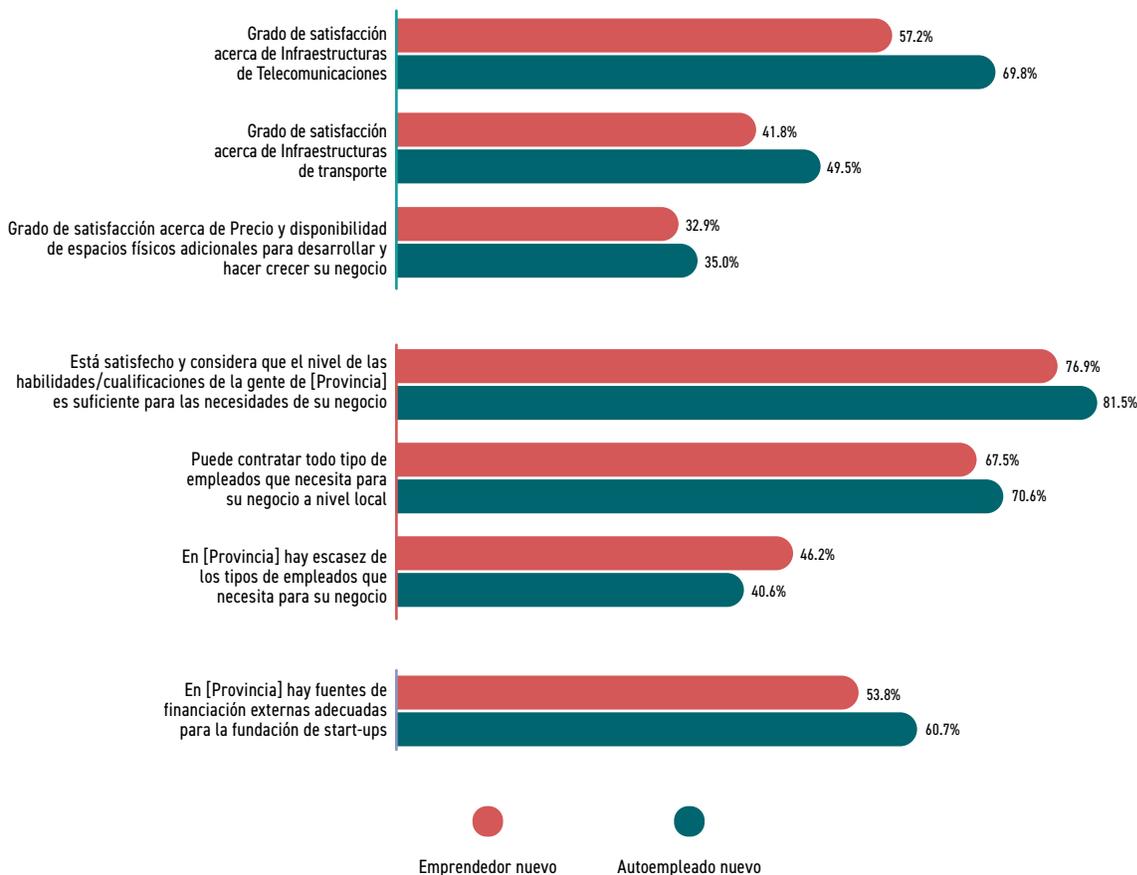
Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2021. Datos ponderados por sexo y rango de edad.

Algunas redes han sido organizadas por Instituciones de Educación Superior, donde se presta cierto nivel de apoyo técnico a sus egresados. Otras redes son producto de iniciativas conjuntas entre entidades gubernamentales, organizaciones no gubernamentales (ONGs) y el sector académico, tales como Enlaces, donde se encuentran aliados más de 20 miembros locales y globales quienes han apoyado por medio de 42 inversionistas ángeles la suma de usd 1.5 millones a emprendedores de 15 proyectos (Enlaces, 2021). Usualmente, los

inversionistas ángeles, además del respaldo financiero, asisten o acompañan técnicamente el proceso de emprendimiento. Al haber revisado la importancia de las redes y su presencia en el país, a continuación, su comportamiento desde la opinión de los principales actores del ecosistema de emprendimiento. El gráfico 20 muestra una elevada disponibilidad de redes y oportunidades de formación en gestión de negocios, no obstante, el nivel de participación por parte de los emprendedores nuevos y empleados nuevos es bajo.

GRÁFICO 21

Nivel de satisfacción con la disponibilidad y calidad del capital humano, infraestructura y disponibilidad de financiación, percibido por los empresarios nuevos y autoempleados nuevos



Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2021. (Valores del top two boxes: satisfecho + totalmente satisfecho o de acuerdo + totalmente de acuerdo).

Lo anterior sugiere una asimetría entre la oferta y la demanda de estos importantes factores del ecosistema emprendedor (redes y formación), donde la oportunidad radica en mostrar a los emprendedores las bondades de las redes y de la capacitación para garantizar la sostenibilidad de las iniciativas.

b. Financiación, capital humano e infraestructura: En la República Dominicana se han realizado diversos esfuerzos por mejorar el entorno financiero, donde se destacan iniciativas tales como

Fondomicro, promovida por el MICM, IFC y PNUD y los otros mencionados en el anterior apartado. Por su parte, un capital humano con competencias adecuadas a los requerimientos de competitividad y productividad actuales y futuros de un emprendimiento podrá mejorar las posibilidades de éxito del nuevo negocio. Otro elemento vital para el adecuado proceso de emprender es el capital humano. La infraestructura es un tercer elemento que coadyuva en el logro exitoso de un emprendimiento, puesto que facilita el acceso a los recursos

TABLA 5

Desempeño de los factores de financiación, barreras burocráticas e infraestructura, según los emprendedores nuevos y auto-empleados nuevos, en las provincias con base mayor a 25 encuestas (valor de Top two boxes)

FACTOR/ PROVINCIA	NIVEL DE ACUERDO (Top two boxes)		GRADO DE SATISFACCIÓN (Top two boxes)			Base	Margen de error
	En Provincia hay fuentes de financiación externas adecuadas para la fundación de start-ups	La burocracia y las regulaciones que está hallando en la fase de fundación del negocio constituyen un problema serio	Precio y disponibilidad de espacios físicos adicionales para desarrollar y hacer crecer su negocio	Telecomunicaciones, acceso a internet y velocidad	Infraestructuras de transporte (por ejemplo, carreteras, espacios para aparcar, fluidez del tráfico)		
Distrito Nacional	42.9%	54.1%	20.2%	46.2%	24.8%	112	9
Santo Domingo	65.6%	63.0%	23.7%	52.0%	33.0%	340	5
Españolat	43.3%	55.1%	28.0%	56.5%	33.7%	90	10
Puerto Plata	65.4%	57.7%	26.9%	73.1%	50.0%	26	19
Santiago	72.7%	71.0%	48.0%	88.0%	67.0%	99	10
La Vega	72.4%	48.3%	56.7%	86.7%	70.0%	29	18
Azua	66.7%	61.5%	22.2%	55.6%	37.0%	27	19
San Cristóbal	80.0%	50.0%	21.7%	62.3%	37.7%	60	13
Barahona	31.4%	42.9%	39.4%	57.1%	64.7%	35	17
San Juan	22.6%	44.8%	60.6%	88.6%	91.4%	31	18
La Altagracia	63.0%	52.0%	50.0%	71.4%	51.9%	27	19
La Romana	36.8%	82.4%	17.9%	28.2%	33.3%	38	16
San Pedro de Macoris	47.5%	74.3%	10.0%	20.0%	17.5%	40	15

Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2021. (Valores del top two boxes: satisfecho + totalmente satisfecho o de acuerdo + totalmente de acuerdo).

logísticos que minimizan costos. La presente medición cubre estos tres aspectos del entorno emprendedor en la República Dominicana, desde la opinión de los emprendedores nuevos y autoempleados nuevos, donde se observa la existencia de capital humano necesario con las competencias requeridas y un aceptable nivel de satisfacción en la infraestructura en telecomunicaciones (gráfico 21).

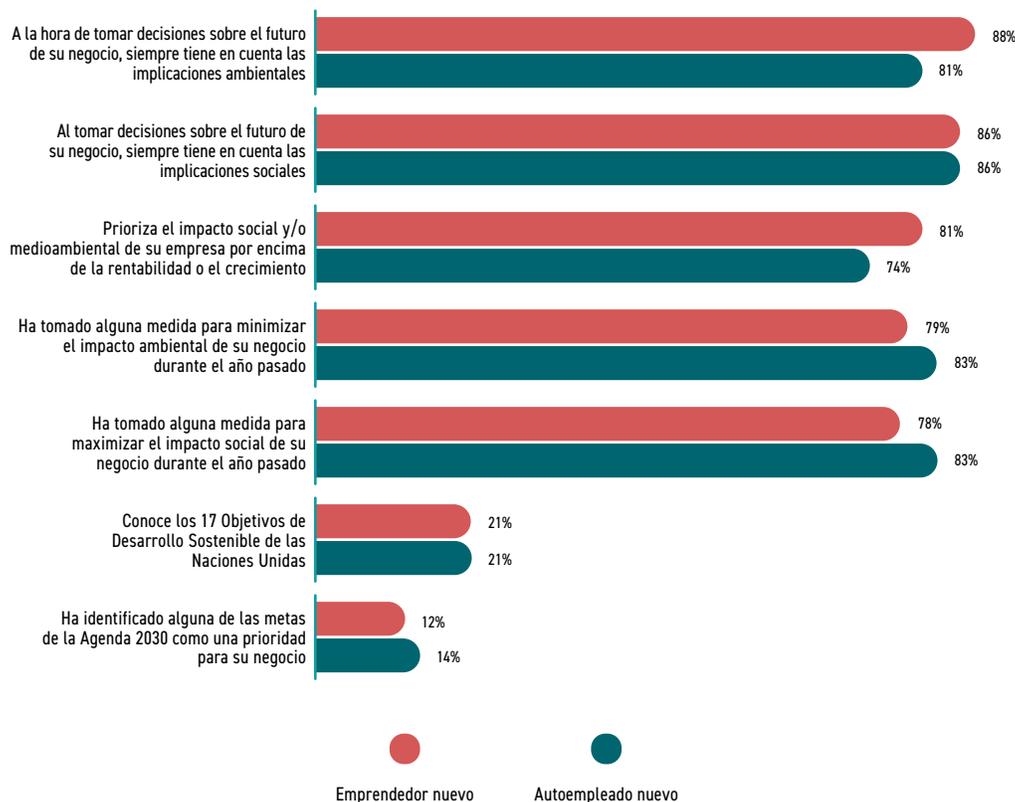
No obstante, más de la mitad de los dos grupos anteriormente mencionados opinaron un bajo nivel de satisfacción con la infraestructura de transporte y de espacios para la extensión del nuevo negocio, así como el 44% de los emprendedores nuevos que opinan no cuentan con fuentes de financiación externas para sus nuevos negocios. Esto pone de manifiesto que aún

se deben continuar desarrollando las iniciativas para mejorar el ecosistema emprendedor. En este sentido, la tabla 5 representa el desempeño de los factores de financiación y barreras burocráticas, así como el nivel de satisfacción con la infraestructura física, de telecomunicaciones y transporte en las provincias seleccionadas (con más de 26 encuestas, permitiendo un margen de error menor al 20%), donde se puede observar resaltadas en verde las cifras con top two boxes (de acuerdo + totalmente de acuerdo o satisfecho + completamente satisfecho) del 50% o más.

Según las cifras anteriores, en Barahona, San Juan y La Romana aún hace falta un mayor apoyo financiero para los emprendimientos, justamente en estas dos últimas provincias se presenta una menor percepción de burocracia que entorpece la fundación del negocio, sugiriendo que podrían lograr un mejor ecosistema emprendedor tan solo impulsando programas de crédito.

GRÁFICO 22

Niveles de responsabilidad social y ambiental corporativa en emprendedores nuevos y autoempleados nuevos (valor del top two boxes: de acuerdo + totalmente de acuerdo)



Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2021.

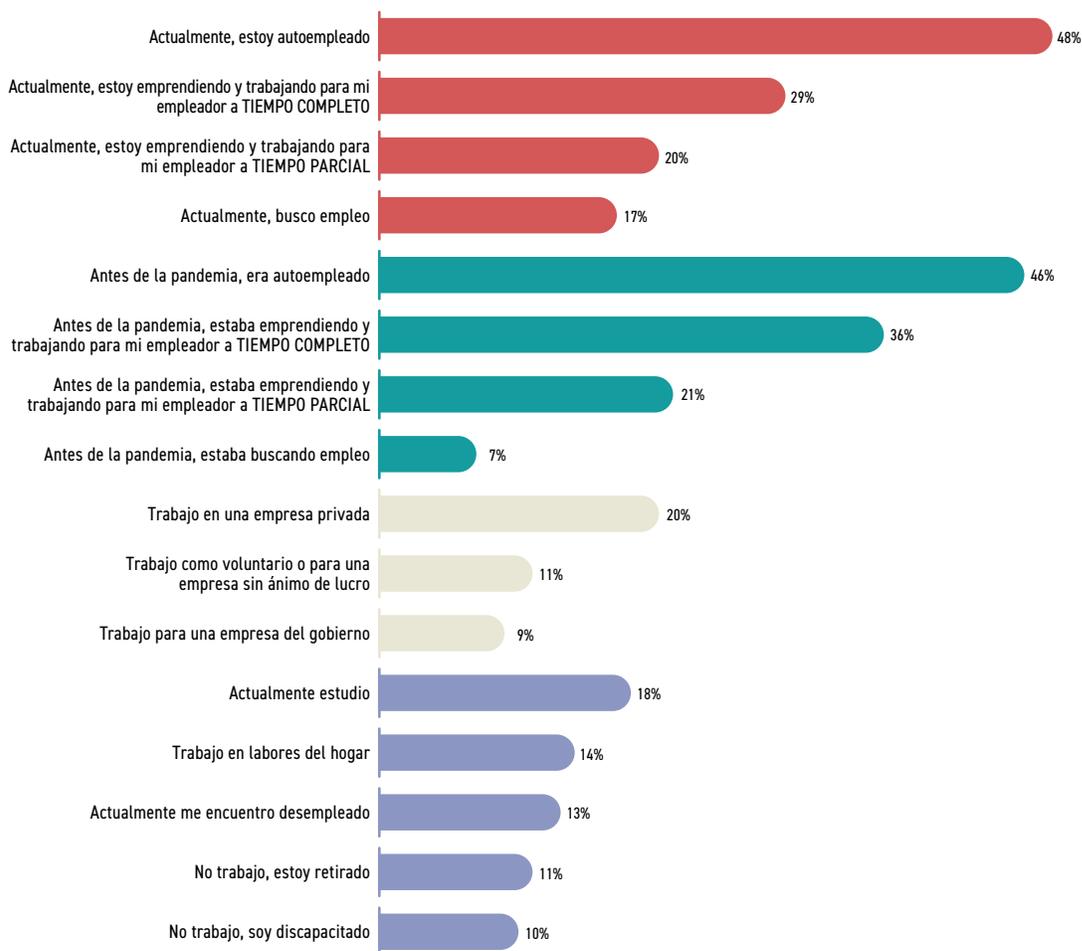
Al parecer, en casi todas las provincias se presentan problemas de precio y disponibilidad de espacios físicos adicionales para el crecimiento de los negocios. En este aspecto, se puede considerar el diseño y desarrollo de soluciones de espacios dentro del Plan Nacional de Ordenamiento Territorial, donde se logren construir, por ejemplo, parques industriales para las empresas de determinadas provincias para emprendimientos relativamente grandes, igualmente, la compra de espacios urbanos en zonas socialmente deprimidas para aglutinar nuevos negocios de menor tamaño.

Tanto La Romana como San Pedro de Macorís y el Distrito Nacional presentan grandes problemas a todo nivel, puesto que califican muy por debajo de las demás provincias en todos los factores, incluyendo la baja disponibilidad de financiación, el reducido nivel de

satisfacción con la infraestructura, así como la percepción que la burocracia y regulaciones perjudican el proceso de fundación de los nuevos negocios.

Lo expuesto previamente sugiere la elevada oportunidad de diseñar todo un sistema que promueva la cultura emprendedora, con todas las dimensiones que se desprenden de ella, iniciando con el proceso de selección y clasificación de emprendimientos, para luego desarrollar programas con clústeres, grupos económicos complementarios, conglomerados o bloques de emprendedores que logren acceso a negociaciones locales, nacionales y de exportación donde se logren escalar sus iniciativas con apoyo y/o acompañamiento de inversionistas ángeles, capital semilla y otras opciones de financiamiento y coaching, para garantizar su sostenibilidad financiera y aporte a la empleabilidad.

GRÁFICO 23

Caracterización de los propietarios-gerentes de negocios establecidos según ocupación

Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2021

5.8. Responsabilidad social y ambiental de los emprendedores nuevos y autoempleados nuevos

El presente estudio cubre las implicaciones sociales, tales como el acceso a la educación, la salud, la seguridad, el trabajo inclusivo, la vivienda, el transporte y la calidad de vida en el trabajo. De manera equivalente, el instrumento de medición aplicado a los emprendedores nuevos y autoempleados nuevos menciona las implicaciones ambientales como la preservación de áreas verdes, reducción de la emisión de contaminantes y gases tóxicos, recolección selectiva de basura, consumo consciente de agua, electricidad y combustibles. Así las cosas, se logra establecer una mirada general de la Responsabilidad Social y Ambiental Corporativa desde el inicio

de la labor de emprendimiento. En este orden de ideas, tanto en los emprendedores nuevos, como en los autoempleados nuevos dominicanos existe un compromiso relativamente elevado con relación a la responsabilidad con la sociedad y el medio ambiente (ver gráfico 22). Los emprendedores nuevos priorizan más que los autoempleados nuevos el impacto social y/o medioambiental sobre sus intereses financieros, no obstante, los valores de compromiso son altos en ambos grupos.

De manera adicional, tanto los emprendedores nuevos, como los autoempleados nuevos dominicanos, en general, no conocen los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), como tampoco la identificación de las metas de la Agenda 2030 como prioridad para su negocio,

sugiriendo que es más fuerte el compromiso social y ambiental derivados de los valores y la ética, frente al conocimiento de las iniciativas estratégicas planteadas por las Naciones Unidas.

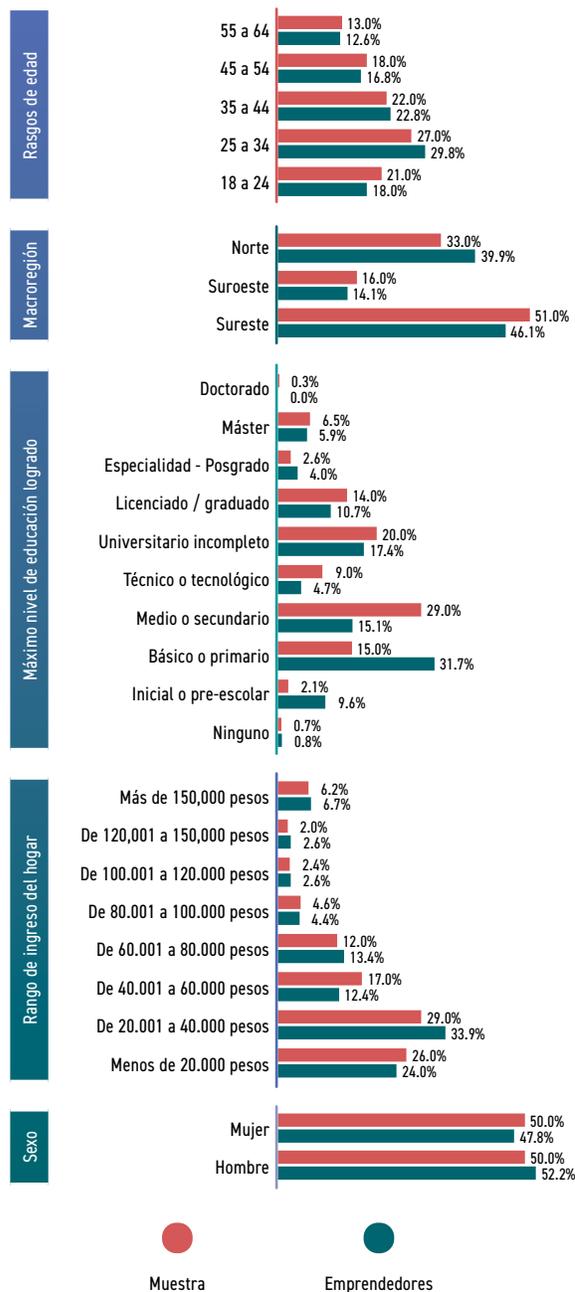
Es importante añadir que la Responsabilidad Social y Ambiental Corporativa puede convertirse en la punta de lanza de la estrategia comunicacional de la empresa, puesto que, en muchas sociedades y sectores, han sido diferenciadores claves y las bases del posicionamiento de las marcas. Igualmente, muchos emprendedores han realizado esfuerzos inusuales para crear una cultura organizacional sólida e implementar procesos operativos sostenibles para cumplir con sus estándares éticos autoimpuestos.

6. Caracterización de los propietarios – gerentes de negocios establecidos

El presente capítulo pretende caracterizar aquellos propietarios o fundadores del negocio que, a su vez, lo administran o contribuyen en esta labor de dirección. Este grupo de emprendedores se define como aquellos que, en el momento de la encuesta, manifestaron ser propietarios y gerentes de una empresa, bien sea solos, con socios, como también auto-empleados (independientes) desde hace más de 3,5 años. El modelo para caracterizar los propietarios y gerentes de sus negocios consiste en tener en cuenta el tamaño de la base de propietarios, esto es, la proporción de este grupo con relación a la población muestral; su demografía; el tipo/sector en que participa el negocio; las razones de emprendimiento, el nivel de innovación e internacionalización; la perspectiva digital; el nivel de empleabilidad actual y a futuro y la dificultad percibida para abrir nuevos negocios. Esta descripción cuantitativa permitirá encontrar las posibles asimetrías entre los requerimientos para un emprendimiento exitoso y una iniciativa que genera ingresos para la subsistencia, además de dimensionar el apoyo requerido de este grupo responsable del crecimiento económico del país y de la generación de empleo.

GRÁFICO 24

Caracterización demográfica de los emprendedores establecidos



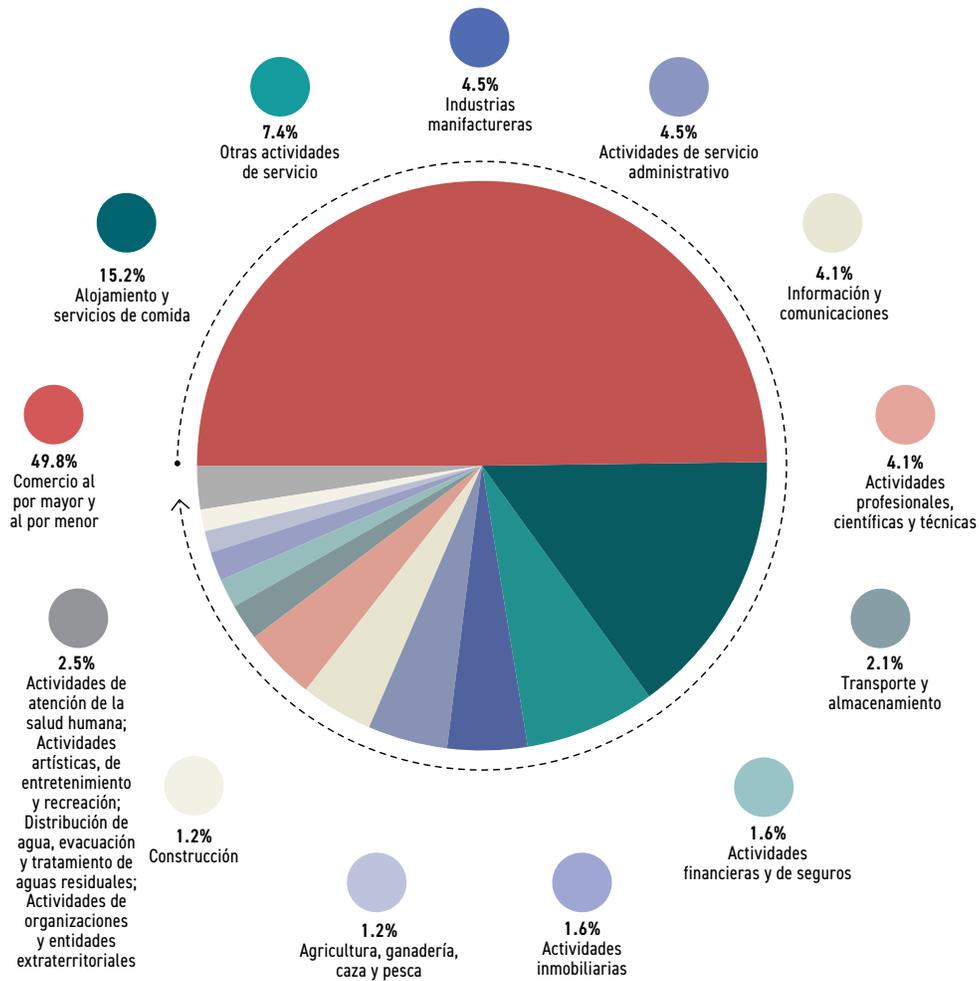
Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2021. Datos ponderados por sexo y rango de edad.

6.1. Base de propietarios – gerentes de negocios

En la medición del año 2018, el 17.3% de la población encuestada manifestó contar con un negocio establecido. Del total de la muestra del presente estudio, el 12.3% corresponde a

GRÁFICO 25

Sectores de los negocios establecidos



Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2021. Ponderaciones por edad y sexo.

propietarios-gerentes de negocios establecidos². Estos propietarios no han cambiado su estado actual de autoempleados, no obstante, aquellos que se encontraban trabajando a tiempo completo antes de la pandemia actualmente buscan empleo (ver gráfico 23). Esta diferencia de cinco

puntos porcentuales (del 17.3% al 12.3%) es debida, probablemente, al cierre de algunos negocios por motivo de la pandemia, los cuales pudieron ser reemplazados por medio del autoempleo.

Es importante mencionar que, para los emprendedores establecidos, su situación laboral

2. Debido a la reducida base (246 personas) los resultados se presentarán como el total de propietarios gerentes de negocios establecidos, donde se incluye a los propietarios y a los autoempleados.

actual corresponde a ser autoempleados, esta respuesta se debe a que la medición no consideró otras alternativas diferentes a las opciones que presenta el gráfico 23. Por otra parte, cerca de la mitad de la muestra considera son emprendedores y trabajan para un empleador, bien sea a tiempo completo o parcial, puesto que manifiestan encontrarse emprendiendo y trabajando simultáneamente. De ellos, el 70% trabajan para una empresa privada, del gobierno o una entidad sin ánimo de lucro, de donde se deduce que el 30% restante devengan un salario de su propio negocio.

La caracterización demográfica de los emprendedores establecidos se observa en el gráfico 24, en la cual, los rangos de edad, ingresos y sexo de este grupo se distribuyen equitativamente frente a la muestra seleccionada para el estudio, sugiriendo que los emprendedores dominicanos no cuentan con estos rasgos demográficos diferenciados, sin embargo, se hallaron diferencias significativas³ por macroregión y nivel educativo, de forma tal que se pueden diseñar y desarrollar iniciativas con los emprendedores y en su entorno emprendedor diferenciadas según su ubicación y último nivel educativo.

6.2. Tipo de negocio de los emprendedores establecidos

Los sectores de mayor crecimiento de los nuevos negocios a nivel mundial, actualmente y, a futuro, están asociados con los segmentos que corresponden al gran mercado de la Cuarta Revolución Industrial, entre ellos, se encuentran Inteligencia Artificial (AI), Realidad Virtual (VR), Energía Alternativa y Renovable, Análisis de Big Data, Ciberseguridad y Cómputo en la Nube, como también los Servicios de Accesibilidad Digital e Ingeniería de Software. Otros sectores también han demostrado, en plena pandemia, un crecimiento muy importante en casi todos los países, son ellos los vinculados al sector de la salud (como las herramientas de monitoreo de pacientes, servicios de atención

médica domiciliaria y centros de atención ambulatoria), el transporte de mercancías y atención al usuario en el hogar. Al respecto, algunos países se han adelantado más que otros, de forma tal que han desarrollado clústeres de sectores en determinadas regiones capitalizando la mano de obra especializada, generando soluciones competitivas a nivel mundial y posicionando la marca-región para abrir mercados de exportación (ACI Medellín, 2019).

En la presente medición, de manera equivalente a los emprendimientos nuevos, la mitad de los negocios establecidos se centran en actividades de comercio y, en segundo lugar, los servicios de alojamiento y alimentación. Las industrias manufactureras siguen en orden de elección para los nuevos emprendimientos, como también en incidencia de los negocios existentes desde hace más de 3.5 años. Los demás sectores ocupan lugares cercanos al 4% o menos⁴.

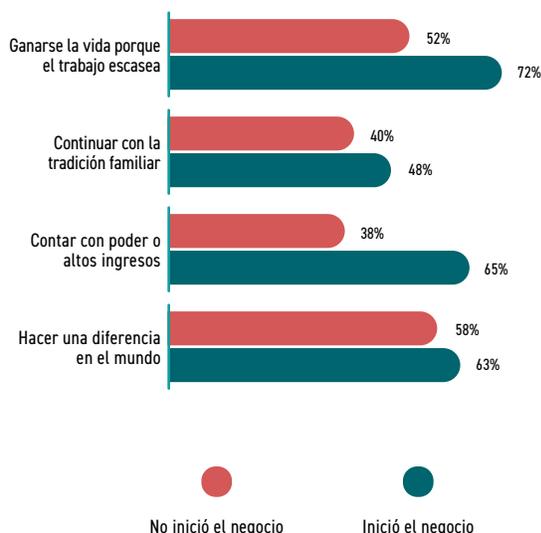
6.3. Razones de emprendimiento

Las razones para emprender dependen de si el emprendedor inició el negocio o no. En el caso de aquellos que iniciaron el negocio, encuentran más razones (2.4, en promedio) para enfrentarse a este reto. De los encuestados con negocios establecidos que iniciaron el negocio, casi las tres cuartas partes emprendieron por necesidad (debido a que, en su momento, consideraron que el trabajo escaseaba), la mitad afirmaron para continuar con la tradición familiar y cerca de dos terceras partes indicaron para contar con poder o altos ingresos y hacer una diferencia en el mundo (gráfico 26). Esto permite sugerir que las iniciativas de emprender se encaminan en gran medida para resolver problemas económicos, de forma que, según toda la literatura mencionada en el capítulo anterior, podrían llegar a ser empresas vulnerables y con elevadas posibilidades de cerrar, no obstante, los siguientes apartados permitirán validar esta hipótesis, puesto que, si aún permanecen en pie luego de 3.5 años de

3. Prueba U de Mann-Whitney para muestras independientes con significación del 0.05.

4. Porcentajes de 4% o menos acarrear márgenes de error que no permiten inferir sobre su orden.

GRÁFICO 26

Razones para emprender según si el emprendedor inició el negocio o no.

Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2021. Ponderaciones por edad y sexo.

operación, están superando el “valle de la muerte”, el cual se mencionó previamente.

6.4. Nivel de empleabilidad actual y a futuro

El capítulo 4 del presente texto abordó la importancia de generar empleo en la República Dominicana por medio del emprendimiento, igualmente, se relacionó la diferencia de este posible aporte por parte de los autoempleados nuevos y los emprendedores nuevos, de donde se obtuvo que los primeros ocupan a otra persona en su iniciativa de autoempleo logrando reducir la tasa de desocupación. También se encontró que, en el caso de los emprendedores dominicanos nuevos, generarían seis empleos adicionales en promedio. En el presente apartado se relacionará el aporte actual de los negocios establecidos, así como su potencial generador de trabajo a futuro.

De acuerdo con el gráfico 27, el 82% de los negocios actuales proporcionan trabajo a una persona, otro 6.5% emplean a dos o tres personas más, mientras que el restante 11% contratan en promedio a 20 trabajadores, indicando una gran e interesante diferencia entre estos grupos.

Esta cifra de un empleado a contratar en cinco años (por el 80% de los negocios establecidos) es equivalente a la encontrada en la última medición GEM realizada en el país (80.3%, año 2018), validando que la mayor parte de los emprendimientos están siendo concebidos como tan solo una opción para subsistencia. No obstante, el optimismo de la minoría (6 negocios del total de la muestra) se puede evidenciar cuando manifiestan que aumentarán su número de empleados en siete personas más frente a los actuales, pasando de 20 a 27.

6.5. Nivel de innovación percibido

Tal como se abordó en el análisis de los emprendedores nuevos, también es de importancia vital que los emprendimientos actuales cuenten con el suficiente nivel de innovación para garantizar su permanencia en el mercado y logren agregar valor a la economía.

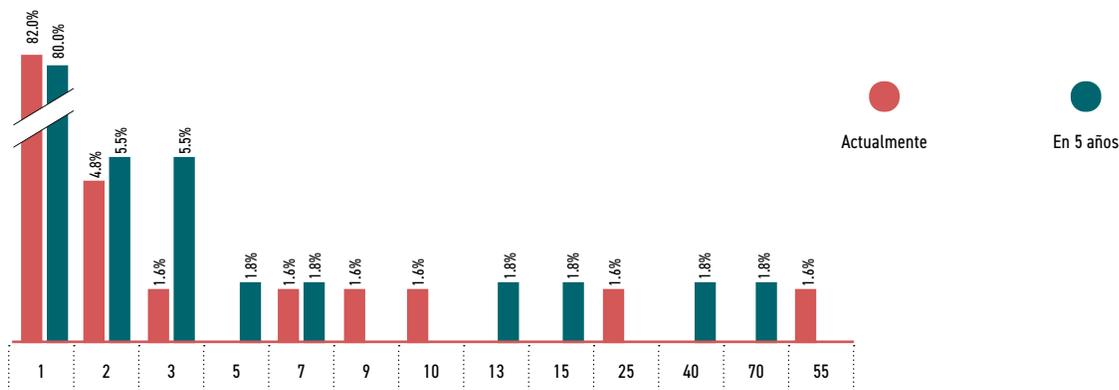
Para el presente estudio, los fundadores de negocios establecidos consideran como “nuevos” aquellos productos que no se consideraban disponibles sino hasta que los ofrecieron en la zona de influencia. Esta afirmación parte del análisis de la descripción de cada negocio, esto es, interpretando que estos negocios corresponden en su mayoría a venta de productos al por menor (ropa, calzado, productos de aseo para el hogar, alimentos, bebidas y accesorios), servicios de belleza, servicios técnicos (talleres, herrerías), colmados, restaurantes y cafeterías. De esta manera, los porcentajes que se observan como “ofrecer producto nuevo” en el gráfico 28 corresponden a las percepciones de los encuestados con relación a la disponibilidad de ese producto o servicio en la zona donde vive.

Sin embargo, es interesante encontrar cómo el 12% y el 16% de los propietarios de los negocios establecidos mencionan que sus productos y tecnologías son nuevos en el mundo, respectivamente. Al revisar el tipo de negocio de estas personas, tan solo cuatro: venta de licenciamiento de contenidos digitales, tecnología digital (2) y “sopa de nervios”, podrían clasificar como innovadores, los otros catorce corresponden a lavaderos de carros, restaurantes y otros servicios que, según la descripción de esos negocios, no contarían con un nivel de innovación de clase mundial, aspecto que se podrá corroborar más adelante.

Lo expuesto anteriormente permite validar que se requiere mejorar el entorno de innovación en el país, lo cual demanda importantes inversiones

GRÁFICO 27

Número de personas que trabajan actualmente y las que se espera trabajen en cinco años en los negocios establecidos (porcentajes obtenidos de la base que cuentan con negocio).



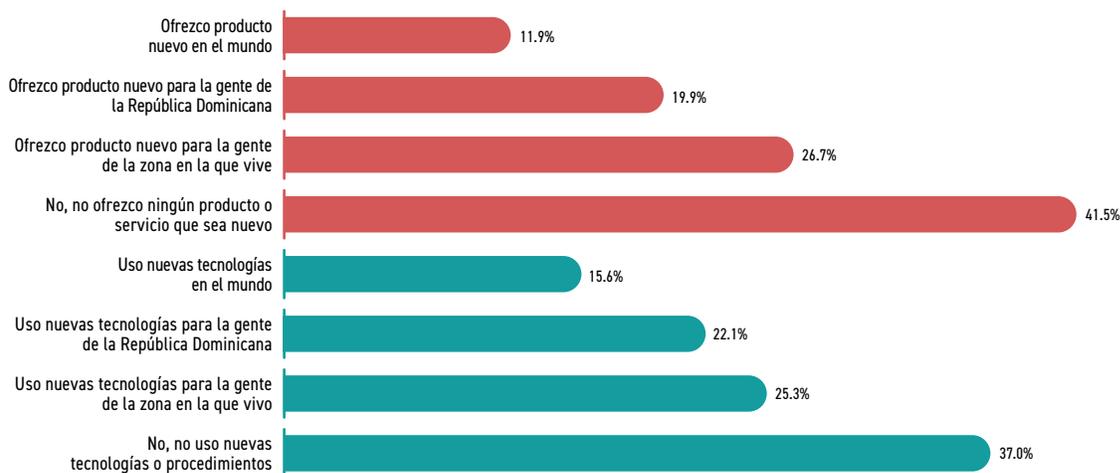
Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2021.
Datos ponderados por sexo y rango de edad.

en Investigación y Desarrollo Tecnológico, la vinculación de los emprendimientos nacientes y nuevos a las tecnologías emergentes, el apoyo continuo a las entidades que promueven la investigación, el desarrollo de programas que logren reducir las brechas existentes en el acceso a los recursos tecnológicos vinculados con los segmentos

asociados a la Cuarta Revolución Industrial y la generación de una cultura investigativa desde la educación primaria hasta la terciaria, incluyendo las políticas científicas en la mayoría de las universidades dominicanas y su articulación con los demás actores del ecosistema nacional de ciencia, tecnología e innovación.

GRÁFICO 28

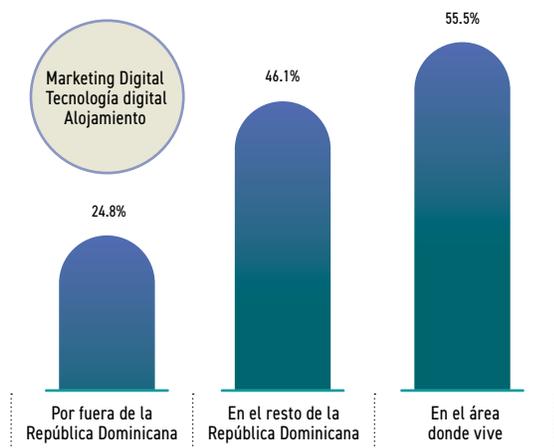
Nivel de innovación en producto/servicio y en procesos de los negocios establecidos.



Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2021.
Ponderaciones por edad y sexo.

GRÁFICO 29

Perfil de los clientes - Nivel de exportación de los productos o servicios de los negocios establecidos.



Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2018 y 2021. Datos ponderados por sexo y rango de edad.

6.6. Perfil de los clientes: Nivel de internacionalización

El gráfico 29 muestra que la cuarta parte de los negocios establecidos en el país manifiesta contar con clientes por fuera de la República Dominicana, de estos dueños, el 40% dice que entre el 75% y el 90% de sus ingresos provienen de las exportaciones, entre ellos, se destacan aquellos que se dedican a importación de vehículos, costura/confecciones y elaboración de accesorios con perlas.

De lo anterior, se puede deducir que algunos negocios dominicanos se han logrado vincular a sectores pertenecientes a la Cuarta Revolución Industrial, generando divisas y demostrando que se puede competir en mercados internacionales.

6.7. Perspectiva digital

Los negocios establecidos en la República Dominicana no son ajenos a adquirir más tecnologías digitales en los próximos meses, puesto que tan solo el 23% de los propietarios manifestaron no tener intenciones de invertir en ellas (gráfico 30). Al pasar de las intenciones a los hechos, una proporción importante de los propietarios (43%) mejoraron sus procesos usando tecnologías digitales en sus negocios en

respuesta a la pandemia y, quienes no las han implementado, consideran adoptarlas según sus planes o no las requieren para operar sus negocios. Lo anterior sugiere que, por parte del principal actor del ecosistema emprendedor, existe la actitud de adquirir tecnologías digitales para mejorar los procesos de los negocios.

Por lo anterior, se justifica masificar la iniciativa del Programa de Alfabetización Digital promovido por el Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICYM) donde se mejoran las habilidades de los propietarios de mipymes en el uso de las tecnologías de la información y comunicación (TICs) en las mipymes y, así mejorar la competitividad, eficiencia y productividad de este tipo de negocio.

6.8. Entorno de Proprietarios Gerentes - Negocios establecidos

El GEM considera para el análisis del entorno emprendedor, desde la percepción de los propietarios-gerentes de negocios establecidos, las redes de negocios, las fuentes de financiación, los programas de apoyo, la tramitología o burocracia, el talento humano y la infraestructura física y de comunicaciones.

a. Redes de negocios: En el presente proyecto se investiga las redes desde la arista de mejorar las competencias personales y el desempeño del negocio. Al respecto, más de la mitad de los propietarios-gerentes manifiestan tienen acceso a asesoramiento, formación y participación en redes locales de negocios (gráfico 31), de manera similar, casi la tercera parte de los encuestados dicen proporcionar o recibir asesoramiento en forma de mentoría para nuevos negocios, no obstante, la cuarta parte asiste a los eventos locales de redes de negocios. Al desagregar esta información por provincia se logra, de manera descriptiva, encontrar que se presentan diferencias en las oportunidades de formación según la opinión de los propietarios/gerentes de la provincia de Santo Domingo, frente al Distrito Nacional, Espaillat y Santiago, siendo los negocios de la capital más afortunados al contar con suficientes recursos en redes

GRÁFICO 30

Intención de mayor uso de tecnologías digitales en los próximos seis meses y adopción de tecnologías digitales como respuesta a la pandemia (valores de top two boxes)

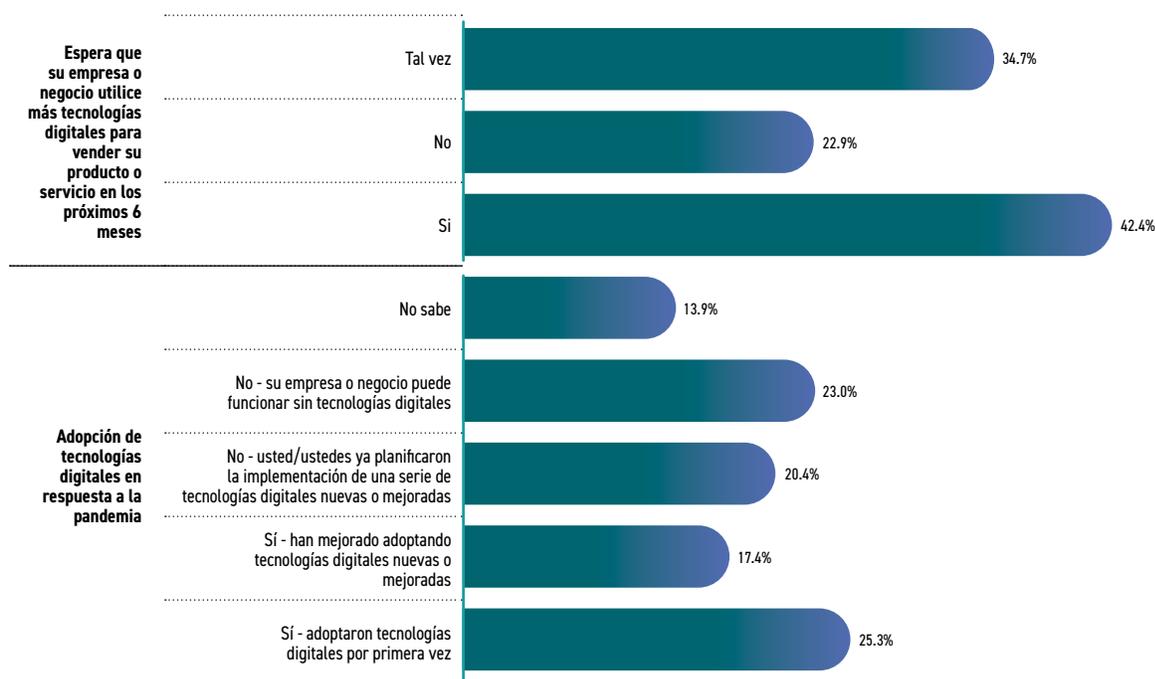
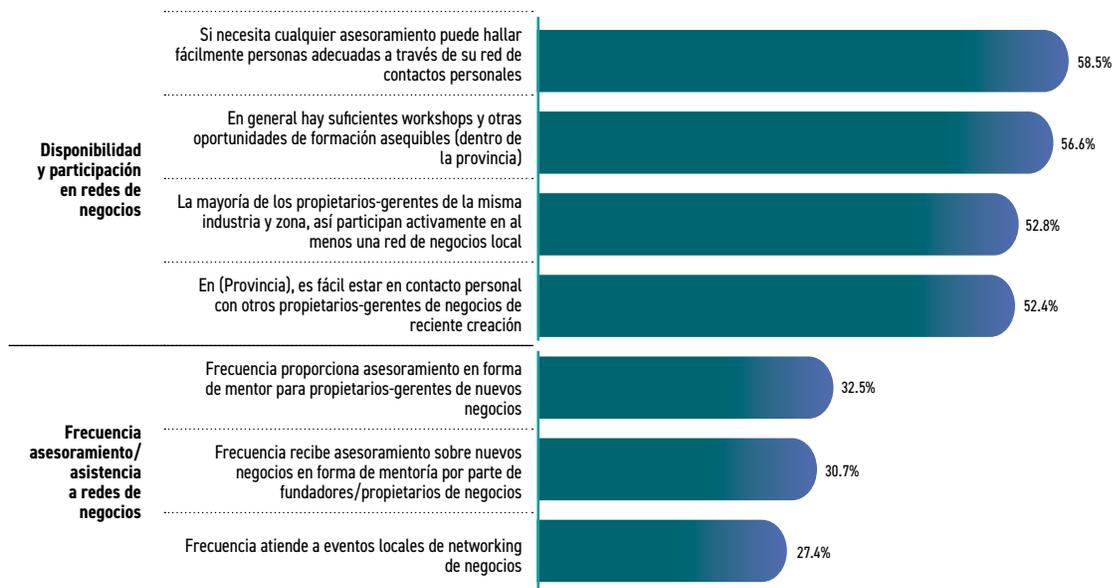


GRÁFICO 31

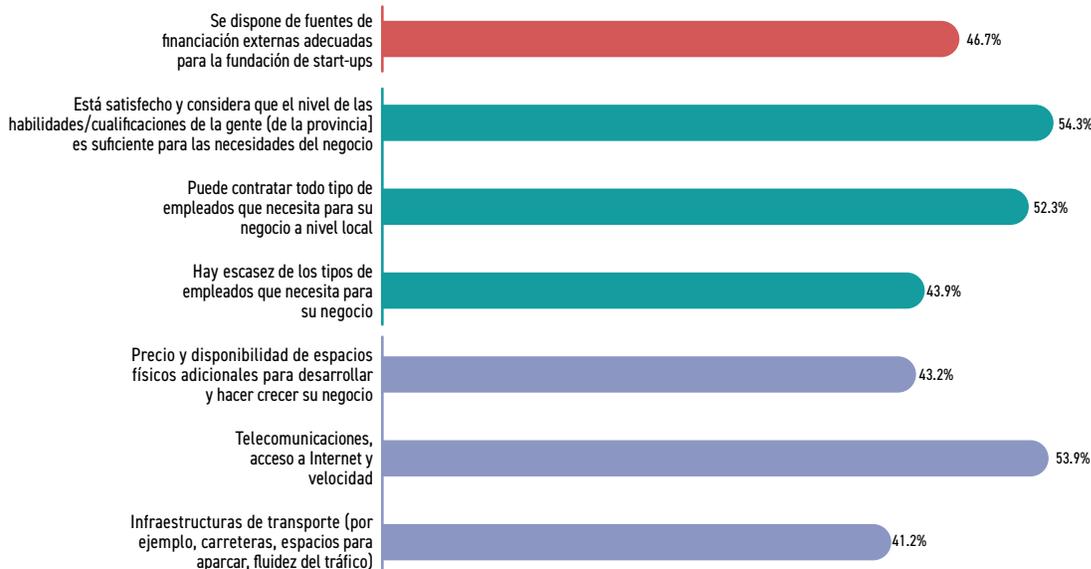
Opiniones de los emprendedores nuevos y autoempleados nuevos con relación a las redes (Top two boxes: De acuerdo + tot. de acuerdo) y frecuencia de asistencia de eventos locales de redes y de acceso/prestar servicio de mentoría (Top two boxes: Frecuente + muy frecuente)



Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2021. Ponderaciones por edad y sexo.

GRÁFICO 32

Factores de financiación, capital humano e infraestructura, calificados por los propietarios de los negocios establecidos (Top two boxes: De acuerdo + totalmente de acuerdo)



Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2021. Ponderaciones por edad y sexo.

y formación (top two boxes: de acuerdo + totalmente de acuerdo = 57%), en tanto, solamente la tercera parte de los propietarios de negocios de Santiago manifestaron contar con este soporte. Es importante aclarar que, debido a las reducidas bases, no se pudo desarrollar un análisis abierto para las otras provincias, no obstante, las diferencias mencionadas anteriormente permiten establecer áreas de mejora discriminadas por región, iniciando por Santiago.

Es de importancia destacar que gran parte del positivo desempeño evidenciado en el anterior gráfico se debe al esfuerzo del gobierno dominicano para crear un clima de negocio favorable para impulsar el desarrollo de las mipymes del país, dentro del cual se han desarrollado iniciativas tales como la Ruta MIPYMEs, Semana PYMEs y CENTRO PYMEs. Por ello, es

necesario dar continuidad a estas actividades extendiéndolas en otras provincias donde se demostró anteriormente el requerimiento de mejora del entorno emprendedor.

b. Financiación, capital humano e infraestructura:

El gráfico 32 muestra el desempeño de estos tres factores en la medición GEM, de donde se deduce existen oportunidades para mejorar en cada uno de ellos. En lo referente a las fuentes de financiamiento, más de la mitad de los propietarios-gerentes de negocios opinaron su desacuerdo o neutralidad con la disponibilidad de financiación para las empresas establecidas. Por otra parte, casi la mitad de los encuestados manifestaron no contar con la oferta de empleados con las suficientes habilidades y del perfil ocupacional requeridos. Adicionalmente, más de la mitad de los propietarios

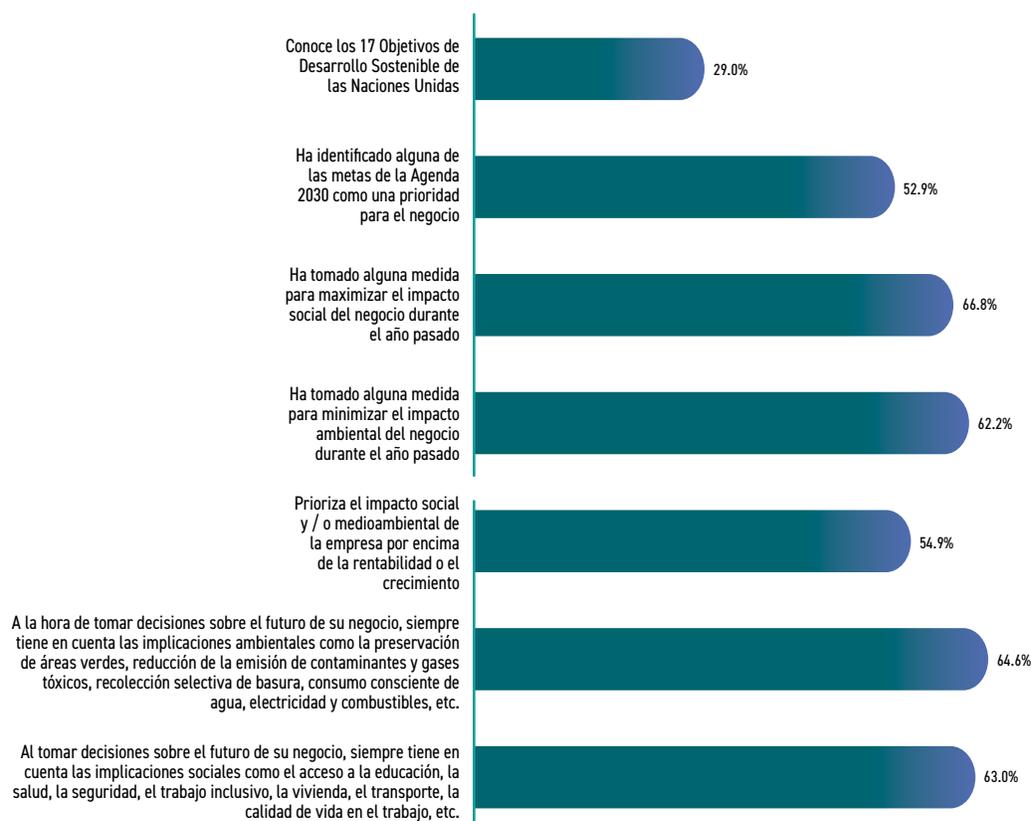
dijeron no disponer de espacios físicos a precios asequibles, como tampoco las infraestructuras de transporte necesarias para el desarrollo adecuado de la logística externa de sus negocios. Finalmente, es de destacar que el mejor factor evaluado es del acceso a recursos de telecomunicaciones y velocidad de internet, donde el 54% de los encuestados calificaron estar de acuerdo con su disponibilidad.

Por lo anterior, se evidencian enormes oportunidades de mejorar el entorno financiero emprendedor y empresarial, así como a nivel de formación del capital humano y acceso a

infraestructura para los negocios, aspectos que de igual manera quedaron manifiestos en el análisis realizado con los emprendedores nacientes o nuevos. Así las cosas, se corrobora la necesidad de diseñar y desarrollar modelos de crédito para pymes, donde se puedan asesorar técnicamente y con acompañamiento en las áreas de mercadeo/comercial y finanzas, para garantizar el adecuado recaudo del préstamo. Este programa, a su vez, permitiría clasificar las PYMEs según su nivel de aporte a innovación y a empleo, de forma que podría participar para ciertos incentivos fiscales y/o apoyos direccionados. De igual manera, el sector educativo cuenta con la oportunidad de evaluar y cuantificar las necesidades de demanda de capacitación y requerimientos de perfiles de egreso por parte de las empresas,

GRÁFICO 33

Niveles de responsabilidad social y ambiental corporativa en propietarios-gerentes de negocios establecidos (valor del top two boxes: de acuerdo + totalmente de acuerdo)



Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2021. Ponderaciones por edad y sexo.

GRÁFICO 34

Salida emprendedora y razones de cierre

Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2021. Datos ponderados por sexo y rango de edad.

a fin de desarrollar programas académicos que permitan balancear las actuales asimetrías en el mercado laboral. Al igual que en el caso de los emprendedores nacientes o nuevos, se abre la posibilidad de generar Parques Industriales para satisfacer la demanda de espacios económicos e idóneos para los negocios establecidos.

6.9. Responsabilidad social y ambiental de los Propietarios Gerentes - Negocios establecidos

En muchos sectores, tales como el hotelero, el ofrecimiento de servicios dentro de un marco de sostenibilidad ambiental se ha convertido en factor diferenciador para que los huéspedes elijan y se fidelicen con la empresa, de esta manera, algunos países se han posicionado a nivel mundial como líderes en el ofrecimiento de soluciones de alojamiento sostenible, tales como Costa Rica, donde se presenta el mayor número de hoteles certificados y premiados ambientalmente. Otros sectores se han visto presionados

a certificarse ambientalmente, como requerimiento para abrir mercados de exportación, puesto que los clientes internacionales exigen constancias de aprobación de los organismos de control de emisiones y desechos.

En el análisis de la data proveniente de los negocios nacientes o nuevos, así como de los autoempleados, se evidenció que la gran mayoría presenta un elevado compromiso con el medio ambiente y la sociedad. De manera equivalente, cerca de las dos terceras partes de los negocios establecidos también manifiestan un elevado nivel de responsabilidad social y ambiental (gráfico 33). A pesar que las cifras de conocimiento de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la adopción de alguna de las metas de la Agenda 2030 en el plan del negocio en los negocios establecidos duplican a las encontradas en los negocios nuevos (apartado 5.7), aún estos porcentajes siguen siendo bajos, sugiriendo se deben divulgar más los conceptos y contenidos de los ODS con sus metas, a fin de fortalecer la

cultura ambientalista y social de la población dominicana.

7.

Venta o abandono de la empresa: Descontinuación emprendedora

En la presente medición, del total de la población encuestada, el 14.2% manifestaron haber cerrado o vendido un negocio de su propiedad (gráfico 34), esto corresponde a ocho puntos porcentuales frente a la medición realizada en 2018. Como razones del cierre se destacan la pandemia, en la tercera parte de los emprendedores; la baja rentabilidad, manifestada por la cuarta parte adicional; los motivos personales y la oportunidad de vender el negocio. La razón de baja rentabilidad fue nombrada por más de la mitad de los propietarios de negocios en 2018, ratificando que la misma problemática continúa.

Es pertinente mencionar que, de no ser por las medidas socioeconómicas adoptadas por el gobierno dominicano, las cifras de abandono serían mayores. Es de destacar las iniciativas tales como las medidas para productores agropecuarios, la flexibilización del pago de impuestos, el aplazamiento de pago del ISR, el aumento de disponibilidad de crédito, la asistencia por medio de la red de los 25 Centros MIPYMEs y el Programa Ponte en Marcha.

Por lo anterior, se hace necesario continuar con la labor de asistencia prestada en los Centros MIPYMEs y otras iniciativas, con un enfoque en formación y/o acompañamiento financiero, para garantizar la sostenibilidad de los negocios.

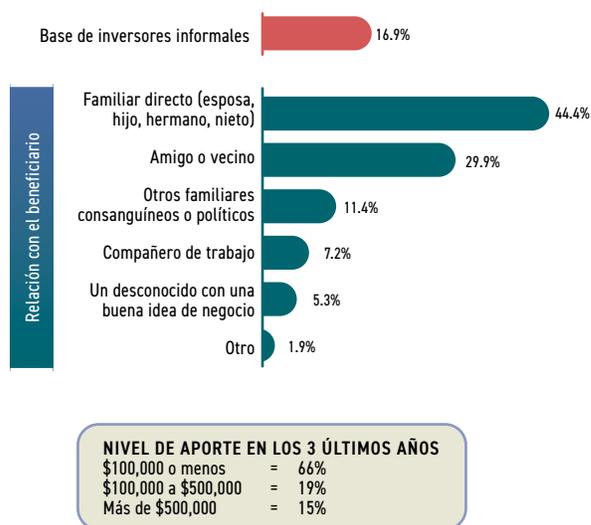
8.

Inversores informales

De acuerdo con las cifras del gráfico 35, el valor asignado de cien mil pesos o menos a las dos terceras partes de los emprendedores permite, de cierta manera, cuantificar el tamaño del negocio, que corresponde a microempresas en su mayoría. En estos casos, al tener en cuenta

GRÁFICO 35

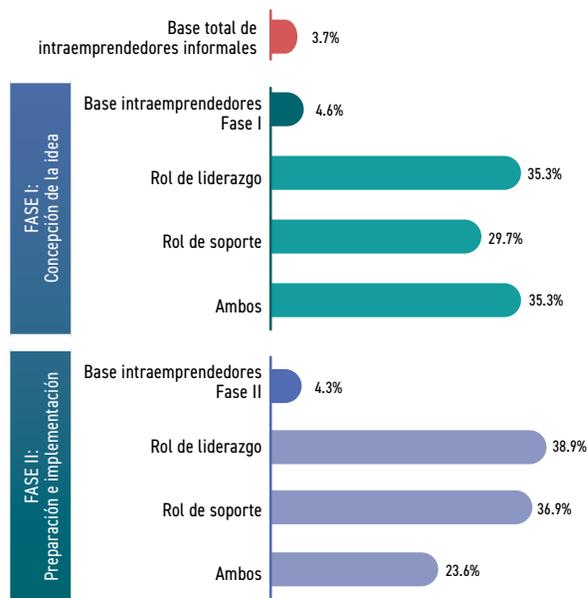
Base de inversores formales, relación con el beneficiario y nivel de aporte en los últimos tres años



Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2021. Ponderaciones por edad y sexo.

GRÁFICO 36

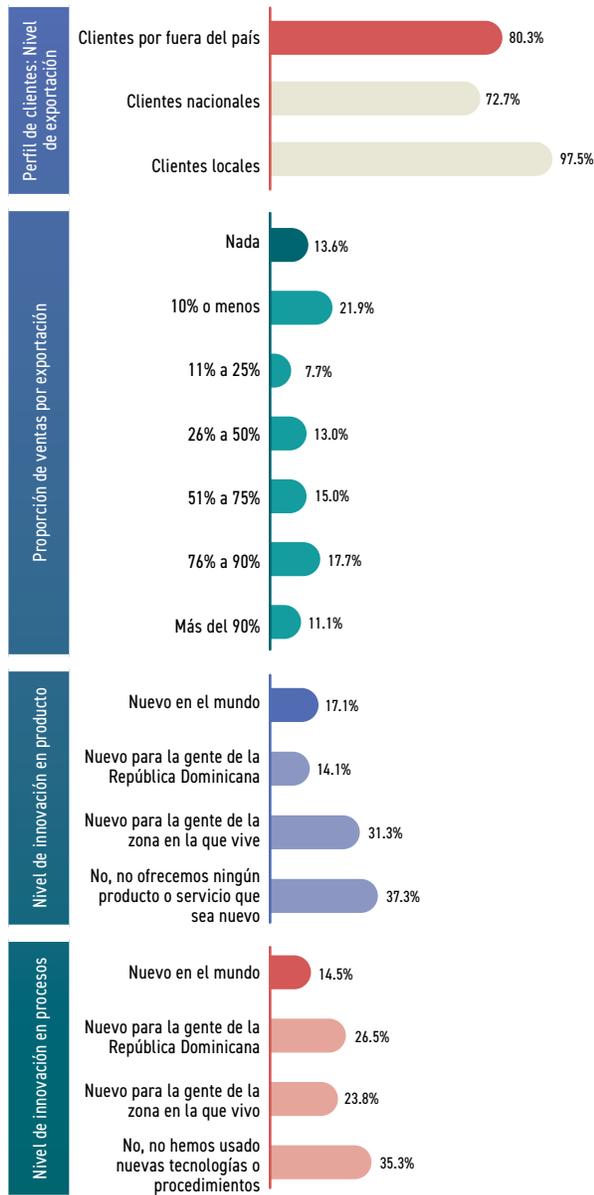
Base de intraemprendedores total y por etapas y su rol en el desarrollo del producto o servicio



Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2021. Ponderaciones por edad y sexo.

GRÁFICO 37

Perfil de los negocios donde se desarrolla intraemprendimiento



Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2021. Ponderaciones por edad y sexo.

que la gran mayoría de los emprendedores nuevos o nacientes encuestados en el presente estudio cuentan con ingresos mensuales entre \$ 40.000 y \$ 60.000, estarían solicitando como préstamo informal aproximadamente dos veces sus ingresos del mes, indicando un bajo nivel

de endeudamiento y pudiendo responder por la deuda adquirida, sugiriendo un moderado riesgo financiero en el emprendimiento, pero, a su vez, en general, un limitado tamaño del negocio. No obstante, un importante 15% de los inversores prestaron más de \$ 500.000, de los cuales la mitad han proporcionado a sus familiares cercanos o amigos más de un millón de pesos en los últimos tres años, sugiriendo que esta base de nuevos emprendedores han iniciado negocios de un tamaño considerable, probablemente pequeñas o medianas empresas.

La base de inversores informales corresponde al 17%, cifra relativamente elevada, explicando también el relativamente bajo nivel de uso de los créditos bancarios como fuente de financiación de las pymes, aspecto abordado en el apartado 6.8 del presente documento.

9. Intraemprendimiento, actividad emprendedora de empleados

Actualmente, las empresas se enfrentan a nuevos retos que hace años no habían concebido. Estos desafíos también pueden verse como oportunidades. La participación en los mercados y segmentos asociados a la Cuarta Revolución Industrial (CRI) es un reto y una oportunidad que requiere cierto nivel de innovación, tanto en producto/servicio, como en proceso, cuya importancia y desempeño en la República Dominicana se abordó previamente en los apartados 5.4 y 6.5.

El intraemprendimiento es una alternativa de modelo de innovación para capitalizar las bondades y retos de la CRI. Esto es, permitir a un empleado actuar como un emprendedor dentro de una empresa u otra organización, es decir, al emprendimiento dentro de una compañía que apunta a la creación de nuevas empresas y la introducción de nuevos productos y servicios en el mercado.

Desde 2011, el GEM estudia la actividad de los empleados emprendedores o intraemprendedores. Esta es una medida que explica la situación en la que un empleado en los últimos

tres años participó activamente y tuvo un papel de liderazgo en el desarrollo de la idea para una nueva actividad o en la preparación e implementación de esa iniciativa denominada intraemprendimiento (Barna y MICM, 2019). En la medición del año 2018 la actividad emprendedora de los empleados correspondió al 2.8%, en el presente estudio, ese valor es del 3.7% (gráfico 36). Es necesario diferenciar la base de intraemprendedores según la etapa de desarrollo de la iniciativa. La primera etapa corresponde a la gestión y desarrollo de la idea hasta que se convierte en un concepto, la segunda etapa consiste en transformar ese concepto en producto o servicio listo para su comercialización.

Al entrar detalladamente en la caracterización del intraemprendimiento, la mayoría de los empleados emprendedores asumieron el rol de liderazgo y soporte de la concepción de la idea (etapa I), como también en la preparación, planeación e implementación de la actividad (Etapa II). Como resultado de esta iniciativa, según la opinión de más del 80% de quienes lideraron el intraemprendimiento, se logró la consecución de nuevos clientes en la región, en el país y en el extranjero (gráfico 36). En este último caso, el 44% de las ventas anuales provienen de exportaciones, de los cuales, la mitad opinaron que esos productos o servicios son novedosos a nivel mundial.

Al caracterizar los intraemprendedores, el gráfico 37 muestra que la mayor parte de sus clientes provienen de otros países, de cuyas ventas por exportaciones ascienden al 44% de los

ingresos. De manera congruente, los productos o servicios elaborados por intraemprendimiento son considerados como nuevos en el mundo por el 17% de los intraemprendedores, cuyos procesos también son percibidos como innovadores por el 15% de estas personas.

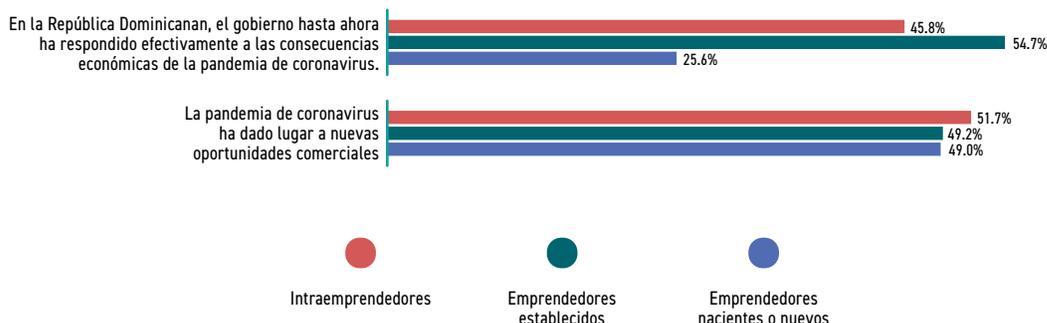
Estas positivas cifras corroboran que el intraemprendimiento es un modelo de poner en marcha iniciativas con perfil altamente competitivo, donde se genera valor por medio de la innovación, con capacidad de exportar.

10. Efecto de la pandemia en el ecosistema emprendedor dominicano

A casi dos años de haberse iniciado la pandemia, la población emprendedora opinó sobre su efecto en la labor de emprendimiento. En el capítulo 6 se mostró que la tercera parte de las razones para que los negocios cerraran se debió al impacto negativo del Covid-19. El presente capítulo relaciona el efecto en las nuevas oportunidades comerciales y la respuesta del gobierno a las consecuencias económicas derivadas de este fenómeno. Desde la óptica de los diferentes grupos de emprendedores según la etapa de

GRÁFICO 38

Percepción de nuevas oportunidades generadas y respuesta del gobierno dominicano ante la pandemia del coronavirus



Fuente: Elaboración de los autores, con base en data GEM APS 2021. Ponderaciones por edad y sexo.

emprendimiento, cerca de la mitad manifestaron se generaron nuevas oportunidades a nivel de ventas sin encontrarse diferencias significativas entre las opiniones de los intraemprendedores, los emprendedores establecidos y los nacientes o nuevos, indicando un consenso en el efecto positivo del coronavirus en la economía (gráfico 38), esto explica las cifras positivas de crecimiento en la actividad emprendedora (TEA) dominicana abordada en el capítulo 4, sin embargo, la otra mitad de los emprendedores opinaron lo contrario, de manera que se podría pensar que el desacuerdo radicaría según el sector de la economía donde participan estos negocios.

En este orden de ideas, al revisar el tipo de negocio de quienes opinan se han abierto oportunidades de mayores ingresos, corresponden a ventas de comestibles frescos, restaurantes, colmados y servicios técnicos (refrigeración y electrónica). Por otra parte, aquellos que manifestaron no se presentaron nuevas oportunidades comerciales, correspondieron también a colmados y venta de alimentos, pero se encontraron otros negocios tales como tienda de ropa, agencia de logística internacional, telecomunicaciones, cámaras de seguridad y renta de vehículos.

Sección 2

Entorno emprendedor



1.
**Medición del entorno
 emprendedor
 en la República
 Dominicana59**

2.
**Desempeño de los
 Factores del entorno
 emprendedor.....61**

La presente sección relaciona el segundo elemento del ecosistema de emprendimiento: el entorno emprendedor, presentándose en cuatro capítulos: Generalidades, Modelo de medición, Desempeño de los factores y optimización del entorno emprendedor en la República Dominicana.

Generalidades

El entorno emprendedor es el medio por el cual se pueden reducir las actuales brechas existentes en el acceso a los recursos por parte de los emprendedores de pymes frente a los desarrollos

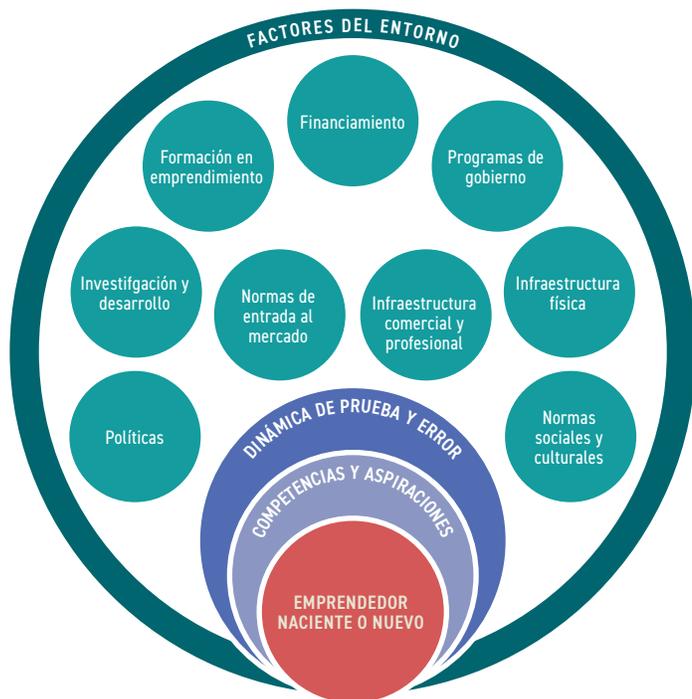
de las grandes corporaciones. De esta manera, la creación de entornos de emprendimiento plantea varios desafíos y principios generales que deben seguir los responsables de la formulación de políticas. La intervención política debe adoptar un enfoque holístico, centrándose en los actores dentro del ecosistema de emprendimiento; los proveedores de recursos (financiación, tecnología, infraestructura) y los conectores de emprendedores (redes). De igual forma, es importante que los formuladores de políticas desarrollen métricas para monitorear a lo largo del tiempo la efectividad de las intervenciones.

Si se tienen en cuenta los diferentes actores, el ecosistema emprendedor es el grupo interconectado de personas emprendedoras (potenciales, nacientes y existentes), de agentes financiadores (empresas, venture capitalists, business angels, bancos), y de organizaciones promotoras (universidades, agencias del sector público) asociadas a la diversidad de iniciativas emprendedoras (social, inclusivo, alto potencial de crecimiento, serial) y con una orientación de generar valor en el territorio.¹

La estructura del ecosistema emprendedor se ilustra en la figura 4. Emprendedores nacientes y nuevos están en el corazón del sistema. Los emprendedores nacientes son individuos en el proceso de lanzar una nueva empresa. Estos emprendedores representan un subconjunto de la población adulta en un país determinado. Las competencias emprendedoras comprenden los conocimientos, habilidades, experiencia y actitudes que prevalecen dentro de la población en general influyen en quién elige convertirse en emprendedor. Los emprendedores incipientes y nuevos se caracterizan por diversos grados de capacidad y aspiraciones emprendedoras. Usualmente, los emprendedores desarrollan una dinámica de prueba y error, hasta que su idea de negocio pueda cristalizarse en una iniciativa que responde a una oportunidad en determinado mercado. Esta iniciativa podrá germinar en un nuevo negocio si encuentra el sustrato suficiente, representado en la figura 4 como las condiciones del entorno emprendedor.

1. Para más detalle, consultar a Mason y Brown (2014); Reynolds (2005); Veciana y Urbano (2008); Gnyawali y Fogel (1994); Welter y Smallbone (2011); Aparicio, Urbano y Gómez (2016).

FIGURA 4

Configuración del ecosistema emprendedor

Fuente: Elaboración propia

Un entorno emprendedor saludable impulsará la asignación de recursos hacia usos productivos, como también impulsará la productividad total de los factores a través de la innovación de procesos. A mayor productividad total de los factores, mayor es la capacidad de la economía para crear empleos y riqueza. En el presente informe se considera la República Dominicana como un entorno emprendedor con sus nueve factores o dominios y, a su vez, con sus condiciones de fomento y restricción para emprender.

1. Medición del entorno emprendedor en la República Dominicana

Desde su lanzamiento en 1999, el Observatorio GEM ha estado utilizando una herramienta de información patentada para estimar el estado promedio del entorno empresarial en lo

que respecta al espíritu empresarial. Esta herramienta consiste en un cuestionario integral que se administra a una muestra de expertos seleccionados en cada país. Es una muestra de conveniencia en la que todos los participantes completan el cuestionario en su totalidad. Esto significa que todos los expertos deben completar el cuestionario y no solo el bloque de preguntas que corresponde a su campo concreto de especialización. Para la Encuesta Nacional de Expertos (NES, por sus siglas en inglés), a 36 expertos de cada país participante se les preguntan sus opiniones sobre nueve temas o factores que se cree tienen un impacto en la actividad emprendedora de una nación. De esta manera, los entornos de inicio en los países participantes pueden compararse sobre la base de estas nueve llamadas “condiciones marco emprendedoras” (EFC). Por lo menos cuatro expertos, emprendedores o profesionales, en la muestra NES de cada país deben estar activos en cada categoría de EFC. Las nueve categorías son financiamiento, políticas gubernamentales, programas gubernamentales, educación y capacitación, transferencia de Investigación y Desarrollo (I + D), infraestructura comercial, apertura al mercado interno, infraestructura física y normas culturales y sociales.

En la edición GEM República Dominicana 2021, participaron 41 expertos dominicanos clasificados en función de su representatividad, tanto por cada una de las condiciones del entorno consideradas, como por su ubicación geográfica. De esta manera, cada uno expresó su opinión respecto al conjunto de las condiciones mencionadas, por medio de un cuestionario (escalas Likert de 9 puntos: 1 = completamente falso; 9 = completamente cierto). Además, a dichas personas se les averiguó a través de preguntas abiertas (sin una lista de opciones previamente definida), por su opinión acerca de los principales obstáculos y apoyos relativos a la actividad emprendedora en el territorio. Por último, se les planteó que reflexionaran sobre tres propuestas que, a su juicio, serían recomendables para fortalecer el contexto emprendedor nacional.

De los 41 respondientes, el 74% fueron hombres, el restante 26% mujeres, y su promedio de edad fue de 43.6 años. En cuanto a su nivel de formación, un 85% contaron con maestría o doctorado y el 16% con educación universitaria; adicionalmente, el 97% manifestaron tener experiencia mayor a 5 años en áreas asociadas a emprendimiento, su experiencia fue de 14 años

GRÁFICO 1

Descripción de los factores condicionantes del entorno

FACTORES CONDICIONANTES DEL ENTORNO	DESCRIPCIÓN
1 Disponibilidad de financiamiento	Disponibilidad de recursos financieros, desde inversiones informales y préstamos bancarios, a subvenciones gubernamentales y capital de riesgo, para las pequeñas y medianas empresas (pymes)
2 Políticas gubernamentales	La medida en que las políticas gubernamentales ofrecen apoyo a los emprendedores. Tiene dos componentes: 2a. Actividad emprendedora como un asunto económico relevante 2b. Impuestos y reglamentación neutral al tamaño de las empresas o que promuevan las nuevas pequeñas y medianas empresas
3 Programas gubernamentales	Presencia y calidad de programas de apoyo a las pymes (a nivel municipal, regional o nacional)
4 Educación para el emprendimiento	La medida en que la formación en la creación y administración de pymes se incorpora en el sistema educativo y de capacitación a todos los niveles. Tiene dos componentes: 4a. Educación para el emprendimiento en la escuela primaria y secundaria 4b. Educación para el emprendimiento en la educación superior: vocacional y universitaria
5 Investigación y desarrollo (I+D) y su comercialización	La medida en que las actividades nacionales de investigación y desarrollo llevan a nuevas oportunidades comerciales y está disponible para las pymes
6 Infraestructura comercial y legal	La presencia de servicios de asesoría contable, legal y comercial que apoyen y promuevan las pymes; así como derechos de propiedad intelectual
7 Reglamentación de entrada al mercado	Tiene dos componentes: 7a. Dinámica del mercado: el nivel de cambio en el mercado de un año a otro 7b. Barreras del mercado: la medida en que los nuevos emprendimientos pueden entrar a los mercados establecidos
8 Acceso a infraestructura física	La facilidad de acceso a los recursos físicos - comunicaciones, utilidades, transportación - a un precio que no discrimine contra las pymes
9 Normas sociales y culturales	La medida en que las normas sociales y culturales promueven las acciones que llevan a nueva actividad emprendedora que potencialmente puede aumentar el ingreso o la riqueza personal

Fuente: GEM

en promedio². Estas cifras son similares a las reportadas en el estudio desarrollado en el año 2018, indicando una homogeneidad en la selección de la muestra.

Los nueve factores que componen la presente medición corresponden a: disponibilidad de financiamiento, políticas gubernamentales, programas

de gobierno, educación para el emprendimiento, investigación y desarrollo, infraestructura comercial y profesional, reglamentación de entrada al mercado, infraestructura física y normas sociales y culturales (ver descripción en la tabla 6).

Con el propósito de asegurar un adecuado proceso de inferencia de la información derivada

2. La data se procesó por medio del paquete estadístico SPSS, usando técnicas de análisis descriptivo e inferencial, tanto paramétricas, como no paramétricas

de esta medición se desarrolló un análisis de fiabilidad basado en la prueba alfa de Cronbach. La estadística de fiabilidad arrojó un valor de 0.974, indicando una elevada fiabilidad del instrumento, puesto que el indicador se acercó a la unidad. Este resultado garantiza que el formulario utilizado para el levantamiento de la información fuera totalmente fiable y, por ende, también los resultados del análisis de la data.

2. Desempeño de los Factores del entorno emprendedor

El presente capítulo aborda la valoración de las condiciones del entorno para emprender en la República Dominicana dada por los expertos en el año 2021, así como la evolución de éstas condiciones frente a la medición de los años 2018 y 2008.

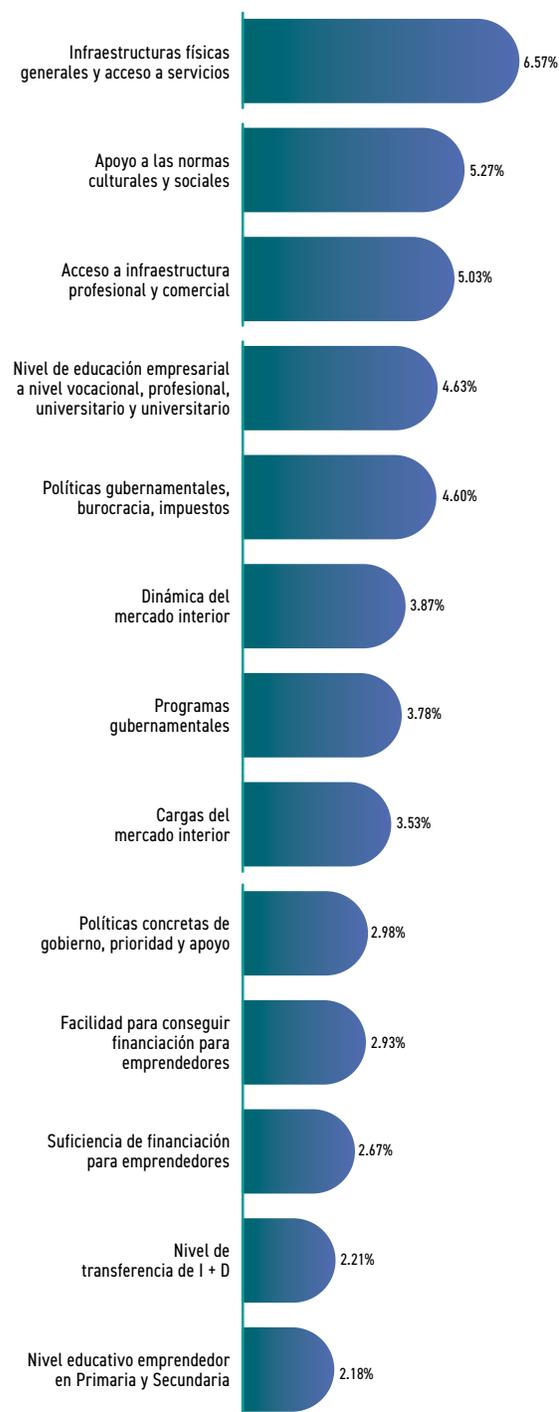
De acuerdo con el gráfico 39, según la opinión de los expertos consultados, el país cuenta con un nivel relativamente elevado en su infraestructura física y de acceso a servicios. Por otra parte, cuenta con una calificación por encima de cinco, en escala de 1 a 9, en el apoyo a las normas culturales y sociales, así como en el acceso a la infraestructura profesional y comercial. Los demás factores evaluados presentan una gran oportunidad de mejora³.

La existencia y acceso a infraestructura física y de servicios con un promedio de 6.6 es equivalente a la medición del año 2018 (ver gráfico 40), sugiriendo una permanencia en el nivel de este importante factor. Por su parte, las normas culturales, sociales y de apoyo a la sociedad con 5.3 en promedio también alcanzaron en un valor similar al del año 2018 (5.6). La formulación e

3. El puntaje de 9 corresponde a completamente cierto, mientras que el valor de 1 es completamente falso. Los valores altos indican que se promueve un buen clima emprendedor, mientras que los puntajes bajos demuestran que se restringe el entorno emprendedor. La medición de 2021 consideró una escala de 1 a 10, por lo que se transportó a la de 1 a 9 con el fin de desarrollar las comparaciones con la medición de 2018.

GRÁFICO 39

Promedio de valoración de condiciones de entorno (escala de 1 a 9)



Fuente: Elaboración de los autores con base en la data NES 2021.

GRÁFICO 40

Evolución de la valoración del entorno emprendedor en los factores relacionados, años 2018 y 2021 (Media, escala de 1 a 9)



Fuente: Elaboración de los autores con base en la data NES 2018 y 2021.

implementación de políticas gubernamentales enfocadas a la reducción de impuestos durante la pandemia lograron que la percepción de los expertos fuera favorable en la presente medición, puesto que la calificación pasó de 3.7 en el año 2018 a 4.6 en 2021.

Otra valoración con significativa mejora, además de los impuestos corporativos, corresponde

al acceso a infraestructura comercial y profesional, puesto que se incrementó el valor de una media de 4.3 a 5 en estos tres últimos años. De manera complementaria, la encuesta NES preguntó a los expertos por los factores de fomento, de recomendación y de restricción para emprender. A continuación, el detalle de cada uno de ellos.

2.1. Factores de fomento

El gráfico 41 expone el resultado de las menciones espontáneas⁴, donde el factor de fomento mencionado por la mayoría (63%) de los expertos en la República Dominicana tiene que ver con el acceso a infraestructura física, seguido por la apertura del mercado, las características de la fuerza de trabajo, el soporte financiero y las políticas gubernamentales, estas cuatro últimas mencionadas por cerca de la tercera parte de los entrevistados. Estas cifras difieren de las mediciones anteriores, sugiriendo cambios en las prioridades percibidas por los expertos en los factores de fomento al emprendimiento. No obstante, el soporte financiero se mantiene en un nivel constante en las tres mediciones, indicando su permanente importancia.

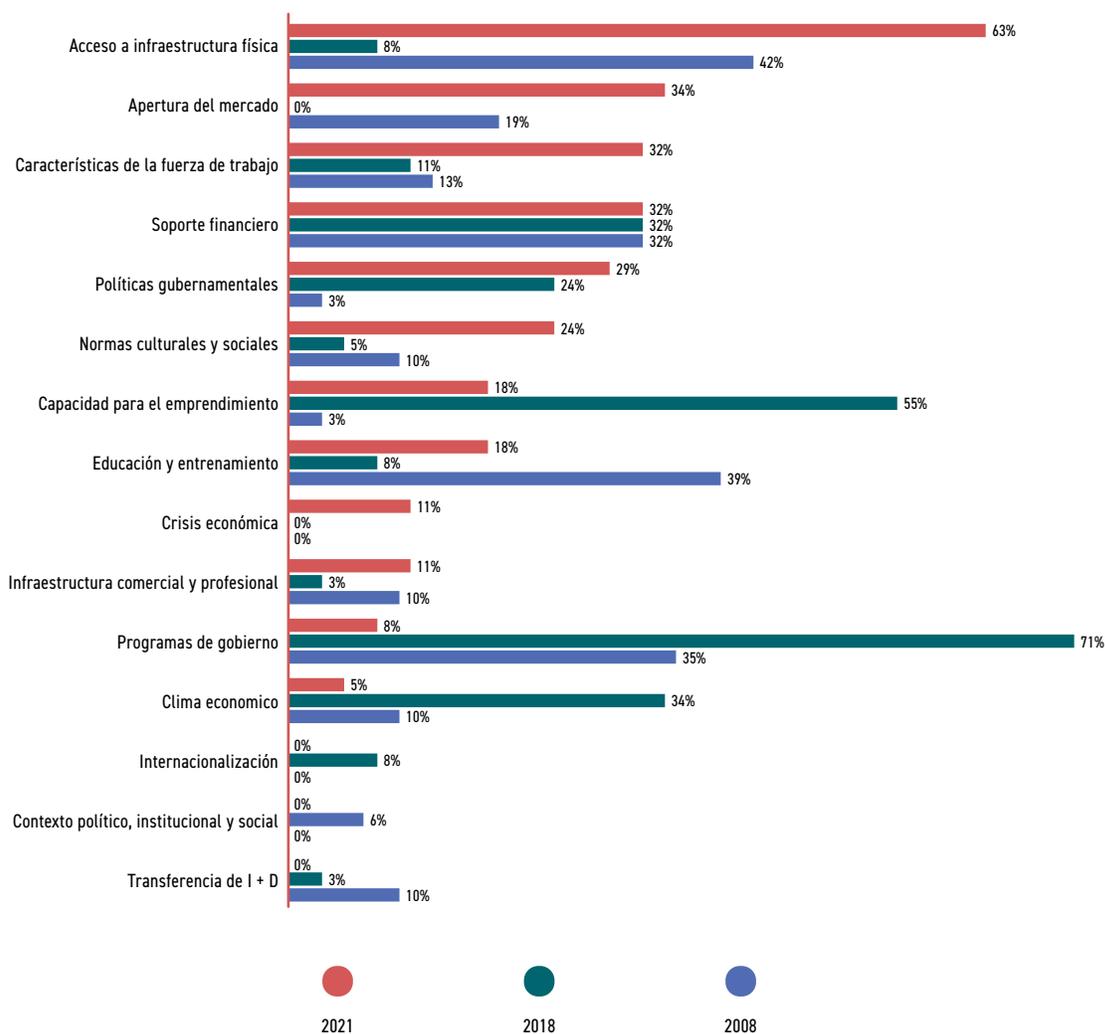
Es importante destacar que más de la mitad de los emprendedores encuestados opinaron su inconformidad con la infraestructura física, en términos de disponibilidad y precio accesible de espacios físicos, corroborando la importancia y necesidad de mejorar esta importante arista del entorno de emprendimiento. Al respecto, en la primera sección de este informe se recomendó el desarrollo de centros o parques de emprendimiento, financiados por el estado, donde ciertos conglomerados, sectores o clústeres logren acceder a espacios idóneos para operar sus nuevos negocios, a precios cómodos.

De igual manera, en el apartado b del párrafo 6.8 se destacó el ecosistema financiero como elemento clave para el apoyo al emprendimiento, de donde más de la mitad de los emprendedores opinaron la carencia de fuentes de financiación para los nuevos negocios. Este fenómeno no dista de la problemática generalizada que presenta el emprendimiento en Latinoamérica y el Caribe, donde la financiación por parte de los gobiernos ha jugado un papel importante para la activación

4. Preguntas abiertas, es decir, sin opciones de respuesta.

GRÁFICO 41

Evolución del porcentaje de elementos mencionados por los expertos como factores de fomento del emprendimiento



Fuente: elaboración de los autores, con base en la data NES 2008, 2018 y 2021.

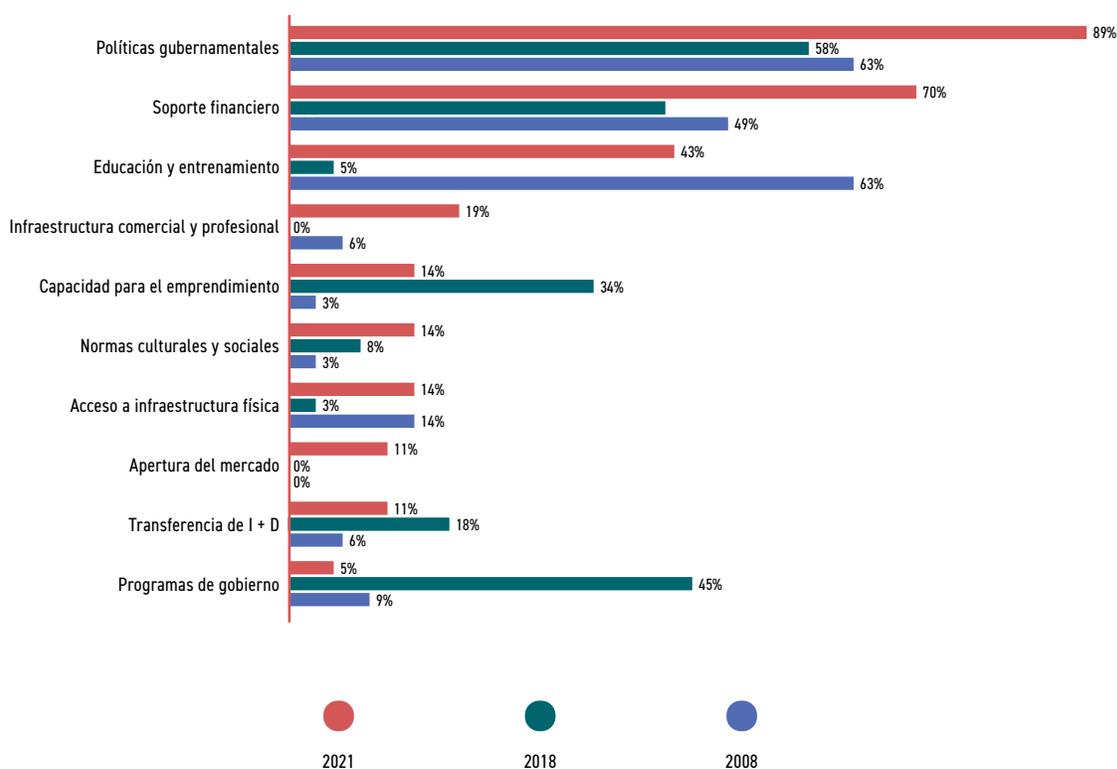
del emprendimiento, sobre todo de las pymes, fenómeno que se corroboró durante la actual pandemia, puesto que muchas de estas nuevas empresas lograron superar las vicisitudes de liquidez por el confinamiento obligado. Al respecto, es destacable mencionar los esfuerzos de apoyo por parte del gobierno dominicano en estimular los nuevos negocios, tales como Fondomicro. No obstante, según el presente reporte, desde la arista del emprendedor, como de los expertos, demuestra que aún se debe palear demasiado para garantizar un terreno amplio y fértil donde puedan germinar las iniciativas de los nuevos negocios.

De acuerdo con la literatura, es importante que los gobiernos contribuyan al financiamiento de los nuevos negocios, siempre y cuando se encuentren considerados dentro de los ejes de crecimiento estratégico de los países. Tal es el caso de algunas naciones de Latinoamérica que han establecido un apoyo a los emprendimientos asociados a la economía naranja, como también a ciertas regiones o ciudades que subsidian u otorgan préstamos a bajas tasas de interés a negocios que entren en mercados asociados a la Cuarta Revolución Industrial.

Es importante destacar que, en la medición de 2008, los expertos mencionaron en promedio

GRÁFICO 42

Evolución del porcentaje de elementos mencionados por los expertos como factores de fomento del emprendimiento



Fuente: elaboración de los autores, con base en la data NES 2008, 2018 y 2021.

2.3 factores de fomento; en 2018, 2.6 y en la actual medición refirieron 2.8 factores, sugiriendo un entorno cada vez más complejo, puesto que exige más elementos para garantizar un mejor ecosistema de emprendimiento.

2.2. Factores recomendados para mejorar

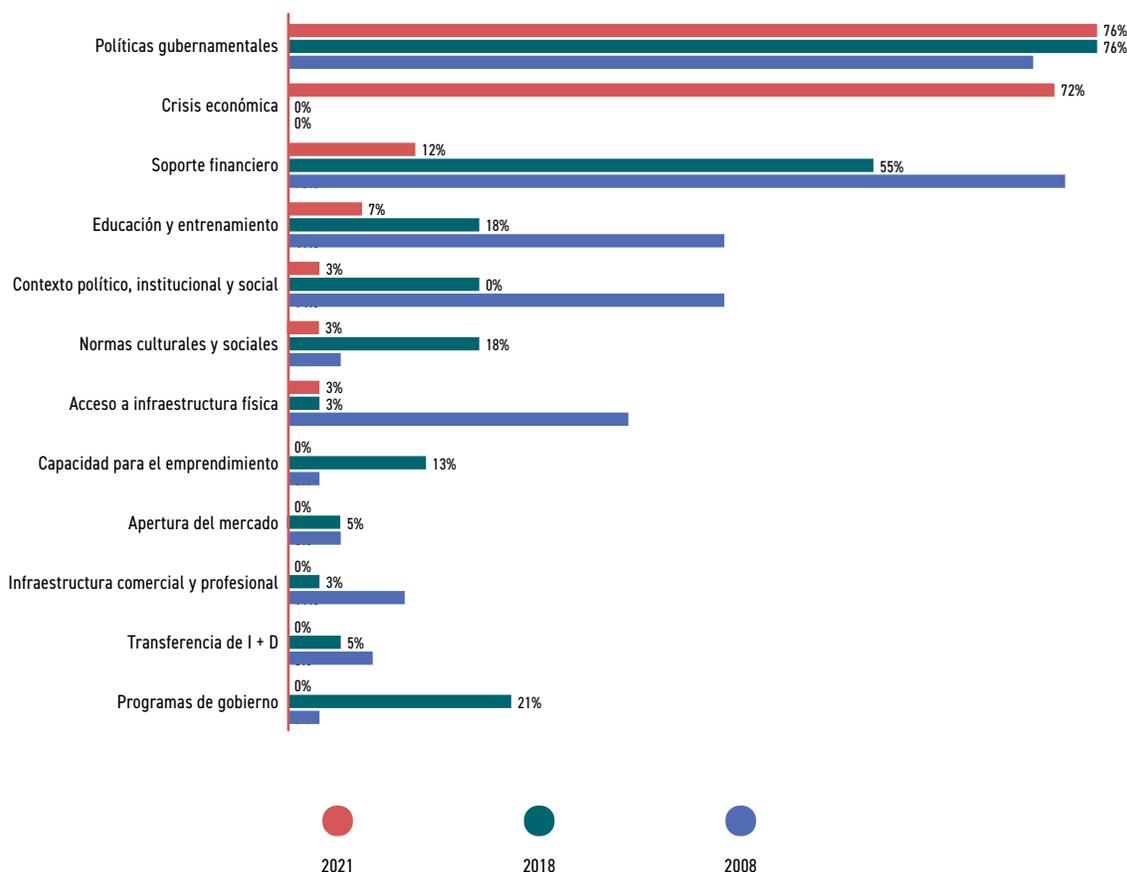
Para validar lo anterior, el GEM consulta a los expertos por sus recomendaciones particulares en los diferentes factores consideran se deben mejorar para optimizar el entorno de emprendimiento. El gráfico 42 expone los resultados de la presente medición comparados con los de las dos anteriores, de donde la mayoría de los expertos recomiendan formular políticas del gobierno para mejorar el ecosistema emprendedor, así como proveer el soporte financiero suficiente para los nuevos negocios y optimizar los modelos de educación y entrenamiento en temas vinculados con emprendimiento.

2.3. Factores de restricción

Finalmente, los factores de restricción se observan en el gráfico 43, de donde se deduce que las políticas gubernamentales continúan siendo el factor de mayor restricción a la hora de emprender, puesto que fueron las más importantes en las dos mediciones anteriores. En la presente medición, la crisis económica presentada a raíz del Covid-19 fue el segundo factor de restricción para iniciar negocios, aspecto que a nivel mundial también tuvo un impacto negativo en el emprendimiento. No obstante, de acuerdo con los resultados obtenidos en la primera sección del presente documento, se pudo deducir que aquellas personas que perdieron el empleo por la pandemia, se vieron obligados a buscar alternativas de ingreso, dentro de las cuales optaron por negociar con mercancía y ofrecer servicios como trabajadores independientes, aspecto considerado por ciertos investigadores, como iniciativas de emprendimiento.

GRÁFICO 43

Evolución del porcentaje de elementos mencionados por los expertos como factores de restricción del emprendimiento



Fuente: elaboración de los autores, con base en la data NES 2008, 2018 y 2021.

Al haber revisado los factores con las diferentes ópticas: fomento, recomendación y restricción, a continuación, se abordarán detalladamente de manera individual con el fin de puntualizar su optimización bajo la lupa del criterio de los expertos.

2.4. Políticas y programas de Gobierno

Con el propósito de medir la evolución del desarrollo de las políticas y soporte del gobierno al emprendimiento en los últimos tres años, el gráfico 44 muestra los resultados de las calificaciones de los expertos en 2018 y 2021.

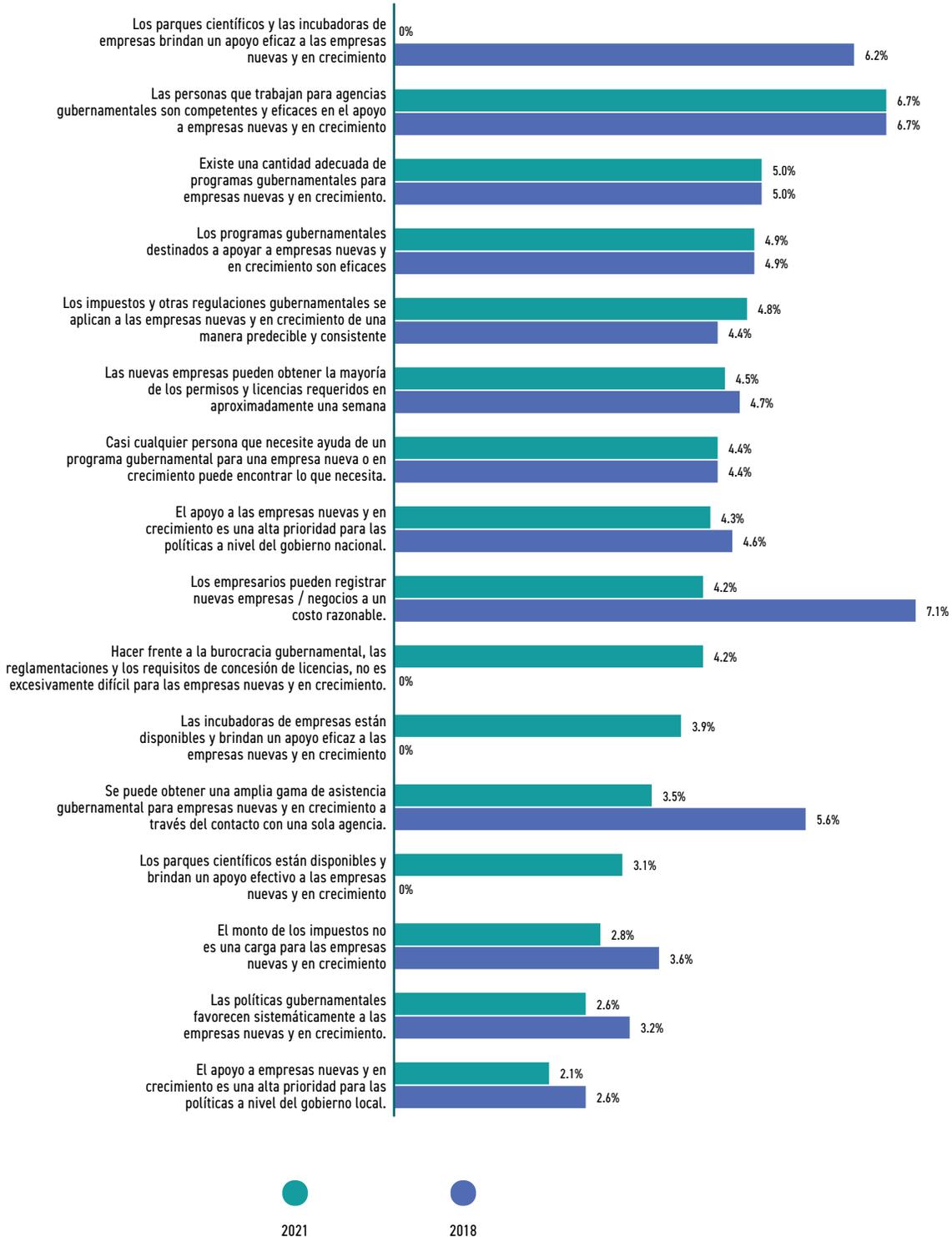
Estos resultados a nivel detallado corroboran los hallazgos mostrados en el gráfico 40 del anterior apartado, donde se mostró una reducción significativa de los puntajes obtenidos de los factores de programas de gobierno y

políticas gubernamentales en los últimos tres años (las Medias se reducen de 5 a 3.8 y de 3.5 a 3, respectivamente). Al respecto, se hace necesario comentar que otros países han alcanzado logros significativos en su entorno emprendedor luego de haber invertido innumerables recursos por más de una década.

Al regresar al entorno nacional, se evidencia claridad en la formulación de las políticas, pues el artículo 3 de la Ley de Emprendimiento, No. 688-16, aprobada el 25 de noviembre de 2016, muestra 8 objetivos encaminados al apoyo técnico y financiero de los emprendedores. En el primer caso, por medio del “Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP) y el Ministerio de Educación Superior, Ciencia y Tecnología, responsables de promover iniciativas que contribuyan a desarrollar

GRÁFICO 44

Evolución del desarrollo de políticas y soporte del gobierno percibido por los expertos (valores de la Media en escala de 1 a 9)



Fuente: Elaboración de los autores con base en la data NES 2018 y 2021.

competencias emprendedoras en los dominicanos y las dominicanas” (p. 7), así como la Red Nacional de Emprendimiento, RD-EMPRENDE, adscrita al Ministerio de Industria y Comercio, quien entre otras funciones es responsable de “promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país creando un vínculo entre el sistema educativo nacional a través de las instituciones que la conforman y el sistema productivo nacional” (p. 8) (Congreso Nacional, 2016). En el segundo caso, para el apoyo financiero, se crea el Fondo CONFIE bajo la figura de fideicomiso público y administrado por el Banco de Reservas, donde el artículo 18, sección 3 relaciona que “será un fondo de primera inversión, un mecanismo multisectorial que ofrece financiación a empresas emprendedoras de la República Dominicana; apoya a organizaciones gubernamentales, instituciones de micro financiamiento y cooperativas que trabajan para el fomento de nuevas empresas, en torno a un fondo reembolsable para nuevas empresas o de reciente creación”. Dicho artículo detalla las pautas para obtener financiamiento parcial del capital que necesitan para llevar al mercado los productos de las nuevas empresas. Los dos requerimientos únicos son: estar apegadas a la Ley General de las Sociedades Comerciales y Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada, No.479-08 y a Ley No.31-11, y “presentar un plan de negocios, identificando los fondos requeridos como primera inversión, así como elementos que confirmen que cuenta con el diez por ciento del valor de la inversión, y que cuenta también con el aval de una entidad micro financiera o cooperativa dispuesta a financiar el veinte por ciento” (p. 12) (artículo 21).

2.5. Soporte financiero

El apartado anterior destacó el importante esfuerzo de las políticas del gobierno dominicano para apoyar financieramente las iniciativas de emprendimiento a través del fondo CONFIE. No obstante, se ha mencionado que el reto de arar y abonar el terreno del emprendimiento es una ardua tarea que requiere varios años de ininterrumpido apoyo.

Al respecto, cabe mencionar que, luego de cuatro años de lobby, el Consejo Nacional de Competitividad de la República Dominicana, logró la aprobación de la Ley 45-20 de Garantías Mobiliarias, quien busca establecer un sistema confiable de información y mecanismos eficientes de ejecución mobiliaria, donde se plantean medidas que permitan disminuir el riesgo para los acreedores por el incumplimiento de las obligaciones de crédito de sus deudores. Este logro es

un primer paso para mejorar el acceso a los préstamos por parte de los nuevos negocios, sobre todo, potenciando las posibilidades de financiamiento de las pymes (DR&R, 2021).

De manera equivalente, después de cinco años de esfuerzos del Consejo Nacional de Competitividad, a finales de agosto de 2021, el Senado de la República aprobó en segunda lectura el proyecto de ley que crea el Sistema de Garantías Recíprocas, cuyo objetivo es facilitar el acceso al financiamiento frontal de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes), así como las contrataciones y adquisiciones de bienes y servicios públicos o privados. Así las cosas, con este proyecto, los emprendedores tendrán la oportunidad de acceder a los grandes financiamientos, porque el mismo le va a facilitar la garantía (Senado República Dominicana, 2021). Para este acceso, se requiere que los nuevos negocios sean conformados de socios partícipes y socios protectores: Los socios partícipes son los emprendedores (mínimo 25) y el socio protector (por lo menos uno) es quien hace los aportes de los recursos. El capital suscrito debe ser mínimo cincuenta millones de pesos. Eso provee de la plena garantía de que esos pequeños empresarios podrán tener acceso a los grandes, pequeños y medianos financiamientos.

Con la masificación de estas iniciativas mencionadas anteriormente, se espera mejorar el entorno financiero del emprendimiento, evidenciando la voluntad política para apoyar los nuevos negocios, sobre todo, aquellos que han demostrado mayor dificultad para acceder a los préstamos.

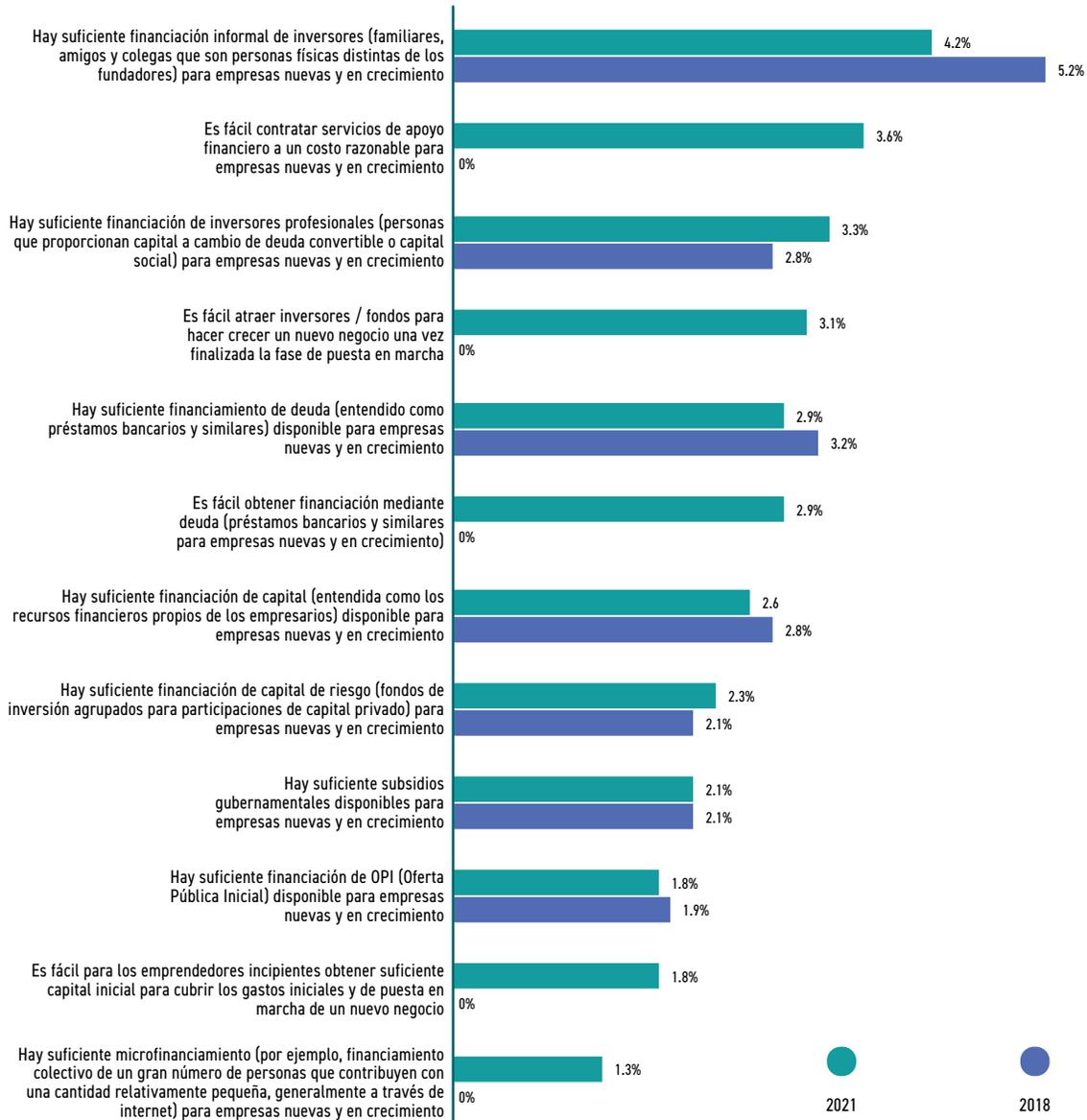
Con base en la información del NES proveniente de los expertos consultados, el segundo factor de importancia, considerado como restrictivo y de oportunidad desde la medición del año 2008, es el soporte financiero.

Este importante factor se compone de varios elementos visualizados en el gráfico 45. De estos, el más destacado como fuente de financiación de emprendimientos continúa siendo el de FFF (family, friends and fools), esto es, familiares, amigos y colegas, no obstante, comparada con las cifras de 2018, en la presente medición se redujo su calificación por parte de los expertos, sugiriendo que la pandemia afectó también el bolsillo de las personas cercanas a los emprendedores.

En el reporte GEM del año 2018, se recomendó que cada gobierno local o municipal, por medio de las Cámaras de Comercio, en compañía de RD-EMPRENDE y CONFIE identifique y organice grupos o segmentos de empresas según sus necesidades de financiamiento y, junto con

GRÁFICO 45

Calificación de factores de financiación según los expertos
(valores de la Media)



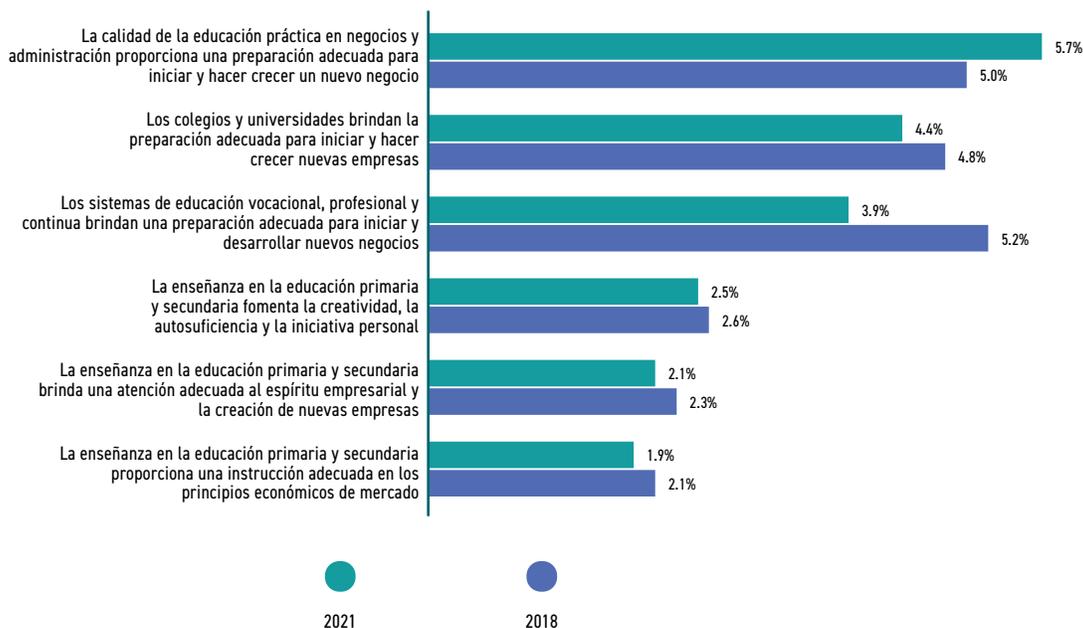
Fuente: Elaboración de los autores con base en la data NES 2018 y 2021.

la información obtenida de su nivel de empleabilidad, perfil de innovación, requerimientos de capacitación, productividad y competitividad, identificar aquellas que por prioridad en su aporte a la economía y la sostenibilidad, para desarrollar programas de formación en finanzas y acompañamiento en los proyectos de carácter estratégico. Al respecto, el Consejo Nacional de

Competitividad ha ido desarrollando iniciativas con la estructuración de Clústeres, los cuales podrían masificarse para cubrir mayores áreas geográficas. De igual manera, tal como se mencionó al comienzo del presente apartado, se requiere la multiplicación de las ya recientemente aprobadas Ley de Garantías Recíprocas y Ley de Garantías Inmobiliarias.

GRÁFICO 46

Evaluación de los factores de formación en emprendimiento dado por los expertos (valores de la Media, escala de 1 a 9)



Fuente: Elaboración de los autores con base en la data NES 2018 y 2021.

2.6. Formación

El gráfico 46 muestra la Media de calificación de los expertos para cada afirmación o factor. Según las cifras, las condiciones de formación con enfoque al emprendimiento en la República Dominicana aún tienen un importante reto por delante, puesto que, en la mayor parte de los aspectos evaluados, fueron percibidos en un nivel por debajo de 5 en la escala de 1 a 9, además que su valor fue menor que el obtenido en el año 2018. No obstante, al parecer se presenta una evolución en la calidad de la educación práctica en negocios y administración dirigida al emprendimiento, sugiriendo un importante avance, bien sea en la oferta educativa y/o en los contenidos y estrategias didácticas de los planes de estudio de las Instituciones de Educación Superior.

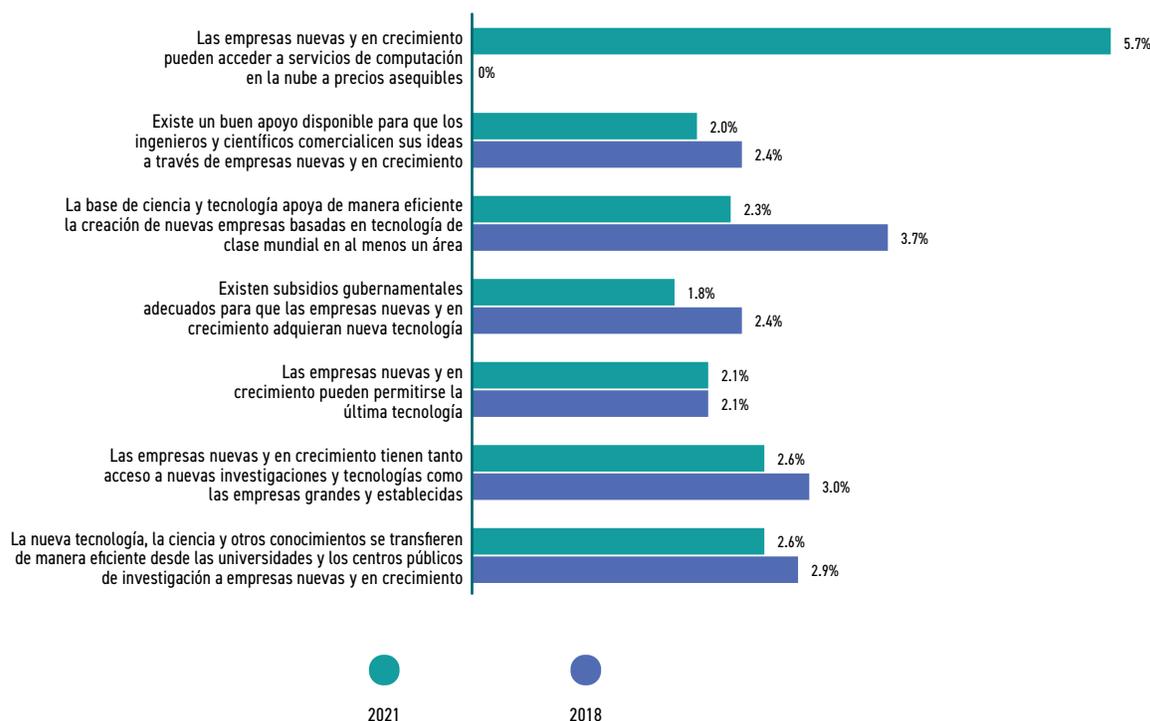
Lo anterior sugiere que los modelos educativos de formación primaria y secundaria actualmente no contribuyen a mejorar las competencias emprendedoras en sus estudiantes, esto abre una gran oportunidad de incluir asignaturas o contenidos de manera transversal en ciertos niveles educativos, tal como se mencionó al comienzo del presente apartado.

2.7. Acceso a la tecnología

Las partes interesadas en mejorar el ecosistema tecnológico de la República Dominicana son conscientes de la importancia de este sistema en la potenciación de la competitividad del país, como también en optimizar el entorno emprendedor y de innovación. Esto conlleva, por ende, al crecimiento económico y generación de empleo. Es por esta razón que la Oficina Gubernamental de Tecnologías de la Información y Comunicación y Microsoft Dominicana trabajará en la implementación de la transformación digital de las entidades gubernamentales para fortalecer la innovación en las instituciones del Estado dominicano. El convenio contempla la implementación de Laboratorios de Innovación Digital, Datawarehouse Gubernamental, Software Factory, Ciudades Inteligentes, entre otras soluciones digitales (Presidencia de la República Dominicana, 2021a). Estos cambios al interior del gobierno son importantes, puesto que el ejemplo comienza desde adentro. Por otra parte, la Estrategia Nacional de Innovación, liderada por La Comisión Presidencial de Fomento a la Innovación, ha adelantado gestiones para el trabajo colaborativo de otras entidades que

GRÁFICO 47

Factores de acceso a la tecnología evaluados por los expertos (valores de la Media)



Fuente: Elaboración de los autores con base en la data NES 2018 y 2021.

permitirán el diseño y desarrollo de esta estrategia, tales como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) y el Gobierno Español, entre otras (Presidencia de la República Dominicana, 2021b).

En cuanto a los adelantos realizados en el país, es importante destacar el funcionamiento de centros de investigación aplicada, como también el apoyo empresarial en las universidades, quienes apuntan a que ha ido cambiado el escenario de relacionamiento académico empresarial. La puesta en marcha de Observatorios como el de Logística, Comercio Exterior y TICs o Laboratorios como esfuerzos de doble o triple hélice, apoyan esta hipótesis (ONE, 2020). Más recientemente, la Oficina Gubernamental de Tecnologías de la Información y Comunicación (OGTIC, 2021) lanzó el primer laboratorio de innovación digital de la República Dominicana, el cual pretende desarrollar investigaciones avanzadas en materia digital y posicionar a la

República Dominicana como la economía digital de la región.

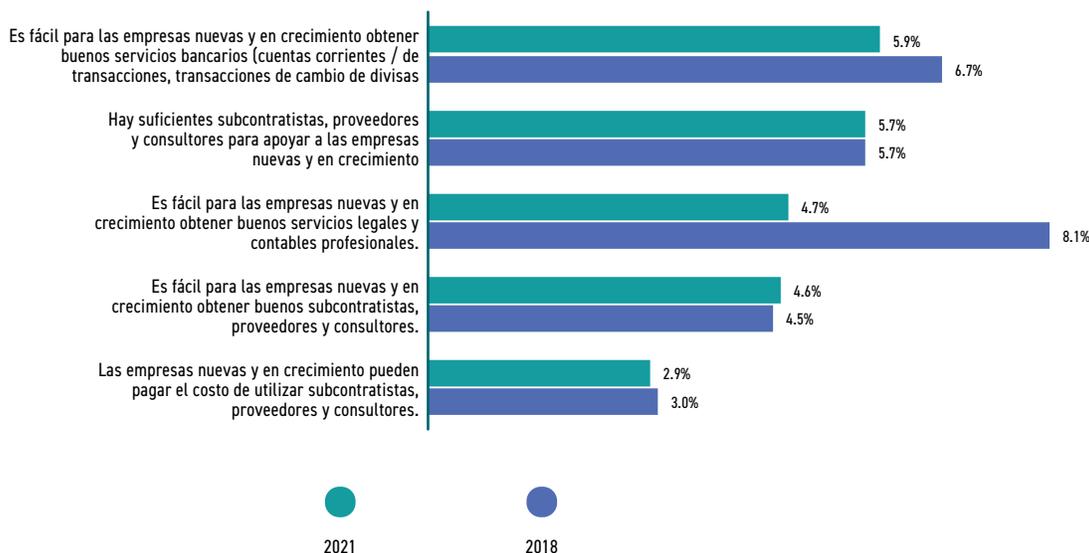
De acuerdo con la presente investigación, las evaluaciones en los diferentes factores que componen el acceso a la tecnología continúan presentando grandes oportunidades de mejora. Es importante mencionar que el factor que presentó una marcada y significativa caída desde la medición de 2018 corresponde a “La base de ciencia y tecnología apoya de manera eficiente la creación de nuevas empresas basadas en tecnología de clase mundial en al menos un área”, sugiriendo la prioridad de continuar con los esfuerzos para mejorar el ecosistema de innovación tecnológica en el país, vía formación de laboratorios de innovación (OGTIC, 2021), así como por medio de otras iniciativas de gobiernos municipales, tales como los recomendados Centros CRI.

A modo de contraste, las nuevas empresas o en crecimiento, según los expertos, pueden acceder a tecnología en la nube a precios cómodos, indicando un importante logro por parte de las negociaciones del gobierno con los proveedores de estos servicios.

GRÁFICO 48

Factores de acceso a capital humano evaluados por los expertos

(valores de la Media, escala de 1 a 9)



Fuente: Elaboración de los autores con base en la data NES 2018 y 2021.

2.8. Capital humano

Un emprendedor requiere de algún tipo de soporte técnico para el inicio del negocio. Esto podría desarrollarse por medio del acompañamiento de un mentor con experiencia; de un Inversionista Ángel que, además de la financiación, brinde asesoría según sus previas vivencias; de una Institución (gubernamental) con personal idóneo que preste el servicio de tutoría o; en su defecto, de contar con el capital suficiente para contratar los consultores necesarios que logren mejorar la posibilidad de éxito del nuevo negocio. Además, los subcontratistas y proveedores deberían tener el nivel suficiente, a un costo asequible, para garantizar la solución de las necesidades del emprendimiento.

De acuerdo con los expertos consultados, la consecución de contratistas, proveedores y consultores es relativamente fácil en la República Dominicana (ver gráfico 48), no obstante, se hace más difícil que estos servicios cumplan con las expectativas de los expertos, puesto que la calidad (evaluada bajo el concepto de “buenos”) tan solo logra una Media menor de 5 en escala de 1 a 9. Por otra parte, en general, las empresas nuevas no pueden pagar el costo de este tipo de servicios.

De manera adicional, los expertos manifestaron un buen acceso a servicios bancarios, demostrando un elevado nivel de competitividad del sector financiero.

Por lo anterior, continúa validándose la gran oportunidad de abrir negocios enfocados a prestar tercerización en los sectores de consultoría contable y legal, como también los servicios de subcontratistas, proveedores y consultores técnicos con la experiencia suficiente y, preferiblemente, a precios asequibles.

2.9. Mercados

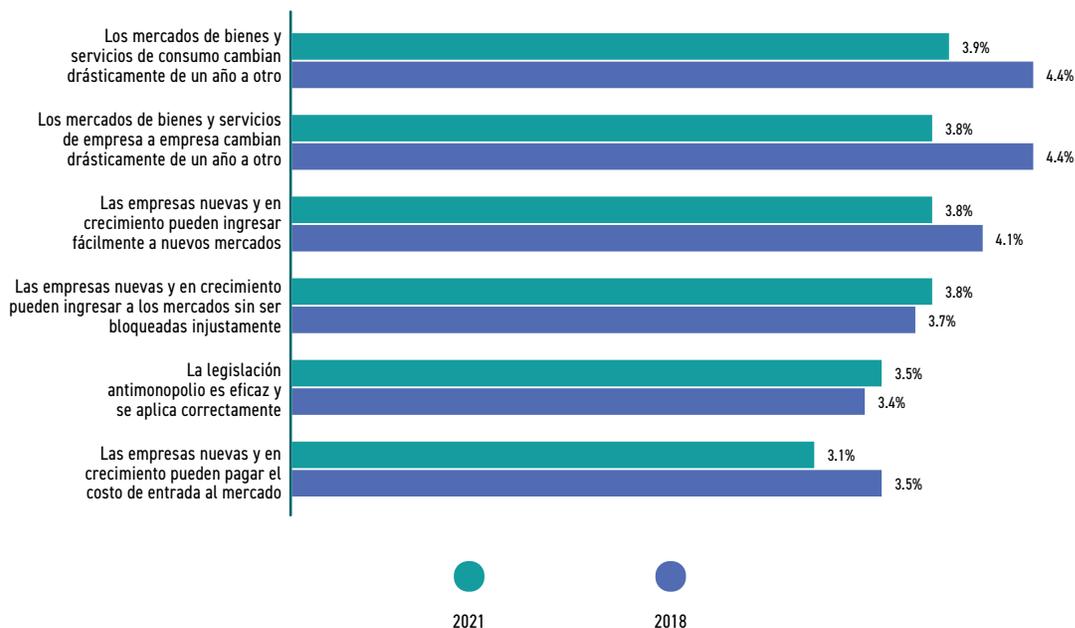
La realización de conductas anticompetitivas es prohibida en la República Dominicana por medio de la Ley núm. 42-08. Dentro de estas conductas se mencionan las actividades que tienen una alta concentración del mercado o donde no existe información disponible sobre el funcionamiento de estas, generando inquietudes sobre si existe o no presión competitiva (Procompetencia, 2021).

Según el último reporte de las condiciones de competencia, la República Dominicana viene demostrando que una buena parte de sus mercados presentan elevados niveles de concentración.

GRÁFICO 49

Factores de mercado evaluados por los expertos

(valores de la Media, escala de 1 a 9)



Fuente: Elaboración de los autores con base en la data NES 2018 y 2021.

Los mercados con mayor concentración según el índice de Herfindahl e Hirschman (IHH)⁵ son: Elaboración de aceite y grasa animal no comestible con un IHH de 10,000; Elaboración de cerveza, bebidas malteadas y de malta con 9,983; Elaboración de leche líquida fresca pasteurizada con 9,665; Elaboración de aceites y grasas vegetales sin refinar y sus subproductos (elaboración de aceite virgen) con 9,260 y Elaboración de leches y productos lácteos deshidratados (incluyendo la estandarización, homogeneización, pasteurización y esterilización) con 9,102; otros mercados con elevada concentración corresponden a otras industrias de alimentos, farmacéuticos y de aseo, completando así casi la mitad de todos los sectores económicos.

Si se tiene en cuenta el presente proyecto investigativo, el gráfico 49 describe los resultados de evaluación de los factores de mercado desde la óptica crítica de los expertos, de donde se deduce un importante reto por mejorarlos. Al respecto, las cifras demuestran un elevado nivel de competencia en el país, dificultando a las nuevas empresas abrirse paso en los mercados, debido a la elevada concentración (monopolios) evidenciada en una gran parte de los sectores, así como el gran costo de entrada y los permanentes bloqueos generados por la competencia. Al considerar la medición del 2008, los valores son similares⁶, dejando en evidencia que las barreras de entrada a nuevos mercados no se han desvanecido, ni disminuido, pero tampoco se han fortalecido.

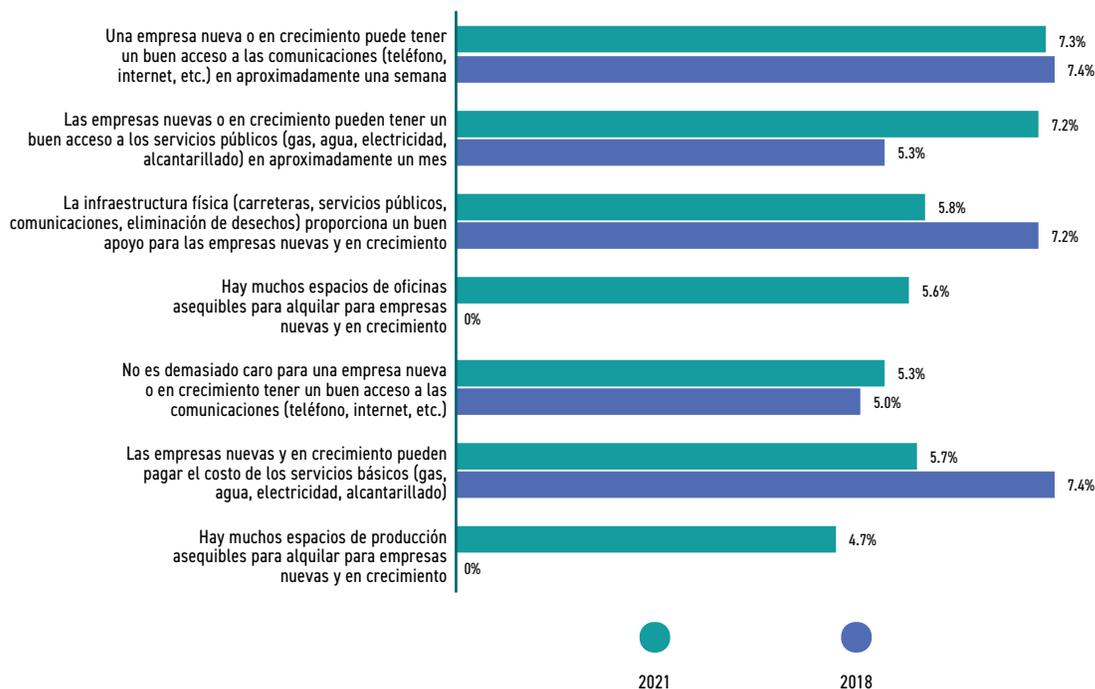
5. El IHH mide la concentración económica a través de la suma del cuadrado de la cuota de mercado de cada empresa que compete en un mismo segmento de la economía. Los valores más altos representan mercados más concentrados.

6. No se encontraron diferencias significativas.

GRÁFICO 50

Factores de recursos de infraestructura evaluados por los expertos

(valores de la Media, escala de 1 a 9)



Fuente: Elaboración de los autores con base en la data NES 2018 y 2021.

En la actualidad, el Consejo Nacional de Competitividad de la República Dominicana continúa gestionando la aprobación de otros proyectos de ley, complementarios a los mencionados al comienzo de este apartado, para que las pymes accedan a préstamos con tasas de interés preferenciales, además de la exención de la obligación de retener el Impuesto sobre la Renta (ISR).

2.10. Infraestructura física y de servicios básicos

La infraestructura física en el país ha sido evaluada en un elevado nivel en diferentes estudios, convirtiéndose en una dimensión o factor que incrementa la calificación de los índices. La presente medición no es ajena a reportar de manera positiva este factor.

El gráfico 50 muestra el resultado de las percepciones de los expertos con relación a la infraestructura física (carreteras, servicios

públicos, comunicaciones, eliminación de residuos) y de servicios básicos (gas, agua, electricidad, alcantarillado), estos últimos con un importante incremento desde la medición anterior (2018), donde se aprecia niveles alto en la calificación. No obstante, los precios o costos de estos servicios no son considerados económicos ni de fácil pago.

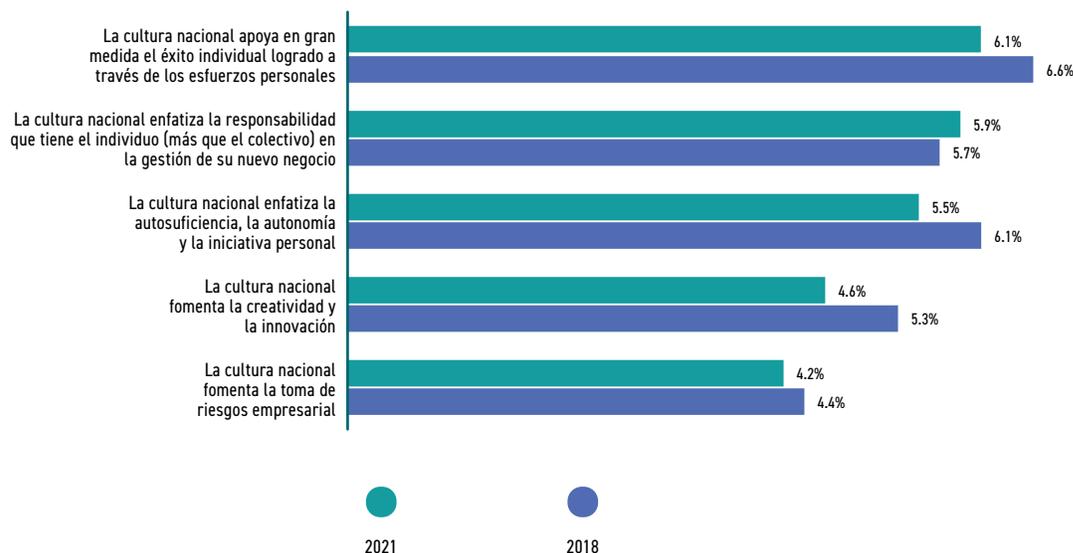
Por otra parte, los espacios de producción para alquilar por parte de empresas nuevas y en crecimiento son escasos y poco accesibles, aspectos que también fueron evaluados de manera similar por los emprendedores encuestados en la presente investigación (ver sección 1).

Según lo anteriormente planteado, teniendo en consideración las inversiones del gobierno central en vías de comunicación terrestres y TICs en los últimos años, así como los próximos contratos que se desarrollarán con inversión extranjera directa⁷, la República Dominicana

7. Como ejemplo, China Civil Engineering Construction (CCECC).

GRÁFICO 51

Factores culturales evaluados por los expertos (valores de la Media, escala de 1 a 9)



Fuente: Elaboración de los autores con base en la data NES 2018 y 2021.

se perfila con una mayor competitividad en infraestructura, lo que también permitirá mejorar el entorno emprendedor.

2.11. Cultura

De acuerdo con la opinión de los expertos consultados en la presente investigación, existe un acuerdo en que la cultura nacional apoya el éxito individual y enfatiza la responsabilidad de cada emprendedor en la gestión de su nueva iniciativa. No obstante, aún falta un importante terreno por abonar en la cultura creativa y de innovación, aspecto que ya ha sido mencionado en el apartado 5.4 de la primera sección del presente informe y en el apartado 3.7. de esta misma sección.

Comparación de los resultados GEM frente a las otras 50 economías participantes

El presente capítulo guarda especial relevancia debido a que la intención de los actores del ecosistema emprendedor de la República Dominicana ha sido optimizar el entorno y las competencias emprendedoras. De esta forma, la labor de benchmark apunta a revisar los factores abordados en los capítulos anteriores frente a países de la región, a los de ingreso medio alto (según clasificación de 4 categorías del Banco Mundial) y al promedio de los países

participantes en la presente medición GEM (50 en total). Es importante mencionar que la data de este capítulo corresponde a la información sin ponderar, por ello, se encontrarán algunas sutiles diferencias en los resultados de República Dominicana frente a los mostrados en los capítulos precedentes.

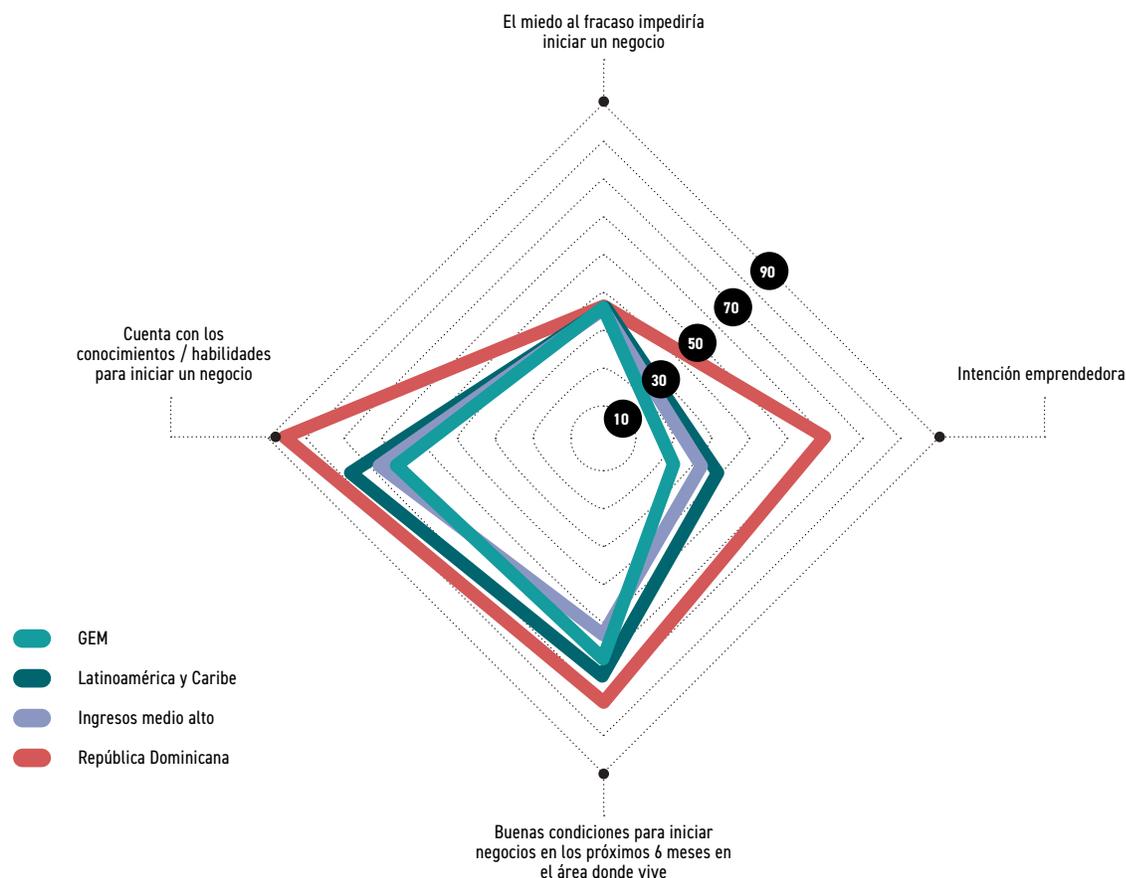
Competencias para emprender, condiciones e intenciones emprendedoras

Frente a las otras 50 economías participantes, una proporción más elevada de adultos dominicanos se consideran con las competencias necesarias para emprender y el menor miedo al fracaso, igualmente, creen las condiciones son favorables para iniciar un negocio. Estos tres elementos claves para el emprendimiento trascienden en una alta intención emprendedora comparada con los otros países, tanto de ingresos medio alto, como de la región Latinoamérica y Caribe (gráfico 52).

En los capítulos precedentes se explicó que en la República Dominicana se incrementó la intención emprendedora debido a los efectos de la pandemia. Al revisar la data del gráfico 52 se puede verificar que este valor es relativamente alto frente a los otros grupos de países analizados. Este fenómeno podría explicarse debido a que las restricciones de confinamiento en el

GRÁFICO 52

Competencias, condiciones e intenciones para emprender en República Dominicana, frente a los países, GEM, de ingresos medio alto y de la región LAC (% respuestas positivas)



Fuente: Elaboración de los autores con data GEM APS 2021

país fueron más severas y prolongadas frente a los referidos anteriormente, no obstante, en la medición del año 2018, también se presentaron cifras de elevada intención emprendedora, así como altos niveles de competencias para emprender y el menor miedo al fracaso.

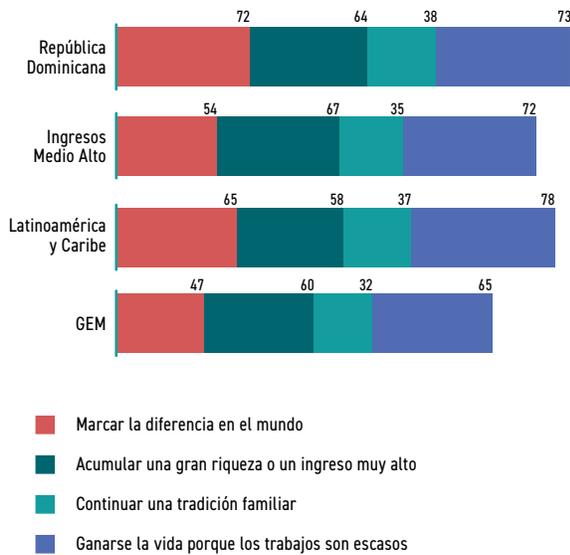
La anterior aseveración puede validarse al revisar las razones para emprender, puesto que, en el país, al igual que los países de ingreso medio alto y la región LAC la mayor razón para intentar iniciar un negocio corresponde a ganarse la vida debido a que el trabajo escasea (gráfico 53).

Actividad emprendedora y abandono del negocio

El anterior desempeño y razones para intentar iniciar un nuevo negocio desencadena una positiva actividad emprendedora, factor abordado detalladamente en la primera sección del presente documento. El gráfico 54 demuestra una relación directa entre el conocimiento de inicio de un negocio en los últimos dos años, la actividad emprendedora total (TEA) y el fracaso emprendedor, de donde se observa que en el país los tres indicadores son más altos que en las economías investigadas.

GRÁFICO 53

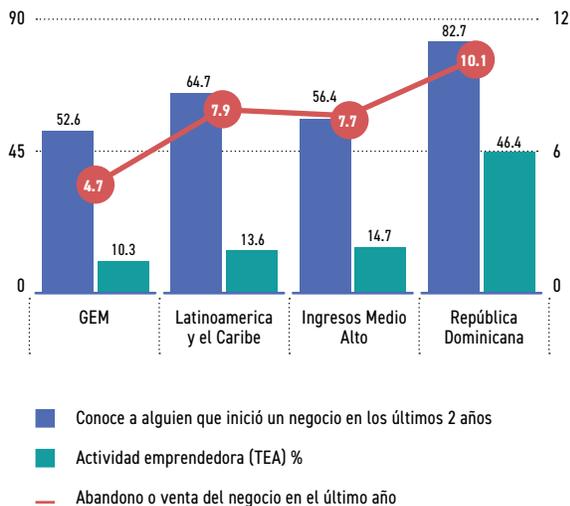
Razones para intentar iniciar un negocio en República Dominicana frente a los grupos de países (%)



Fuente: Elaboración de los autores con data GEM APS 2021

GRÁFICO 54

Relación entre actividad emprendedora (% eje izquierdo) y abandono de negocio (% eje derecho)



Fuente: Elaboración de los autores con data GEM APS 2021

Condiciones de entorno emprendedor

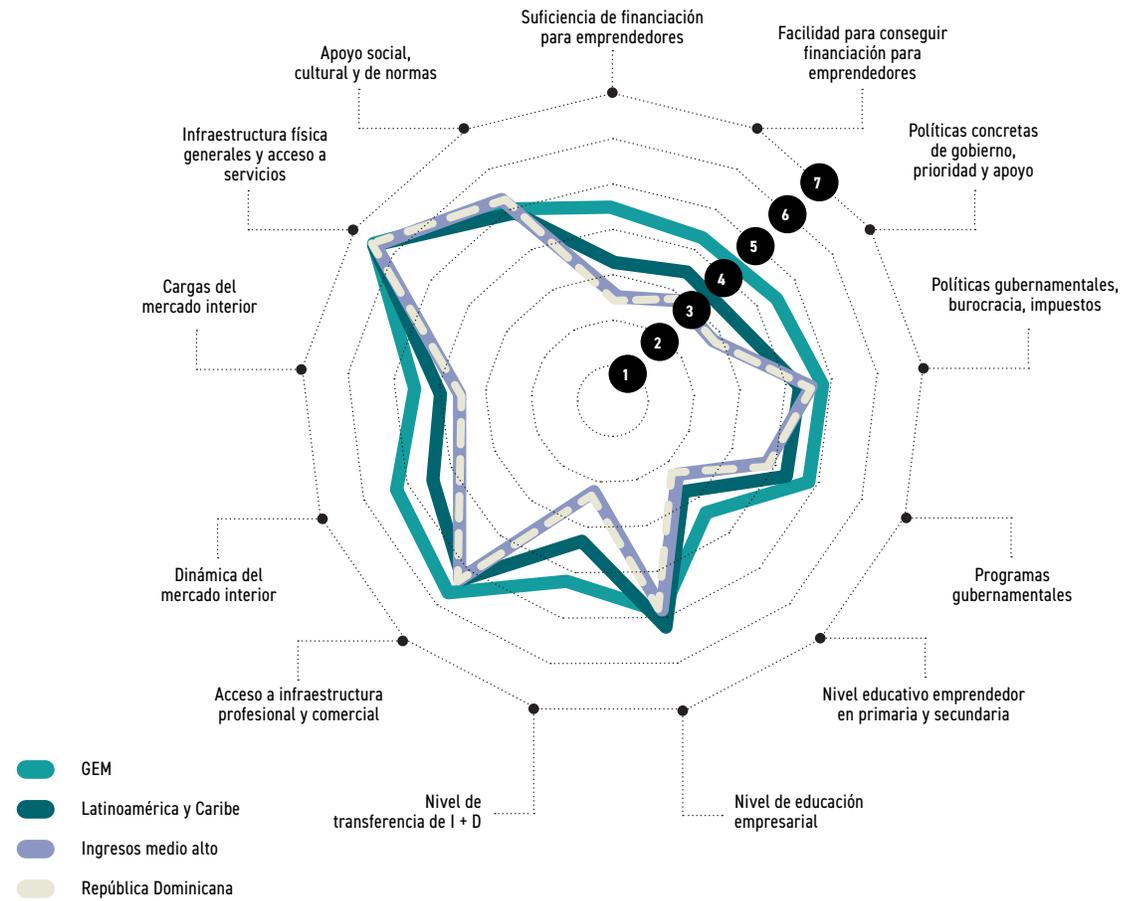
Al haber revisado la comparación entre países del comportamiento del principal componente del ecosistema emprendedor: aquellas personas que intentan iniciar un negocio, resta establecer un paralelo del segundo actor: el entorno emprendedor. El gráfico 55 muestra la evaluación de las dimensiones del entorno emprendedor de los expertos de los 50 países participantes del estudio. En este se observa que en el país se percibe que las normas sociales y culturales apoyan al emprendimiento, así como la infraestructura física y acceso a servicios, comparado con los grupos de países relacionados. Esto refleja el fruto del esfuerzo de los gobiernos en inversión en carreteras y servicios en la última década.

Por otra parte, las calificaciones de las políticas gubernamentales del país, como también el nivel de educación empresarial, el acceso a infraestructura profesional y comercial cuentan con un nivel similar a los otros del GEM, de ingresos medio alto y región LAC. No obstante, en las demás dimensiones evaluadas, a saber, nivel educativo emprendedor en etapas iniciales del aprendizaje; programas gubernamentales; políticas concretas del gobierno/prioridad y apoyo; facilidad para conseguir financiación para emprendedores; transferencia de investigación y desarrollo y los dos factores relacionados con el nivel de competencia de los mercados: cargas y dinámica del mercado interior, se encuentran en un valor inferior al promedio GEM, a la región LAC y a los países de ingreso medio-alto, sugiriendo un arduo y retador terreno por continuar labrando para sembrar un entorno adecuado al emprendimiento equitativo e igualitario, el cual debería ser suficientemente productivo para que germinen emprendimientos innovadores, preferiblemente con perfil de exportación, sostenibles financieramente e, idealmente, con un valor agregado de tecnología.

A manera de validación, una mayor proporción de los expertos de la República Dominicana comparada con los expertos de los demás países participantes de la presente medición recomendaron mejorar la formulación de políticas del gobierno y el apoyo financiero (gráfico 56), aspectos de elevada relevancia para optimizar el entorno de emprendimiento en el país.

GRÁFICO 55

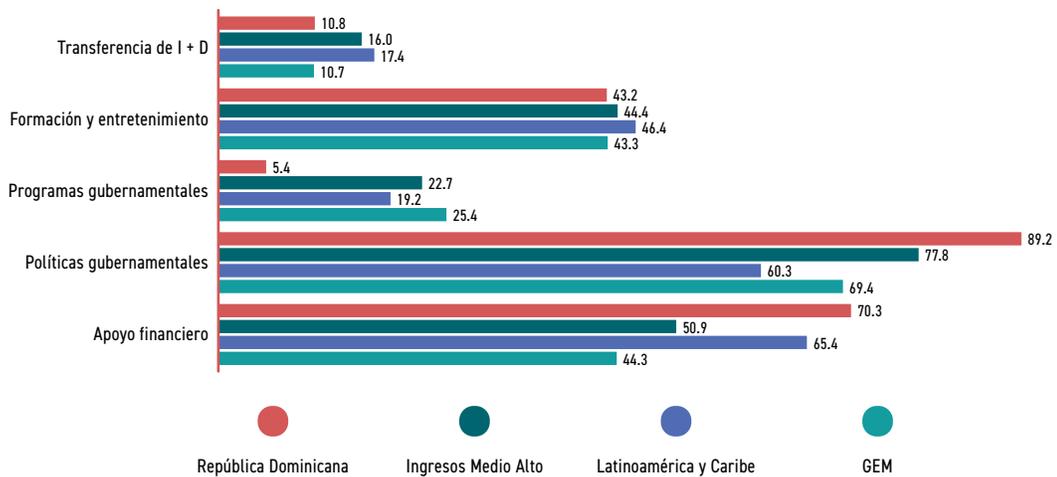
Evaluación de las dimensiones del entorno emprendedor
(escala de 1 a 9*)



* En el país existe apoyo al emprendimiento en... 1 = completamente falso, 9 = completamente verdadero
Fuente: Elaboración de los autores con data GEM APS 2021

GRÁFICO 56

Recomendaciones de los expertos en las dimensiones evaluadas (‰)



Fuente: Elaboración de los autores con data GEM APS 2021.

Conclusiones

Optimizar el ecosistema de emprendimiento se ha convertido en uno de los principales retos de las naciones comprometidas con el crecimiento económico sostenible y generación de empleo en sus países, comportamiento evidenciado por los amplios esfuerzos del gobierno dominicano en los últimos años. Este ecosistema es protagonizado por los emprendedores, cuyo resultado final se cristaliza en un nuevo negocio y su éxito depende en buena medida de su entorno. La presente medición GEM 2021 demuestra que la mayoría de los dominicanos (más del 80%) continúan manifestando contar con las competencias (conocimientos, habilidades y actitudes) y un bajo temor al fracaso (38%) para cristalizar su idea de negocio, lo que explica una actividad emprendedora total (TEA)¹ elevada, puesto que pasó del 17% en 2007 al 19% en 2018 y al 42% en 2021. No obstante, la mayoría de esta actividad emprendedora se centró a lanzar al mercado productos o servicios de reducido valor agregado o nulo nivel de innovación, explicado en gran parte porque sus gestores necesitaron sobrevivir a las vicisitudes generadas por la pandemia. Por su parte, a pesar de la voluntad del gobierno en mejorar las condiciones para los nuevos negocios, aún el entorno de emprendimiento se continúa percibiendo con barreras y no como catalizador.

En la medición del año 2018, el 17.3% de la población encuestada manifestó contar con un negocio establecido. Del total de la muestra del presente estudio, el 12.3% corresponde a propietarios-gerentes de negocios establecidos quienes tienen como característica corresponder a dueños de los dos sexos, en su mayoría de 25 a 44 años quienes han emprendido para ganarse la vida, debido a que el trabajo escasea. Unas pocas de estas iniciativas corresponden a negocios de marketing o tecnología digital,

siendo concebidos sus productos o servicios como innovadores, usan tecnologías nuevas en el mundo y una buena parte de sus ingresos provienen de sus exportaciones a clientes de otros países; sus dueños actualmente contratan a una o dos personas y esperan contratar a cinco más en los próximos 5 años. Otras iniciativas, que corresponden a negocios del sector de salud y distribución de bienes de consumo, han generado más empleo que los primeros y proyectan aumentar su nivel de empleabilidad, pasando de un rango de 13 a 55 empleos actuales, a un rango de 15 a 70 en cinco años.

La diferencia entre el 17% de negocios establecidos en 2018 y el 12% de la actual medición indica una caída en cinco puntos porcentuales debida al cierre de la tercera parte de los negocios (32%) por motivos de la pandemia. Estos propietarios no han cambiado su estado actual de autoempleados, no obstante, aquellos que se encontraban trabajando a tiempo completo antes de la pandemia actualmente buscan empleo. Así las cosas, la discontinuación emprendedora, medida como venta o abandono del negocio, pasó del 8.6% del año 2018, al 14.2% en la actual medición.

Como alternativa de solución a la anterior problemática, se ha ido desarrollando en el país el "espíritu emprendedor híbrido", esto es, una combinación de empleo y espíritu emprendedor, cuya caracterización permite considerarse como un grupo heterogéneo: algunos emprendedores híbridos pueden permanecer siempre en sus trabajos asalariados y otros pueden tender a convertirse en emprendedores a tiempo completo. Este título permite explicar las razones por las cuales los emprendedores nacientes o nuevos de la República Dominicana se encuentran empleados en otras empresas, permitiendo asegurar su sustento hasta cuando logren poner en marcha el nuevo negocio.

1. Personas que están tomando medidas para iniciar un negocio (emprendedores nacientes) o propietarios-gerentes de negocios con menos de 3.5 años de existencia (nuevos emprendedores). Pasó del 17% en 2007, al 19% en 2018 y al 42% en 2021.

A fin de cuantificar el desempeño del ecosistema emprendedor se deben analizar las dimensiones y factores componentes desde las dos posibles aristas de análisis: emprendedor y su entorno. Las dimensiones del emprendedor corresponden a su caracterización demográfica; actividad emprendedora; responsabilidad social y ambiental; así como a los valores sociales y cultura y el entorno percibido por ellos mismos. Estos elementos se diferencian según el estado o fase de emprendimiento, es decir, si se encuentran en una etapa naciente o establecida, de igual manera, difieren si es autoempleado o emprendedor. En tanto, el entorno es evaluado por expertos, quienes lo califican en las dimensiones de finanzas, políticas y planes de gobierno, formación, acceso a la tecnología y a la infraestructura, la apertura de los mercados y la cultura emprendedora.

Por lo anterior, para efectos del análisis, el presente estudio considera diferenciar al autoempleado o trabajador independiente del emprendedor, puesto que el primero corresponde a los profesionales o técnicos que realizan una actividad basada en sus cualificaciones o habilidades especiales, tales como un médico con un consultorio independiente, un abogado, un artista, un contador, un mecánico o peluquero, de los que se valoran cualidades personales e intransferibles. En tanto, ellos mismos serían emprendedores en el momento en que consideren emplear a otros profesionales o técnicos. En síntesis, el autoempleado tiene como objetivo trabajar para sí mismo, mientras que el emprendimiento busca crear una empresa, en la que fundador, como empleador, gestiona, dirige y contrata a otras personas para realizar las tareas propias de la actividad empresarial.

A partir de este concepto, se puede entender la importancia del emprendimiento en la generación de empleo y crecimiento económico, por consiguiente, la adecuada caracterización y dimensionamiento de la base de emprendedores con el propósito de justificar, diseñar y desarrollar el apoyo necesario en el entorno emprendedor. Al tener en cuenta este importante criterio de clasificación, se encontró que el 46.2% de las personas encuestadas corresponden a autoempleados y el 3.5% a emprendedores. Los primeros laboran para sí mismos o trabajan con otra persona, enfocados, en su mayoría, al comercio al por menor (minorista). Por otra parte, una cuarta parte de los emprendimientos nacientes o nuevos emplean a 3 o más personas (promedio de empleados = 6.1), con los cuales, se pueden

diseñar y desarrollar planes, programas e iniciativas para optimizar su entorno emprendedor.

Se puede deducir una mayor proporción de emprendedores nuevos que presentan razones de poder, mayor ingreso y por haber identificado oportunidades, frente a un menor porcentaje de estos motivos y razones por parte de los autoempleados, corroborando los hallazgos de Giacomini et al (2011).

La mayor parte de los emprendimientos se financian con capital propio, dentro del concepto de FFF (friends, family and fools), esto es, el primer recurso para costear el nuevo negocio proviene de los ahorros, así como de préstamos de amigos, familia y/o compañeros. Por otra parte, el 44% de los emprendedores nuevos que opinan no cuentan con fuentes de financiación externas para sus nuevos negocios. Este hallazgo se encontró desde las dos fuentes de información: encuesta con adultos y con expertos, logrando validarlo.

El país muestra una elevada disponibilidad de redes y oportunidades de formación en gestión de negocios, no obstante, el nivel de participación por parte de los emprendedores nuevos y empleados nuevos es bajo. Lo anterior sugiere una asimetría entre la oferta y la demanda de estos importantes factores del ecosistema emprendedor (redes y formación), donde la oportunidad radica en mostrar a los emprendedores las bondades de las redes y de la capacitación para garantizar la sostenibilidad de las iniciativas. Por otra parte, las condiciones de formación con enfoque al emprendimiento en la República Dominicana percibidas por los expertos aún tienen un importante reto por delante, puesto que, su valor fue menor que el obtenido en el año 2018. No obstante, al parecer se presenta una evolución en la calidad de la educación práctica en negocios y administración dirigida al emprendimiento, sugiriendo un importante avance, bien sea en la oferta educativa y/o en los contenidos y estrategias didácticas de los planes de estudio de las Instituciones de Educación Superior.

La relación entre el nivel de innovación y de exportación es bastante estrecha, inclusive en aquellos emprendimientos nacientes o nuevos, sugiriendo que, en la medida que se logre un mayor nivel de innovación, también se contará con la probabilidad de abrir mercado en el exterior, corroborando los hallazgos de otras investigaciones. De manera adicional, al tener en cuenta el acceso a la tecnología, como una herramienta para lograr agregar valor por medio de la innovación, se presenta una reducción en la calificación de la

percepción del apoyo eficiente para la creación de nuevas empresas basadas en tecnología de clase mundial en al menos un área. Asociado a la innovación se encuentra el intraemprendimiento, en este sentido, el país presenta un incipiente nivel de intraemprendimiento (3,7%), los pocos negocios que gozan de este modelo de emprendimiento cuentan con un moderado grado de innovación y un elevado nivel de exportación de sus productos/servicios, sugiriendo la enorme oportunidad de mejorar el ecosistema de innovación dirigido al intraemprendimiento.

Teniendo en consideración las inversiones del gobierno central en vías de comunicación terrestres y TICs en los últimos años, así como los próximos contratos que se desarrollarán con inversión extranjera directa, la República Dominicana se perfila con una mayor competitividad en infraestructura, lo que también permitirá mejorar el entorno emprendedor.

La consecución de contratistas, proveedores y consultores es relativamente fácil en la República Dominicana, no obstante, se hace más difícil que estos servicios cumplan con la calidad necesaria, percibida por los expertos.

En el país, más de la mitad de los nuevos emprendedores y de los nuevos empleados percibieron más difícil o mucho más difícil iniciar un negocio (o autoemplearse) frente al año pasado, sugiriendo que el reto de emprender se ha complicado cada vez más. En la medida que se incrementa la dificultad, la percepción del crecimiento es menor. Los expertos también perciben un elevado nivel de competencia en el país, dificultando a las nuevas empresas abrirse paso en los mercados, debido a la elevada concentración (monopolios) evidenciada en una gran parte de los sectores, así como el gran costo de entrada y los permanentes bloqueos generados por la competencia. No obstante, a raíz de la pandemia, la mitad de los autoempleados y emprendedores opinaron se abrieron nuevas oportunidades en negocios, pero la otra mitad afirmaron lo contrario. En este orden de ideas, las diferencias se encuentran según el tipo de negocio. Quienes opinan un crecimiento en ventas, corresponden a comestibles frescos, restaurantes, colmados y servicios técnicos (refrigeración y electrónica). Por otra parte, aquellos que manifestaron no se presentaron nuevas oportunidades comerciales, correspondieron también a colmados y venta de alimentos, pero se encontraron otros negocios tales como tienda de ropa, agencia de logística internacional, telecomunicaciones, cámaras de seguridad y renta de vehículos.

Se ha demostrado que la cultura emprendedora de una región o país podría contribuir a mejorar sus condiciones económicas y sociales. Al respecto, según la presente medición, el país cuenta con una calificación por encima de cinco, en escala de 1 a 9, en el apoyo a las normas culturales y sociales, valor similar al reportado en la medición del año 2018. De manera adicional, en el país se percibe al emprendedor con un elevado nivel de estatus y respeto. Las personas también opinan que el emprendimiento es una elección de carrera deseable y los expertos consultados perciben que la cultura nacional apoya el éxito individual y enfatiza la responsabilidad de cada emprendedor en la gestión de su nueva iniciativa. Al respecto, la macroregión Suroeste goza de mejores indicadores para generar una cultura emprendedora, incidiendo de manera significativa en las intenciones emprendedoras de las personas de esta ubicación geográfica.

Los emprendedores nuevos priorizan más que los autoempleados nuevos el impacto social y/o medioambiental sobre sus intereses financieros, no obstante, los valores de compromiso son altos en ambos grupos.

En el país se percibe que las normas sociales y culturales apoyan al emprendimiento, así como la infraestructura física y acceso a servicios, comparado con los grupos de países relacionados. Esto refleja el fruto del esfuerzo de los gobiernos en inversión en carreteras y servicios en la última década.

Las calificaciones de las políticas gubernamentales del país, como también el nivel de educación empresarial, el acceso a infraestructura profesional y comercial cuentan con un nivel similar a los otros países participantes del estudio GEM, de ingresos medio alto y región LAC. No obstante, en las demás dimensiones evaluadas, a saber, nivel educativo emprendedor en etapas iniciales del aprendizaje; programas gubernamentales; políticas concretas del gobierno/prioridad y apoyo; facilidad para conseguir financiación para emprendedores; transferencia de investigación y desarrollo y los dos factores relacionados con el nivel de competencia de los mercados: cargas y dinámica del mercado interior, se encuentran en un valor inferior al promedio GEM, a la región LAC y a los países de ingreso medio-alto, sugiriendo un arduo y retador terreno por continuar labrando para sembrar un entorno adecuado al emprendimiento equitativo e igualitario, el cual debería ser suficientemente productivo

para que germinen emprendimientos innovadores, preferiblemente con perfil de exportación, sostenibles financieramente e, idealmente, con un valor agregado de tecnología.

Futuras investigaciones

Es recomendable continuar desarrollando la medición GEM con la población (APS) y con los expertos (NES), a fin de cuantificar y cualificar el efecto de las políticas formuladas durante el presente año, como también los efectos de los programas gubernamentales recientemente implementados para mejorar el ecosistema emprendedor en la República Dominicana.

El comportamiento emprendedor en el país es tan complejo que depende de múltiples dimensiones y factores, por lo que se justifica estudiarlo más a profundidad para identificar las diferencias en el comportamiento por regiones. Al respecto, se recomienda desarrollar el presente estudio en el año 2022 en una sola macroregión, con un diseño muestral suficientemente representativo para lograr inferir en cada variable y poder establecer y dar seguimiento a las iniciativas propuestas de esta zona. Esta macroregión se podría seleccionar según el criterio de crecimiento estratégico. En 2023 se elegiría otra macroregión y en 2024 el estudio se realizaría a nivel nacional para verificar la evolución presentada durante los tres años anteriores.

Bibliografía

ACI Medellín (2019). <https://www.acimedellin.org/wp-content/uploads/2019/04/C4IR-ABRIL23-baja.pdf>.

Banco Central de la República Dominicana (2021). Mercado de trabajo - Encuesta continua (ENCFT). <https://www.bancentral.gov.do/a/d/2541-encuesta-continua-encft>

Barna y MICM. (2019). GEM República Dominicana 2018. ISBN: 978-9945-8-0578-9.

Danish, R., Asghar, J. & Ahmad, Z. (2019). Factors affecting “entrepreneurial culture”: the mediating role of creativity. *J Innov Entrep* 8, 14 (2019). <https://doi.org/10.1186/s13731-019-0108-9>

DR&R. (2021). 20 MARZO, 2021. Resumen ejecutivo de la ley NO. 45-20 sobre garantías mobiliarias. <https://drr-law.com/publicacion/resumen-ejecutivo-de-la-ley-no-45-20-sobre-garantias-mobiliarias/>

Giacomin, O. Janssen, F., Guyot, J. & Lohest, O. (2011). Opportunity and/or necessity entrepreneurship? The impact of the socio-economic characteristics of entrepreneurs. https://www.researchgate.net/publication/50380284_Opportunity_andor_necessity_entrepreneurship_The_impact_of_the_socio-economic_characteristics_of_entrepreneurs

ONE (2020). Diagnóstico Nacional de Innovación. <https://web.one.gob.do/media/yz4bvcdi/11diagnostico-nacional-de-innovaci%C3%B3n-para-rd.pdf>

Presidencia de la República Dominicana. (2021). Comisión Presidencial de Fomento a la Innovación presenta avances en la Estrategia Nacional de Innovación. Abril 6 de 2021. <https://minpre.gob.do/comunicacion/notas-de-prensa/comision-presidencial-de-fomento-a-la-innovacion-presenta-avances-en-la-estrategia-nacional-de-innovacion/>

Procompetencia (2021). Dirección ejecutiva de la comisión nacional de defensa de la competencia (Pro-competencia). Resolución núm. DE-022-2021. <https://procompetencia.gob.do/wp-content/uploads/2021/12/de-022-2021-desestimacion-fraga-1.pdf>

Senado de la República Dominicana. (2021). El Senado aprueba en segunda lectura el proyecto que crea el Sistema de Garantías Recíprocas. Fecha de publicación 31 agosto, 2021. <https://www.senadord.gob.do/el-senado-aprueba-en-segunda-lectura-el-proyecto-que-crea-el-sistema-de-garantias-reciprocas/>

GEM República Dominicana 2021
se terminó de imprimir el
10 de febrero de 2022
en Amigo del Hogar,
Santo Domingo,
República Dominicana

