

# EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES DOMINICANOS

Resultados del Proyecto GUESSS 2021



**PUCMM**  
Pontificia Universidad Católica  
Madre y Maestra



Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey



Swiss Research Institute of Small Business  
and Entrepreneurship

University of St. Gallen

ISBN: 978-9945-603-81-1



Santo Domingo, República Dominicana, 2022

9 789945 603811



**PUCMM**  
Pontificia Universidad Católica  
Madre y Maestra



## EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES DOMINICANOS Resultados del Proyecto GUESSS 2021

**Guillermo van der Linde** guillermovanderlinde@pucmm.edu.do  
**Tamara Mera** tamaramera@pucmm.edu.do  
**Rosa Y. Ruiz** rosaruiz@pucmm.edu.do

ISBN: 987-9945-603-81-1

© Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra, 2022

### **Primera edición**

© Guillermo van der Linde, Tamara Mera y Rosa Y. Ruiz

© Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra

### **Diagramación**

Domingo Vargas

### **Corrección de estilo**

Irma Brunilda Frankenberg

### **Imagen de portada**

Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra, Santo Domingo.

Colección Investigación  
Departamento Editorial  
Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra  
Santo Domingo, República Dominicana

<http://www.pucmm.edu.do>

Prohibida la reproducción total o parcial, por cualquier medio o con cualquier propósito, sin la autorización escrita de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra.

# **El espíritu emprendedor de los estudiantes dominicanos**

Resultados del Proyecto **GUESSS** 2021

## Contenido

Resumen ejecutivo .....	1
1. Introducción .....	3
2. Características sociodemográficas de los participantes .....	8
3. Intenciones de carrera .....	10
4. Determinantes de la intención emprendedora .....	12
4.1 Fuerza de la intención emprendedora.....	12
4.2 El entorno universitario .....	13
4.3 El entorno familiar .....	16
4.4 El entorno social y cultural.....	17
5. Emprendedores nacientes .....	18
5.1 Aspectos generales.....	18
5.2 Características de las empresas nacientes .....	20
6. Emprendedores activos .....	21
6.1 Aspectos generales.....	22
6.2 Características de las empresas creadas.....	22
7. La empresa familiar.....	26
7.1 Aspectos generales.....	26
7.2 Características de las empresas creadas .....	27
7.3 Características de los sucesores .....	29
8. Consideraciones finales .....	31
9. Referencias .....	34

## Índice de figuras

Figura 1. Marco de investigación de GUESSS adoptado .....	3
Figura 2. Género de los estudiantes participantes .....	9
Figura 3. Nivel de formación de los estudiantes participantes. ....	9
Figura 4. Área del conocimiento del programa que cursan los estudiantes participantes.....	9
Figura 5. Intención de carrera a nivel nacional .....	10
Figura 6. Intención de carrera y por género a nivel nacional .....	11
Figura 7. Intención de carrera – República Dominicana vs. Internacional .....	11
Figura 8. Evolución de la intención de carrera por área de estudio.....	12
Figura 9. Atributos del índice de intención de emprender, R. Dominicana vs. Internacional.....	13
Figura 10. Fuerza de la intención emprendedora - República Dominicana vs. Internacional.....	13
Figura 11. Evaluación del entorno universitario para el emprendimiento, República Dominicana vs. Internacional .....	14
Figura 12. Atributos evaluados para estudiar la educación en emprendimiento, República Dominicana vs. Internacional .....	15
Figura 13. Calificación de la evaluación de aprendizaje sobre emprendimiento, República Dominicana vs. Internacional .....	16
Figura 14. Padres trabajando en empresa propia, a nivel nacional .....	16
Figura 15. Padres emprendedores e intención de carrera por rol, a nivel nacional.....	17
Figura 16. Calificación de la evaluación contexto social para el emprendimiento, R. Dominicana vs. Internacional.....	18
Figura 17. Emprendedores nacientes y activos, a nivel nacional .....	19

<b>Figura 18.</b> Emprendedores nacientes, República Dominicana vs. Internacional .....	19
<b>Figura 19.</b> Emprendedores nacientes por área del conocimiento del programa que cursan los estudiantes participantes, República Dominicana vs. Internacional .....	19
<b>Figura 20.</b> Actividades llevadas a cabo por los emprendedores nacientes para iniciar una empresa propia, R. Dominicana vs. Internacional .....	20
<b>Figura 21.</b> Sector económico donde pretende operar el emprendedor naciente, República Dominicana vs. Internacional .....	21
<b>Figura 22.</b> Cantidad de cofundadores entre emprendedores nacientes, República Dominicana vs. Internacional .....	21
<b>Figura 23.</b> Emprendedores activos, República Dominicana vs. Internacional .....	22
<b>Figura 24.</b> Emprendedores activos por área del conocimiento del programa que cursan los estudiantes participantes, República Dominicana vs. Internacional .....	22
<b>Figura 25.</b> Año de fundación de las empresas creadas por los emprendedores activos, República Dominicana y Global .....	23
<b>Figura 26.</b> Sector económico donde operan las empresas activas, República Dominicana.....	23
<b>Figura 27.</b> Porcentaje de participación en la propiedad del negocio, República Dominicana.....	24
<b>Figura 28.</b> Cantidad de cofundadores en los emprendedores activos, República Dominicana....	24
<b>Figura 29.</b> Número de empleados trabajando en la empresa a tiempo completo, República Dominicana.....	25
<b>Figura 30.</b> Desempeño de las empresas existentes en comparación con sus competidores, República Dominicana y global .....	26
<b>Figura 31.</b> Información general de la empresa familiar, a nivel nacional e internacional.....	27
<b>Figura 32.</b> Número de años de funcionamiento de la empresa familiar siendo los padres propietarios, República Dominicana vs. Internacional .....	27
<b>Figura 33.</b> Sector económico donde operan las empresas familiares, República Dominicana vs. Internacional .....	28
<b>Figura 34.</b> Número de empleados que trabajan en la empresa familiar, República Dominicana vs. Internacional .....	28
<b>Figura 35.</b> Desempeño de las empresas familiares en comparación con sus competidores, República Dominicana vs. Internacional.....	29
<b>Figura 36.</b> Dimensiones de rendimiento de la empresa de los padres en comparación con las empresas competidoras, República Dominicana vs. Internacional .....	29
<b>Figura 37.</b> Grado de intención de ser sucesor, República Dominicana vs. Internacional .....	30
<b>Figura 38.</b> Dimensiones del grado de intención de ser sucesor, República Dominicana vs. Internacional .....	30

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> Listado de países participantes en el proyecto GUESSS 2020.....	5
<b>Tabla 2.</b> Universidades y representantes del equipo GUESSS 2021 .....	7
<b>Tabla 3.</b> Distribución de encuestados por Universidad .....	7
<b>Tabla 4.</b> Edad de los estudiantes participantes .....	8
<b>Tabla 5.</b> Atributos evaluados para estudiar el entorno para el emprendimiento, a nivel nacional .	14
<b>Tabla 6.</b> Percepción de las asignaturas en emprendimiento .....	15
<b>Tabla 7.</b> Reacción de los grupos sociales respecto a la intención de carrera como emprendedor .....	17



# Resumen ejecutivo

Este informe muestra el estudio de la información recogida a través del Proyecto **GUESSS** *Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey* (en español ha sido traducido como Encuesta Mundial Sobre el Espíritu Emprendedor de los Estudiantes Universitarios). El **GUESSS** es un proyecto internacional, que inició en el año 2003 y es liderado actualmente por la Universidad de Bern y la Universidad de St. Gallen (Suiza). En esta edición, la novena del proyecto se contó con la participación de 58 países y más de 3,000 centros de estudios superiores, que generaron a su vez 267,366 respuestas completas.

El Proyecto **GUESSS** tiene como objetivo estudiar y documentar de manera sistemática la intención y actividad emprendedora de los estudiantes universitarios en diferentes países. Para dar respuesta a este propósito se aplica un cuestionario en línea, en todas las universidades participantes, que incluye preguntas agrupadas en tres grandes secciones: las intenciones de carrera (empleado o emprendedor); los determinantes de la intención emprendedora y el tipo de emprendedores ya sean estos nacientes, activos o de empresa familiar.

Cabe resaltar lo significativo que es para República Dominicana, ya que es la primera vez que participa en este proyecto. En esta primera versión contamos con la participación de tres universidades, con una muestra total de 594 observaciones.

Los resultados de este informe 2021 expresan que los alumnos de las instituciones de educación superior tienen escasas intenciones de ser emprendedores una vez hayan terminado sus estudios, y se reclinan a ser asalariados de una empresa ya sea privada, pública o una organización sin ánimo de lucro. Aunque, al indagárseles qué aspirarían estar realizando cinco años más tarde de su graduación, la mayoría se programan como emprendedores y un porcentaje menor se concibe como empleado.

La intención emprendedora es uno de los indicadores claves del proyecto **GUESSS**, el cual se describe como la fuerza o resolución que tienen los alumnos universitarios para crear su propia empresa en el futuro. Los resultados obtenidos en la muestra dominicana son que la fuerza de la intención emprendedora es de 3.97, en una escala de 1 a 7; mientras que, a nivel global, la cifra es de 2.32. Lo que evidencia la fuerte intención emprendedora de los estudiantes dominicanos. En otra vertiente, al considerar el ambiente para el emprendimiento a nivel familiar, social y universitario, se perciben ambientes propicios que estimulan a los alumnos para transformarse en emprendedores. De otra forma, cada uno de estos ambientes revelan las condiciones precisas para mediar de manera positiva en la decisión de abalanzarse a las actividades concernientes para dar inicio a su propia empresa.

En lo que corresponde a la relación entre los emprendedores nacientes y activos registrados en las universidades dominicanas, se pauta que, del total de entrevistados, la mayoría de estos (44.9 %) asegura que al momento de la recolección de la encuesta se hallaban ejecutando actividades adecuadas para dar inicio a un negocio propio. Por otro lado, un porcentaje menor (16.5 %) aseveró que al tiempo del levantamiento del estudio se hallaban gestionando su propia empresa (emprendedores activos). Es importante señalar que, tanto en la muestra dominicana como en la global, los estudiantes poseen pocas intenciones en transformarse en los sucesores de sus padres en la empresa familiar.

Para finalizar, las instituciones como los actores involucrados en el proyecto **GUESSS** República Dominicana 2022 invitan a los diferentes actores tanto públicos como privados, a que de una u otra manera aumenten

su interés en el tema de emprendimiento, a la academia y a los varios organismos de soporte para los emprendedores, a examinar con atención los resultados registrados en el presente informe, los cuales podrían servir como materia prima al tiempo de diseñar o evaluar políticas y estrategias para promover la creación de empresas por parte de los profesionales en la República Dominicana.

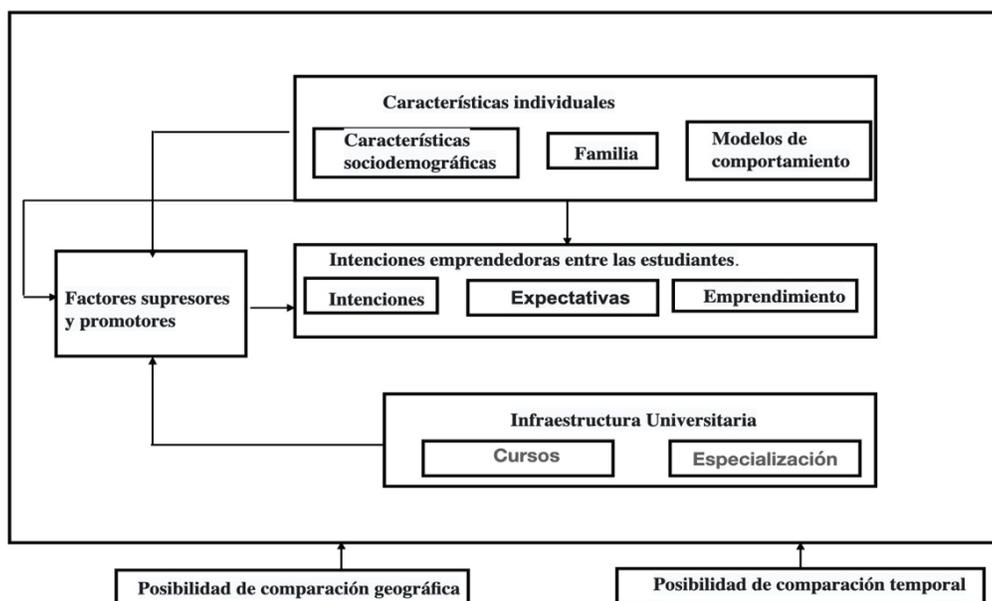
# 1. Introducción

El Proyecto **GUESSS** *Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey* inició en el año 2003 y es liderado al presente por la Universidad de Bern y la Universidad de St. Gallen (Suiza). En esta novena edición del proyecto, se contó con la participación de 58 países y más de 3,000 centros de estudios superiores, que generaron a su vez 267,366 respuestas completas.

El Proyecto **GUESSS** tiene como objetivo estudiar y documentar de manera sistemática la intención y actividad emprendedora de los estudiantes universitarios alrededor del mundo, a partir de un cuestionario en línea, que se aplica en todas las universidades participantes. El proyecto responde a cuatro objetivos específicos:

- Ejecutar un monitoreo sistemático de las intenciones y la actividad emprendedora de los estudiantes universitarios.
- Identificar los determinantes para la actividad emprendedora y la creación de empresas.
- Estudiar los tipos de emprendedores, ya sean estos nacientes, activos o de empresa familiar.
- Prestar atención y evaluar las actividades o acciones realizadas por las universidades en relación con la educación en emprendimiento.

**Figura 1. Marco de investigación de GUESSS adoptado**



Además, el proyecto **GUESSS** tiene el propósito de crear los siguientes valores para los diferentes actores o partes interesadas:

A los países participantes, identificando aspectos claves concernientes con las condiciones básicas existentes del contexto, para sembrar el espíritu emprendedor en la comunidad universitaria.

- A los centros de educación superior participantes, les permite evaluar la calidad y cantidad de su oferta académica, actividades y servicios en cuestiones de emprendimiento.
- A los estudiantes, que pueden favorecerse de la implantación de gestiones de mejora a largo plazo.
- A la academia en general, ofreciendo información de calidad para mejorar la toma de decisiones y los modelos teóricos de investigación.

El proyecto **GUESSS** se encuadra en los fundamentos de la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen (1991; 2002) y Fishbein y Azjen (1975).

De acuerdo con esta teoría, el principal predictor del comportamiento es la intención y apunta que la intención orientada a presentar un tipo específico de conducta está influenciada por tres factores: la actitud hacia dicho comportamiento, las normas subjetivas y el control conductual percibido. La teoría del Comportamiento Planificado no solo permite predecir el comportamiento, sino que también lo explica a través de las actitudes, habilidades y valores de los individuos.

La Teoría del Comportamiento Planificado es apropiada en fenómenos en los que no es fácil observar el comportamiento de manera explícita, o bien cuando dicho comportamiento se da en tiempos impredecibles, como es el caso del fenómeno emprendedor (Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000)). Así pues, esta teoría ha sido aprovechada y aplicada al campo de la investigación en emprendimiento, dada la necesidad de explicar los determinantes del comportamiento emprendedor y la importancia de la intención para predecir esta conducta (Ajzen, 2002).

Esta línea de estudio accede y permite, desde la perspectiva individual, a entender el proceso de toma de decisiones del emprendedor potencial (Krueger & Carsrud 1993; Fayolle & Liñán 2014).

De acuerdo con esta teoría, la probabilidad de que un sujeto actúe o se comporte de cierta forma dependerá de la intención de este individuo en cuanto a comprometerse con dicho comportamiento. Las intenciones se conforman a partir de tres tipos de creencias que hacen referencia a:

Las actitudes de las personas con respecto al resultado de su propio comportamiento. Para ello, la encuesta pregunta sobre los resultados esperados y los riesgos vinculados a las actividades empresariales.

La admisión de los resultados de acuerdo con las normas sociales del grupo de referencia. Los encuestados suministran información sobre sus percepciones sobre el asentimiento de la actividad empresarial por referentes importantes y sobre los valores culturales de su comunidad.

La percepción que tenga el individuo sobre el comportamiento lo conducirá posiblemente al resultado deseado.

La incorporación de estos tres tipos de afirmaciones da perfil a las intenciones de un individuo para comprometerse con un comportamiento. Del mismo modo, al unir estas intenciones con una oportunidad en el contexto adecuado, dará como consecuencia que el individuo exhiba su comportamiento particular (Ajzen, 2002).

Actualmente el proyecto **GUESS** es organizado y Gestionado a nivel internacional a través de la colaboración de la Universidad de St. Gallen y la Universidad de Bern (Suiza). El equipo de trabajo de estas universidades envía un cuestionario digital (en línea) a cada representante del equipo principal de los diferentes países participantes, quienes, a su vez, se encargan de la aplicación en la institución inscrita y de coordinar el trabajo de recolección de información en las demás universidades participantes.

Para la República Dominicana, el equipo que lidera el proyecto está formado por Guillermo van der Linde, Tamara Mera y Rosa Y. Ruiz, investigadores de la PUCMM. Este estudio se hace posible gracias a un proyecto interno de la Unidad de Investigación de la Escuela de Negocios del campus Santo Domingo. Este proyecto ha sido financiado por la PUCMM y ha contado con la cooperación de las universidades aliadas, Instituto Especializado de Estudios Superiores Loyola y Universidad APEC. El proceso de recolección de datos se hace a través de medios digitales, específicamente de la aplicación de una encuesta en línea, a los estudiantes participantes en las universidades que forman parte del proyecto.

En la tabla 1 se pueden observar los cincuenta y ocho (58) países participantes en el proyecto **GUESS** durante el año 2021, incluyendo el número de universidades participantes, así como el total de cuestionarios válidos.

**Tabla 1. Listado de países participantes en el proyecto GUESS 2020**

N.º	País	Respuestas completas	Porcentaje válido
1	Albania	434	.2
2	Australia	442	.2
3	Austria	3236	1.2
4	Belgium	2296	.9
5	Bolivia	2133	.8
6	Brazil	7738	2.9
7	Bulgaria	717	.3
8	Chile	10509	3.9
9	Costa Rica	5469	2.0
10	Colombia	12401	17.0
11	Croatia	1660	.7
12	Czech Republic	1871	.7
13	República Dominicana	594	.2
14	Ecuador	5085	1.9
15	El Salvador	768	.3
16	England	7	0
17	Estonia	406	.2
18	Finland	1094	.4
19	Germany	8199	3.1
20	Greece	1594	.6
21	Hungary	10104	3.8
22	Indonesia	2545	1

N.º	País	Respuestas completas	Porcentaje válido
23	Iraq	613	.2
24	Italy	3294	1.2
25	Japan	3494	1.3
26	Jordan	3237	1,2
27	Kazakhstan	2791	1.0
28	Korea	1220	.5
29	Lebanon	3224	1.2
30	Liechtenstein	107	.8
31	Lithuania	2154	.8
32	Mexico	6449	2.4
33	Marocco	1265	.5
34	Nepal	137	.1
35	Netherlands	713	.3
36	New Zealand	1902	.7
37	Nigeria	2093	.8
38	North Macedonia	175	.1
39	Norway	8	0
40	Pakistan	896	.3
41	Panama	5297	2.0
42	Peru	14948	5.6
43	Poland	6012	2.2
44	Portugal	3596	1.3
45	Qatar	121	0
46	Russia	5407	2
47	Saudi Arabia	2921	1.1
48	Slovakia	5754	2.2
49	Spain	98226	36.7
50	Sweden	388	.1
51	Tunisia	342	.1
52	Ukraine	43	0
53	Unites Arab Emirates	1345	.5
54	Uruguay	1843	.7
55	USA	60	.0
56	Iran	867	.3
57	Ireland	103	.0
58	Switzerland	6919	2.6
	Total	267366	100

El GUESSS respectivo a la República Dominicana recogió una muestra de 594 estudiantes, de tres instituciones de educación superior en las ciudades de Santo Domingo, San Cristóbal y Santiago. La tabla 2 muestra las instituciones participantes con sus respectivos representantes.

**Tabla 2. Universidades y representantes del equipo GUESSS 2021**

Ciudad	Universidad	Representante
San Cristóbal	Instituto Especializado de Estudios Superiores Loyola (IEESL)	Yris Esther Brito Ruiz
Santo Domingo	Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra	Guillermo van der Linde
Santiago		Tamara Mera Rosa Y. Ruiz
Santo Domingo	Universidad APEC (UNAPEC)	José Antonio Gil Sánchez

Por otro lado, la tabla 3 presenta el total de estudiantes encuestados por centro de educación superior:

**Tabla 3. Distribución de encuestados por Universidad**

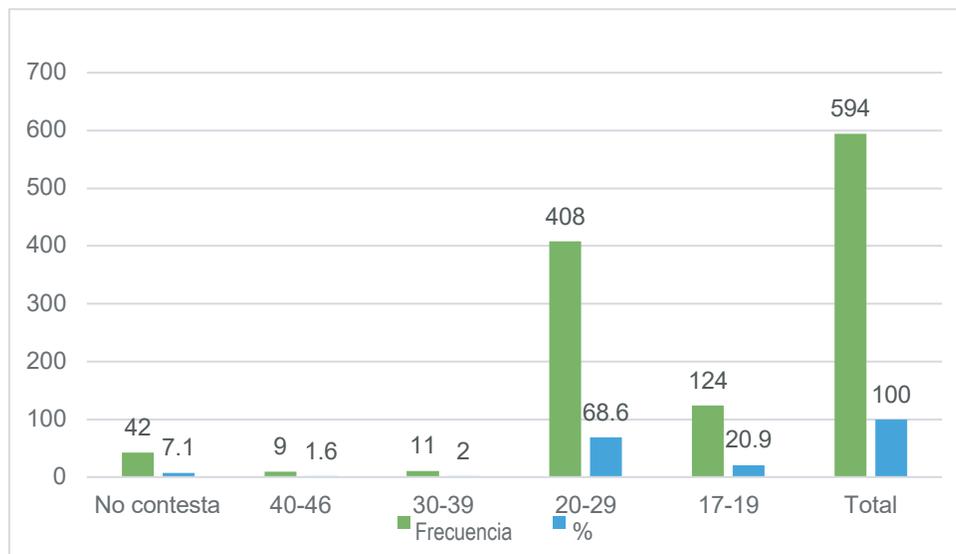
	Encuestados	%
Instituto Especializado de Estudios Superiores Loyola (IEESL)	43	7.2
Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra	282	47.5
Universidad APEC (UNAPEC)	264	44.4
Otras	5	0.8
Total	594	100

## 2. Características sociodemográficas de los participantes

En el siguiente acápite se exhibe la caracterización de los estudiantes que completaron el cuestionario en las diferentes universidades dominicanas colaboradoras del proyecto. Así mismo, en este acápite se establecen comparaciones entre las cifras logradas a nivel nacional. En la tabla 4 se puede observar la distribución de las edades de los estudiantes encuestados a nivel nacional:

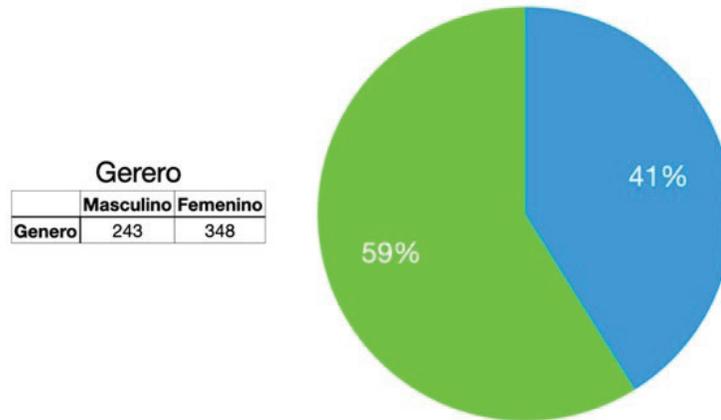
**Tabla 4. Edad de los estudiantes participantes**

Edad	Frecuencia	%
No contesta	42	7.1
40-46	9	1.6
30-39	11	2
20-29	408	68.6
17-19	124	20.9
Total	594	100



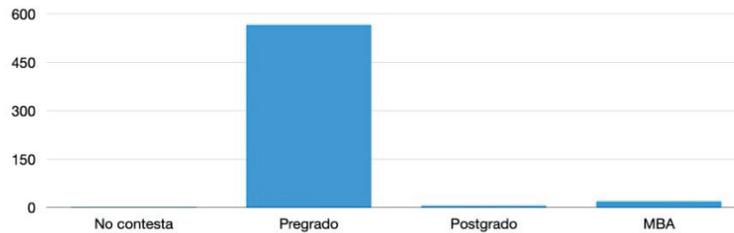
En la figura 2 se puede observar que el 59 % de los encuestados fueron del sexo femenino mientras que el 41 % fueron masculinos.

**Figura 2. Género de los estudiantes participantes**



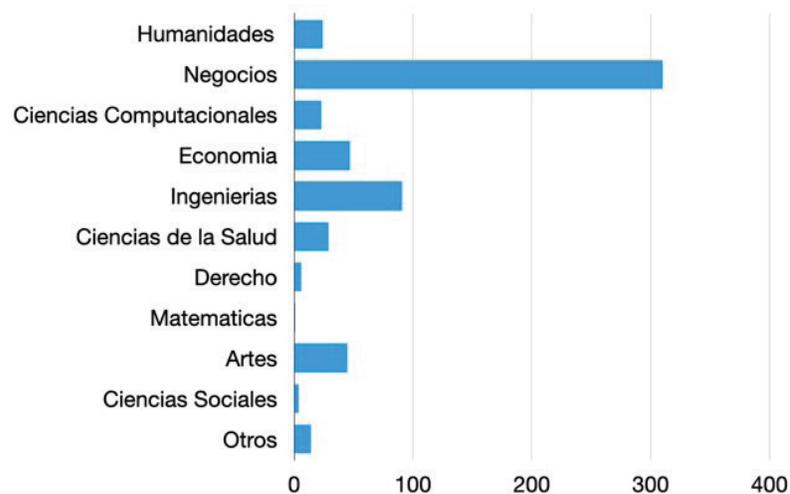
En la República Dominicana el nivel de formación de la gran mayoría de estudiantes participantes en la encuesta es de pregrado. (ver Figura 3).

**Figura 3. Nivel de formación de los estudiantes participantes.**



Con respecto a los programas que cursan los estudiantes encuestados, puede verse en la Figura 5 que la mayoría de los encuestados, en la República Dominicana, forman parte de áreas relacionadas con las Facultades de Ciencias Administrativas, Ingenierías y Ciencias Exactas. Ver figura 4.

**Figura 4. Área del conocimiento del programa que cursan los estudiantes participantes**



### 3. Intenciones de carrera

Como expresamos anteriormente, uno de los propósitos fundamentales del proyecto **GUESSS** es identificar las intenciones de carrera de los estudiantes universitarios, principalmente en el interés de crear su propia empresa. Para lograr esto, se exploran las intenciones de carrera al momento de su graduación y cinco años después de esta.

En la Figura número 5 se puede visualizar la intención de carrera manifiesta por los estudiantes una vez finalizados sus estudios y también su intención cinco años después de graduación. Esta intención se transparenta a través de diez posibles caminos profesionales que van desde ser emprendedores hasta ser empleados, bien sea en organizaciones privadas, públicas o sin ánimo de lucro.

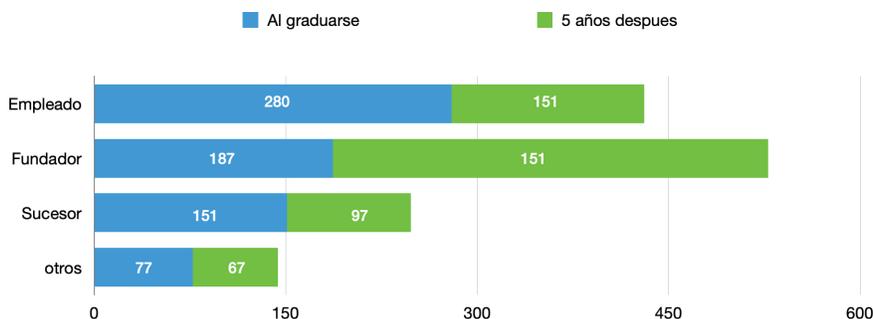
La mayoría de los estudiantes aspiran a convertirse en empleados de una empresa grande o mediana una vez terminen su carrera profesional y en una menor proporción expresan desear ser emprendedores en esta etapa de vida profesional.

Estas intenciones se revierten en el escenario de cinco años después de haberse obtenido la titulación de grado, en cuya fase la mayoría manifiestan el deseo de ser emprendedor y en menor cuantía, esperan ser empleados de una empresa, bien sea grande o mediana. Lo expresado anteriormente podría mostrar un deseo de los estudiantes por adquirir experiencia profesional y contactos para luego fundar su propia empresa.

Para proveer el análisis, las intenciones de carrera explicadas anteriormente fueron agrupadas en cuatro categorías: empleado, fundador, sucesor y otros. Los resultados se observan en la Figura 5, donde puede verse la elevada intención de los estudiantes de trabajar como empleados al graduarse y cinco años después de terminar sus estudios poseen la intención de fundar su propio negocio.

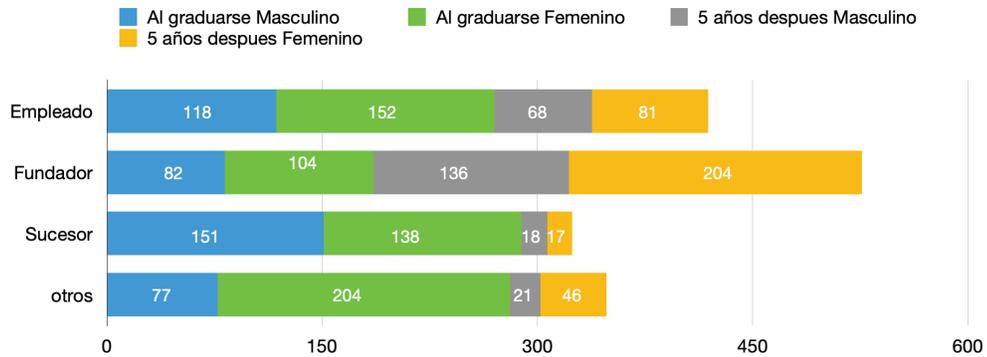
Es importante resaltar que tanto al momento de graduarse, como cinco años después, el porcentaje de encuestados que aspiran a convertirse en sucesores están por debajo de cinco (5 %).

**Figura 5. Intención de carrera a nivel nacional**



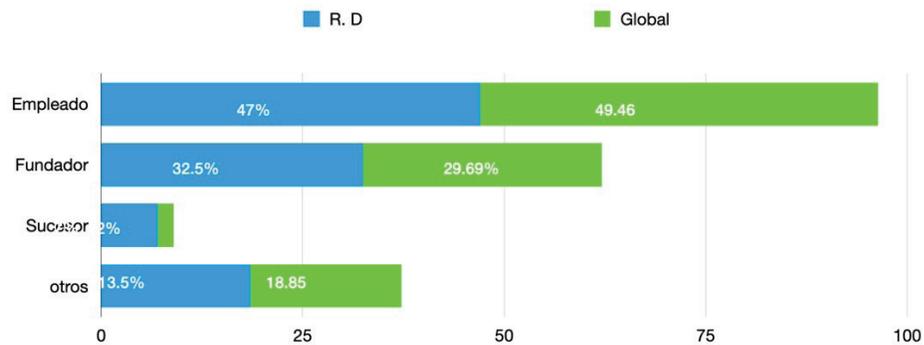
Realizando un detalle más exhaustivo, se ejecuta un contraste entre la intención de carrera por género (ver Figura 6). Puede observarse que, al momento de la graduación, el porcentaje de mujeres que están dispuestas a buscar empleo es mayor al porcentaje de hombres que también se inclinan por esa opción. Además, al prestar atención a las intenciones de carrera cinco años después del grado, puede verse que la intención de ser empleado o de ser emprendedor es similar para ambos géneros.

**Figura 6. Intención de carrera y por género a nivel nacional**



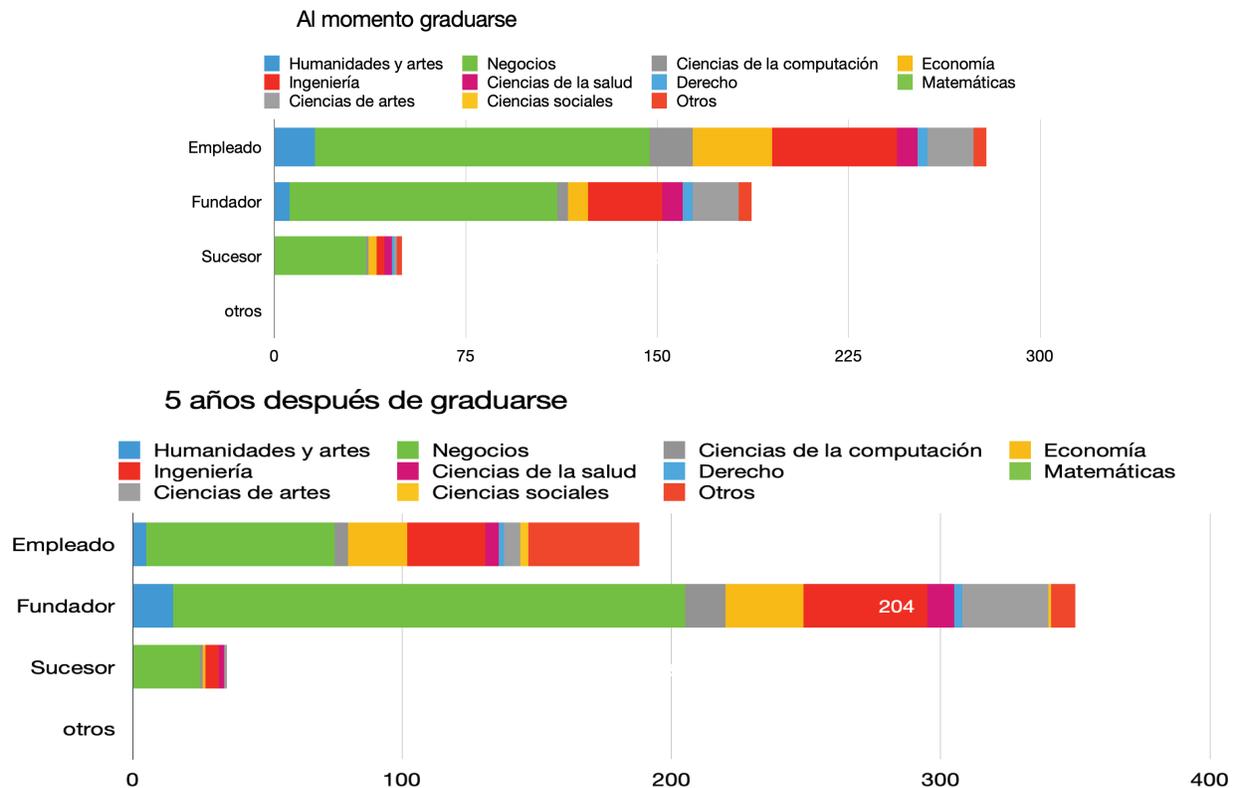
Realizando una comparación de las intenciones de carrera a nivel nacional y global, la Figura 7, nuevamente demuestra que la principal intención de los estudiantes encuestados al momento de graduarse es la de convertirse en empleados y que cinco años después anhelan a fundar su empresa, presentándose, algunas diferencias entre la muestra dominicana y la global.

**Figura 7. Intención de carrera – República Dominicana vs. Internacional**



Reflexionando sobre el hecho de que el área de estudio del estudiante puede ser un factor determinante en su intención de crear empresa, la figura 8 muestra la evolución de la intención de carrera al finalizar los estudios de grado y cinco años después atendiendo al área de formación disciplinar que se cursa. Como ya se mencionó anteriormente, la mayor intención de carrera al graduarse es ser empleado. Se destaca que los universitarios del área de Negocios muestran la mayor intención de fundar un negocio tanto al momento de terminar los estudios, así como cinco años después.

Figura 8. Evolución de la intención de carrera por área de estudio



## 4. Determinantes de la intención emprendedora

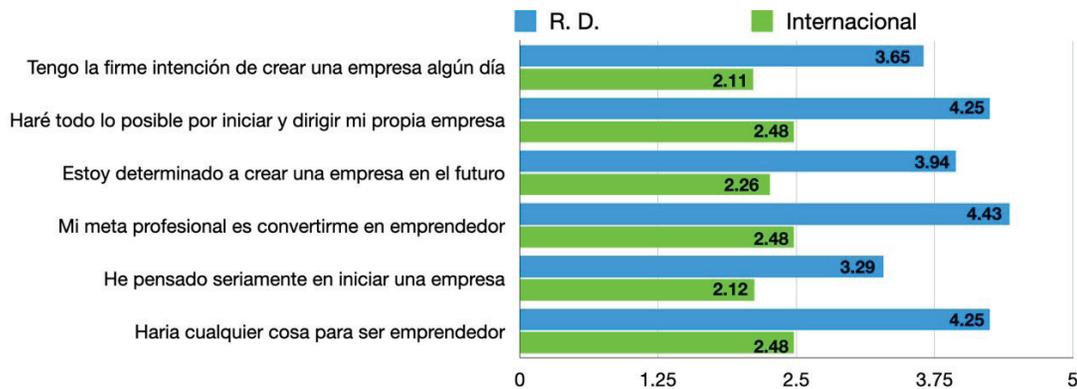
Asumiendo la importancia del beneficio en cuanto a entender cuáles son los determinantes del propósito emprendedor de los estudiantes universitarios, en el capítulo mostrado a continuación se examinan variables tales como la fuerza de dicha intención, el contexto universitario y el familiar, los motivos personales, así como el entorno social y cultural.

### 4.1 Fuerza de la intención emprendedora

La metodología del proyecto GUESSS computa la fuerza de la intención emprendedora como una función fruto de preguntas, a través de las cuales los alumnos muestran su nivel de acuerdo o desacuerdo con una serie de afirmaciones que tienen como propósito obtener su intención de transformarse en emprendedores en el futuro (Liñán & Chen, 2009). De esta forma, se forja una medida agregada de intención emprendedora fruto del cómputo de la media de seis preguntas en escala Likert, de 1 (muy en desacuerdo) a 7 (muy de acuerdo).

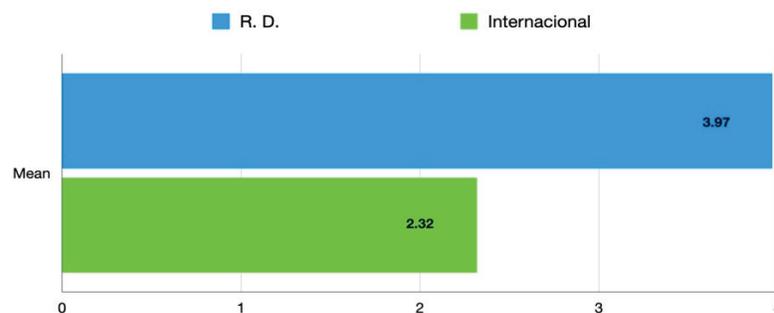
A continuación, se muestra que todas las valoraciones de los estudiantes dominicanos están por encima de la valoración internacional (ver figura 9).

**Figura 9. Atributos del índice de intención de emprender, República Dominicana vs. Internacional**



Al visualizar la fuerza de la intención emprendedora a nivel agregado (Figura 10), puede apreciarse que este valor en los estudiantes universitarios dominicanos es de 3.97, mientras que lo observado a nivel internacional es de 2.32.

**Figura 10. Fuerza de la intención emprendedora - República Dominicana vs. Internacional**



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados

## 4.2 El entorno universitario

Estudios científicos divulgan que existen diferencias significativas entre los niveles de actitudes e intención emprendedora de los estudiantes que participan y los que no participan en programas para el emprendimiento (Fayolle y Liñán 2014).

Respecto al ambiente universitario, la metodología GUESSS consume su evaluación promediando la apreciación obtenida en tres atributos valorados por los estudiantes en una escala de 1 (muy en desacuerdo) a 7 (muy de acuerdo). Estos atributos se pueden observar en la Tabla 5.

De igual manera, en la Tabla 5 podemos observar que en relación con el contexto universitario el ítem de “El entorno de mi universidad me inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios” fue el mejor calificado con una puntuación de 5.03. Le siguen los demás atributos con calificaciones de 4.73 y 4.36, en su orden. Se destaca que todos los atributos tuvieron calificaciones superiores a 4.5, lo que indica que los estudiantes perciben que las universidades que participaron en el GUESSS R.D. cuentan con un entorno adecuado y que facilita las actividades de creación de empresas.

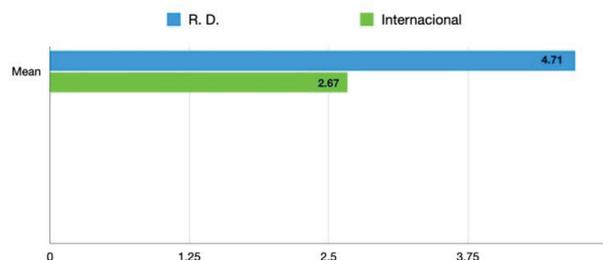
**Tabla 5. Atributos evaluados para estudiar el entorno para el emprendimiento, a nivel nacional**

Variable	Media	Desviación Estándar
El entorno de mi universidad me inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios	5.03	4.06
En mi universidad existe un clima favorable para convertirme en emprendedor	4.36	10.57
En mi universidad, los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras	4.73	10.6

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados*

Del mismo modo, la Figura 11 muestra una comparación de la percepción del ambiente universitario de los estudiantes dominicanos y los estudiantes a nivel global. Se puede observar que la percepción del entorno universitario observado en la República Dominicana para el año 2021 alcanzó un puntaje 4.71 superior al observado a nivel global de 2.67.

**Figura 11. Evaluación del entorno universitario para el emprendimiento, República Dominicana vs. Internacional**

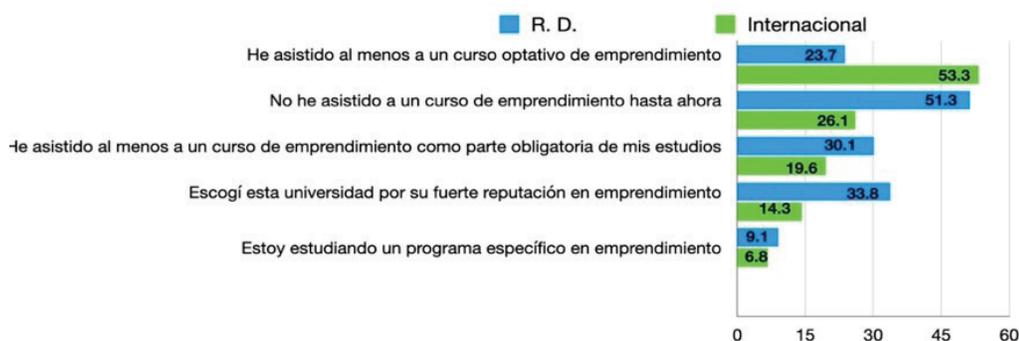


*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados*

Al cuestionar a los alumnos dominicanos sobre las asignaturas que han cursado en contenidos concernientes con el emprendimiento, 23.7 % de los encuestados aseveran que han asistido por lo menos a una asignatura electiva relacionada con el tema del emprendimiento, número inferior a la expuesta a nivel internacional (53.3 %). Por otro lado, el 51.3 % de los estudiantes dominicanos ratificaron que hasta el momento no han asistido ni a una sola materia en el tema, cifra que es de 53.6 % en los estudiantes globales. De la misma forma, es interesante destacar que en la República Dominicana se obtiene un 60 % por encima, en comparación con la muestra global, de los alumnos que han escogido su universidad por su notoriedad en emprendimiento.

No obstante, estas cifras no guardan relación con la fuerte intención de crear empresa, comprobada en acápite anterior en este documento. Lo anterior admitiría inferir que un alto porcentaje de las empresas o negocios creados por universitarios, tanto a nivel nacional como global, fueron establecidos sin que los fundadores hayan recibido educación formal en emprendimiento. Este contexto se realza al observar que tan solo el 9.1 % y 6.8 % de los estudiantes a nivel nacional y global que formaron parte del proyecto declararon que estaban estudiando un programa específico en emprendimiento (ver Figura 12).

**Figura 12. Atributos evaluados para estudiar la educación en emprendimiento, República Dominicana vs. Internacional**



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados

Con el fin de apreciar mejor la eventual relación entre la educación en emprendimiento y la intención de crear empresas, se cuestionó a los estudiantes sobre cinco propiedades relacionadas con el aprendizaje logrado al acudir a cursos orientados en el tema.

Así, la Tabla número 6 muestra una evaluación positiva de parte de los alumnos en relación con las materias en emprendimiento cursadas en las universidades. Precisamente declaran que las materias y servicios prestados por la universidad “*augmentaron mi entendimiento de las actitudes, los valores y las motivaciones de los emprendedores*” con un promedio de 5.3. Mientras que el atributo de “*augmentaron mi habilidad para desarrollar redes*” fue el peor calificado, con una calificación de 3.23.

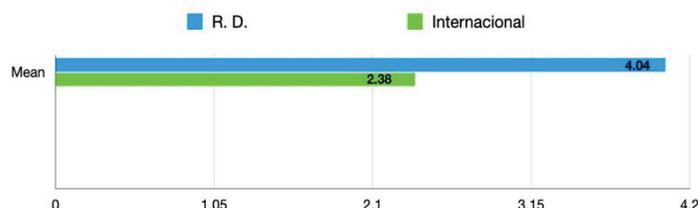
**Tabla 6. Percepción de las asignaturas en emprendimiento**

Variable	Media	Global
Aumentaron mi entendimiento de las actitudes, los valores y las motivaciones de los emprendedores	5.30	3.95
Aumentaron mi entendimiento de las acciones que una persona tiene que llevar a cabo para iniciar un negocio	4.30	2.23
Aumentaron mis habilidades prácticas administrativas/de gestión para poder iniciar un negocio	3.59	2.00
Aumentaron mi habilidad para desarrollar redes	3.23	1.97
Aumentaron mi habilidad para identificar una oportunidad	3.65	1.75

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados

Promediando la apreciación de los ítems anteriores, nuevamente se revela que los estudiantes dominicanos describen con una mejor percepción del entorno para emprender (4.04), que los estudiantes a nivel internacional (2.38) (ver Figura 13).

**Figura 13. Calificación de la evaluación de aprendizaje sobre emprendimiento, República Dominicana vs. Internacional**



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados

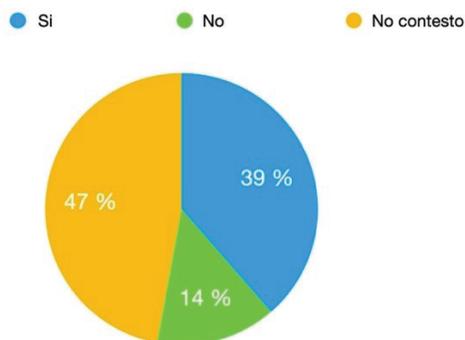
### 4.3 El entorno familiar

La influencia de los padres emprendedores en las intenciones y acciones emprendedoras de los hijos se explica comúnmente por las características del núcleo familiar. En efecto, se citan como aspectos promotores hacia una actitud e intención emprendedora la capacidad, por parte de la familia del individuo, para proporcionarle acceso a recursos financieros y no financieros, así como por la transmisión consciente e inconsciente de valores y ciertos comportamientos (Laspita et al., 2012; Schoon y Duckworth, 2012; Sørensen, 2007). Además, la familia ha sido representada como un contexto de aprendizaje (Hamilton, 2011) que marca la próxima generación (Mathias et al., 2015).

Dicho de otra manera, los niños adoptan tanto los valores como el comportamiento de sus familias a través del aprendizaje observacional (Bandura, 1986; Boyd, N. G., & Vozikis, G. S. 1994). Por lo tanto, los padres u otros miembros de la familia pueden servir como modelos cognitivos, es decir, modelos a seguir adoptados por sus hijos para construir su posible futuro (Gibson, 2004).

En este sentido, el 47 % de los encuestados dijo que los dos padres, o por lo menos uno de ellos laboran en una empresa propia, frente a un 39 % que indicó lo contrario. Esto resalta que un alto porcentaje de los entrevistados en la República Dominicana tiene antecedentes familiares empresariales o habitan en un contexto familiar emprendedor. Ambos aspectos vendrían a ser ingredientes que potencializan o favorecen su intención por crear empresa (Figura 14).

**Figura 14. Padres trabajando en empresa propia, a nivel nacional**

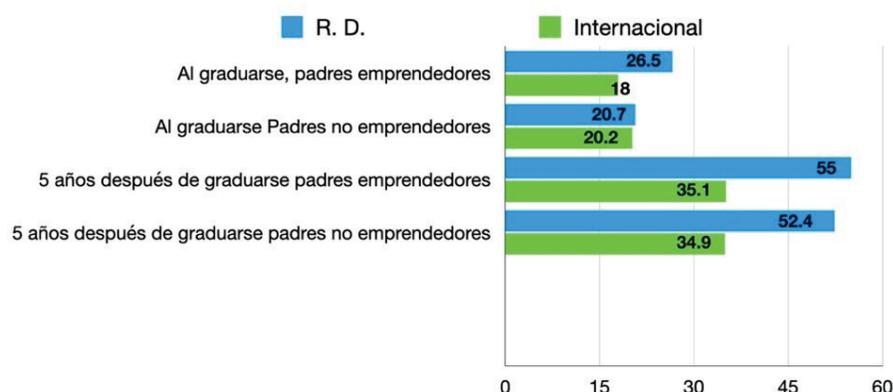


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados

Tratando de percibir mejor el contexto familiar de los individuos consultados, se fracciona la muestra encuestada en dos partes: la primera está compuesta por aquellos alumnos que sus padres son empresarios.

La segunda está conformada por aquellos cuyos padres no son empresarios. Una vez elaborada dicha división, los dos grupos son contrastados contra su intención de carrera al momento de su graduación y cinco años después de esta. Los resultados pueden ser visualizados en la Figura 15.

**Figura 15. Padres emprendedores e intención de carrera por rol, a nivel nacional**



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados

#### 4.4 El entorno social y cultural

Otro determinante de la intención emprendedora es el contexto social y cultural. Las normas sociales y culturales se configuran como un sistema que conllevan la aprobación o desaprobación de los miembros de la familia, amigos, compañeros o parientes cercanos con respecto a la decisión de uno para llevar a cabo un comportamiento particular o acción (Ajzen, 1991; Trivedi, 2017).

Para examinarlo, se les preguntó a los alumnos sobre las reacciones que tendría su entorno social (familia, amigos y compañeros de estudio) con relación a sus planes de crear empresa. Cada atributo debía ser calificado en una escala Likert 1 (muy negativa) entre 7 (muy positiva).

Los resultados de la Tabla 7 nos permiten apreciar que los alumnos dominicanos piensan que su entorno social reaccionaría propiciamente a su intención de crear una empresa, ya que cada uno de los atributos evaluados obtuvo una evaluación superior a 4.5. Específicamente, los encuestados consideran que su familia más cercana respondería de manera positiva a su intención de transformarse en empresarios, con una puntuación de 5.88. De la misma manera, la opinión de los amigos y los compañeros de estudio sería muy propicia al emprendimiento como una elección de carrera (5.47 y 4.87 respectivamente).

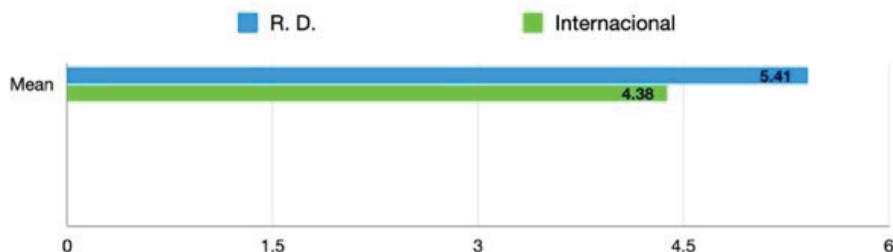
**Tabla 7. Reacción de los grupos sociales respecto a la intención de carrera como emprendedor**

Variable	Media R.D.	Media Global
Tu familia más cercana	5.88	5.52
Tus amigos	5.47	3.91
Tus compañeros de estudio	4.87	3.71

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados

Contrastando los resultados de la evaluación del entorno social para el emprendimiento, a nivel nacional y Global (Figura 16), concluimos que en uno y otro escenario hay una reacción muy positiva de los grupos sociales con relación a la intención de emprender de los estudiantes universitarios.

**Figura 16. Calificación de la evaluación contexto social para el emprendimiento, República Dominicana vs. Internacional**



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectado

## 5. Emprendedores nacientes

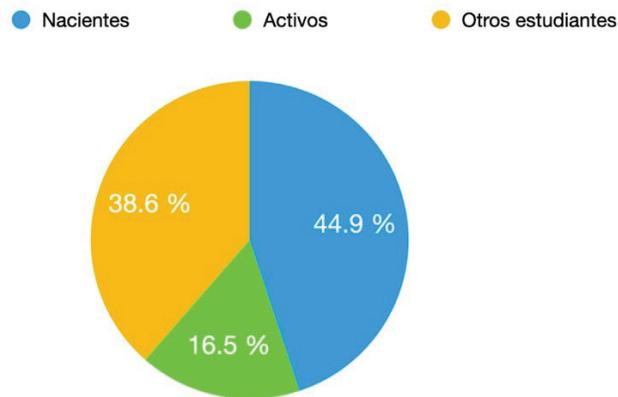
En adición a la intención emprendedora, el proyecto GUESSS tiene por objetivo monitorear las actividades de creación de empresa que han consumado o están realizando los estudiantes universitarios. Este capítulo se enfoca en aquellos estudiantes que están desplegando actualmente alguna actividad para crear su propia empresa y busca puntualizar tanto las características personales de dichos estudiantes como las de sus empresas. Para fines de este estudio, estos serán denominados emprendedores nacientes. En el capítulo 6 se hará referencia a los emprendedores activos, que son aquellos que tienen una empresa en funcionamiento, y de la cual reciben beneficios al momento de aplicación de esta encuesta GUESSS.

### 5.1 Aspectos generales

Para determinar en qué etapa del proceso de creación de empresas, se localizan los estudiantes, a partir de la metodología GUESSS, se les pregunta a estos si en los próximos meses tienen en mente crear su propia empresa o si ya esta ha sido creada. De acuerdo con su respuesta se desarrolla el grupo de preguntas diseñadas para cada segmento.

De acuerdo con la Figura 17, el 44.9 % de los alumnos encuestados alegaron que, al momento del levantamiento de la información, estaban realizando alguna actividad que les permitiera iniciar su propio negocio, mientras que el 16.5 % afirmó que se encontraban ya gestionando su propia empresa.

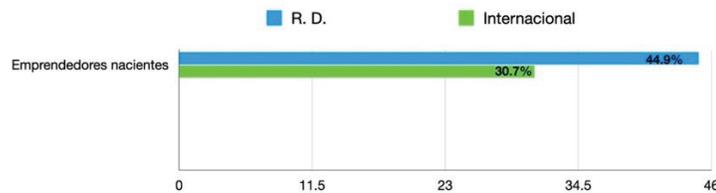
**Figura 17. Emprendedores nacientes y activos, a nivel nacional**



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados

Al revisar el porcentaje de emprendedores nacientes explorados a nivel nacional y global, la Figura 18 expresa que la República Dominicana presenta un mayor porcentaje de estudiantes que están intentando crear su propia empresa (44.9 %), porcentaje éste que supera a la muestra global, que tiene un porcentaje de 30.7 %.

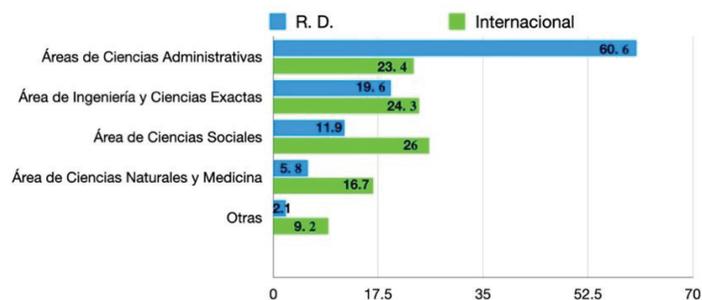
**Figura 18. Emprendedores nacientes, República Dominicana vs. Internacional**



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados

Por otro lado, los resultados de la Figura 19 exponen que el mayor porcentaje de emprendedores nacientes (aquellos que están realizando actividades para dar inicio a un negocio propio) están cursando programas en áreas de Ciencias Administrativas, e Ingenierías y Ciencias Exactas. Es significativo subrayar que, en las áreas de Ciencias Sociales, Ciencias Naturales y Medicina, el porcentaje de emprendedores nacientes es mayor en la muestra internacional en comparación con las cifras obtenidas en República Dominicana.

**Figura 19. Emprendedores nacientes por área del conocimiento del programa que cursan los estudiantes participantes, República Dominicana vs. Internacional**



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados

## 5.2 Características de las empresas nacientes

Como podemos observar en la Figura 20, las principales actividades ejecutadas por los emprendedores nacientes en la República Dominicana a fin de iniciar su propia empresa son:

- a. Recopilar información sobre los mercados o competidores (52.8 %)
- b. Formular un plan de negocio (37,0 %)
- c. Discutir el producto o idea de negocio con clientes potenciales (39.0 %)

En la muestra global no se mantiene el orden descrito anteriormente. Sin embargo, los porcentajes disminuyen. Llama la atención la cantidad de encuestados a nivel global que indican no haber realizado ninguna de las actividades enumeradas (24.2 %). A nivel nacional este porcentaje es del 14.2 %. Otra actividad que vale la pena mencionar es la de “vender un producto o servicio”, pues el 29.5 % de los dominicanos ya la ha realizado, en comparación a un 20.4 % de los globales (ver Figura 20).

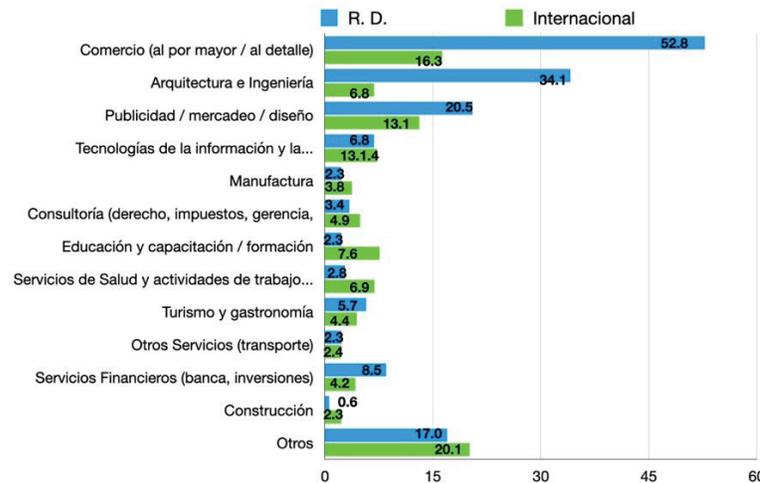
Respecto al sector económico donde intentan operar los emprendedores nacientes, el estudio refleja algunas diferencias entre la muestra nacional y global. A nivel nacional, el 52.8 % de los entrevistados indicaron que la empresa que tienen pensado establecer operará en el sector de comercio. A este le siguen los sectores de “arquitectura e ingeniería” y “publicidad, mercadeo y diseño” con porcentajes de 34.1 % y 20.5 % respectivamente (ver Figura 21).

**Figura 20. Actividades llevadas a cabo por los emprendedores nacientes para iniciar una empresa propia, República Dominicana vs. Internacional**



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados

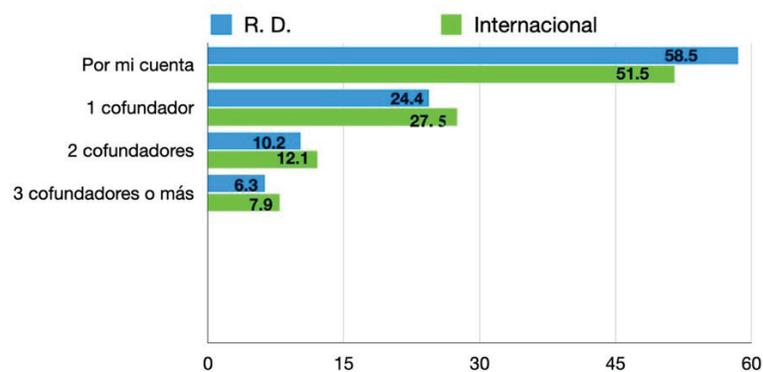
**Figura 21. Sector económico donde pretende operar el emprendedor naciente, República Dominicana vs. Internacional**



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados

En atención al número de fundadores, en la República Dominicana el 58.5 % de los empresarios nacientes no revelan predilección por aliarse con otros para iniciar la empresa. A nivel internacional el porcentaje de empresarios nacientes que prefieren aliarse con otros es de 51.5 % (ver figura 22). Esto demuestra que tanto en la República Dominicana como a nivel global es una predilección creas empresas solos.

**Figura 22. Cantidad de cofundadores entre emprendedores nacientes, República Dominicana vs. Internacional**



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados

## 6. Emprendedores activos

Tal y como se mencionó de anteriormente en este documento, el proyecto GUESSS busca monitorear las actividades relacionadas con la creación de empresas de dos segmentos de población: emprendedores nacientes y emprendedores activos. En el capítulo anterior se realizó una precisión de los primeros, mientras

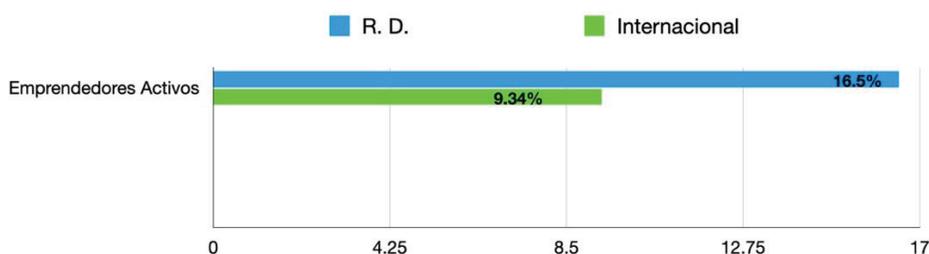
que en esta sección se mostrarán los resultados de los estudiantes que ya se encuentran gestionando su propio negocio, es decir, los emprendedores activos.

## 6.1 Aspectos generales

Como puede verse en la Figura 23, el 16.5 % de los estudiantes participantes en el GUESSS República Dominicana aseveraron que, al momento de la entrevista, eran emprendedores activos.

**Figura 23. Emprendedores activos, República Dominicana vs. Internacional**

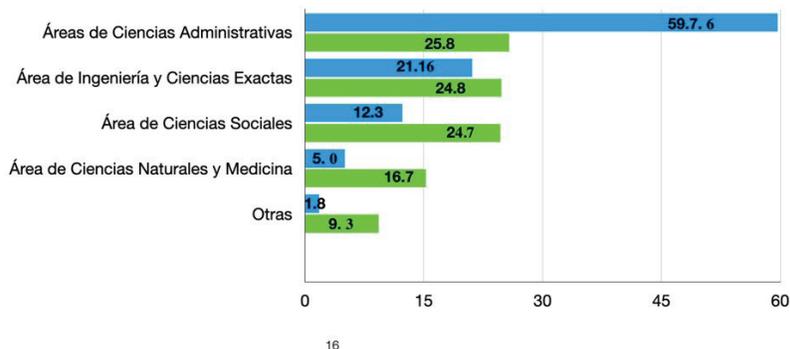
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados

La Figura 24 indica que, tanto en la República Dominicana como a nivel global, el porcentaje más alto de emprendedores activos proceden de programas en áreas de Ciencias Administrativas (59.7 % y 26.8 % respectivamente). Así, en la República Dominicana, al igual que a nivel global, la segunda área del conocimiento que agrupa la mayor cantidad de emprendedores activos es la de “Ingenierías y Ciencias Exactas” (21.16 %) y (24.8 %) respectivamente.

**Figura 24. Emprendedores activos por área del conocimiento del programa que cursan los estudiantes participantes, República Dominicana vs. Internacional**

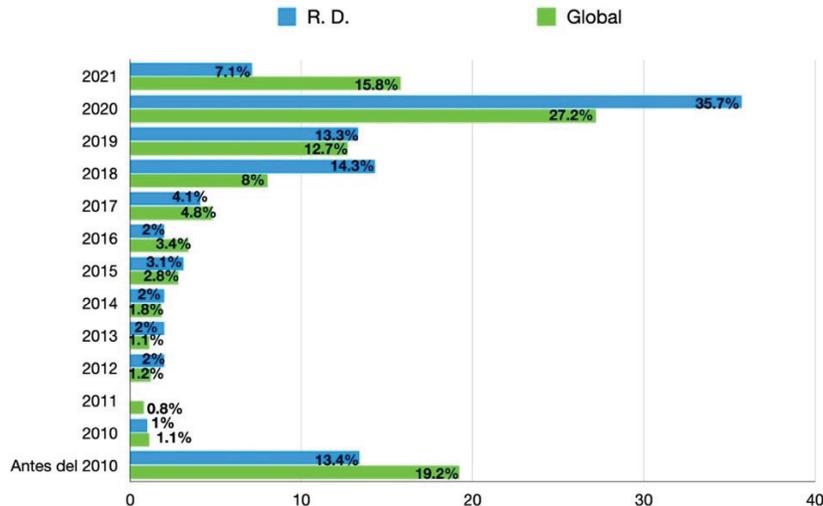


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados

## 6.2 Características de las empresas creadas

Al examinar el año de establecimiento de las empresas creadas por los estudiantes dominicanos (ver Figura 25), podemos prestar atención que la gran mayoría fue fundada en los últimos cuatro años. Para la República Dominicana, el 7.1 %, 35.7 % y 13 % fueron creadas en el 2021, 2020 y 2019 respectivamente.

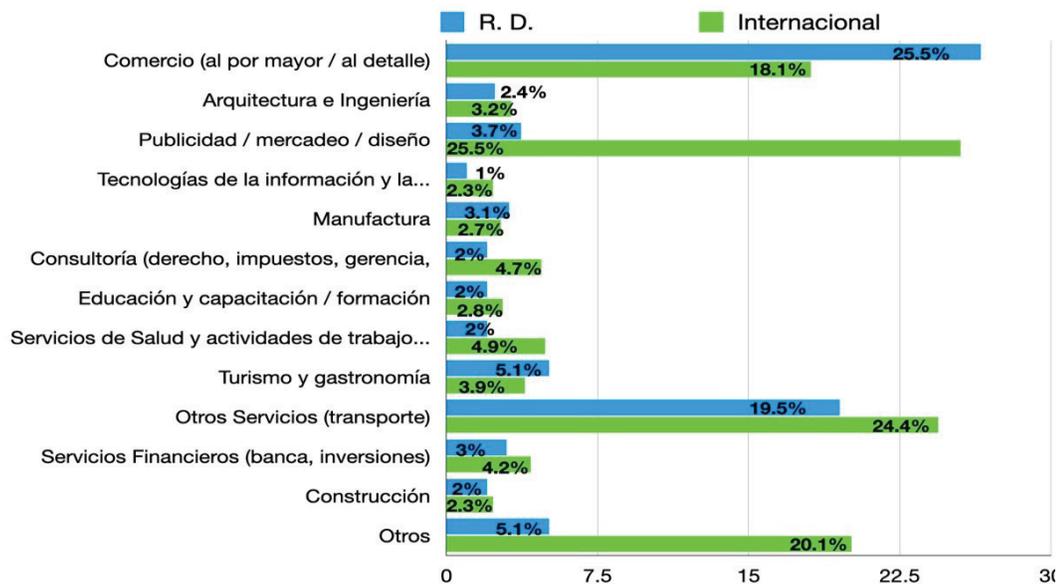
**Figura 25. Año de fundación de las empresas creadas por los emprendedores activos, República Dominicana y Global**



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados

Con relación a los sectores económicos en el que operan las empresas activas (ver Figura 26), los resultados comprobados a nivel nacional muestran que los porcentajes más altos son “comercio”, “otros servicios (transporte)” y “turismo y gastronomía” con el 25.5 %, 19.5 % y 5.1 % de la muestra, respectivamente. Mientras que, a nivel global, estos sectores son: “publicidad, mercadeo y diseño,” otros servicios (transporte)” y “comercio” con el 25.5 %, 24.4 % y 18.1 %, respectivamente.

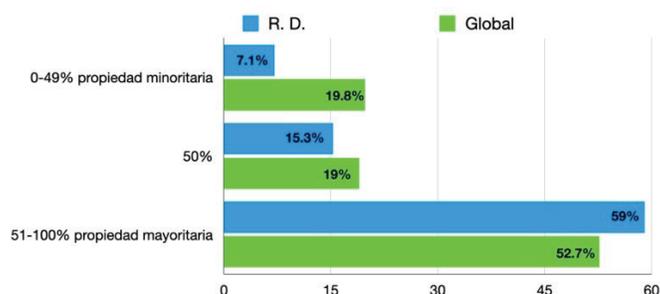
**Figura 26. Sector económico donde operan las empresas activas, República Dominicana**



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados

En adición a las particularidades de las empresas descritas anteriormente, el proyecto GUESSS también identifica el porcentaje de subscripción en la propiedad del negocio. En este sentido, se muestra un comportamiento similar a nivel nacional e internacional, con un alto porcentaje de emprendedores activos que cuentan con entre el 50 % y el 100 % de la participación en el negocio (59 % y 52.7 %, respectivamente). Mientras que el 41 % de los emprendedores activos nacionales y el 48.3 % a nivel internacional se apalancaron en algún porcentaje con financiación de propiedad externa (ver figura 27).

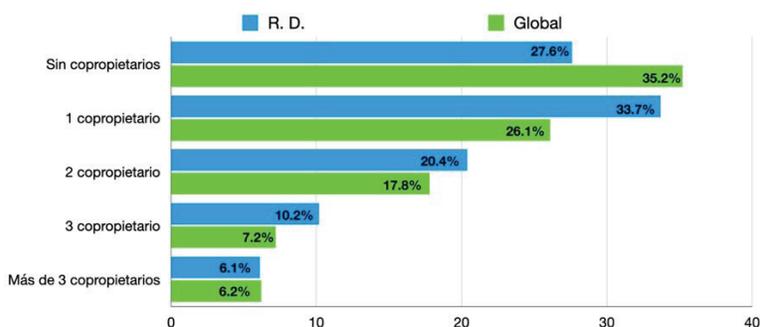
**Figura 27. Porcentaje de participación en la propiedad del negocio, República Dominicana**



*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados*

Con relación al número de cofundadores, la Figura 28 muestra como el 27.6 % de los emprendedores activos en la República Dominicana afirman que no tienen copropietarios. La muestra global nos dice que este mismo segmento alcanza un porcentaje de 35.2 %. Llama la atención que para el contexto dominicano el porcentaje de emprendedores activos que se asociaron con 2, 3 o más de 3 copropietarios es mayor en comparación con la muestra global, dando a percibir así que en República Dominicana se prefiere crear empresas con equipos de trabajo.

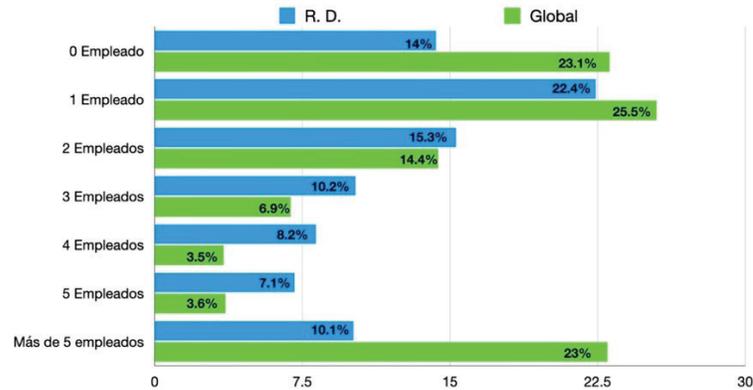
**Figura 28. Cantidad de cofundadores en los emprendedores activos, República Dominicana**



*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados*

Al indagar con los emprendedores activos acerca del número de empleos a tiempo completo que crean sus empresas, se destaca que en la República Dominicana el 22.4 % mencionó que contaban con dos trabajadores en su empresa, mientras que, en el contexto internacional, son emprendimientos unipersonales donde toda la gestión depende únicamente del propietario (23.1 %, Figura 29). Cabe destacar que un alto porcentaje de los emprendedores internacionales mencionan que en sus empresas cuentan con más de 5 empleados (23 %), superando el porcentaje nacional de 10.1 %.

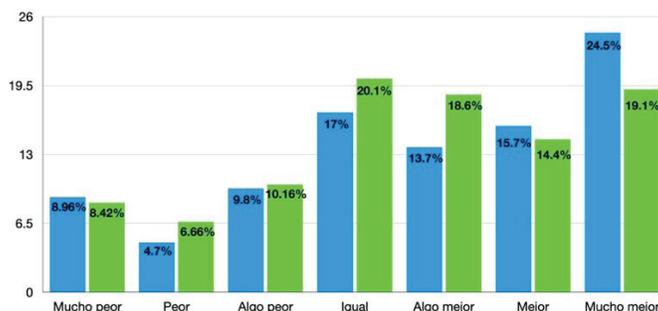
**Figura 29. Número de empleados trabajando en la empresa a tiempo completo, República Dominicana**



*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados*

Con el fin de valorar el proceder de las empresas que son gestionadas por los emprendedores activos, se les consultó por el desempeño de sus empresas en el mediano plazo en comparación con sus competidores. La Figura 30 muestra que el 24.5 % de los emprendedores activos dominicanos esperan tener un desempeño mucho mejor que sus competidores, frente a un 19.1 % a nivel internacional. Lo anterior podría mostrar que a nivel global no son tan satisfechos con respecto al desempeño de sus empresas, situación contraria a la observada en República Dominicana.

**Figura 30. Desempeño de las empresas existentes en comparación con sus competidores, República Dominicana y global**



## 7. La empresa familiar

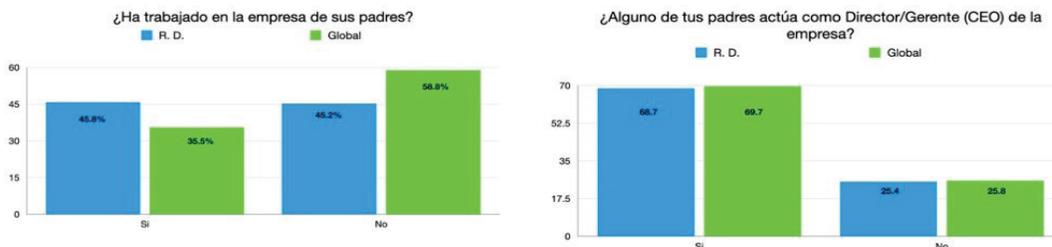
La familia actúa como una entidad primordial que promueve el emprendimiento, tanto a través del suministro de capital social (Campopiano, G., Minola, T. y Sainaghi, R. (2016); Liguori, E., Bendickson, J. y McDowell, W. (2018).), como en el fomento de las actitudes y el soporte emocional que fortifica las habilidades para el emprendimiento (Edelman, Manolova, Shirokova y Tsukanova, 2016).

Como se mencionó en un apartado anterior, el entorno familiar para emprender, los precedentes empresariales en la familia y en especial, el hecho de tener padres empresarios, consiguen transformarse en factores concluyentes de la intención emprendedora en los estudiantes. En base en esto, el proyecto GUESSS examina los encuestados que informaron que sus padres gestionan o son propietarios de una empresa familiar. En esta sección se abordará esta temática.

### 7.1 Aspectos generales

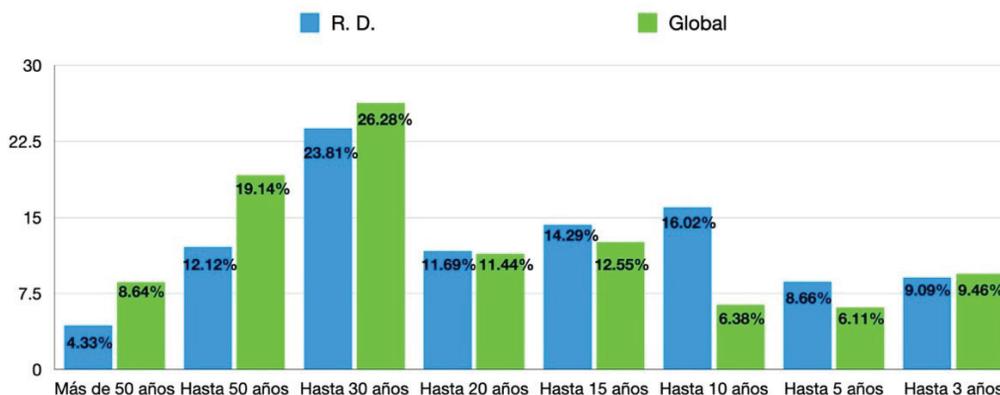
Tomando en cuenta a los estudiantes que afirmaron que por lo menos uno de sus padres o ambos, trabajaban en empresa propia, el 66.7 % de los entrevistados en República Dominicana indicó que uno de ellos tenía el cargo de director/gerente (CEO) de la empresa, cifra casi idéntica a la exhibida a nivel internacional (69.7 %). Por otra parte, el 45.8 % de los estudiantes dominicanos han trabajado en alguna ocasión en el negocio de sus padres. Sin embargo, a nivel global, dicho porcentaje es menor (35.5 %). Se puede aseverar que un gran porcentaje de los estudiantes han logrado experiencia profesional y conocimientos en la conducción de la empresa familiar, que les permitiría más adelante convertirse en sucesores de esta o más bien desplegar las actividades requeridas para establecer su propia empresa (ver figura 31).

**Figura 31. Información general de la empresa familiar, a nivel nacional e internacional**



Al indagar entre los estudiantes participantes en el proyecto acerca del periodo en el que la empresa familiar inició operaciones, se destaca que, para ambas muestras, más del 45 % afirmó que su familia fundó la empresa hace más de 20 años, lo que las sitúa como empresas consolidadas en el mercado y con cierta tradición (ver Figura 32). Cabe señalar que el 9.09 % de los emprendimientos familiares en la República Dominicana fueron iniciados hace menos de tres años, por lo que están en la etapa de consolidación y son relativamente nuevas en el mercado donde se están desempeñando.

**Figura 32. Número de años de funcionamiento de la empresa familiar - siendo los padres propietarios, República Dominicana vs. Internacional**



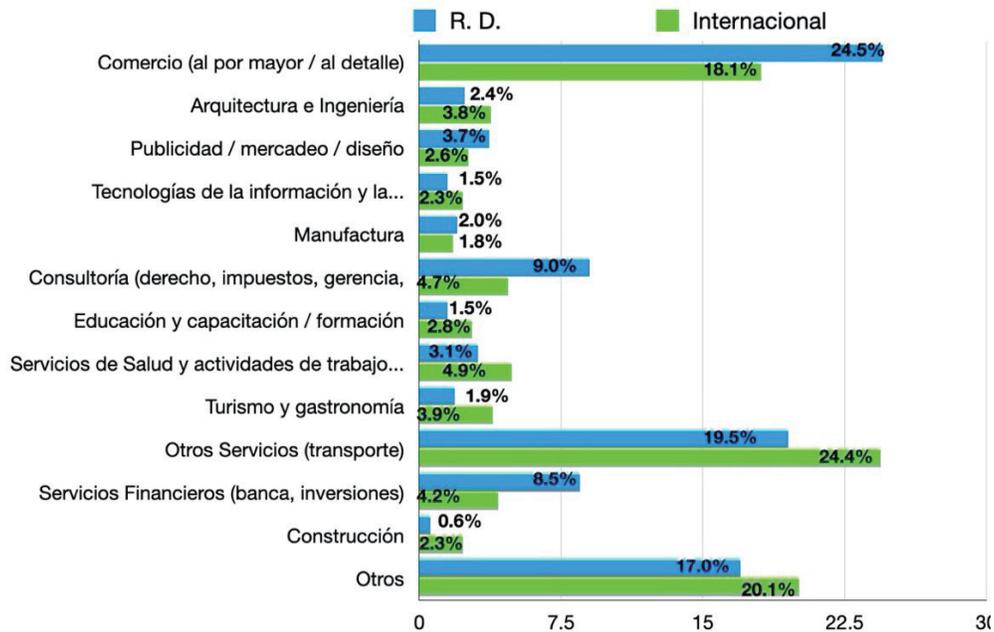
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados

## 7.2 Características de las empresas creadas

En relación con el sector económico de las empresas familiares, la Figura 33 permite identificar que la mayoría de estas participan en el sector de “comercio”, tanto a nivel nacional (24.5 %) y a nivel global “transporte” (24.4 %). A nivel nacional, los siguientes sectores son: “otros servicios (transporte)” y “Consultoría” (19.5 % y 9 %, respectivamente). A nivel internacional, los sectores que le siguen son: “comercio” (18.1 %) “servicios de salud” (4.9 %).

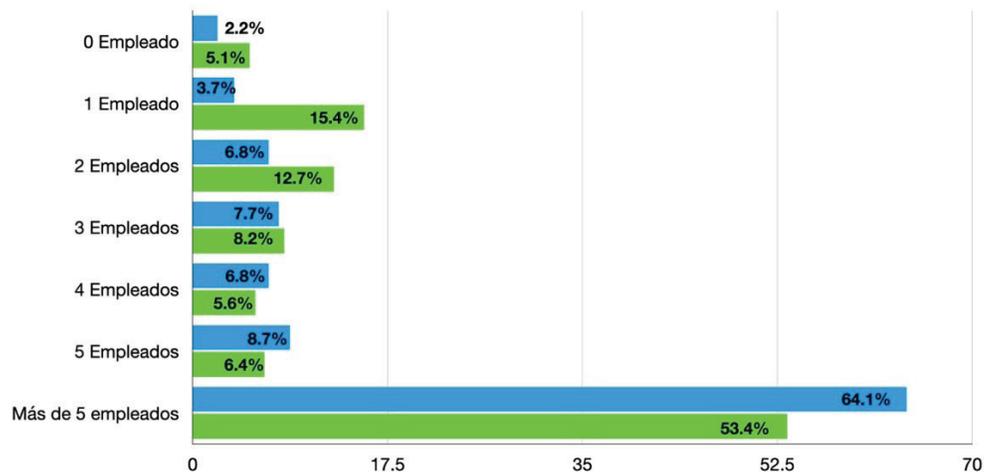
Con relación al número de empleados propios a tiempo completo en la empresa familiar, se subraya, tanto a nivel nacional como internacional, que predominan las empresas donde se emplea a más de cinco trabajadores (ver figura 34).

**Figura 33. Sector económico donde operan las empresas familiares, República Dominicana vs. Internacional**



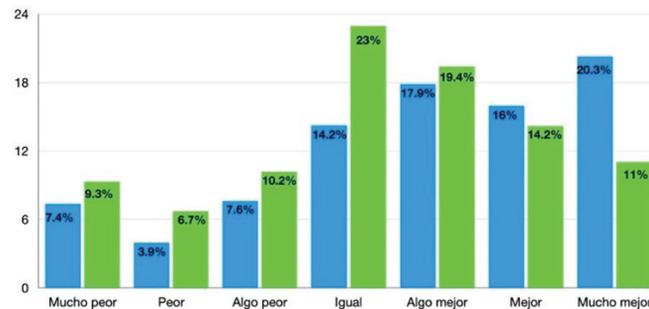
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados

**Figura 34. Número de empleados que trabajan en la empresa familiar, República Dominicana vs. Internacional**



De igual forma, el proyecto GUESSS tiene en cuenta la percepción de los estudiantes sobre el desempeño de la empresa familiar en los últimos tres años, en comparación con su competencia. En este contexto, se advierte una expectativa neutra por parte de los estudiantes encuestados, toda vez que la mayoría de estos consideran que la empresa familiar tuvo un desempeño “similar” o “algo mejor” que su competencia directa en el caso global. En el caso local la “mucho mejor” tuvo la mejor puntuación. (Figura 35).

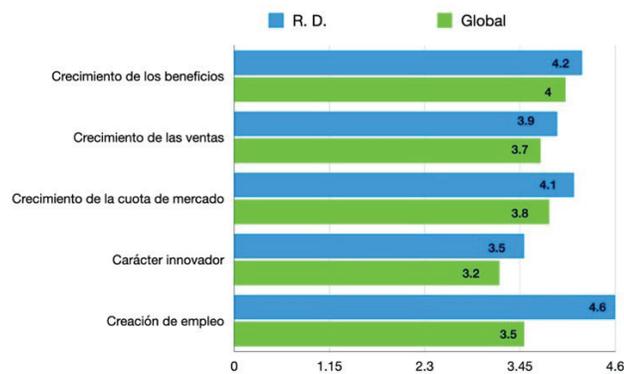
**Figura 35. Desempeño de las empresas familiares en comparación con sus competidores, República Dominicana vs. Internacional**



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados

En la figura 36, podemos visualizar el rendimiento de las empresas de los padres en comparación con sus competidores tanto a nivel local como internacional. La mayoría de estos no muestran diferencia significativa entre la República Dominicana y el contexto global a excepción de “creación de empleo” que en la República Dominicana tuvo una puntuación de 4.6 versus 3.5 del global.

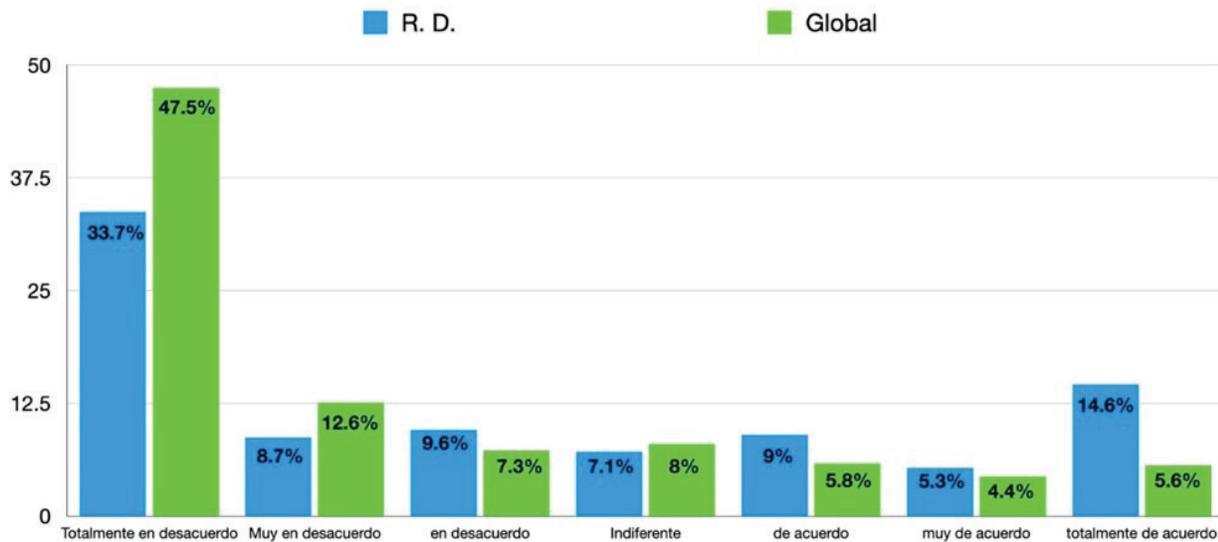
**Figura 36. Dimensiones de rendimiento de la empresa de los padres en comparación con las empresas competidoras, República Dominicana vs. Internacional**



### 7.3 Características de los sucesores

Con el fin de establecer el nivel de intención de transformarse en sucesor de la empresa familiar, se les solicitó a los estudiantes que poseen padres empresarios, que juzguen dicha intención en un rango de “muy bajo” a “muy alto”. La Figura 37 ratifica concluir que, tanto a nivel nacional como global, los estudiantes no tienen propósitos de posesionarse en el rol de sucesor en la empresa familiar, ya que los porcentajes más altos de encuestados se agruparon en las categorías de “totalmente en desacuerdo” y “muy en desacuerdo”.

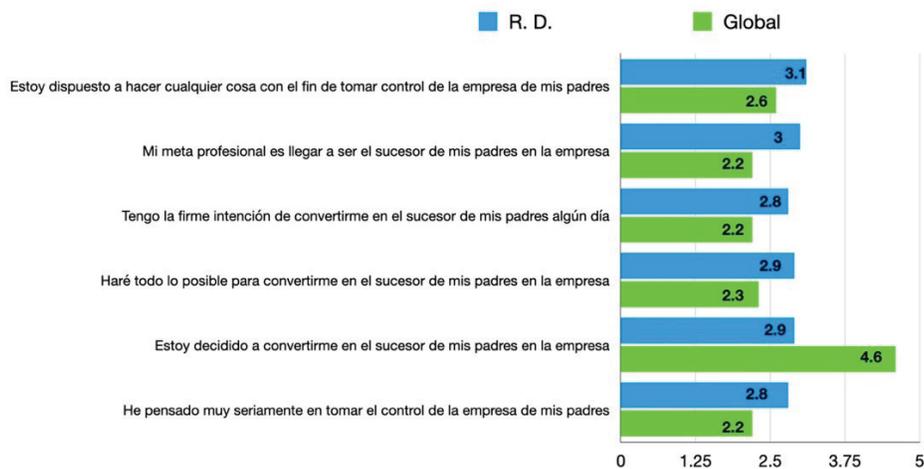
**Figura 37. Grado de intención de ser sucesor, República Dominicana vs. Internacional**



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados

Después de haber examinado el grado de intención de ser sucesor en las empresas familiares, el Proyecto GUESSS analiza las dimensiones de dicha intención. En la Figura 38 se examinan las motivaciones, las expectativas y los compromisos de ser sucesor, en una escala Likert entre 1 y 7 (1 = muy bajo, 7 = muy alto). Los resultados exponen una baja motivación y compromiso para ser sucesor en las empresas familiares, ya que todas las dimensiones recibieron una calificación por debajo de 3.5, situación que coincide con lo visto en el párrafo anterior, donde se observó que los alumnos son indiferentes frente a la opción de convertirse en el relevo gerencial de sus padres.

**Figura 38. Dimensiones del grado de intención de ser sucesor, República Dominicana vs. Internacional**



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados

## 8. Consideraciones finales

Este informe examina los resultados principales sobre las intenciones y la actividad emprendedora de los estudiantes universitarios de la República Dominicana en el año 2021. Cabe destacar que los indicadores observados en esta primera jornada del Proyecto **GUESSS** en el país arrojan resultados halagadores, ya que la intención emprendedora de los estudiantes universitarios dominicanos está por encima de la manifestada por los estudiantes consultados a nivel global.

Como se ha mencionado ya en este documento, el propósito fundamental del Proyecto **GUESSS** a través de los países participantes es conocer, estudiar y dejar evidencias con características sistemáticas de la intención de la actividad emprendedora de los alumnos cursando carreras universitarias.

En la versión que nos ocupa, relativa a la República Dominicana, y en la que participaron tres universidades, con una muestra total de 594 observaciones, los datos evidencian que, al momento de graduarse, los estudiantes consultados se visualizan como empleados, tendencia que cambia al cabo de los cinco años de graduados de sus respectivas carreras, que es cuando la mayoría se perfila como emprendedor.

Estos resultados, para la muestra pertinente a la República Dominicana, son consistentes con los obtenidos a nivel global. Adicionalmente, habiendo realizado análisis segregados en la muestra dominicana, segmentando de acuerdo a las categorías del género y la carrera cursada, se evidencia que las mujeres presentan una mayor inclinación que los hombres consultados hacia convertirse en empleadas al momento de graduarse. En cuanto a la disciplina cursada, y como era de esperarse, por la estructura de sus planes de estudios, son los alumnos de las carreras ligadas a los Negocios los que muestran una mayor orientación en cuanto a convertirse en emprendedores.

Ante este escenario, algunas inferencias explicativas emergen: efectivamente, y tal como se ha hecho referencia ya, es probable que estos alumnos que manifiestan intenciones posgraduación de convertirse en emprendedores lo hagan basados en algunas de estas premisas:

- a.** Manejando la expectativa de adquirir mejor y mayor experiencia en el mundo laboral, de manera que el manejo del riesgo implícito de emprender se perciba como minimizado.
- b.** Expectativas de fraguar relaciones sociales, personales y empresariales que, siendo más robustas y probadas al cabo del tiempo, provean al futuro emprendimiento de una especie de capital social mucho más sólido que el disponible al momento de la graduación.
- c.** Intenciones de cursar estudios especializados una vez se termine la carrera, tales como maestrías y postgrados, a sabiendas de que es cada vez más frecuente (posiblemente por requerimientos del mercado laboral) encontrar personas jóvenes con estos grados ya logrados, muchas veces cursados casi de manera inmediata al finalizar la carrera de grado.
- d.** Presencia de una intención emprendedora más asociada a la innovación que a la necesidad, y que, por tanto, se perfila como una de tipo mucho más pausada y menos acelerada, pues no se traduce en la respuesta a una condición de desempleo, si no en una auténtica búsqueda de una circunstancia innovadora en el mercado, capaz de cerrar brechas insatisfechas, generando, de manera transitiva, innovación.

Esta intención emprendedora se ve indefectiblemente marcada por las condiciones contextuales. Y, en este sentido, se puede afirmar que en la República Dominicana se viven momentos especialmente favorables (comparados con etapas anteriores) para la propiciación de la actividad emprendedora. En efecto, nunca como hasta ahora existía una percepción tan cónsona de múltiples instituciones, públicas y privadas, favoreciendo, motivando y valorando la labor emprendedora.

En este tenor, en el presente estudio se han validado los determinantes de la actividad emprendedora para que se genere la referida intención a la que hemos hecho alusión en los párrafos anteriores. Así, se ha validado que la fuerza de la intención emprendedora es robusta incluso al ser comparada con la muestra global. Adicionalmente, los alumnos consultados afirman que su Alma Mater se configura como un ambiente propicio para la actividad emprendedora. Se ha validado también que la familia, núcleo social básico, actuaría como un catalizador de la actividad emprendedora de nuestros jóvenes, percibiendo estos una eventual aprobación social en caso de materializarse sus pretensiones emprendedoras.

No obstante, apenas un 23.7 % afirma haber cursado asignaturas relacionadas con la actividad emprendedora, cifra que se sitúa muy por debajo de la cuantificación global. Este resultado se consagra como una gran oportunidad de mejora para el currículo universitario dominicano. Dicho de otro modo: se ha validado que los estudiantes consultados manifiestan una alta intención de emprender, aun sea en su vida de postgraduados. Sin embargo, la oferta de conocimiento formal, desde las aulas de sus respectivas carreras, puede y debe ser incrementada (en cantidad y en calidad de contenidos) a fin de que los mismos cuenten con las competencias y destrezas necesarias para llevar a cabo negocios innovadores y exitosos, capaces de ser sostenibles en todo el sentido de la palabra, aportando al desarrollo integral del país.

Al referir los tipos de emprendedores nacientes detectados en la muestra se valida que un porcentaje importante ya ha realizado alguna indagación a fin de avanzar procesos relacionados con sus empresas futuras. Esta premisa vendría a reforzar las intenciones emprendedoras venideras de los alumnos consultados. Adicionalmente, se repite el escenario que muestra que los estudiantes más proactivos en términos de haber realizado gestiones para hacer que "nazca" su empresa están ligados a las áreas disciplinares de las Ciencias Sociales y Administrativas. Este hecho podría ser un indicativo de que existe algún tipo de relación entre la concreción de una intención emprendedora y el hecho de haber recibido instrucción específica al respecto.

En cuanto a los alumnos con empresas ya en funcionamiento, 18.2 % manifiesta tener ya una iniciativa emprendedora en marcha. Este porcentaje coincide con la tasa emprendedora nacional medida en otros estudios (GEM República Dominicana, 2018-2019). De nuevo, y de manera consistente con la muestra global, son los alumnos de orientación a carreras del área social y de negocios quienes exhiben mayor presencia con iniciativas emprendedoras ya en curso.

Otros aspectos de las empresas emprendedoras ya creadas por los alumnos, es que en su mayoría son de reciente creación (no más de hace cuatro años), se orientan al sector comercio y son desarrolladas por equipos de trabajo, siendo la expectativa de desempeño frente a los competidores mayor que la media global de este mismo estudio. Estos elementos de la muestra local podrían ser indicativos de una actitud de incursión discreta en su primera iniciativa, menos arriesgada, por parte de los jóvenes emprendedores dominicanos.

Como ya sea dicho, el contexto familiar representa un factor de gran peso en la conformación del escenario que impulsa la actividad emprendedora. En este sentido, una amplia mayoría de los consultados afirma que al menos uno de sus padres es ya emprendedor. Esto permite que la tendencia de muchos de nuestros

jóvenes consultados sea el haber participado de alguna manera en las empresas de sus padres, las cuales muestran características de solidez por la antigüedad de su funcionamiento. Esta circunstancia es consistente con la muestra global. No obstante, un factor que llama la atención es la poca intención de continuidad en la empresa familiar que exhiben nuestros encuestados. Esto, sumado a lo ya descrito, estaría implicando una tendencia a operar una iniciativa eminentemente propia, no dependiente ni derivada del núcleo familiar.

En definitiva, y en función de las consideraciones expresadas en este acápite, basadas en toda la data recolectada y analizada para este estudio **GUESSS**, se puede afirmar que la intención de los jóvenes en cuanto a emprender se percibe como mucho más decidida en su etapa de post-graduandos.

Contando con las inferencias ya expresadas, nuevas líneas de investigación y discusión se abrirían. Una de ellas gira en torno a las razones por las que estos jóvenes postergan la decisión de concretar sus emprendimientos. Aunque se han esbozado varias posibilidades, quizás la que reporte un mayor reto para la Academia sea el examen de saber si dicha postergación de la decisión emprendedora de los jóvenes universitarios recae en la autopercepción de parte de los alumnos en cuanto a requerir mayor formación formal y específica en torno al emprendimiento. Si esto llegase a ser probado, se estaría ante la necesidad impostergable de revisar la visión curricular de los planes de estudio.

Sin embargo, y dado que la vocación última del emprendimiento es generar desarrollo integral, tanto para el mismo emprendedor como para la colectividad que le rodea, ya sea de mano con la generación de empleos o bien con la propiciación de capacidades individuales y colectivas tendentes a la creación de condiciones de ventaja competitiva, no sería suficiente que las universidades revolucionaran sus planes de estudio en aras de satisfacer la eventual necesidad de competencias por parte de los alumnos: es menester, además, que todo el ecosistema social y estatal alrededor, continúe siendo un caldo de cultivo favorable para dicha actividad, cuidando y apoyando su crecimiento.

Por otro lado, resulta interesante pensar en la comparación que pudiera darse entre el tipo de emprendimientos desarrollados por nuestros jóvenes universitarios y los concretados por aquellos que no han recibido instrucción formal al respecto:

- a. ¿En qué medida, atendiendo a elementos tales como la innovación o la repetición se podría caracterizar uno y otro grupo?
- b. ¿Se verifica, y de qué forma, esta postergación que manifiestan los alumnos universitarios emprendedores en la población que no ha recibido formación específica al respecto?
- c. ¿Con qué instrucción, formal o informal, concretan iniciativas emprendedoras aquellos jóvenes que no han pasado por las aulas universitarias?
- d. ¿Qué diferencias significativas se darían entre ambos grupos a nivel de sostenibilidad de las respectivas iniciativas?

Estos y muchos otros temas emergen. Sin duda alguna, mediciones sistemáticas y científicas como el Proyecto **GUESSS**, continuarán aportando respuestas a través del tiempo a tan importantes temas de carácter global y local, en aras de avanzar en este tema tan crucial como es el emprendimiento juvenil.

## 9. Referencias

- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology, 80*(6), 2918–2940.
- Ajzen, I. (1991) 'The theory of planned behavior', *Organizational Behavior and Human Decision Processes, Vol. 50, N.º 2*, pp.179–211.
- Bandura, A. (1986). *Social Foundations of Thoughts and Action: a Social Cognitive Theory*. Englewood Cliffs.
- Boyd, N. G., & Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship theory and practice, 18*(4), 63-77.
- Campopiano, G., Minola, T. y Sainaghi, R. (2016). Students climbing the entrepreneurial ladder: family social capital and environment related motives in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 28*(6), 1115-1136. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2014-0236>
- Edelman, L., Manolova, T., Shirokova, G. y Tsukanova T. (2016). The Impact of Family Support on Young Entrepreneurs' Start-up Activities. *Journal of Business Venturing, 31*(4), 428-448.6. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.04.003>
- Hamilton, E. (2011). Entrepreneurial learning in family business: A situated learning perspective. *Journal of Small Business and Enterprise Development*.
- Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing, 15*(5-6), 411-432.
- Krueger, N. F., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behavior. *Entrepreneurship & Regional Development, 5*(4), 315-330.
- Fayolle, Alain, and Francisco Liñán. 2014. The Future of Research on Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Research 67*: 663–66.
- Fishbein, M & Ajzen, I., (1975). A Bayesian analysis of attribution processes. *Psychological bulletin, 82*(2), 261.
- Laspita, S., Breugst, N., Heblich, S., & Patzelt, H. (2012). Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing, 27*(4), 414-435.
- Schoon, I., & Duckworth, K. (2012). Who becomes an entrepreneur? Early life experiences as predictors of entrepreneurship. *Developmental psychology, 48*(6), 1719.
- Liguori, E., Bendickson, J. y McDowell, W. (2018). Revisiting entrepreneurial intentions: a social cognitive career theory approach. *International Entrepreneurship and Management Journal, 14*(1), 67-78. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0462-7>
- Mathias, B. D., Williams, D. W., & Smith, A. R. (2015). Entrepreneurial inception: The role of imprinting in entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing, 30*(1), 11-28.
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., ... & Chin, N. (2005).

Global entrepreneurship monitor: Data collection design and implementation 1998–2003. *Small business economics*, 24(3), 205-231

Sørensen, J. B. (2007). Closure and exposure: mechanisms in the intergenerational transmission of self-employment. *Social Entrepreneurship*. 25, 83-124

Trivedi, R. (2017) 'Entrepreneurial-intention constraint model: a comparative analysis among postgraduate management students in India, Singapore and Malaysia', *International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol. 13, N.º 4, pp.1239–1261.







**Campus de Santiago**

Autopista Duarte km 1½, Santiago, República Dominicana  
T. 809 580 1962

**Campus de Santo Domingo**

Abraham Lincoln esq. Simón Bolívar, Santo Domingo, República Dominicana  
T. 809 535 0111

ISBN: 978-9945-603-81-1

