

CULTURA EMPRENDEDORA EN LA REPÚBLICA DOMINICANA: ¿EN UN ALTO NIVEL?

FERNANDO BARRERO¹ • JAVIER VILLAMIZAR²

Recibido: 30/03/2022 • Aceptado: 10/06/2022

Cómo citar: Barrero, F., & Villamizar, J. (2022). Cultura emprendedora en la República Dominicana: ¿en un alto nivel? *Ciencia, Economía y Negocios*, 6(1), 7–31. <https://doi.org/10.22206/ceyn.2022.v6i1.pp7-31>

Resumen

El presente estudio analiza los resultados de la medición de la cultura emprendedora en la República Dominicana, permitiendo identificar aquellos factores que han incidido en su alta calificación frente a otros países del mundo, así como las oportunidades de mejora. La metodología usada fue el análisis de la data original del Monitor Global de Emprendimiento, desarrollado a mediados de 2021 y con resultados disponibles a inicios de 2022. La cultura emprendedora del país logra un nivel elevado desde la arista de la población adulta, puesto que concibe el emprendimiento como una opción de carrera deseable, explicando, en gran parte, la actividad emprendedora de la nación. De manera equivalente, más de la mitad de los expertos consultados opinan que la cultura nacional promueve la creatividad y la innovación, pero también consideran que la transferencia en Investigación y Desarrollo (I+D) y su resultado, la internacionalización, no han sido factores de fomento en los últimos tres años. Por ello, el país cuenta con grandes oportunidades de mejorar su entorno emprendedor, requiriendo una mayor y suficiente inversión en Investigación y Desarrollo que garantice la inclusión de las nuevas empresas con enfoque en tecnología, así como la generación de iniciativas articuladas de los sectores público, educativo e industrial en función de reducir la brecha de desarrollo tecnológico entre las grandes empresas y las PYMEs, garantizando una sostenibilidad de los nuevos negocios.

Palabras clave: cultura emprendedora; Monitor Global de Emprendimiento; espíritu emprendedor; entorno emprendedor; nuevos negocios; PYMEs

¹ Profesor de Dirección Financiera, Vicerrector Académico y de Investigación. Barna Management School. Santo Domingo, República Dominicana.
ORCID: 0000-0002-2956-9167, Correo-e: fernando.barrero@barna.edu.do

² Consultor asociado, Barna Management School. ORCID: 0000-0001-6083-2835
Correo-e: javillafe@hotmail.com



ENTREPRENEURIAL CULTURE IN THE DOMINICAN REPUBLIC: AT A HIGH LEVEL?

FERNANDO BARRERO • JAVIER VILLAMIZAR

Received: 03/30/2022 • Approved: 06/10/2022

Abstract

This study analyzes the results of the measurement of entrepreneurial culture in the Dominican Republic, allowing the identification of those factors that have influenced its ranking compared to other countries in the world, as well as opportunities for improvement. The methodology used was the analysis of the original data from the recently developed Global Entrepreneurship Monitor, developed in mid-2021 and with results available in early 2022. The entrepreneurial culture of the Dominican Republic achieves a high level from the edge of the adult population, since it conceives entrepreneurship as a desirable career option, largely explaining the country's entrepreneurial activity. Similarly, more than half of the experts consulted believe that the national culture promotes creativity and innovation, but they also consider that the transfer of Research and Development (R&D) and its result, internationalization, have not been entrepreneurial development factors in the last three years. For this reason, the country has great opportunities to improve its entrepreneurship environment, requiring a greater and sufficient investment in Research and Development that guarantees the inclusion of new companies with a focus on technology, as well as the generation of articulated initiatives from the public, educational and industrial sectors in order to reduce the technological development gap between large companies and SMEs, guaranteeing the sustainability of the new business.

Keywords: Entrepreneurial culture; Global Entrepreneurship Monitor; entrepreneurial spirit; entrepreneurial environment; new businesses; SMES.

Introducción

El impacto de la cultura emprendedora en el crecimiento económico ha sido objeto de múltiples estudios, la gran mayoría demostrando que la relación entre estos dos factores es muy estrecha, sugiriendo que, en la medida que la cultura de emprendimiento se desarrolla, la economía del país presenta un mejor desempeño. Este hallazgo se ha demostrado desde hace más de tres décadas (Porter, 1990; Beugelsdijk & Smeets, 2008; Prasetyo, 2019; Rzepka et al., 2021). Sin embargo, 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. Por su parte, los valores sociales y culturales de las personas 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, elementos que contribuyen también a incentivar la generación nuevos negocios.

Si se tiene en cuenta que la cultura emprendedora de una región o país podría contribuir a mejorar sus condiciones económicas y sociales (Stuetzer et al., 2018; Fritsch & Wyrwich, 2017), el espíritu emprendedor se concebiría como una elección de carrera, esperando que una proporción importante de personas quisieran iniciar un negocio en los próximos años.

Así las cosas, el papel de la “intencionalidad” en el comportamiento emprendedor es fuertemente influenciado por los valores, las actitudes y las creencias del individuo en las demostraciones de comportamiento emprendedor (Gasse & Tremblay, 2011; Kautonen et al., 2013). Al respecto, el Monitor Global de Emprendimiento (GEM, por sus siglas en inglés) considera cinco factores percibidos por la población asociados a la cultura que inciden en la intencionalidad del comportamiento emprendedor: nivel de estatus y respeto percibido de los emprendedores exitosos, emprendimiento como una elección de carrera deseable, nivel

de visibilidad de los emprendedores exitosos en los medios de comunicación, percepción de ver a menudo empresas con misión de resolver problemas sociales y preferencia por las personas para que todos cuenten con un nivel de vida similar. De manera complementaria, el GEM mide, por medio de expertos, el aporte de la cultura nacional en el emprendimiento teniendo en cuenta cinco factores: apoyo del éxito individual, logrado a través de los esfuerzos personales en emprender; responsabilidad del individuo en la gestión de su nuevo negocio; autonomía e iniciativa personal; creatividad e innovación; y el fomento a la toma de riesgos.

El entorno emprendedor se compone de la cultura y la disponibilidad de recursos, tales como el capital humano, formación, redes, infraestructura y financiación. El modelo de entorno emprendedor anteriormente descrito es congruente con el propuesto por Daniel Isenberg, quien lo plantea con seis dominios: política, finanzas, mercados, capital humano, apoyo y cultura (Isenberg, 2011). Este autor enfatiza que cada entorno emprendedor es único, ya que se desarrolla bajo circunstancias sincrónicas, lo que significa que pueden referirse a una nación o estar limitados a áreas geográficas más pequeñas, por ejemplo, ciudades (OECD, 2014). El presente estudio vincula los factores que tiene en cuenta el GEM, relacionados anteriormente, tanto de la República Dominicana, como de los otros países participantes de esta medición.

Importancia de la innovación en el emprendimiento

Las ideas de Schumpeter manifestaron la importancia de las inversiones en investigación y desarrollo (I+D) y las actividades de innovación para lograr competitividad, en especial, a través del proceso de destrucción creativa (Schumpeter, 1952). Posteriormente, las teorías modernas sobre el crecimiento hicieron hincapié en el papel del capital humano, las inversiones en I+D y, en términos más generales, el conocimiento, como principales impulsores del crecimiento económico (Romer, 1991; Aghion y Howitt, 1998). Más recientemente, con el auge de la Cuarta Revolución Industrial, las contribuciones en el área de la tecnología y el comercio pusieron de relieve que las asimetrías tecnológicas determinaban en gran medida los flujos comerciales y los patrones de espe-

cialización en los mercados de exportación, de modo que influían en el rendimiento económico a corto y mediano plazo (Vergara, 2021). Es así como los negocios establecidos, esto es, aquellos que han superado el valle de la muerte, pueden lograr su sostenibilidad y competitividad en cada mercado, dependiendo de su diferenciación por cuán innovadores son sus productos o servicios.

La cultura como factor que promueve el emprendimiento innovador

En la literatura mundial se dispone de estudios enfocados en identificar los factores que promueven o inhiben el emprendimiento. Entre las corrientes más influyentes se encuentra la Teoría Económica Institucional, la cual sugiere que existen factores formales e informales incidentes en la actividad emprendedora, incluyendo la cultura en los denominados factores informales y uno de los aspectos clave para el desarrollo de la actividad emprendedora. Al respecto, se ha encontrado que las normas sociales y la cultura de un país influyen la intención emprendedora (Engle et al., 2010; Castillo et al., 2017; Syed & Danish, 2020). Desde una arista más particular, la evidencia empírica de varios estudios sugiere que aquellas regiones que exhiben niveles más altos de cultura emprendedora tienden a presentar un mayor crecimiento del empleo (Safari & Abzari, 2009; Stuetzer et. al, 2018). Según un estudio desarrollado en países de Latinoamérica, una combinación de los valores culturales de pertenencia (arraigo cultural de las prácticas económicas) e igualitarismo ha provocado la tasa de generación de nuevas empresas (Fernández-Serrano & Liñán, 2014), demostrando la incidencia de los factores culturales en el emprendimiento.

Referente mundial de cultura de emprendimiento innovador

Holanda es un país que logra uno de los mayores puntajes en evaluación del entorno emprendedor, el cual ha sido producto del diseño e implementación eficaz de un modelo para la financiación pública del sector de la cultura, construido después de la Segunda Guerra Mun-

dial. En la década de 1980 desarrolló la creación del sistema de financiamiento por parte del gobierno y los municipios más grandes sobre la base de documentos de política cultural de cuatro años. Este sistema proporciona una estructura para el sector de la cultura financiado con fondos públicos.

En Holanda, el gobierno central y los gobiernos municipales son responsables de una oferta cultural de alta calidad en todo el país. El sistema de cultura actual garantiza estabilidad, dinamismo e innovación. Los roles se dividen entre las distintas partes de la siguiente manera (Government of the Netherlands, 2021):

- El gobierno central holandés apoya directamente una oferta de alta calidad de instituciones de importancia nacional e internacional. También se centra en la difusión, la educación cultural en las escuelas y el espíritu emprendedor. Esta es la llamada Infraestructura Básica para la Cultura (BIS).
- Los municipios respaldan la oferta local y regional, lugares y museos, así como el apoyo a la oferta nacional. Los municipios reciben una contribución del Fondo Municipal para este propósito. Las provincias promueven la diversidad y la difusión de servicios culturales en su región, y son responsables de las colecciones provinciales y de la planificación espacial, con las características de patrimonio asociadas.
- El gobierno central cumple su función, principalmente, apoyando una Infraestructura Básica para la Cultura (BIS), un grupo de instituciones de importancia nacional e internacional y seis fondos culturales nacionales, los cuales tienen la tarea de promover el dinamismo, la innovación y la experimentación.
- El Consejo para la Cultura asesora sobre el sistema y las instituciones individuales financiadas por el gobierno nacional. También proporciona asesoramiento estratégico, tanto cuando se solicita como a iniciativa propia, sobre diversos asuntos de política cultural, incluyendo el emprendimiento en etapas de formación temprana.

Desde hace varias décadas, el modelo holandés incluyó condiciones marco (instituciones formales, cultura, infraestructura física y demanda) y condiciones sistémicas (redes, liderazgo, finanzas, talento, nuevos conocimientos y servicios de apoyo) que aportaron positivamente en los resultados emprendedores: productividad, ingresos, empleo y bienestar. Esto promovió el aumento la tasa de autoempleo individual, pero no se generó un aumento del espíritu emprendedor innovador y orientado al crecimiento hasta el año 2020. Esto se explica por el trato fiscal especialmente favorable de los autoempleados y la creciente demanda de mano de obra flexible que estimularon el crecimiento del número de ellos desde principios de la década de 2000 (Stam, 2014). Por lo anterior, desde 2019 el gobierno central holandés decidió estimular el emprendimiento con enfoque innovador por medio de alivios tributarios, generación de acceso gratuito a redes, subsidio del uso de tecnología digital y promoción de comisiones comerciales en mercados externos. Todo esto enmarcado en una mayor inversión nacional en Investigación y Desarrollo, llegando al 2.5 % del PIB (Government of the Netherlands, 2021), cifra superior al promedio de los países OECD y veinte veces mayor que los países de Latinoamérica y El Caribe.

Esto ha traído como resultados que Holanda no solo haya logrado importantes resultados en motivar la generación de emprendimiento y empleo, puesto que una buena parte de los nuevos negocios han conseguido que todo el país se ubique como uno de los más innovadores, obteniendo el sexto puesto en el Índice Global de Innovación (World Intellectual Property Organization, 2021). Según este reporte, una de las dimensiones pilares de este resultado es “instituciones”, donde se tiene en cuenta factores tales como la estabilidad política, la eficacia del gobierno, la calidad en regulaciones, la simplicidad para abrir negocios y la facilidad para resolver la insolvencia. Otra dimensión es la “sofisticación de los negocios”, la cual incluye el trabajo colaborativo en investigación y desarrollo entre las universidades y la industria, el estado de desarrollo y profundidad de los clústeres con contenido tecnológico, los estímulos y desarrollos en propiedad intelectual y la cantidad de talento investigador, entre otros. Una dimensión adicional se refiere al “lanzamiento de productos creativos”, sobre todo en medios *online*.

Otros países han alcanzado logros significativos en su entorno emprendedor luego de haber invertido innumerables recursos por más de una década. Uno de los tantos y recientes ejemplos corresponde al apoyo del agroturismo en Polonia, país perteneciente a la antigua URSS, que, luego de una inversión continua del Estado, logró en este sector un crecimiento sostenido y significativo (Wendt et al., 2021). Otro ejemplo a mencionar es el del apoyo del gobierno turco en regiones tradicionalmente emprendedoras, donde invirtió mayores recursos per cápita, obteniendo resultados de gran impacto emprendedor (Demirdag & Eraydin, 2021).

El caso más conocido en Occidente es el del éxito del ecosistema Silicon Valley, donde el Departamento de Ingeniería Eléctrica de Stanford (DEE) proporciona ingenieros altamente calificados y, al hacerlo, asegura la mejora tecnológica. Por su parte, el Gobierno Federal, a través de su apoyo a la investigación, actúa como catalizador de esta relación (Harayama, 1998; Kushida, 2015). Este hábitat incluye regulaciones gubernamentales de apoyo para la formación de nuevas empresas, universidades de investigación líderes que interactúan con la industria, una fuerza laboral excepcionalmente talentosa y altamente móvil, y servicios de apoyo experimentados en áreas como finanzas, derecho, contabilidad, búsqueda de personal y marketing, todos ellos especializados en ayudar a que nuevas empresas se formen y crezcan. No menos importante es el espíritu de aventura y la voluntad de asumir riesgos (Lee et al., 2000).

Referente latinoamericano de cultura de emprendimiento innovador

Medellín (Colombia) era considerada una de las capitales más violentas del mundo al inicio de la década de los años 90, producto del narcotráfico. Esto la obligó a reinventarse y a avanzar con emprendimientos creativos. Para tal fin, desde hace dos décadas los gobiernos locales han ido incrementando la inversión en investigación y desarrollo hasta multiplicar por diez el porcentaje frente al total nacional. Esto ha sido acompañado de la institucionalización de la cultura emprendedora con innovación, partiendo de la generación de clústeres y apoyo con-

tinuo a la generación de conocimiento. Al respecto, la alcaldía de esta ciudad entregó la obra de la nueva Ciudadela de la Cuarta Revolución y la Transformación del Aprendizaje, un espacio donde por más de 100 años funcionó la cárcel de mujeres y ahora se ha convertido en el centro de innovación más grande del país (Alcaldía de Medellín, 2021), esto es, el Centro de la Cuarta Revolución Industrial (C4IR). Estos centros de la Cuarta Revolución Industrial enfocan sus esfuerzos en impulsar emprendimientos asociados a proyectos tecnológicos que aportan a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, donde se establecen importantes alianzas con instituciones y organismos internacionales que promueven el desarrollo de la tecnología, tales como el Foro Económico Mundial. Igualmente, median, articulan y potencian los recursos de iniciativas del mercado de datos para el bien común, neutralidad de género, uso de la Inteligencia Artificial, fortalecimiento de la productividad, como también el uso y apropiación de las tecnologías 4.0. Así las cosas, estos centros mejoran los dos ecosistemas claves para potenciar la competitividad de las regiones: ecosistema emprendedor y ecosistema de innovación.

Competencias emprendedoras

Por encima del número de emprendedores o el de nuevas empresas creadas, medir la capacidad emprendedora resulta más indicativo del potencial de crecimiento de una economía (Ruiz et al., 2014). Al respecto, numerosos estudios han demostrado la estrecha relación entre la intención de abrir un negocio y las competencias percibidas por los emprendedores para asumir este reto (Krueger & Laurence, 2021; Bernal y Cárdenas, 2017). Estas competencias se pueden definir como los conocimientos, habilidades y actitudes hacia el emprendimiento (Grégoire et al., 2011; Ruiz et al., 2014).

Al revisar la literatura sobre la incidencia de los conocimientos en el potencial emprendedor, los investigadores coinciden en que las personas quienes han identificado oportunidades o han abierto negocios en sectores relacionados con la Industria 4.0 (CRI o Cuarta Revolución Industrial) presentan conocimientos digitales avanzados (Fueglistaller et al., 2012; Ropposch et al., 2021). En este aspecto, uno de los empre-

dedores más nombrados es Bill Gates, con sus elevados conocimientos en programación. Es así como la sostenibilidad digital puede impulsar avances empíricos en el espíritu emprendedor, la innovación y la estrategia con potencial de impacto positivo en la sociedad (Nambisan, 2017; George et al., 2020). De igual manera, la Inteligencia Artificial se está convirtiendo en una amenaza u oportunidad para los emprendimientos, ya que se establece como un elemento de desintermediación o de diferenciación tecnológica, según el sector, enfoque o uso que se le otorgue (Chalmers et al., 2020). Por lo anterior, es de suponer que un entorno emprendedor, incluyendo el sistema de educación con opciones de formación técnica profesional en áreas del saber vinculadas con la CRI, podrá estimular y mejorar la oferta para participar en el futuro del mercado del trabajo, aspecto que se abordará en la segunda sección de este documento.

Por otra parte, el nivel de conocimiento en determinada área académica puede abrir espacios para encontrar oportunidades de desarrollo de soluciones en un mercado existente o en uno completamente nuevo, por ejemplo, el paso del transporte a caballo al de vehículos de combustión interna. En este caso, Henry Ford, el fundador de Ford Motor Company, mencionaba que la “única seguridad real que un hombre puede tener en este mundo es una reserva de conocimiento, experiencia y capacidad” (Romero, 2012).

Así no cuente con el dominio del conocimiento teórico en determinada área del saber, como se relacionó anteriormente, un emprendedor recurre a su conocimiento empírico (por experiencia), así como a sus habilidades y actitudes como punta de lanza para motivarse a entrar en la batalla para conquistar el territorio soñado. Múltiples investigaciones han revelado ciertas habilidades y actitudes comunes en los emprendedores, entre ellas, las más nombradas se relacionan con el modelo de pensamiento efectual propuesto por Sarasvathy (2003). En el caso de la República Dominicana, un estudio desarrollado durante cinco años con emprendedores del país (Barna, 2019) caracteriza al emprendedor dominicano como temerario, arriesgado, osado, terco, apasionado por su nuevo negocio, práctico, creativo, persistente, optimista, con una elevada autoconfianza, intuitivo, investigador empírico, quien reinvierte en

su negocio y trabaja más de 12 horas al día; todos estos aspectos validados en previas investigaciones (Chandler, 2011; Davis, 2015; McGrath & MacMillan, 2000).

De forma adicional, los factores relacionales y de percepción del entorno, esta última referida a la disponibilidad de oportunidades en un contexto próximo, influyen en la probabilidad de ocurrencia de emprendimiento potencial individual (Ruiz et al., 2014). Los factores relacionales se asocian con “el principio del pájaro en mano”, sugerido como parte del comportamiento de los emprendedores (Sarasvathy, 2003), incluyendo los dominicanos (Barna, 2019), quienes negocian con todas las partes interesadas que estén dispuestas a asumir compromisos reales con el proyecto, sin preocuparse por los costos de oportunidad ni llevar a cabo análisis competitivos elaborados. De igual manera, se ha encontrado que el único factor actitudinal que incide de manera negativa en la intención emprendedora es el miedo al fracaso (Wyrwich et al., 2016; Nefzi, 2018; Jenkins, 2018).

Metodología

El presente estudio tuvo en cuenta un análisis descriptivo de la información de la data GEM 2018 y 2021, las cuales correspondieron a levantamientos aleatorios de 2000 encuestas con población adulta dominicana y más de 40 entrevistas con expertos del país en identificar y cuantificar los diferentes elementos que componen el entorno emprendedor. Igualmente, se analizó esta información frente a la obtenida de los otros 50 países participantes de estas mediciones. Las dimensiones y factores que se tuvieron en cuenta en el análisis se observan en la tabla 1.

Tabla 1*Dimensiones, factores y fuentes de información*

Dimensiones	Factores	Fuentes
Cultura asociada a los emprendedores	Emprendimiento como elección de carrera deseable	Población adulta
	Difusión de los emprendedores exitosos en los medios	
	Concepción de los emprendedores exitosos en elevado estatus y respeto	
Actividad Emprendedora	TEA (Actividad Emprendedora Total)	
Fomento de la cultura nacional	Apoyo en el éxito individual	Expertos
	Enfatiza la responsabilidad de cada emprendedor en el éxito de su negocio	
	Enfatiza la autosuficiencia, autonomía e iniciativa individual	
	Fomento a la creatividad y la innovación	
	Fomento a la toma de riesgos en emprendimiento	
Fomento al emprendimiento	Transferencia de I + D	
	Internacionalización	
	Infraestructura comercial y profesional	
	Crisis económica	
	Educación entrenamiento	
	Normas culturales y sociales	
	Políticas gubernamentales	
	Soporte financiero	
	Características de la fuerza de trabajo	
	Acceso a infraestructura física	

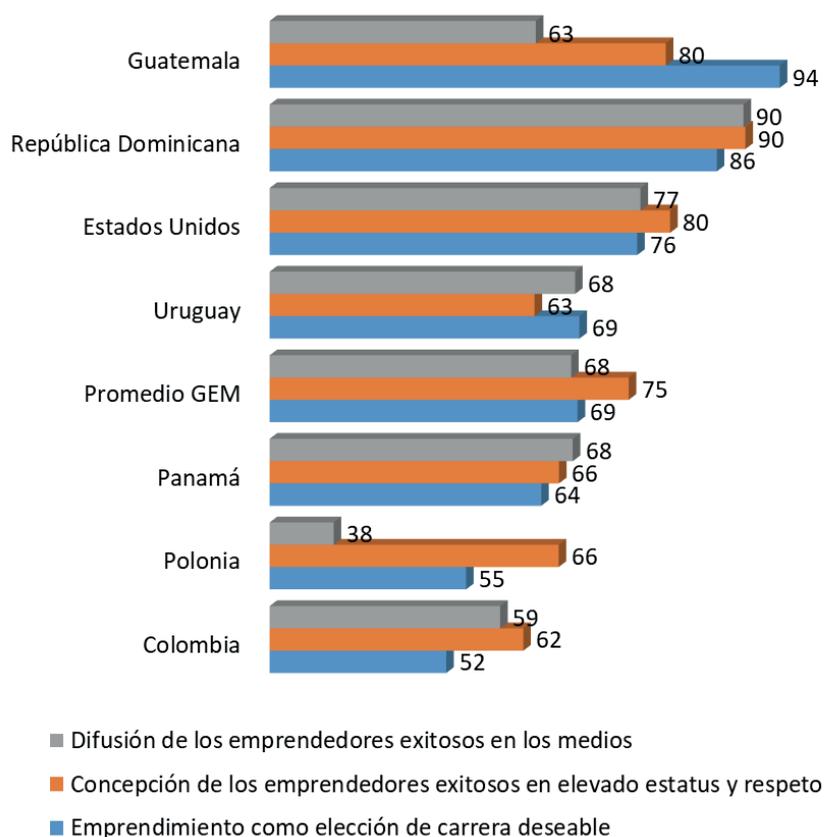
Por otra parte, se tuvo en cuenta un análisis de regresión entre los factores de la cultura asociada a los emprendedores y la Actividad Emprendedora Total, teniendo en cuenta la data de los 31 países que contaron con esta información en la medición de 2021.

Resultados

La mayoría de población adulta dominicana concibe el emprendimiento como una opción de carrera deseable, además de una elevada concepción de estatus y respeto, adicionalmente, se percibe que los medios visualizan masivamente a los emprendedores exitosos (véase figura 1). De esta forma, el país cuenta con uno de los mayores valores en estos factores componentes de la cultura emprendedora, comparado con otros países y frente al promedio de la medición GEM 2021.

Figura 1

Factores de cultura emprendedora calificados por la población adulta de los países seleccionados (Top Two Boxes, %)



Nota. Elaboración propia con data del GEM APS 2021. Datos sin ponderar. El valor del Top Two Boxes corresponde a la suma de “De acuerdo” + “Totalmente de acuerdo”.

Con el fin de determinar la incidencia de estos factores culturales en la actividad emprendedora, el análisis de regresión (tabla 2) muestra que la concepción del emprendimiento como una opción de carrera es el factor significativo que más contribuye en la generación de nuevos negocios, sugiriendo que los emprendedores dominicanos se embarcan en este importante reto debido, en parte, a que lo consideran como su proyecto de vida profesional y laboral.

Tabla 2

Estadísticas del modelo de regresión entre los factores de cultura emprendedora y la actividad emprendedora total para 31 países seleccionados.

Resumen del modelo					
R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la		
,519 ^a	0,269	0,123	5,80722		
a. Predictores: (Constante), factores de cultura					
ANOVA ^a					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	248,013	4	62,003	1,839	,161 ^b
Residuo	674,476	20	33,724		
Total	922,490	24			
a. Variable dependiente: TEA (Actividad emprendedora total)					
b. Predictores: (Constante), factores de cultura					
Factores	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Dev. Error	Beta		
(Constante)	6,35	7,78		0,82	0,42
Preferencia de una calidad de vida similar para todos	-0,19	0,12	-0,38	-1,55	0,14
Emprendimiento como elección de carrera deseable	0,22	0,10	0,62	2,13	0,05
Concepción de los emprendedores exitosos en elevado estatus y respeto	0,04	0,11	0,08	0,33	0,75
Difusión de los emprendedores exitosos en los medios	-0,03	0,13	-0,06	-0,21	0,83

Variable dependiente: Actividad Emprendedora Total¹

Nota. Elaboración propia con data del GEM APS 2021. En el análisis se tuvieron en cuenta los 31 países con la data completa en los factores relacionados.

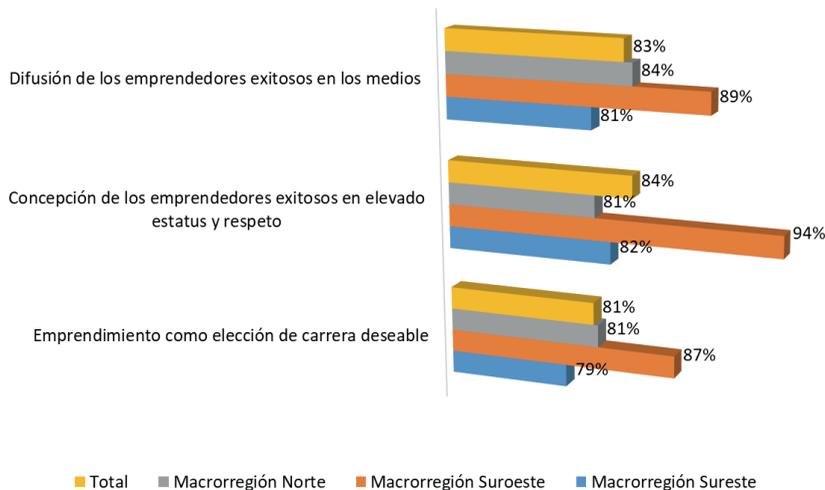
De manera congruente con la revisión bibliográfica mostrada en los anteriores apartados, donde se menciona que ciertas regiones presentan una mayor cultura emprendedora que otras generando una incidencia positiva en el emprendimiento, las cifras obtenidas por el GEM 2021 a nivel de macrorregiones demuestran que la región del suroeste dominica-

¹ TEA: es la medida principal del espíritu emprendedor de GEM, se compone de emprendedores nacientes y nuevos emprendedores. 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.

no goza de mejores indicadores para generar una cultura emprendedora (véase figura 2).

Figura 2

Factores de los valores sociales por macrorregión calificados por la población adulta (Top Two Boxes) de cada macrorregión dominicana



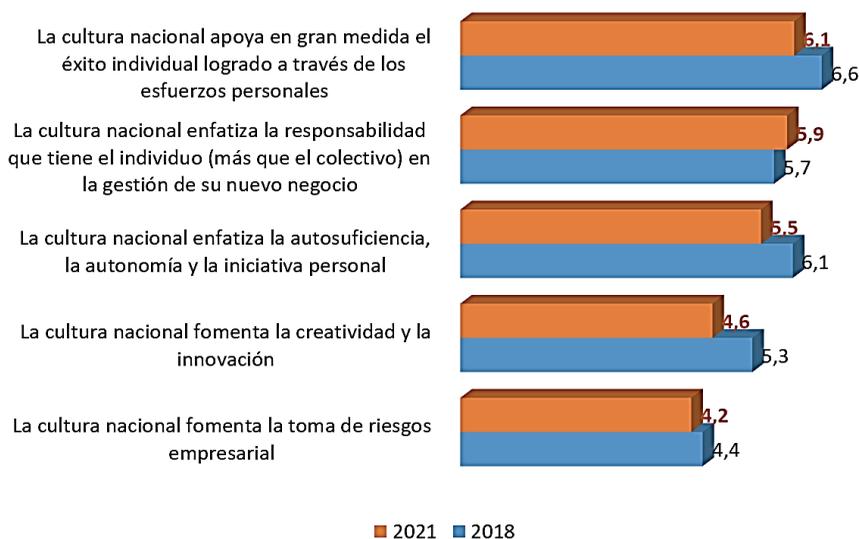
Nota. Elaboración propia con data del GEM APS 2021. Datos ponderados por sexo y rango de edad. El valor del Top Two Boxes corresponde a la suma de “De acuerdo” + “Totalmente de acuerdo”.

Lo anterior sugiere que se han desarrollado creencias diferentes según el territorio, siendo la macrorregión 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 era 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, incluyendo una mayor densidad y calidad de proveedores, la infraestructura física, el acceso a servicios públicos, un mayor presupuesto del gobierno, las redes colaborativas, la mano de obra disponible mejor capacitada y la disponibilidad de otros recursos, tales como los financieros.

A manera de contraste, según la opinión de los expertos consultados en el estudio GEM 2021, 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. Sin embargo, la puntuación en cultura creativa y de innovación se encuentra en un nivel relativamente bajo (véase figura 3).

Figura 3

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



Nota. Elaboración propia, con base en la data NES GEM 2018 y 2021.

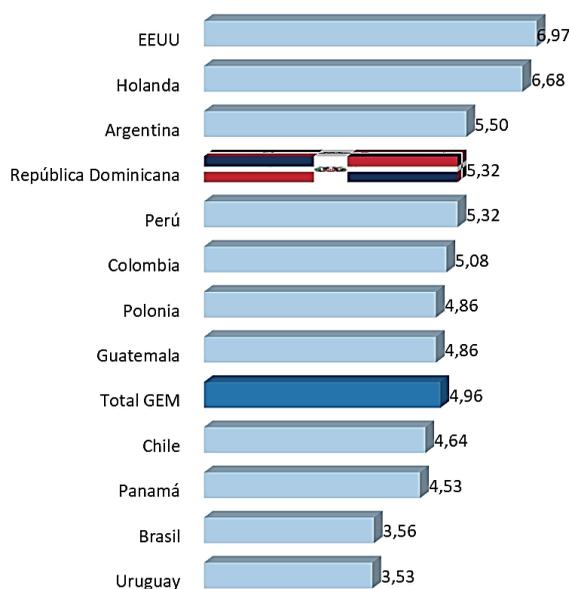
De manera descriptiva se puede observar también una reducción en las calificaciones de 2021 frente a 2018 en la mayor parte de los factores, sugiriendo se podría mejorar esta importante dimensión del entorno emprendedor.

Si se adhiere a este análisis el desempeño de los otros 50 países participantes, los expertos asignan un puntaje de 5.3 a República Dominicana en escala de 1 a 9 (véase figura 4) en el factor de fomento a la creatividad y la innovación, valor superior a la mayor parte de otros países de la región, aunque por debajo de los referentes mencionados en el presente documento, validando una oportunidad de mejora.

Para validar lo anterior, el Índice Global de Innovación califica a República Dominicana en el puesto 99 en evidencias de conocimiento y tecnológicas, y en el lugar 82 en evidencias creativas, en la medición que se realizó con 130 economías en el año 2020 (World Intellectual Property Organization, 2020).

Figura 4

Calificación por los expertos de cada país en que la cultura nacional promueve la creatividad y la innovación (valores de la media, en escala de 1 a 9)

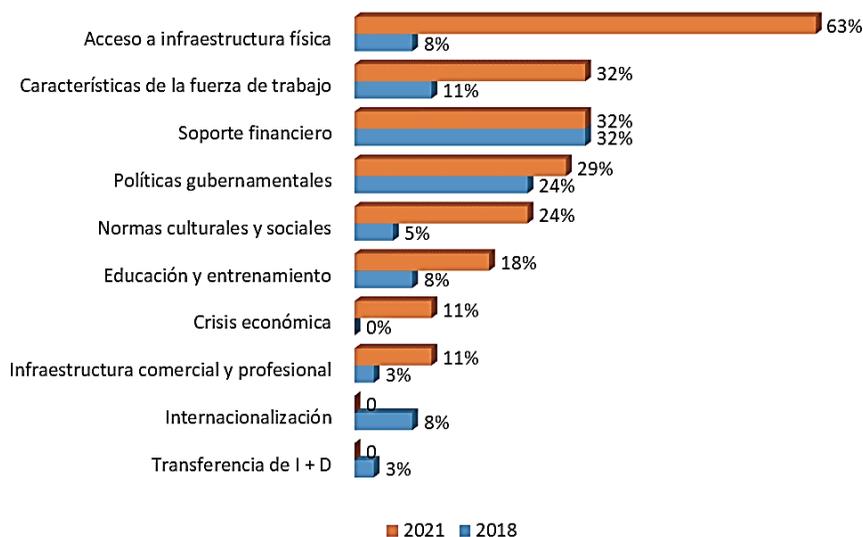


Nota. Elaboración propia, con base en la data NES GEM 2021.

Sin embargo, los mismos expertos consideraron el acceso a la infraestructura física como uno de los factores de fomento del entorno emprendedor con mejor desempeño, demostrando el positivo impacto de la inversión de los últimos gobiernos en este rubro del gasto. Pero a la transferencia de investigación y desarrollo, como a los procesos de internacionalización, en una nula consideración como fomento, acarreado como resultado el bajo nivel de innovación calificado por el Índice Global de Innovación referido en la revisión bibliográfica.

Figura 5

Porcentaje de expertos que consideran que los factores mencionados son fomentados en República Dominicana



Nota. Elaboración propia, con base en la data NES GEM 2018 y 2021.

Conclusiones

La cultura emprendedora de República Dominicana logra un nivel elevado desde la arista de la población adulta, puesto que concibe el emprendimiento como una opción de carrera deseable, explicando en gran parte la actividad emprendedora del país. De manera equivalente, más de la mitad de los expertos consultados opinan que la cultura nacional promueve la creatividad y la innovación, pero también consideran que la transferencia en Investigación y Desarrollo (I+D) y, por ende, la internacionalización, no han sido factores de fomento en los últimos tres años. Por ello, el país cuenta con grandes oportunidades de mejorar su entorno de innovación, requiriendo una mayor y suficiente inversión en Investigación y Desarrollo que garantice la inclusión de las nuevas empresas con enfoque en tecnología, así como la institucionalización de las iniciativas del sector público en pro de reducir la brecha de desa-

rollo tecnológico entre las grandes empresas y las PYMEs. Para ello, un catalizador importante son las universidades, las cuales podrían formar parte de equipos o mesas de trabajo que articulen los esfuerzos de cada industria, el gobierno central y gobiernos provinciales para la formación y fortalecimiento de clústeres, centros de investigación o parques de creatividad que mejoren el entorno de innovación del país.

Un gobierno puede mejorar su entorno emprendedor estimulando la creación de nuevos negocios por medio de infraestructura física, financiación, formación de redes colaborativas y de apoyo, no obstante, el emprendimiento con innovación, que asegure su sostenibilidad financiera, debe partir de un entorno que garantice alivios tributarios a quienes ingresen a sectores de valor agregado tecnológico, con generación de acceso gratuito a redes, subsidio del uso de tecnología digital y promoción de comisiones comerciales en mercados externos; para ello se requiere una inversión nacional suficiente en Investigación y Desarrollo.

En el caso de República Dominicana se abre la oportunidad de mejorar los elementos componentes del ecosistema emprendedor, con mayor énfasis en las macrorregiones norte y sureste, aspecto donde intervendrían los actores centrales y regionales que inciden en el entorno emprendedor. Esta misma oportunidad ha sido capitalizada por algunas regiones de ciertos países, que 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. Al respecto, tal y como se mencionó en la revisión bibliográfica, uno de los casos más destacados es Silicon Valley, sobre la cual los 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 nuevas empresas (Lee et al., 2000). Si se tienen en cuenta las vicisitudes u oportunidades presentadas por la pandemia, las grandes empresas vinculadas a sectores de la Cuarta Revolución Industrial (tecnología y comercio *online*) crecieron en su capitalización de mercado. Algunas de estas compañías cerraron tiendas alrededor del mundo, pero crecieron sus ventas en línea, tales como Amazon y Apple. Microsoft, por medio del teletrabajo, impulsó más el

cloud computing y Tesla ha estado cambiando su flotilla de vehículos eléctricos por sus modelos de autoconducción, elevando exponencialmente sus acciones (Ernst & Young, 2020).

Referencias

- Aghion, P. y Howitt, P. (1998). *Endogenous Growth Theory*. The MIT Press.
- Alcaldía de Medellín. (2021). *Medellín ya tiene la sede del centro para la Cuarta Revolución Industrial más grande del país que beneficiará a 8.000 estudiantes*. [2021-08-02]. <https://www.medellin.gov.co/irj/portal/medellin?NavigationTarget=contenido/10523-Medell%C3%ADn-ya-tiene-la-sede-del-centro-para-la-Cuarta-Revoluci%C3%B3n-Industrial-m%C3%A1s-grande-del-pa%C3%ADs-que-beneficiar%C3%A1-a-8.000-estudiantes>
- Barna Management School. (2019). *Investigación con emprendedores Parte 1: Caracterización*. Working paper.
- Bernal, A. & Cárdenas, A. (2017). Evaluación del potencial emprendedor en escolares: Una investigación longitudinal. *Educación XX1*, 20(2), 73-94. <https://www.redalyc.org/pdf/706/70651145003.pdf>
- Beugelsdijk, S. & Smeets, R. (2008). Entrepreneurial Culture and Economic Growth: Revisiting McClelland's Thesis. *American Journal of Economics and Sociology*, 67(5), 934. https://www.academia.edu/14032966/Entrepreneurial_Culture_and_Economic_Growth_Revisiting_McClellands_Thesis.
- Castillo, M., Batista, R. & Zuñiga, A. (2017). The Relationship between Culture and Entrepreneurship: From Cultural Dimensions of GLOBE Project. *Revista ESPACIOS*, 38(34), 12. ISSN 0798 1015.
- Chalmers, D., MacKenzie, N. & Carter, S. (2020). Artificial Intelligence and Entrepreneurship: Implications for Venture Creation in the Fourth Industrial Revolution. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1042258720934581><https://www.researchgate.net/>

publication/341592237_Artificial_Intelligence_and_Entrepreneurship_Implications_for_Venture_Creation_in_the_Fourth_Industrial_Revolution/link/5ec8d0ad299bf1c09ad5b74f/download

- Chandler, G (2011). Causation and effectuation processes: A validation study. *Journal of Business Venturing*, 26(2011), 375–390.
- Davis, M., Hall, J. & Mayer, P. (2015). Developing a new measure of entrepreneurial mindset: Reliability, validity, and implications for practitioners. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 68(1), 24. https://www.researchgate.net/publication/283452384_Developing_a_new_measure_of_entrepreneurial_mindset_Reliability_validity_and_implications_for_practitioners
- Demirdag, İ. & Eraydin, A. (2021). Explaining regional differences in firm formation rates: how far are government policies important for entrepreneurship? *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(2), 254-281. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JEEE-02-2020-0040/full/html>
- Engle, R. L., Dimitriadi, N., Gavidia, J. V., Schlaegel, C., Delanoe, S., Alvarado, I., et al. (2010). Entrepreneurial intent: A twelve-country evaluation of Ajzen's model of planned behavior. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 16(1), 35-57.
- Fernández-Serrano, J., & Liñán, F. (2014). Culture and Entrepreneurship: The Case of Latin America. *Innovar*, 24(Edición Especial), 169-180. <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v24nspe/v24nspe14.pdf>.
- Ernst & Young. (2020). *Las empresas ganadoras en tiempos de pandemia*. Recuperado de https://www.ey.com/es_sv/covid-19/las-empresas-ganadoras-en-tiempos-de-pandemia.
- Fritsch, M. & Wyrwich, M. (2016). The effect of entrepreneurship on economic development—an empirical analysis using regional entrepreneurship culture. *Journal of Economic Geography*, 17(1), 157–189. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbv049>.
- Fueglistaller, U., Müller, C., Müller, S. and Volery, T. (2012). Entrepreneurship: Modelle – Umsetzung – Perspektiven mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, Springer Fachmedien, Wiesbaden. <https://www.researchgate.net/publica->

tion/339597525_Entrepreneurship_Modelle_-_Umsetzung_-_Perspektiven_Mit_Fallbeispielen_aus_Deutschland_Osterreich_und_der_Schweiz

- Gasse, Y. & Tremblay, M. (2011). Entrepreneurial Beliefs and Intentions: A Cross-Cultural Study of University Students in Seven Countries. *International Journal of Business* 16(4), 311. https://www.researchgate.net/publication/268435424_Entrepreneurial_Beliefs_and_Intentions_A_Cross-Cultural_Study_of_University_Students_in_Seven_Countries.
- George, G., Merrill, R. & Schillebeeckx, S. (2020). Digital Sustainability and Entrepreneurship: How Digital Innovations Are Helping Tackle Climate Change and Sustainable Development. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 45(5), 999-1027. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1042258719899425>
- Government of the Netherlands (2021). *The government supports entrepreneurs*. <https://www.government.nl/topics/enterprise-and-innovation/the-government-supports-entrepreneurs>.
- Grégoire, D., Corbett, A. & McMullen, J. (2011). The cognitive perspective in entrepreneurship: An agenda for future research. *Journal of Management Studies*, 48(6), 1443-1477.
- Harayama, Y. (1998). *Private incentive and the role of government in technology advancement: Silicon Valley*. Stanford University and the Federal Government. University of Geneva. Disponible en: <https://web.stanford.edu/dept/HPS/TimLenoir/SiliconValley99/Harayama/SVResearch.pdf>
- Isenberg, D. (2011). The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: principles for cultivating entrepreneurship. Babson Entrepreneurship Ecosystem Project, *Babson College*, Babson Park, MA. May 11, 2011, 13. <http://www.innovationamerica.us/images/stories/2011/The-entrepreneurship-ecosystem-strategy-for-economic-growth-policy-20110620183915.pdf>
- Jenkins, A. (2018). Motivated but not starting: How fear of failure impacts entrepreneurial intentions. *Small Enterprise Research*, February 2018, 1. https://www.researchgate.net/publication/320541680_

Motivated_but_not_starting_How_fear_of_failure_impacts_entrepreneurial_intentions

- Kautonen, T., van Gelderen, M. & Tornikoski, E. T. (2011). Predicting entrepreneurial behaviour: a test of the theory of planned behaviour. *Applied Economics*, 45(6), 697-707. https://www.academia.edu/12828203/Predicting_entrepreneurial_behaviour_a_test_of_the_theory_of_planned_behaviour
- Krueger, N. & Lawrence, A. (2021) A case of mistaken (role) - identity? Envisioning entrepreneurial role demands. *Journal of the International Council for Small Business*, 2(1), 30-41, Doi: 10.1080/26437015.2020.1861915.
- Kushida, K. (2015). A Strategic Overview of the Silicon Valley Ecosystem: Towards Effectively “Harnessing” Silicon Valley. *Stanford University*. SVNJ Working Paper. https://fsi-live.s3.us-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/strategic_overview_of_sv_ecosystems.pdf.
- Lee, Ch., Miller, W. Gong, M., Hancock, H. & Rowen, S. (2000). The Silicon Valley Edge: A Habitat for Innovation and Entrepreneurship. *Stanford University Press*, Stanford. Paperback ISBN: 9780804740630. <https://www.sup.org/books/title/?id=702>
- McGrath, R. & MacMillan, I. (2000). *The Entrepreneurial Mindset: Strategies for Continuously Creating Opportunity in an Age of Uncertainty*. Harvard Business School.
- Nambisan S. (2017). Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029-1055. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/etap>.
- OECD. (2014). Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship, *OECD, Paris*. <https://www.oecd.org/cfe/leed/Entrepreneurial-ecosystems.pdf>.
- Porter, M. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press.
- Prasetyo, E. (2019). Role of Entrepreneurial Culture as the Driver of Economic Growth. *International Journal of Economics and Financial Issues*. 9(3), 237-243. https://www.researchgate.net/publication/353807706_International_Journal_of_Economics_and_Financial_Issues_The_Effect_of_Public_Investment_

on_the_Cycle_and_Economic_Growth_A_Simple_Theoretical_Model

- Romer, P. (1991). El cambio tecnológico endógeno. *El Trimestre Económico*, 58(231(3), 441-480. <https://www.jstor.org/stable/23397462>
- Romero, J. (2012). Entrénate para emprender. *Bogotá Emprende*. <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/1230/Documento%20resumen.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Ropposch, C, Stiegler, E. & Gubik, C. (2021). Digital Entrepreneurs and the Origin of their Business Models. *Journal of Business Models*, 9(1), 43-51. <https://bdbib.javerianacali.edu.co:2070/docview/2555686729/DCEE8C5463D74860PQ/79?accountid=207692>
- Ruiz Arroyo, M., Fuentes Fuentes, M. del M. & Ruiz Jiménez, J. (2014). Análisis del emprendedor potencial: Integración de cognitivos y relacionales. *Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas (AJOICA)*, (12), 37-51.
- Rzepka, A., Olesiński, Z. & Jędrych, E. (2021). *Self-Management, Entrepreneurial Culture, and Economy 4.0: A Contemporary Approach to Organizational Theory Development*. Routledge. <https://www.routledge.com/Self-Management-Entrepreneurial-Culture-and-Economy-40-A-Contemporary/Rzepka-Olesinski-Jedrych/p/book/9781032081205>
- Safari, A. & Abzari, M. (2009). The Role of Culture on Entrepreneurship Development. *The International Journal of Knowledge, Culture, and Change Management: Annual Review*, 9(4), 134-154. https://www.researchgate.net/publication/290313613_The_role_of_culture_on_entrepreneurship_development_Case_study_Iran
- Sarasvathy, S. (2003). *Effectuation: elements of entrepreneurial expertise*. https://www.researchgate.net/profile/Saras-Sarasvathy/publication/228786046_Effectuation_Elements_of_Entrepreneurial_Expertise/links/00b7d52ccfae8bf8faaa000000/Effectuation-Elements-of-Entrepreneurial-Expertise.pdf
- Schumpeter, J. (1952). *Capitalismo, socialismo y democracia*. Aguilar.
- Stam, E. (2014). The Dutch Entrepreneurial Ecosystem. Project: En-

- trepreneurial Ecosystems. *SSRN Electronic Journal*. January 2014. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2473475
- Stuetzer, M., Audretsch, D., Obschonka, M., Gosling, S., Rentfrow, P. & Potter, J. (2018). Entrepreneurial culture, knowledge spillovers, and the growth of regions. *Regional Studies*, 52(3), 19. https://www.researchgate.net/publication/313246285_Entrepreneurial_culture_knowledge_spillovers_and_the_growth_of_regions
- Syed, H. & Danish, A. (2020). Personal Entrepreneurial Attributes and Intentions to Start Business: The Moderating Role of Cultural. *International Journal of Human Resource Studies*, 10(1), 33: <https://macrothink.org/journal/index.php/ijhrs/article/view/15817>
- Vergara, S. (2021). *El papel de las capacidades productivas y tecnológicas en la dinámica de las exportaciones de los países en desarrollo*. Publicación de las Naciones Unidas. ISSN: 0252-0257 LC/PUB.2021/6-P.
- Wendt, J., Pashkov, S., Mydłowska, E. & Bógdał-Brzezińska, A. (2021). Political and Historical Determinants of the Differentiation of Entrepreneurial Ecosystems of Agritourism in Poland and Kazakhstan. *Sustainability*, 13(18), 10487. https://www.researchgate.net/publication/354756347_Political_and_Historical_Determinants_of_the_Differentiation_of_Entrepreneurial_Ecosystems_of_Agritourism_in_Poland_and_Kazakhstan
- World Intellectual Property Organization. (2021). *Global Innovation Index 2021*. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2021.pdf
- Wyrwich, M., Stuetzer, M. & Sternberg, R. (2016). Entrepreneurial role models, fear of failure, and institutional approval of entrepreneurship: a tale of two regions. *Small Business Economics*, Springer, 46(3), 25. https://www.researchgate.net/publication/288073810_Entrepreneurial_role_models_fear_of_failure_and_institutional_approval_of_entrepreneurship_a_tale_of_two_regions.