

ENAE



Encuesta Nacional de Actividad Económica | 2022

Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en la actividad empresarial formal

Créditos

Dirección General:

Directora Nacional: Miosotis Mercelia Rivas Peña

Director de Estadísticas Económicas: Augusto V. De los Santos Almánzar

Encargada del Departamento de Estadísticas Estructurales: Perla M. Rosario Fabián

Encargado de la División de Encuestas Económicas: Eddy Odalix Tejeda Díaz

Diseño muestral:

Muestrista (E.P.D.): Lalito R. Vargas

Perla M. Rosario Fabián

Diseño metodológico y conceptual:

Perla M. Rosario Fabián

Eddy Odalix Tejeda Díaz

Paola M. Félix Félix

Altagracia Pinales

Procesamiento de la base de datos y elaboración del informe:

Coordinación: Perla M. Rosario Fabián

Analistas:

Keina Vidal Ogando

Alexa C. Martínez G.

Marianelis Guerrero

Luis Rodríguez Cid

Personal operativo

Coordinadora del operativo de campo: Luz Sagrario Morel

Analistas y técnicos de seguimiento y calidad:

Enmanuel Madera López

Milciades Alejandro Silven

Leonardo Pérez Suero

Olga Guzmán Frías

Martina Hernández Moreno

Orquelina Merán Castro

Matilde Guzmán Henríquez

Supervisores:

Domini Dannibel Gutiérrez Peña

Kiara Sthefany Castillo Aybar

Eligio Antonio Campos Batista

Liliana Paniagua Ventura

Enriquillo Mella Arias

Maggy Josefina Domínguez Cruz

José Ignacio Báez Polanco

Patricia Valentina Abreu Muñoz

José Miguel Galván Torres

Yesenia Geraldino Reynoso

Encuestadores:

Amarilis Esperanza Adames García

Johanny Alcántara Martínez

Aneistyn Guadalupe Feliz Feliz

Karina Altagracia Cruz Alcántara

Ángela Altagracia María Mendoza

Karleny María Santos Helena

Angélica Michelle Javier Ravelo

Keyla Oriangelis Zorrilla David

Angelis Caridad Santiago García de Jiménez

Lea María Ortiz Flores

Annibelkys Peña Lantigua

Lenny Mironosky Matos Ramírez

Anthony Robles
 Antonio Alexis Alejo Polanco
 Carmen Rivera de los Santos
 Carmen Yerarny Serrano
 Carol Massiel Marte Valerio
 César Miguel Concepción Bonilla
 Cesarina Cuevas de León
 Dahiana Rosario Reyes
 Diberkys Pozo Toledo
 Dissaya Marien Ramírez Tiburcio
 Dulcenis Mireya Trinidad de Meléndez
 Elisa Batista de Canario
 Esteban Antonio Rosario Pérez
 Esther Grismerlyn Domínguez Peralta
 Evelin Raquel Toribio Padilla
 Faridely Trejo Peña
 Fernando Agustín Adames López
 Frances Altagracia Scott Salas
 Francisca Alcántara Frómata
 Freddy Beltré
 Génesis Mercedes Burgos
 Glorianny Rosario
 Jeannette Grullón de Feliz
 Jenny Paola Ramírez Muñoz
 Jhoneyri Altagracia Ozorias Polanco
 Joanna Abad

Coordinadora de Crítica:

Altagracia Pinales

Equipo de crítica y codificación:

Abdiel Isaac Ortega Peña
 Erick Xavier Hernández Rosa
 Idanna Sánchez Encarnación
 Lilian Encarnación Pérez
 María Magdalena Regla Recio

Coordinadora de capacitación:

Paola M. Feliz Feliz

Leonidas Romero Sinoe
 Leslie Michell Valdez Gómez
 Libertad Peña Abad
 Lisaura Olivo Núñez
 María Estefanía Camilo
 María Teresa Beltré Bueno
 Martha María Caraballo Vásquez
 Minelis Alexandra Salcedo Disla
 Minerva Altagracia Reyes Amparo
 Mirielca Abigail Gálvez Taveras
 Nancy María de los Santos
 Nereyda Polanco Hilario
 Onexis Fermín Cordones
 Paola Lisbeth Figuereo Custodio
 Ruddy Esther Zayas
 Ruth Esther Rodríguez de Caba
 Ruth Pontier Ribota
 Sandra Doralis Peña Dotel
 Sheyla Pamela Ruiz Abreu
 Smerling Cesarina Almánzar Cedeño
 Stephanie Garrido De Jesus
 Teri Johanna Francisco Francisco
 Yendri del Carmen Hernández Cáceres
 Yenifer Montero de García
 Yojanni Altagracia Batista Mejía

Marianelis Guerrero
 Noemí Esther Payano Martínez
 Santa Ariela Morales de Matos
 Wilman Arias Castro

Equipo de facilitadores de capacitación:

Alexa C. Martínez G.

Altagracia Pinales

Idanna Sánchez Encarnación

Keina Vidal Ogando

Leonardo Pérez Suero

Marianelis Guerrero

Milciades Alejandro Silven

Orquelina Merán Castro

Wilman Arias Castro

Equipo de apoyo en gestión de citas:

Biankis Bello Carrión

Cándida Valdez Sánchez

María Margarita Marrero

Nelly Villegas Mercedes

Siomara Arias Herrera

Rafael Rosario Méndez

Personal administrativo y de logística:

Freidy Hinojosa Sánchez

Madelin De León

María Elizabeth Nin Peña

Milagros Sena Quezada

Ana María Pérez

Apoyo institucional:

Encargada de la División de Directorios: Paola M. Félix Félix

Encargado Departamento de Estadísticas Macroeconómicas y Sectoriales: Emmanuel David Gatón Peña

Encargada del Departamento de Estadísticas Coyunturales: Leidy Zabala

Encargado de Índice de Producción: Arnaldo Andrés Castillo Méndez

Directora Administrativa y Financiera: Amada Martínez

Encargada División Administrativa: Claribel Vizcaíno

Encargado Departamento de Financiero: Manuel Cruz

Encargada Departamento Jurídico: Rosanna Colón

Encargada Departamento de Compras y Contrataciones: Lizzy Frías

Encargada Departamento de Recursos Humanos: Kedmay Klinger Balmaseda

Encargada División de Desarrollo Humano y Carrera: Seryira Durán

Encargada División de Administración: Julissa Canario

Coordinadora Reclutamiento y Selección de Personal: Delfia Toribio

Encargada Departamento de Vinculaciones: Kenia Sánchez

Encargada Escuela Nacional de Estadística: Cristina Cabrera

Coordinadora Gestión Académica: Perla Castillo

Director de Tecnología: Ravel Domínguez

Encargado del Departamento de Procesamiento de Datos: Leonel Sanlate

Encargado de la División de Procesamiento de Censos y Encuestas: Dimas Matias

Asesor de la Dirección General: Daniel Pacheco

Desarrolladora CSPro: Sandra Benítez

Analista de Datos Estadísticos: Rafael Esteban Soler

Apoyo Interinstitucional:

Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPYD)

Ministerio de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (MESCYT)}

Agenda Digital

Gabinete de Innovación

Apoyo editorial:

Encargado Departamento de Comunicaciones: Jorge Espinosa

Encargada División de Publicaciones: Raysa Hernández

Edición y corrección literaria:

Diseño : Carmen C. Cabanes

Diagramación: José M. Pérez

Fotografía: pexels

Ficha técnica

| | |
|--|--|
| Nombre de la publicación | Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en la actividad empresarial formal. Encuesta Nacional de Actividad Económica 2022. |
| Objetivo general del producto | Proporcionar información detallada de las Tecnologías de la información y comunicación de los 16 sectores bajo estudio, con el fin de apoyar la toma de decisiones públicas y privadas. |
| Descripción general del producto | Este informe presenta los resultados agregados del levantamiento de información de la sección de TIC de la ENAE 2022, que busca estimar el acceso y uso de TIC de las empresas formales de 10 o más empleados. El levantamiento toma como referencia el año fiscal 2022. |
| Año de inicio del producto estadístico | 2009. |
| Publicación de metodología | Sí. |
| Cobertura geográfica | La cobertura y la inferencia de los datos se realizan a nivel nacional y de macrorregión. |
| Fuentes de información | Levantamiento en campo de las empresas seleccionadas y como marco muestral el Directorio de Empresas y Establecimientos actualizado al 2021. |
| Fecha de la publicación | Mayo 2023. |
| Medios de difusión de las publicaciones | Publicación digital y en línea a través de la página web de la ONE. |

Siglas

| | |
|-----------|--|
| CNAC-2019 | Clasificación Nacional de Actividad Económica |
| DEE | Directorio de Empresas y Establecimientos |
| ENAE | Encuesta Nacional de Actividad Económica |
| ONE | Oficina Nacional de Estadística |
| Rev. 4 | Cuarta revisión de la adaptación de la Clasificación Nacional de Actividad Económica |
| SCN | Sistema de Cuentas Nacionales |
| TIC | Tecnologías de la Información y Comunicación |

Índice

| | |
|---|----|
| Presentación..... | 11 |
| Introducción..... | 12 |
| Resumen ejecutivo..... | 13 |
| 1 Resultados generales..... | 14 |
| 1.1 Acceso y usos del Internet..... | 15 |
| 1.1.1 Acceso a Internet..... | 15 |
| 1.1.2 Usos del Internet..... | 18 |
| 1.2 Redes sociales y medios digitales utilizados para vender o promocionar sus productos..... | 21 |
| 1.2.1 Usos de redes sociales o medios digitales..... | 21 |
| 1.2.2 Tipos de redes sociales y medios digitales que se emplearon..... | 23 |
| 1.3 Tenencia de E-mail con dominio propio..... | 25 |
| 1.4 Tenencia de Página Web..... | 27 |
| 1.5 Medios de pagos electrónicos..... | 28 |
| 2. Metodología..... | 31 |
| 2.1 Objetivos..... | 32 |
| 2.2 Marco muestral..... | 32 |
| 2.3 Población objetivo..... | 33 |
| 2.4 Cobertura geográfica..... | 33 |
| 2.5 Estratificación utilizada para la selección de la muestra..... | 33 |
| 2.6 Dominios de estudio..... | 34 |
| 2.7 Tasa de respuesta..... | 34 |
| 2.8 Cálculo del tamaño de la muestra..... | 34 |
| 2.9 Dirección y gerencia de la encuesta..... | 37 |
| 2.10 Capacitación..... | 38 |
| 2.11 Operación de Campo..... | 39 |
| 2.12 Procesamiento de Datos..... | 40 |
| Anexos: Intervalos de confianza y coeficientes de variación de los resultados generales..... | 41 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| GRÁFICO 1 REPÚBLICA DOMINICANA: PORCENTAJE DE EMPRESAS, SEGÚN CUENTAN O NO CON ACCESO A Internet, 2022..... | 15 |
| GRÁFICO 2 REPÚBLICA DOMINICANA: CANTIDAD Y PORCENTAJE DE EMPRESAS CON ACCESO A Internet, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2022..... | 16 |
| GRÁFICO 3 REPÚBLICA DOMINICANA: PORCENTAJE DE EMPRESAS CON ACCESO A Internet, SEGÚN RANGO DE EMPLEADOS, 2022..... | 16 |
| GRÁFICO 4 REPÚBLICA DOMINICANA: PORCENTAJE DE EMPRESAS, SEGÚN ACTIVIDADES PARA LAS QUE UTILIZA EL Internet, 2022..... | 18 |
| GRÁFICO 5 REPÚBLICA DOMINICANA: PORCENTAJE DE EMPRESAS POR ACTIVIDADES PARA LAS QUE UTILIZAN Internet SEGÚN, RANGO DE EMPLEADOS, 2022..... | 19 |
| GRÁFICO 6 REPÚBLICA DOMINICANA: PORCENTAJE DE EMPRESAS, POR RELEVANCIA DE LAS ACTIVIDADES PARA LAS QUE UTILIZAN Internet, SEGÚN ACTIVIDADES PARA LAS QUE UTILIZA EL Internet, 2022..... | 20 |

| | |
|---|----|
| GRÁFICO 7 REPÚBLICA DOMINICANA: PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE UTILIZAN O NO REDES SOCIALES O MEDIOS DIGITALES PARA VENDER O PROMOCIONAR SUS PRODUCTOS, 2022 | 21 |
| GRÁFICO 8 REPÚBLICA DOMINICANA: PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE UTILIZAN REDES SOCIALES O MEDIOS DIGITALES PARA VENDER O PROMOCIONAR SUS PRODUCTOS, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2022 | 22 |
| GRÁFICO 9 REPÚBLICA DOMINICANA: PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE UTILIZAN REDES SOCIALES O MEDIOS DIGITALES PARA VENDER O PROMOCIONAR SUS PRODUCTOS, SEGÚN RANGO DE EMPLEADOS, 2022 | 22 |
| GRÁFICO 10 REPÚBLICA DOMINICANA: PORCENTAJE DE EMPRESAS, SEGÚN REDES SOCIALES O MEDIOS DIGITALES UTILIZADOS PARA LA VENTA O PROMOCIÓN DE SUS PRODUCTOS, 2022 | 23 |
| GRÁFICO 11 REPÚBLICA DOMINICANA: PORCENTAJE DE EMPRESAS POR REDES SOCIALES O MEDIOS DIGITALES UTILIZADOS PARA LA VENTA O PROMOCIÓN DE SUS PRODUCTOS, SEGÚN RANGO DE EMPLEADOS, 2022 | 25 |
| GRÁFICO 12 REPÚBLICA DOMINICANA: PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE CUENTAN O NO CON CORREO ELECTRÓNICO DE DOMINIO PROPIO, 2022 | 25 |
| GRÁFICO 13 REPÚBLICA DOMINICANA: PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE CUENTAN CON CORREO ELECTRÓNICO DE DOMINIO PROPIO, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2022 | 26 |
| GRÁFICO 14 REPÚBLICA DOMINICANA: PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE CUENTAN CON CORREO ELECTRÓNICO DE DOMINIO PROPIO, SEGÚN RANGO DE EMPLEADOS, 2022 | 26 |
| GRÁFICO 15 REPÚBLICA DOMINICANA: CANTIDAD Y PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE CUENTAN O NO CON PÁGINA WEB, 2022 | 27 |
| GRÁFICO 16 REPÚBLICA DOMINICANA: PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE CUENTAN CON PÁGINA WEB, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2022 | 27 |
| GRÁFICO 17 REPÚBLICA DOMINICANA: PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE CUENTAN CON PÁGINA WEB, SEGÚN RANGO DE EMPLEADOS, 2022 | 28 |
| GRÁFICO 18 REPÚBLICA DOMINICANA: PORCENTAJE DE EMPRESA, SEGÚN MEDIOS DE PAGOS ELECTRÓNICOS ACEPTADOS, 2022 | 28 |
| GRÁFICO 19 REPÚBLICA DOMINICANA: PORCENTAJE DE EMPRESAS POR MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICOS, SEGÚN RANGO DE EMPLEADOS, 2022 | 30 |

ÍNDICE DE INFOGRAFÍA

| | |
|--|----|
| INFOGRAFÍA 1 REPÚBLICA DOMINICANA: PORCENTAJE DE EMPRESAS POR ACTIVIDADES PARA LAS QUE UTILIZAN Internet, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2022 | 19 |
| INFOGRAFÍA 2 REPÚBLICA DOMINICANA: PORCENTAJE DE EMPRESAS POR REDES SOCIALES O MEDIOS DIGITALES UTILIZADOS PARA LA VENTA O PROMOCIÓN DE SUS PRODUCTOS, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2022 | 24 |
| INFOGRAFÍA 3 REPÚBLICA DOMINICANA: PORCENTAJE DE EMPRESAS POR MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICOS ACEPTADOS, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2022 | 29 |

ÍNDICE DE CUADROS ANEXOS: INTERVALOS DE CONFIANZA Y COEFICIENTES DE VARIACIÓN

| | |
|--|----|
| CUADRO 1A REPÚBLICA DOMINICANA: INTERVALO DE CONFIANZA Y COEFICIENTES DE VARIACIÓN DE LA PROPORCIÓN DE EMPRESAS, SEGÚN CUENTAN O NO CON ACCESO A Internet, 2022 | 41 |
| CUADRO 2A REPÚBLICA DOMINICANA: INTERVALO DE CONFIANZA Y COEFICIENTES DE VARIACIÓN DE LA PROPORCIÓN DE EMPRESAS CON ACCESO A Internet, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2022 | 41 |

| | |
|---|----|
| CUADRO 3A REPÚBLICA DOMINICANA: INTERVALO DE CONFIANZA Y COEFICIENTES DE VARIACIÓN DE LA PROPORCIÓN DE EMPRESAS CON ACCESO A Internet, SEGÚN RANGO DE EMPLEADOS, 2022 | 42 |
| CUADRO 4A REPÚBLICA DOMINICANA: INTERVALO DE CONFIANZA Y COEFICIENTES DE VARIACIÓN DE LA PROPORCIÓN DE EMPRESAS CON ACCESO A Internet, SEGÚN Macrorregión DEL DOMICILIO DECLARADO POR LA EMPRESA, 2022 | 42 |
| CUADRO 5A REPÚBLICA DOMINICANA: INTERVALO DE CONFIANZA Y COEFICIENTES DE VARIACIÓN DE LA PROPORCIÓN DE EMPRESAS, SEGÚN ACTIVIDADES PARA LAS QUE UTILIZA EL Internet, 2022 | 42 |
| CUADRO 6A REPÚBLICA DOMINICANA: INTERVALO DE CONFIANZA Y COEFICIENTES DE VARIACIÓN DE LA PROPORCIÓN DE EMPRESAS QUE UTILIZAN O NO REDES SOCIALES O MEDIOS DIGITALES PARA VENDER O PROMOCIONAR SUS PRODUCTOS, 2022 | 43 |
| CUADRO 7A REPÚBLICA DOMINICANA: INTERVALO DE CONFIANZA Y COEFICIENTES DE VARIACIÓN DE LA PROPORCIÓN DE EMPRESAS QUE UTILIZAN REDES SOCIALES O MEDIOS DIGITALES PARA VENDER O PROMOCIONAR SUS PRODUCTOS, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2022 | 44 |
| CUADRO 8A REPÚBLICA DOMINICANA: INTERVALO DE CONFIANZA Y COEFICIENTES DE VARIACIÓN DE LA PROPORCIÓN DE EMPRESAS QUE UTILIZAN REDES SOCIALES O MEDIOS DIGITALES PARA VENDER O PROMOCIONAR SUS PRODUCTOS, SEGÚN RANGO DE EMPLEADOS, 2022 | 44 |
| CUADRO 9A REPÚBLICA DOMINICANA: INTERVALO DE CONFIANZA Y COEFICIENTES DE VARIACIÓN DE LA PROPORCIÓN DE EMPRESAS, SEGÚN REDES SOCIALES O MEDIOS DIGITALES UTILIZADOS PARA LA VENTA O PROMOCIÓN DE SUS PRODUCTOS, 2022 | 45 |
| CUADRO 10A REPÚBLICA DOMINICANA: INTERVALO DE CONFIANZA Y COEFICIENTES DE VARIACIÓN DE LA PROPORCIÓN DE EMPRESAS QUE CUENTAN O NO CON CORREO ELECTRÓNICO DE DOMINIO PROPIO, 2022 | 45 |
| CUADRO 11A REPÚBLICA DOMINICANA: INTERVALO DE CONFIANZA Y COEFICIENTES DE VARIACIÓN DE LA PROPORCIÓN DE EMPRESAS QUE CUENTAN CON CORREO ELECTRÓNICO DE DOMINIO PROPIO, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2022 | 46 |
| CUADRO 12A REPÚBLICA DOMINICANA: INTERVALO DE CONFIANZA Y COEFICIENTES DE VARIACIÓN DE LA PROPORCIÓN DE EMPRESAS QUE CUENTAN CON CORREO ELECTRÓNICO DE DOMINIO PROPIO, SEGÚN RANGO DE EMPLEADOS, 2022 | 47 |
| CUADRO 13A REPÚBLICA DOMINICANA: INTERVALO DE CONFIANZA Y COEFICIENTES DE VARIACIÓN DE LA PROPORCIÓN DE EMPRESAS QUE CUENTAN O NO CON PÁGINA WEB, 2022 | 47 |
| CUADRO 14A REPÚBLICA DOMINICANA: INTERVALO DE CONFIANZA Y COEFICIENTES DE VARIACIÓN DE LA PROPORCIÓN DE EMPRESAS QUE CUENTAN CON PÁGINA WEB, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2022 | 48 |
| CUADRO 15A REPÚBLICA DOMINICANA: INTERVALO DE CONFIANZA Y COEFICIENTES DE VARIACIÓN DE LA PROPORCIÓN DE EMPRESAS QUE CUENTAN CON PÁGINA WEB, SEGÚN RANGO DE EMPLEADOS, 2022 | 49 |
| CUADRO 16A REPÚBLICA DOMINICANA: INTERVALO DE CONFIANZA Y COEFICIENTES DE VARIACIÓN DE LA PROPORCIÓN DE EMPRESA, SEGÚN MEDIOS DE PAGOS ELECTRÓNICOS ACEPTADOS, 2022 | 49 |

PRESENTACIÓN

La Oficina Nacional de Estadística (ONE) de la República Dominicana, en cumplimiento de su misión de satisfacer la demanda de estadísticas oficiales, mediante su producción, divulgación y la coordinación de los servicios estadísticos, para la toma de decisiones públicas y privadas en contribución a la mejora de la calidad de vida de la población y el desarrollo nacional, se complace en poner a disposición de los usuarios el informe Tecnologías de la Información y comunicación (TIC) de la Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

El presente informe surge como parte del aprovechamiento de la metodología y estructura operativa de la Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) para la incorporación de módulos temáticos especializados, y comprende una serie de preguntas que permiten identificar las principales características de las empresas vinculadas a acceso y usos de TIC.

Este informe representa una herramienta que posibilita extraer importantes indicadores para el diseño de políticas que promueven el desarrollo y la evaluación de la política social, contribuyendo así con la implementación y evaluación de la Estrategia Nacional de Desarrollo (END) y del Plan Nacional Plurianual del Sector Público (PNPSP) y al seguimiento de la Agenda 2030 y sus Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). El PNPSP alineado a la END, tiene dentro de sus políticas priorizadas la de encaminar el país *“Hacia la transformación digital”*, incluyendo el sector empresarial, que contribuye a aumentar la inserción de los sectores productivos en la Economía Digital.

La ONE, junto el Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones y la Oficina Presidencial de Tecnologías de la Información y Comunicación son responsables de dar seguimiento a los indicadores nacionales e internacionales en materia TIC¹. Este informe es un aporte a las responsabilidades institucionales asumidas para dar respuesta a indicadores TIC que se complementa con otras fuentes que ofrecen de igual forma información relevante desde los distintos sectores nacionales.

Queremos agradecer el apoyo de todas las instituciones que intervinieron para el fortalecimiento de la producción y difusión de indicadores económicos para el monitoreo de la Estrategia Nacional de Desarrollo (END), el Plan Plurianual del Sector Público (PNPSP), y los compromisos internacionales asumidos por la República Dominicana.

De manera especial, resaltar la sinergia entre el Ministerio de Educación Superior, Ciencia y Tecnología, el Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo, el Gabinete de Innovación, y la Agenda Digital, por la sinergia en este proyecto. Asimismo, agradecemos la confianza de las empresas, las asociaciones y gremios empresariales por su participación entusiasta en este estudio.

Se exhorta a la población a utilizar los datos recabados por la ENAE 2022, con la certeza de que han sido producidos conforme a las metodologías y estándares de calidad recomendados por los organismos internacionales especializados, y que son compatibles con las que se aplican en las oficinas de estadística más importantes de la región y del mundo.

Finalmente, desde la ONE seguimos cambiando para ofrecer más y mejores estadísticas oportunas y de calidad acordes a las demandas de información de los tomadores de decisiones públicos y privados, así como promover la creación de conocimiento.

“Buenos datos, buenas políticas”

¹ <https://www.dominicana.gob.do/index.php/e-sociedad/2014-12-17-20-08-19/item/89-indicadores-tic>



INTRODUCCIÓN

La *Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE)* constituye una fuente de información relevante para los diseñadores de políticas y para los tomadores de decisiones, en lo que se corresponde con el desempeño de la actividad económica nacional de los principales sectores económicos del país.

En este contexto, el presente informe tiene como objetivo caracterizar el acceso y el uso a Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en el contexto empresarial formal de la República Dominicana, con el objetivo de ofrecer información relevante que sirva a tomadores de decisiones, tanto en el ámbito público como privado.

Del mismo modo, responde a las necesidades establecidas en la Agenda Digital 2030, concretados a través del acuerdo interinstitucional que creó la mesa de estadísticas de este sector, en la cual se establece el compromiso de identificar y establecer los indicadores TIC necesarios para la medición de los diferentes proyectos dentro de este grupo de trabajo.

La identificación de las empresas entrevistadas se llevó a cabo a partir de la información contenida en el Directorio de Empresas y Establecimientos (DEE), en su versión 2021, actualizado por la ONE, en el que fueron incluidas las empresas que figuran en los registros administrativos disponibles y con actividades económicas clasificadas conforme a la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAC-2019).

El informe se divide en varias secciones, que van desde el acceso y utilidad del Internet, uso de medios de pago electrónicos, uso de las redes sociales o medios digitales utilizados para vender o promocionar sus productos, así como las actividades realizadas a través del Internet. El documento incluye aspectos conceptuales y metodológicos, así como el análisis de las principales variables investigadas. Todas estas temáticas son cruzadas por actividad económica y tamaño de la empresa, así como por macrorregión.

Cabe resaltar, que esta versión de la ENAE 2022, a diferencia de las anteriores, investiga dieciséis sectores de la economía dominicana: Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca; Explotación de Minas y canteras; Industrias manufactureras; Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado; Suministro de agua, evacuación de aguas residuales y gestión de desechos; Construcción; Comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida; Información y comunicaciones; financieras y de seguros; profesionales, científicas y técnicas; servicios administrativos y de apoyo; Enseñanza; atención de la salud humana y de asistencia social y artísticas, de entretenimiento y recreativas. Además, de levantar las empresas de 10 empleados o más.

Finalmente, se exhibe una sección en la que se presenta el marco metodológico donde se incluyen temas relacionados con el diseño de la muestra que se utilizó para seleccionar las empresas que formaron parte de la población objeto de estudio, así como las acciones relacionadas con el proceso de planificación de la encuesta, la ejecución del trabajo de campo y el procesamiento de los datos.

RESUMEN EJECUTIVO

De acuerdo con los datos compilados por la ENAE 2022, en su sección de TIC, el 98.0% de las empresas indicó contar con acceso a Internet. Por actividad económica se observa que una parte de los sectores cuenta en un 100% con acceso a Internet como son: Profesionales, científicas y técnicas, Financieras y de seguros, Enseñanza, Servicios sociales y de salud humana, Artísticas, de entretenimiento y recreativas, Información y comunicaciones, Suministro de electricidad y Explotación de minas y canteras. Los demás sectores están por encima del 97.0%, con excepción de Administrativas y servicios de apoyo con un 93.0% y Agropecuaria, silvicultura y pesca con un 87.2%, que son los de menor acceso a Internet.

Por su parte, cuando se analiza las empresas por su tamaño, se evidencia que la mayor proporción de afirmaciones de empresas que cuentan con acceso a Internet fue entre las empresas de 100 a 249 empleados y 50 a 99 empleados, con un 100% ambas. Entre tanto, la menor proporción correspondió a las unidades económicas de 10 a 29 empleados, con un 97.0%, estas últimas son las de mayor participación en el universo empresarial.

Por actividades en las que utilizan Internet, se tiene que, del total de empresas con acceso, el mayor porcentaje lo utilizan para acceder a servicios bancarios y/o financieros con 90.2%, seguido de realizar compras y/o cotizaciones con un 81.2% y brindar servicios a los clientes con un 80.9%. Analizando la prioridad que tienen estas actividades para las empresas dentro de los diferentes sectores indicaron que las más relevantes en orden de prioridad son: 1) Realizar ventas; 2) Acceso a servicios bancarios y/o financieros; y 3) Realizar declaraciones a la administración pública, con una proporción de afirmaciones de 37.2%, 24.0% y 20.9%, respectivamente.

Otro de los aspectos que se indagó en la encuesta fue el uso de las redes sociales o medios digitales para la venta o promoción de productos y servicios por parte de las empresas. El 79.3% del universo empresarial formal indicó que utilizó redes sociales o medios digitales para vender o promocionar sus productos. Por otra parte, las redes sociales o medios digitales más utilizados por las empresas para la venta o promoción de productos y servicios fueron realizadas a través de Instagram con un 73.4%, seguido de la plataforma de WhatsApp con 71.1 % y Facebook con un 62.2 %.

Por actividad económica de las empresas que utilizan redes sociales o medios digitales para vender o promocionar sus productos la mayor proporción es correspondiente a la actividad de Enseñanza con un 88.3%, seguido de las actividades de servicios sociales y de salud humana con un 87.9% y Comercio con un 85.7%, el resto de las actividades representa un porcentaje mayor al 50%.

Según el rango de empleados la mayor proporción es de 88.9% seguido de 86.1% correspondientes a las empresas de 100 a 249 empleados y 50 a 99 empleados respectivamente, la menor proporción pertenece a las empresas de 30 a 49 empleados con el 75.4%

Adicional, al indagar sobre cuáles empresas cuentan con E-mail con dominio propio se tiene que un 37.5% de estas afirmaron poseerlo. A su vez se pregunta por las empresas que cuentan con Página Web, donde solo el 38.1% de las empresas afirmó positivamente. Finalmente, el 91.9% de las empresas indicó aceptar medios de pagos electrónicos dentro de las cuales destaca, Transferencias Bancarias o Interbancarias (Débito/Créditos directos, pagos al instante) con el 89.1%, Tarjetas bancarias (Crédito, débito, prepago, de subsidio gubernamental) con el 47.7% y las Plataformas de pago (PayPal, Pagatodo, Azul, TPago, etc.) con el 14.5%.



RESULTADOS



1. RESULTADOS GENERALES

En la actualidad las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) juegan un papel fundamental en el desarrollo del sector empresarial, pues permite potencializar el crecimiento económico y el empleo de las empresas, a través del aumento de la eficiencia y la productividad. El uso de las TIC en las empresas también agrega valor, lo que permite a estas obtener ventajas comparativas frente a otras que no logran incorporar estas herramientas a sus procesos operativos y de comercialización.

Las (TIC) permiten transformar la manera de trabajar y de gestionar los recursos, lo que acerca de forma más eficiente los sectores productivos a clientes, suplidores y población objetivo. Estas se constituyen en un eje fundamental para el aumento de las ganancias de las empresas, impactando productividad laboral, ventas, promoción y transacciones financieras.

Muchas empresas por motivo de la pandemia tuvieron que implementar medidas respecto a su personal empleado y la forma de comercializar sus productos para seguir operando durante y posterior a la crisis. Dentro de las medidas se encontraban la implementación del teletrabajo y el uso de herramientas digitales para la promoción y comercialización de sus productos.

Las medidas implementadas en muchas de estas empresas implicaron un uso más intensivo de la tecnología de la información. Es por ello, que este informe busca estimar el acceso de las empresas a ciertas TIC, tales como el acceso a Internet, uso de redes sociales, página Web, Correos electrónicos con dominio propio y medios de pagos digitales.

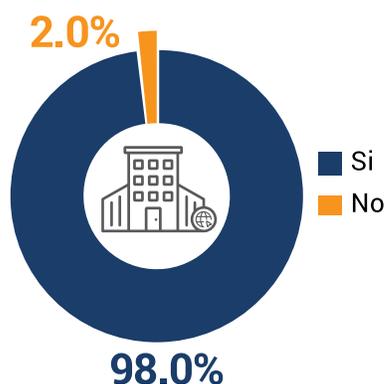
1.1 Acceso y usos del Internet

En este acápite se presentan los resultados de la encuesta concerniente al acceso a Internet, así mismo se resaltan los principales usos que le dan las empresas formales empleadoras del país. Dichos resultados se cruzan por actividad económica, tamaño de la empresa (rango de empleados) y macrorregión del domicilio declarado por la empresa.

1.1.1 Acceso a Internet

Conforme a los resultados obtenidos en la ENAE 2022, se estima que el 98.0% de las empresas afirmaron tener acceso a Internet al momento de responder la encuesta.

Gráfico 1 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas, según cuentan o no con acceso a Internet, 2022

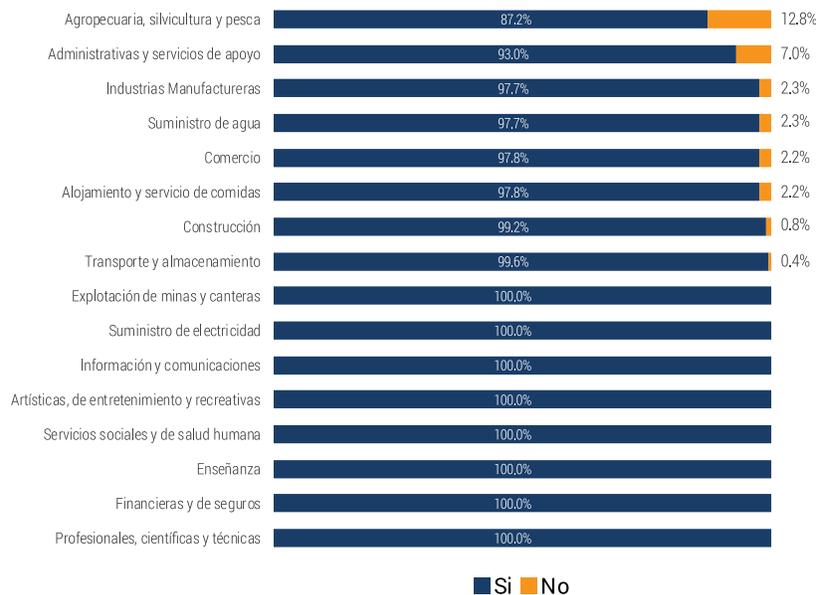


Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

Por su parte, al observar la desagregación de las empresas con acceso a Internet, según la actividad económica, se tiene que los sectores de Profesionales, científicas y técnicas, Financieras y de seguros, Enseñanza, Servicios sociales y de salud humana, Artísticas, de entretenimiento y recreativas, Información y comunicaciones, Suministro de electricidad y Explotación de minas y canteras tienen el 100.0% de sus empresas con acceso a Internet.

Por su parte, Agropecuaria, silvicultura y pesca es el sector con mayor proporción de sus empresas sin acceso a Internet (12.8%), seguido por las empresas dedicadas a actividades Administrativas y servicios de apoyo (7.0%), Suministro de agua e Industrias Manufactureras (2.3%).

Gráfico 2 REPÚBLICA DOMINICANA: Cantidad y porcentaje de empresas con acceso a Internet, según actividad económica, 2022



Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

Según el tamaño de la empresa, se aprecia que las de 50 a 249 empleados son las que tienen el 100.0% de sus empresas con acceso a Internet. Entre tanto, que las más pequeñas son las que tienen la mayor proporción de empresas sin acceso a Internet, con un 3.0% las de 10 a 29 empleados y un 0.4% las de 30 a 49 empleados. En sentido general, se evidencia una alta vocación de las empresas formales a acceder a Internet, sin importar el tamaño de estas.

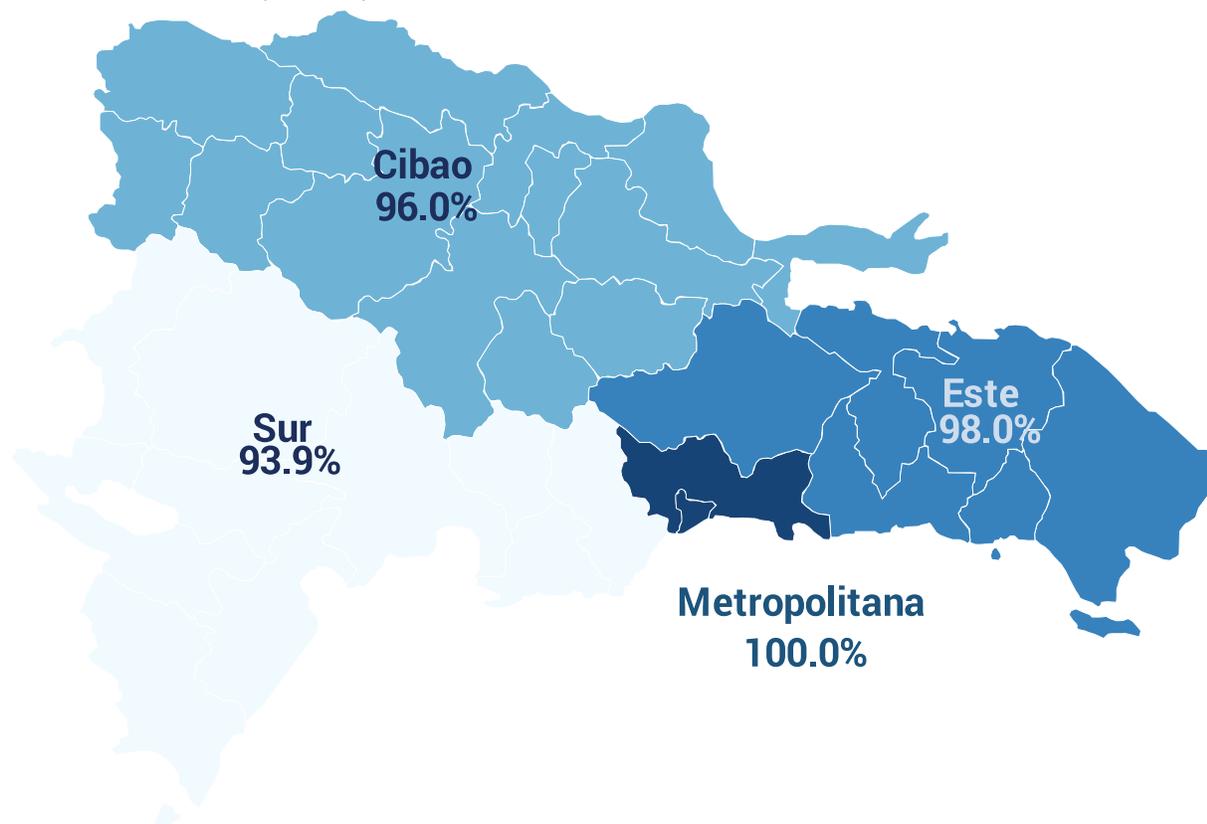
Gráfico 3 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas con acceso a Internet, según rango de empleados, 2022



Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

Cuando se analiza el acceso a Internet por macrorregión del domicilio declarado² por la empresa se destaca que en la macrorregión Metropolitana (Distrito Nacional y Santo Domingo) es donde se observa el mayor porcentaje, con un 100.0% de empresas que poseen acceso a Internet, seguido de la macrorregión Este con un 98.0% y la macrorregión Cibao con el 96.0%, y por último la macrorregión Sur con el 93.9%.

Mapa 1 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas con acceso a Internet, según región del domicilio declarado por la empresa, 2022



Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

² Es la ubicación declarada por la empresa. Esta localidad no siempre corresponde a donde están ubicados los establecimientos de la empresa, normalmente es donde se encuentra ubicada la parte administrativa de esta, que puede o no coincidir con los establecimientos o plantas de producción.

1.1.2 Usos del Internet

A las empresas se les preguntó sobre cuáles son las actividades que realizan al momento de navegar en Internet, y en este sentido, la actividad de mayor frecuencia fue el acceso a servicios bancarios y/o financieros, con un 90.2%, seguido por realizar compras y/o cotizaciones con un 81.2% y brindar servicios a los clientes con 80.9%. Solo el 62.1% de las empresas utilizó el Internet para realizar ventas.

Gráfico 4 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas, según actividades para las que utiliza el Internet, 2022



Nota: La empresa tenía la opción de seleccionar más de una actividad.

Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

Los usos de Internet tienen un comportamiento heterogéneo, según la actividad económica. Se destaca con una alta participación acceder a servicios bancarios en la mayoría de las actividades económicas. De igual forma resalta una alta participación entre los sectores el realizar declaraciones a la administración pública y realizar compras y/o cotizaciones.

El sector Comercio es el que tiene la mayor participación en uso de Internet para realizar ventas, es la única con una participación porcentual que supera el 70.0%, con 75.1%. El sector Agricultura, silvicultura y pesca, Alojamiento y servicio de comidas, Información y comunicaciones, así como las Administrativas y servicios de apoyo también exhiben una participación considerable en el uso de Internet para realizar ventas, superando el 60.0% en todas.

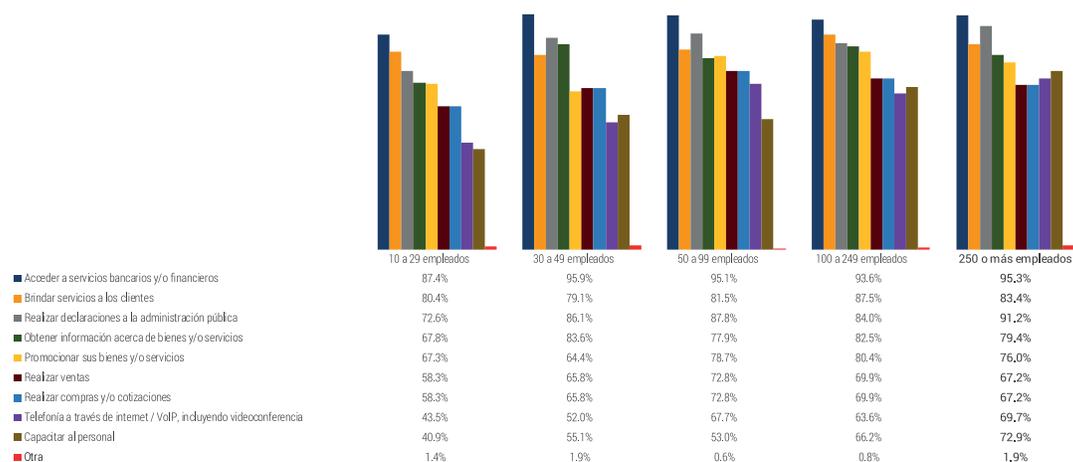
Infografía 1 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas por actividades para las que utilizan Internet, según actividad económica, 2022

| Actividad económica | Realizar ventas | Realizar compras y/o servicios | Promocionar sus bienes y/o servicios | Acceder a servicios bancarios y/o financieros | Brindar servicios a los clientes | Telefonía a través de internet / VoIP | Obtener información acerca de bienes y/o servicios | Capacitar al personal | Realizar declaraciones a la administración pública | Otra |
|--|-----------------|--------------------------------|--------------------------------------|---|----------------------------------|---------------------------------------|--|-----------------------|--|------|
| Agropecuaria, silvicultura y pesca | 60.6% | 87.8% | 49.7% | 98.7% | 82.6% | 54.2% | 82.2% | 47.6% | 86.2% | 3.1% |
| Explotación de minas y canteras | 47.5% | 87.2% | 38.6% | 100.0% | 46.3% | 60.0% | 73.5% | 39.9% | 92.4% | 0.0% |
| Industrias Manufactureras | 63.9% | 87.4% | 67.4% | 94.2% | 79.3% | 47.8% | 80.9% | 40.5% | 81.8% | 1.8% |
| Suministro de electricidad | 40.6% | 80.5% | 47.8% | 91.2% | 67.8% | 73.5% | 87.5% | 71.8% | 97.5% | 3.3% |
| Suministro de agua | 54.7% | 94.4% | 65.7% | 94.8% | 75.6% | 47.1% | 80.7% | 52.1% | 91.5% | 1.7% |
| Construcción | 51.5% | 96.7% | 73.3% | 90.9% | 84.8% | 53.0% | 69.8% | 50.6% | 76.6% | 0.6% |
| Comercio | 75.1% | 88.0% | 73.3% | 92.7% | 81.4% | 51.6% | 77.1% | 45.0% | 77.2% | 1.7% |
| Transporte y almacenamiento | 43.8% | 67.3% | 56.5% | 76.9% | 68.5% | 43.7% | 64.1% | 44.5% | 79.3% | 1.4% |
| Alojamiento y servicio de comidas | 63.6% | 70.0% | 74.4% | 82.1% | 81.7% | 32.6% | 54.8% | 23.1% | 62.9% | 0.3% |
| Información y comunicaciones | 63.9% | 87.8% | 77.3% | 95.7% | 97.6% | 74.5% | 74.2% | 71.7% | 87.5% | 1.8% |
| Financieras y de seguros | 50.9% | 72.0% | 71.2% | 91.5% | 66.3% | 54.4% | 67.0% | 51.8% | 91.0% | 0.4% |
| Profesionales, científicas y técnicas | 48.5% | 70.2% | 49.8% | 94.7% | 93.0% | 60.1% | 78.1% | 77.8% | 85.5% | 2.1% |
| Administrativas y servicios de apoyo | 68.1% | 91.1% | 73.6% | 94.0% | 79.6% | 51.8% | 63.4% | 39.8% | 73.4% | 0.0% |
| Enseñanza | 32.2% | 57.0% | 76.4% | 75.6% | 86.7% | 57.9% | 69.3% | 75.8% | 74.6% | 1.3% |
| Servicios sociales y de salud humana | 38.9% | 82.5% | 80.9% | 88.4% | 77.9% | 51.2% | 81.1% | 58.4% | 81.9% | 0.3% |
| Artísticas, de entretenimiento y recreativas | 59.2% | 45.5% | 46.6% | 80.0% | 68.2% | 19.1% | 47.0% | 28.5% | 60.5% | 3.4% |

Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

Por tamaño de la empresa, se mantiene el acceso a servicios bancarios y/o financieros con el mayor porcentaje dentro de todos los rangos. A esta actividad le siguen brindar servicios a los clientes y realizar declaraciones a la administración pública como la segunda o tercera actividad para la que se utiliza el Internet, con porcentajes por encima del 79.0%.

Gráfico 5 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas por actividades para las que utilizan Internet según, rango de empleados, 2022



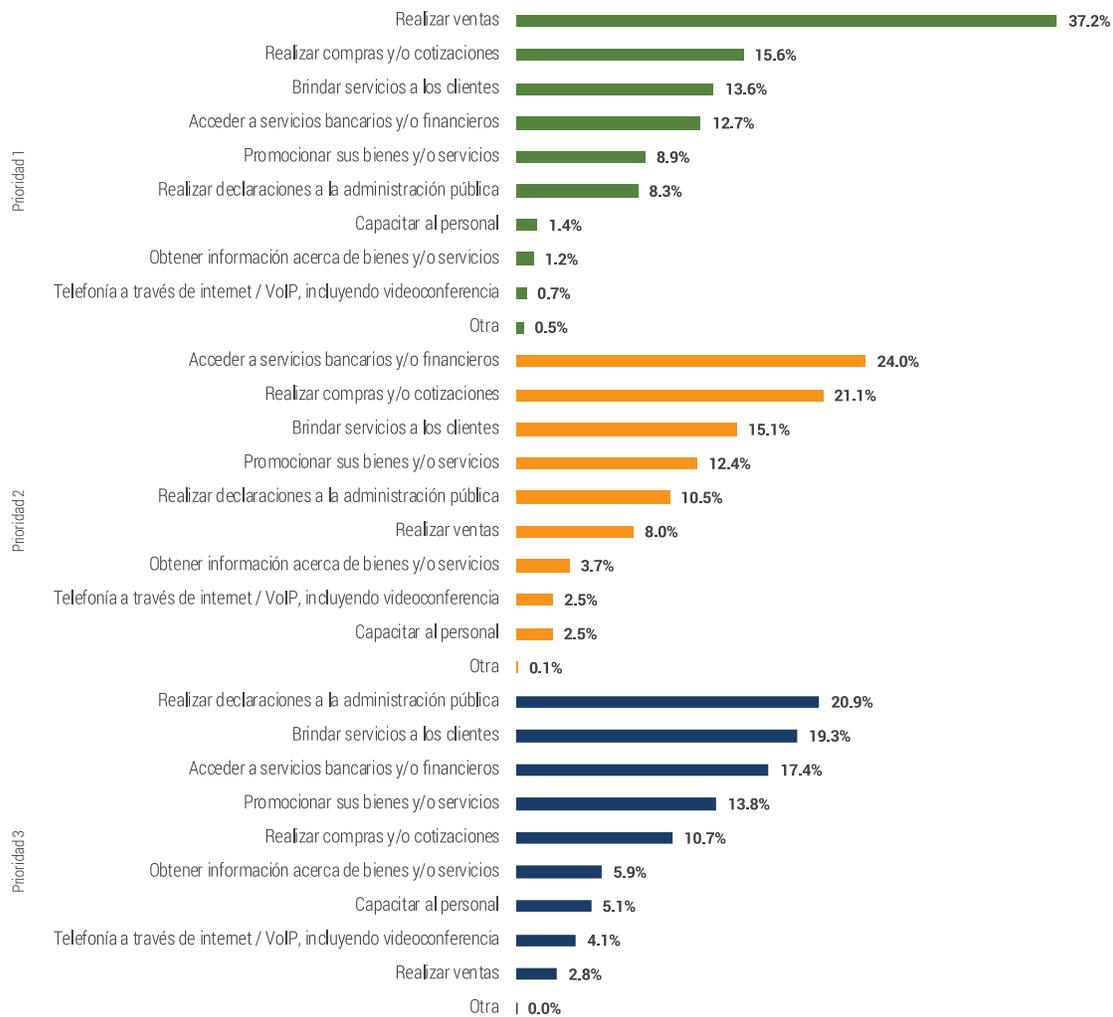
Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

Adicional, se les solicitó a las empresas que marcaran los tres usos del Internet más relevante, siendo 1 el de mayor relevancia. Como relevancia 1 se tiene que el de mayor frecuencia fue realizar ventas con un 37.2%, seguido de realizar compras y/o cotizaciones y brindar servicios a clientes, con 15.6% y 13.6%, respectivamente.

Por otro lado, en los de relevancia 2 destacan acceder a servicios bancarios y/o financieros con 24.0%, seguido de realizar compras y/o cotizaciones y brindar servicios a clientes, con 21.1% y 15.1%, respectivamente. En los de relevancia 3 como principales destaca las declaraciones a la administración pública y brindar servicios a los clientes, con 20.9% y 19.3%, respectivamente.

Entre las actividades de menor relevancia señaladas por las empresas destacan obtener información de bienes y/o servicios, capacitar al personal y telefonía a través de Internet y/o VoIP.

Gráfico 6 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas, por relevancia de las actividades para las que utilizan Internet, según actividades para las que utiliza el Internet, 2022



Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

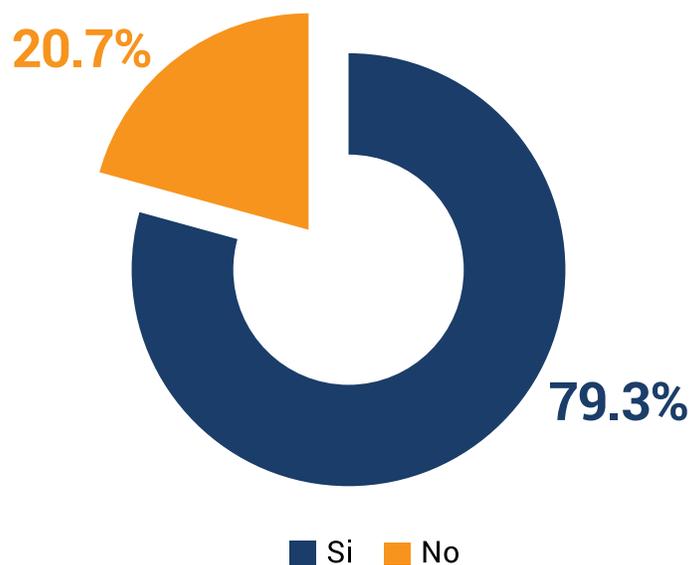
1.2 Redes sociales y medios digitales utilizados para vender o promocionar sus productos

El uso de redes sociales y medios digitales para la venta y promoción de bienes y servicios se ha constituido en una herramienta efectiva e importante para las empresas, pues permiten a la empresa mejorar su posicionamiento y mantener una comunicación bidireccional con clientes o potenciales clientes. El uso de estas se constituye en un medio eficiente de comunicación estratégica con menos costo.

1.2.1 Usos de redes sociales o medios digitales

En lo que respecta al uso de las redes sociales o medios digitales, el 79.3% de las empresas indicó que las utilizaron para vender o promocionar sus productos, lo que evidencia la vocación del empresariado dominicano formal en el uso de estas para la realización de tales actividades.

Gráfico 7 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas que utilizan o no redes sociales o medios digitales para vender o promocionar sus productos, 2022

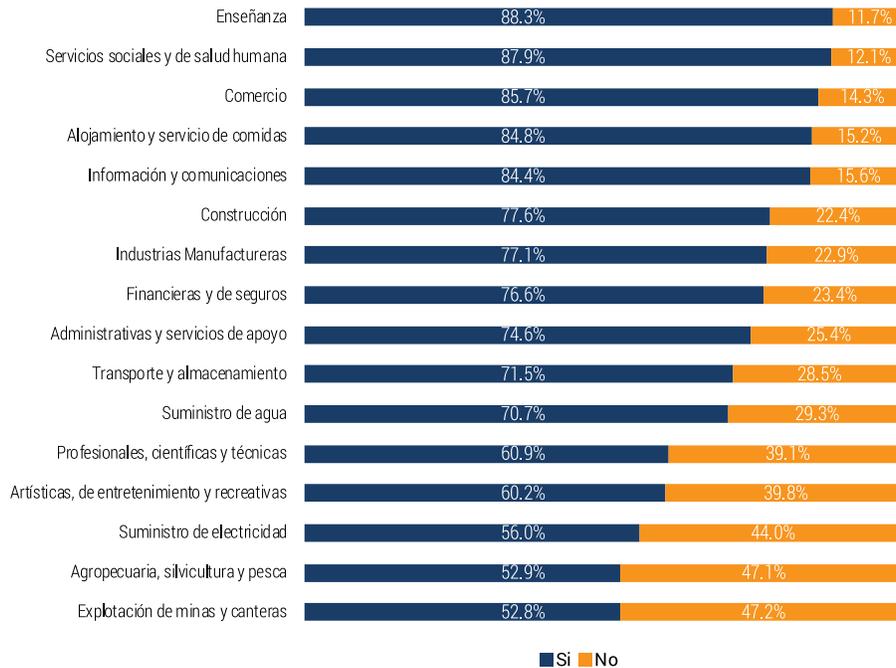


Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

La actividad económica con la mayor proporción de empresas que utilizó las redes sociales o los medios digitales para vender o promocionar sus productos fue la de Enseñanzas con 88.3%, seguido por Servicios sociales y de salud humana y Comercio, con 87.9% y 85.7%, respectivamente.

La actividad económica con la menor proporción de empresas que utilizó las redes sociales o los medios digitales para vender o promocionar sus productos fue la de Explotación de minas y canteras con 52.8%, seguido por Agropecuaria, silvicultura y pesca y Suministro de electricidad, con 52.9% y 56.0%, respectivamente.

Gráfico 8 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas que utilizan redes sociales o medios digitales para vender o promocionar sus productos, según actividad económica, 2022

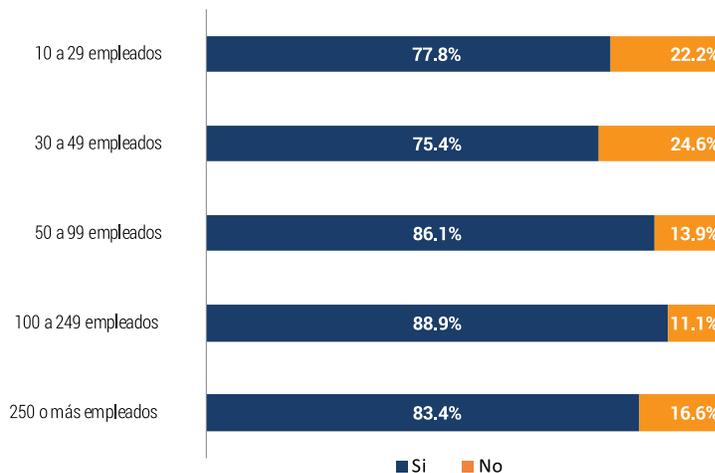


Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

Por tamaño de la empresa, las empresas de 100 a 249 empleados son las que más utilizaron redes sociales y medios digitales para vender o promocionar sus productos, con 88.9%. A estas le siguen las de 50 a 99 empleados y 250 o más empleados, con 86.1% y 83.4%, respectivamente.

Es interesante, como las más pequeñas fueron las que menos utilizaron redes sociales y medios digitales para la venta o promoción de sus productos, con una participación de 77.8% para las de 10 a 29 empleados y 75.4% para las de 30 a 49 empleados.

Gráfico 9 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas que utilizan redes sociales o medios digitales para vender o promocionar sus productos, según rango de empleados, 2022

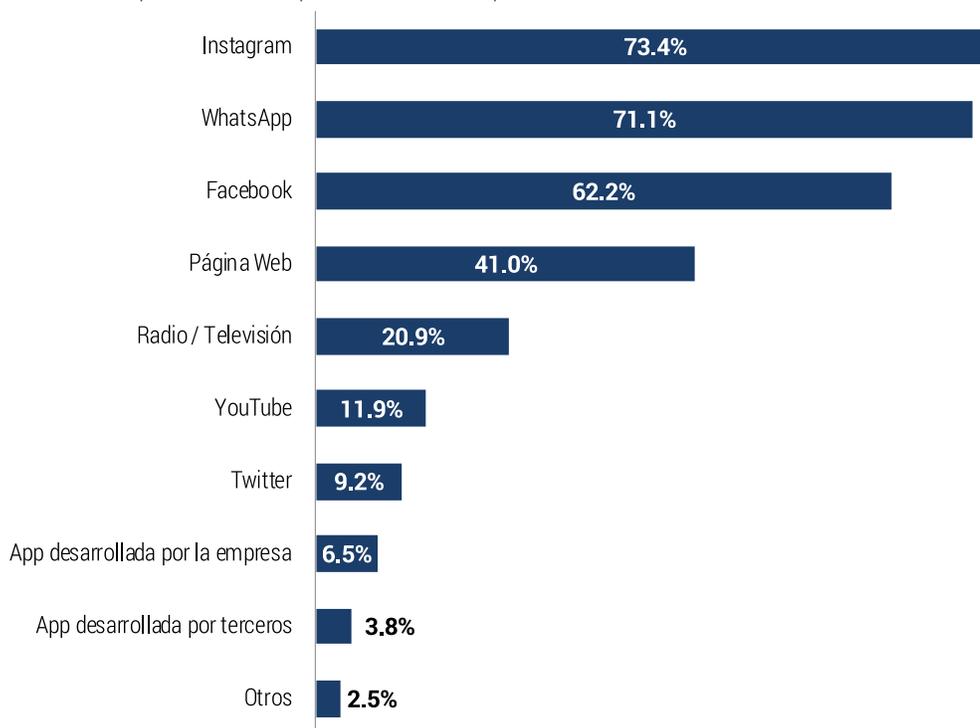


Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

1.2.2 Tipos de redes sociales y medios digitales que se emplearon

Dentro de las redes sociales o medios digitales que emplearon las empresas para vender o promocionar sus productos, las más utilizadas fueron: Instagram (73.4%), WhatsApp (71.1%) y Facebook (62.2%). Cabe destacar que el uso o implementación de página Web para estos fines representó el 41.0%.

Gráfico 10 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas, según redes sociales o medios digitales utilizados para la venta o promoción de sus productos, 2022

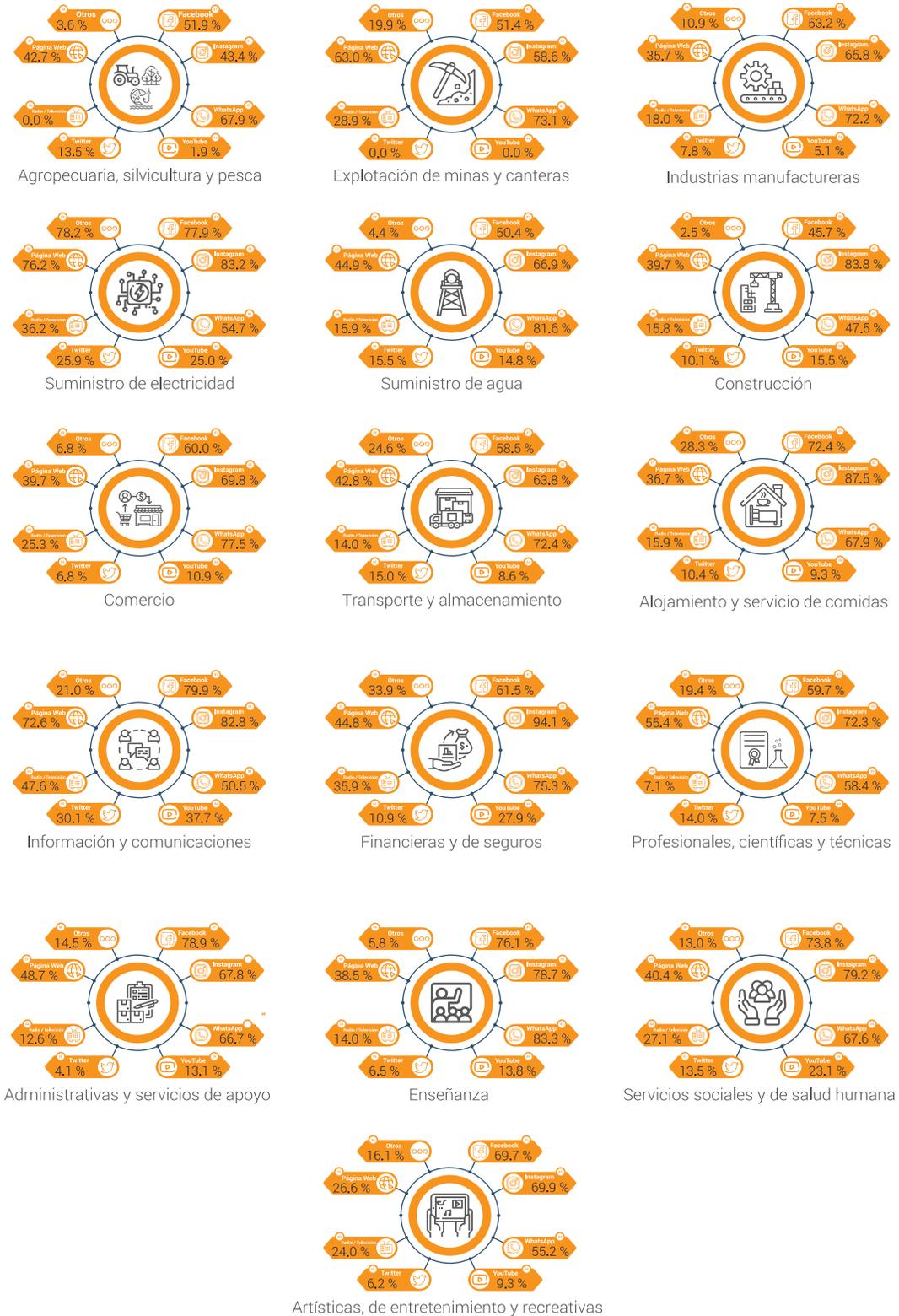


Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

Por sector económico se tiene, que las tres principales redes sociales o medios utilizados por las empresas para vender o promocionar sus productos fueron Instagram, Facebook y WhatsApp, aunque varían según el sector, siendo Instagram el de mayor frecuencia, superando el 40% en todos los sectores.

Instagram posee un alto porcentaje dentro de las actividades Financieras y de seguros con un 94.1% seguido del sector de Alojamiento y servicios de comida con un 87.5%. Por otro lado, Facebook tiene una participación significativa en los sectores de Información y comunicaciones (79.9%), y administración y servicios de apoyo (78.9%) y Suministro de electricidad (77.9%). Entre tanto, que WhatsApp resalta en el sector de Enseñanzas (83.3%). El sector donde destaca otros medios distintos al resto es Suministro de electricidad con 78.2%.

Infografía 2 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas por redes sociales o medios digitales utilizados para la venta o promoción de sus productos, según actividad económica, 2022

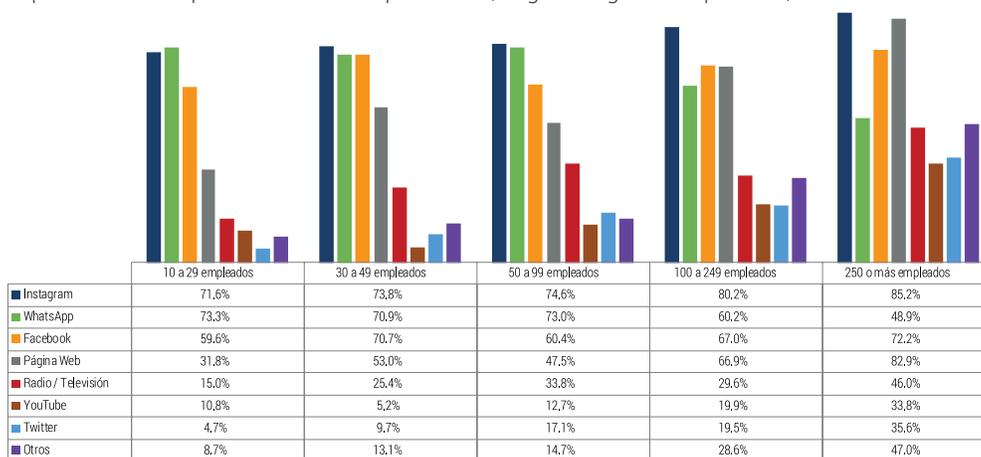


Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

Por tamaño de la empresa, se mantiene Instagram y Facebook como la primera y segunda red social de uso por las empresas, con porcentajes por encima del 70.0% y 60.0%, respectivamente.

Cabe destacar, que el uso de página Web figura como tercer y segundo medio digital utilizado por las empresas a partir de los 100 empleados. En tanto, que la promoción por Twitter incrementa su uso según el tamaño de la empresa, siendo significativamente mayor para aquellas empresas de 250 o más empleados. Comportamiento similar sucede en las App desarrolladas por la empresa.

Gráfico 11 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas por redes sociales o medios digitales utilizados para la venta o promoción de sus productos, según rango de empleados, 2022

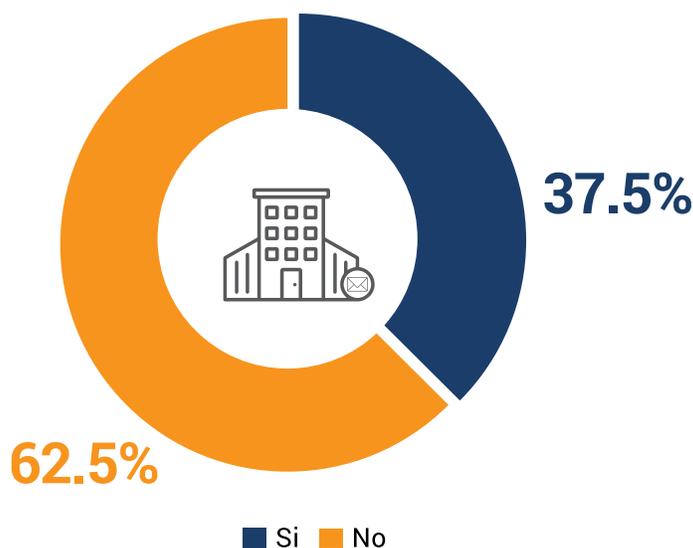


Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

1.3 Tenencia de E-mail con dominio propio

En lo que respecta a la cantidad de empresas que cuentan con E-mail con dominio propio, apenas el 37.5% de las empresas indicó afirmativamente poseerlo.

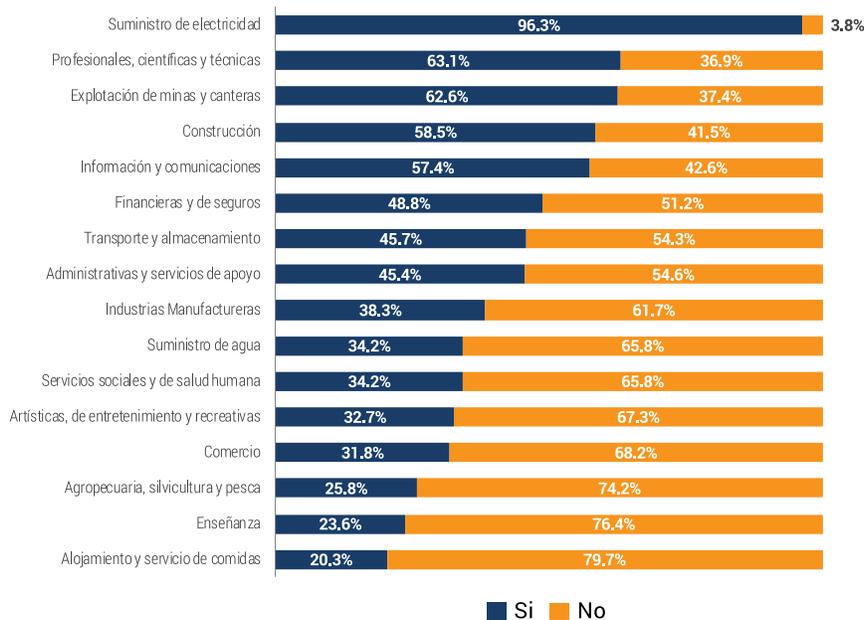
Gráfico 12 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas que cuentan o no con correo electrónico de dominio propio, 2022



Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

La actividad económica con la mayor proporción de empresas que cuentan con E-mail con dominio propio es Suministro de electricidad con 96.3%, seguido por Actividades profesionales, científicas y técnicas con un 63.1% y Explotación de minas y canteras con un 62.6%. Las de menor proporción de empresas que cuentan con E-mail con dominio propio es Alojamiento y comida con 20.3%, Enseñanza con un 23.6% y Agropecuaria, silvicultura y pesca con un 25.8%.

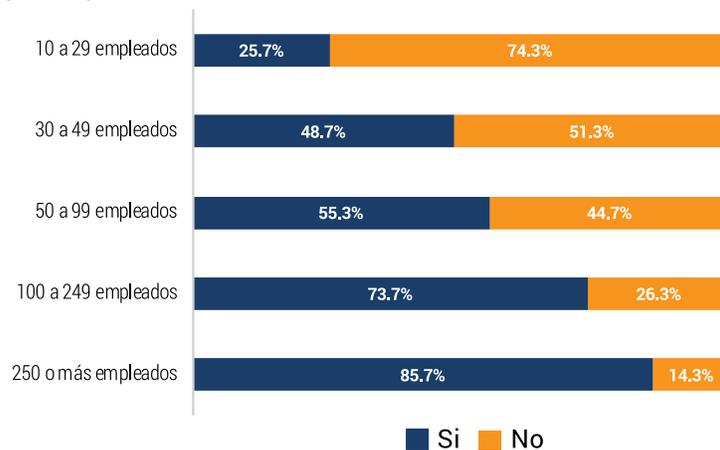
Gráfico 13 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas que cuentan con correo electrónico de dominio propio, según actividad económica, 2022



Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

Según el rango de empleados, se tiene que mientras más grande es la empresa, mayor es la proporción que cuenta con E-mail con dominio propio. Las empresas de 250 o más empleados es la de mayor proporción con un 85.7%. Seguida de las que tienen entre 100 a 249 empleados, con un 73.7%. Entre tanto, que las más pequeñas son las que tienen la menor proporción con un 25.7% las de 10 a 29 empleados y un 48.7% las de 30 a 49 empleados.

Gráfico 14 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas que cuentan con correo electrónico de dominio propio, según rango de empleados, 2022

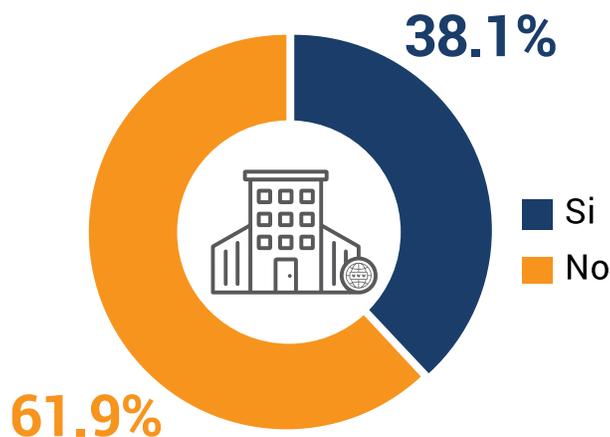


Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

1.4 Tenencia de Página Web.

En la encuesta también se indagó sobre la tenencia de página Web. para la empresa. En este sentido, se tiene que solo el 38.1% de las empresas indicó afirmativamente poseer una Página Web para la empresa.

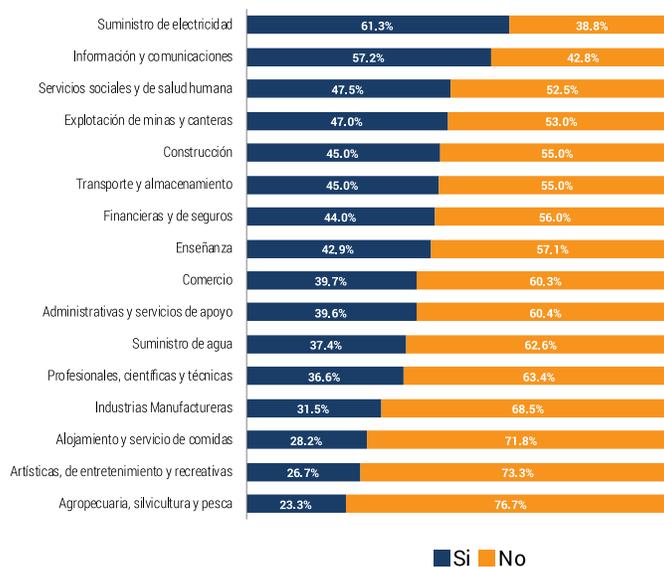
Gráfico 15 REPÚBLICA DOMINICANA: Cantidad y porcentaje de empresas que cuentan o no con página web, 2022



Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

La actividad económica con la mayor proporción de empresas que cuentan con Página Web es Suministro de electricidad con 61.3%, seguido por Información y comunicaciones con un 57.2% y Comercio con un 47.5%. Las de menor proporción de empresas que cuentan con Página Web es Agropecuaria, silvicultura y pesca con 23.3%, seguido por Artísticas, de entretenimiento y recreativas con un 26.7 % y Alojamiento y servicio de comidas con un 28.2%.

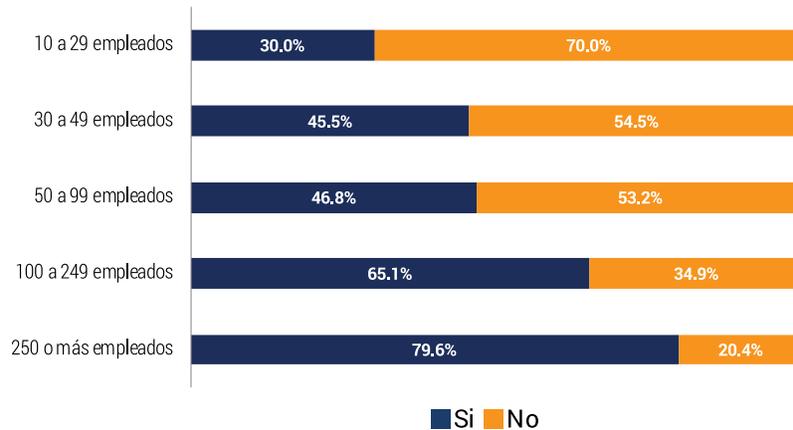
Gráfico 16 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas que cuentan con página web, según actividad económica, 2022



Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

En el gráfico 17 se aprecia que mientras mayor es el rango de la empresa, mayor es la proporción que cuenta con Página Web. Las empresas de 250 o más empleados son las de mayor proporción con un 79.6%. A estas le siguen las de 100 a 249 empleados con un 65.1%. Entre tanto, que las más pequeñas son las que tienen la menor proporción con un 30.0% las de 10 a 29 empleados y un 45.5% las de 30 a 49 empleados.

Gráfico 17 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas que cuentan con página web, según rango de empleados, 2022

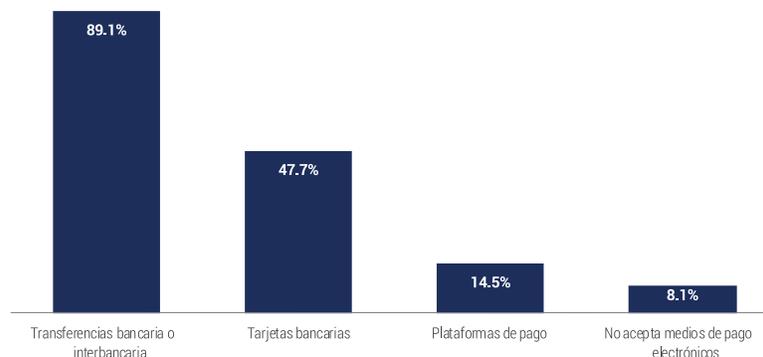


Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

1.5 Medios de pagos electrónicos

En cuanto al uso de medios de pago electrónico se tiene que solo el 8.1% de las empresas formales no utiliza algún medio pago electrónico. El restante 91.9% de las empresas utiliza uno o más medios de pagos electrónicos, destacando las transferencias bancarias o interbancarias (89.1%), el uso de tarjetas bancarias (47.7%) y las distintas plataformas de pago (14.5%).

Gráfico 18 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresa, según medios de pagos electrónicos aceptados, 2022



Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

Cuando se identifican cuáles fueron los tres principales medios de pago electrónico utilizados por sector económico, se observa un comportamiento similar al comportamiento del universo en las empresas formales, excepto en Artísticas, de entretenimiento y recreativas, donde el uso de las plataformas como medio de pago es 0.0%. El sector económico con mayor proporción de empresas que no utilizan medios de pago electrónico es Artísticas, de entretenimiento y recreativas con un 37.9% seguido de Alojamiento y servicio de comidas con un 26.6%.

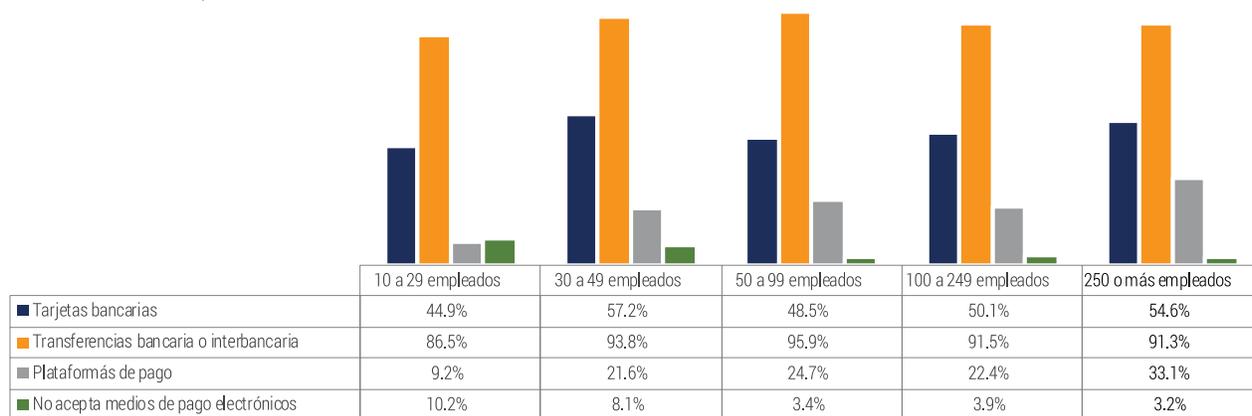
Infografía 3 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas por medios de pago electrónicos aceptados, según actividad económica, 2022

| Actividad económica |  |  |  |  |
|--|---|---|--|---|
| | Tarjetas bancarias | Transferencias bancaria o interbancaria | Plataformas de pago | No acepta medios de pago electrónicos |
| | Porcentaje | Porcentaje | Porcentaje | Porcentaje |
| Administrativas y servicios de apoyo  | 34.3% | 94.4% | 7.5% | 5.3% |
| Agropecuaria, silvicultura y pesca  | 15.3% | 86.7% | 1.9% | 13.3% |
| Alojamiento y servicio de comidas  | 61.6% | 61.5% | 22.6% | 26.6% |
| Artísticas, de entretenimiento y recreativas  | 30.0% | 56.6% | 0.0% | 37.9% |
| Comercio  | 66.4% | 94.3% | 17.2% | 2.2% |
| Construcción  | 24.6% | 97.9% | 5.3% | 1.7% |
| Enseñanza  | 43.3% | 94.6% | 9.5% | 5.3% |
| Explotación de minas y canteras  | 27.0% | 88.3% | 0.0% | 5.3% |
| Financieras y de seguros  | 32.4% | 92.6% | 8.3% | 7.2% |
| Industrias manufactureras  | 36.2% | 92.2% | 14.0% | 6.7% |
| Información y comunicaciones  | 36.8% | 99.4% | 16.6% | 0.6% |
| Profesionales, científicas y técnicas  | 21.4% | 91.9% | 20.0% | 8.1% |
| Servicios sociales y de salud humana  | 65.7% | 90.7% | 13.2% | 8.5% |
| Suministro de agua  | 24.5% | 93.8% | 9.4% | 2.3% |
| Suministro de electricidad  | 38.3% | 96.9% | 21.3% | 3.1% |
| Transporte y almacenamiento  | 29.3% | 81.8% | 14.2% | 18.2% |

Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

Por rango de empleados el comportamiento es homogéneo, las transferencias bancarias e interbancarias representan los mayores porcentajes en todos los rangos, los de mayor proporción son las empresas de 50 a 99 empleados y de 30 a 49 empleados, con un 95.9% y 93.8%, respectivamente.

La tarjeta bancaria son las que siguen en participación, con un 57.2% en las empresas de 30 a 49 empleados y 54.6% empresas de 250 o más empleados. En tercer lugar, están las plataformas de pago con un 33.1% en las empresas de 250 o más empleados, seguido por las de 50 a 99 empleados con un 24.7%. Destaca, además, que el rango de 10 a 29 empleados son las que tienen un porcentaje alto de empresas que no aceptan medios de pago electrónicos, con un 10.2%.

Gráfico 19 REPÚBLICA DOMINICANA: Porcentaje de empresas por medios de pago electrónicos, según rango de empleados, 2022


Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022

Metodología

2

2. METODOLOGÍA

2.1 Objetivos

2.1.1 Objetivos general

La ENAE 2022 tiene como objetivo general caracterizar la innovación en el contexto empresarial de la República Dominicana en los tres últimos años según las áreas, los objetivos, efectos y obstáculos de estas, así como identificar la realización de actividades de investigación y desarrollo por parte de las empresas, a fin de contribuir al diseño, implementación y evaluación de políticas públicas orientadas a su desarrollo.

2.2.2 Objetivos específicos

- a. Estimar el porcentaje de empresas que realizó alguna innovación durante el periodo 2019 al 2021.
- b. Conocer la participación de las empresas en actividades innovadoras por actividad económica y tamaño de la empresa para el periodo estudiado.
- c. Estimar las innovaciones implementadas por área de innovación.
- d. Identificar las empresas que realizan I+D y su formalidad.
- e. Conocer la inversión y fuentes de financiación de las innovaciones implementadas en el periodo de estudio.
- f. Generar información de base para evaluar las intervenciones de política de fomento a la innovación.
- g. Conocer los principales objetivos, obstáculos y efectos de las innovaciones realizadas por las empresas.
- h. Estimar el porcentaje de empresas con acceso a TIC y usos de esta.
- i. Estimar el porcentaje de empresas que accedieron a financiamiento en los últimos 12 meses.
- j. Generar información que permita la elaboración de indicadores comparables con los producidos internacionalmente.

2.2 Marco muestral

El marco de muestreo que se utilizó para la selección de las empresas que se seleccionaron para la realización de la ENAE 2022, se corresponde con el conjunto de las unidades económicas contenidas en el Directorio de Empresas y Establecimientos, en el cual se registran las unidades económicas formales empleadoras, con información que permite su estratificación de acuerdo con su actividad económica y su tamaño, medido por el total de personal ocupado. El DEE representa el universo de empresas y establecimientos económicos formales empleador el cual se integra a partir del procesamiento de diversas fuentes primarias de información sustentada en registros administrativos de diversas dependencias del gobierno dominicano.

El DEE 2021 incluye información de más de 109,200 empresas formales empleadoras, de las cuales 20,257 correspondieron a las unidades económicas que representan a la población objetivo de la ENAE, y que conforman el marco muestral, siendo estas el 18.5% del universo registrado en el DEE.

2.3 Población objetivo

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

CIU Rev. 4 Descripción

- A. Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca” (Divisiones 01 a 03)
- B. Explotación de minas y canteras” (Divisiones 05 a 09)
- C. Industrias manufactureras (Divisiones 10 a 33)
- D. Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado (División 35)
- E. Suministro de agua; evacuación de aguas residuales, gestión de desechos y descontaminación (Divisiones 36 a 39)
- F. Construcción (Divisiones 41 a 43)
- G. Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas (Divisiones 45 a 47)
- H. Transporte y almacenamiento (Divisiones 49 a 53)
- I. Actividades de alojamiento y de servicio de comidas (Divisiones 55 a 56)
- J. Información y comunicaciones (Divisiones 58 a 63)
- K. Actividades financieras y de seguros (Divisiones 64 a 66)
- M. Actividades profesionales, científicas y técnicas (Divisiones 69 a 75)
- N. Actividades de servicios administrativos y de apoyo (Divisiones 77 a 82)
- P. Enseñanza (División 85)
- Q. Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social (División 86).
- R. Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas (Divisiones 90 y 92).

2.4 Cobertura geográfica

La ENAE 2022 se ha diseñado con el propósito de generar resultados para el contexto nacional, con desagregaciones por macrorregión del domicilio declarado por la empresa.

2.5 Estratificación utilizada para la selección de la muestra

A partir de la información contenida en el marco de muestreo se crearon 320 estratos, combinando de manera apropiada la actividad económica, el tamaño de la empresa y la macrorregión. De esta manera, la estratificación de la ENAE 2022 es compatible con la utilizada en las ediciones anteriores. Al respecto, cabe señalar que la estratificación utilizada en la ENAE 2022 fue validada con la que se obtiene a partir de la aplicación del algoritmo de estratificación univariada propuesto por Dalenius y Hodges (1959)³.

La formación de los estratos aplicando el método de Dalenius--Hodges utilizó como variable de estratificación la cantidad de empleados. En este sentido, los resultados obtenidos generaron una estratificación similar a la que se generó a partir de criterios de agrupación conforme al tamaño de las empresas.

3 Dalenius T. and Hodges J. (1959) Minimum Variance Stratification. Journal of the American Statistical Association Vol. 54, No. 285 p. 88 101

2.6 Dominios de estudio

La muestra está diseñada para ofrecer resultados a nivel nacional, 5 grupos de trabajadores (10-29, 30-49, 50-99, 100-249, 250 y más trabajadores), así como los 16 grupos de actividad económica señalados en la población objetivo de la ENAE 2022, pudiendo desagregar por las cuatro grandes macro regiones.

2.7 Tasa de respuesta

Para estimar las empresas esperada o teórica, se utilizó una tasa de respuesta (TR) de 70%, basada en encuestas anteriores, es decir, se prevé pérdidas de las empresas seleccionadas del 30% aproximadamente como tasa de no respuesta (TNR) durante el levantamiento de la ENAE 2022.

La tasa de respuesta efectiva de esta encuesta fue de un 77% para los estratos muestrales, y alrededor del 60% para los censales, para una tasa global de 69% (1,621 empresas efectivas). Esta tasa respuesta arroja coeficientes de variación robustos para los cruces de información presentados en este informe, validados en los cuadros de coeficiente e intervalos de coeficientes contenidos en los anexos.

Cabe destacar, que la muestra global aseguraba robustes para los cruces de actividad, rango de empleo y macro región de forma simultánea. Debido a la baja en la tasa de tasa de respuesta, se procesan de forma independiente cada una de las variables, asegurando que la muestra efectiva es significativa para tales cruces.

2.8 Cálculo del tamaño de la muestra

Como resultado de la agrupación de las empresas se formaron 320 estratos, de los cuales 205 estratos son muestrales, seleccionando un subconjunto de empresas que formarán parte de la muestra ENAE 2022, a partir del criterio de afijación óptima. Para el cálculo del tamaño de muestra se involucraron a todas las empresas muestrales, excluyendo las empresas grandes que ya han sido consideradas como censales. Se aplica el método de afijación óptima de Neyman utilizando la cantidad de empleados como variable de diseño.

Desde el punto de vista teórico los objetivos de la afijación óptima son los siguientes:

- Minimizar la varianza de las estimaciones para un tamaño de muestra (n) conocido
- Obtener un tamaño de muestra mínimo para un nivel de varianza determinado
- Obtener la varianza mínima para un costo determinado
- Lograr un costo mínimo para un nivel de varianza determinado

A partir del supuesto anterior, la afijación óptima se puede lograr de la manera siguiente:

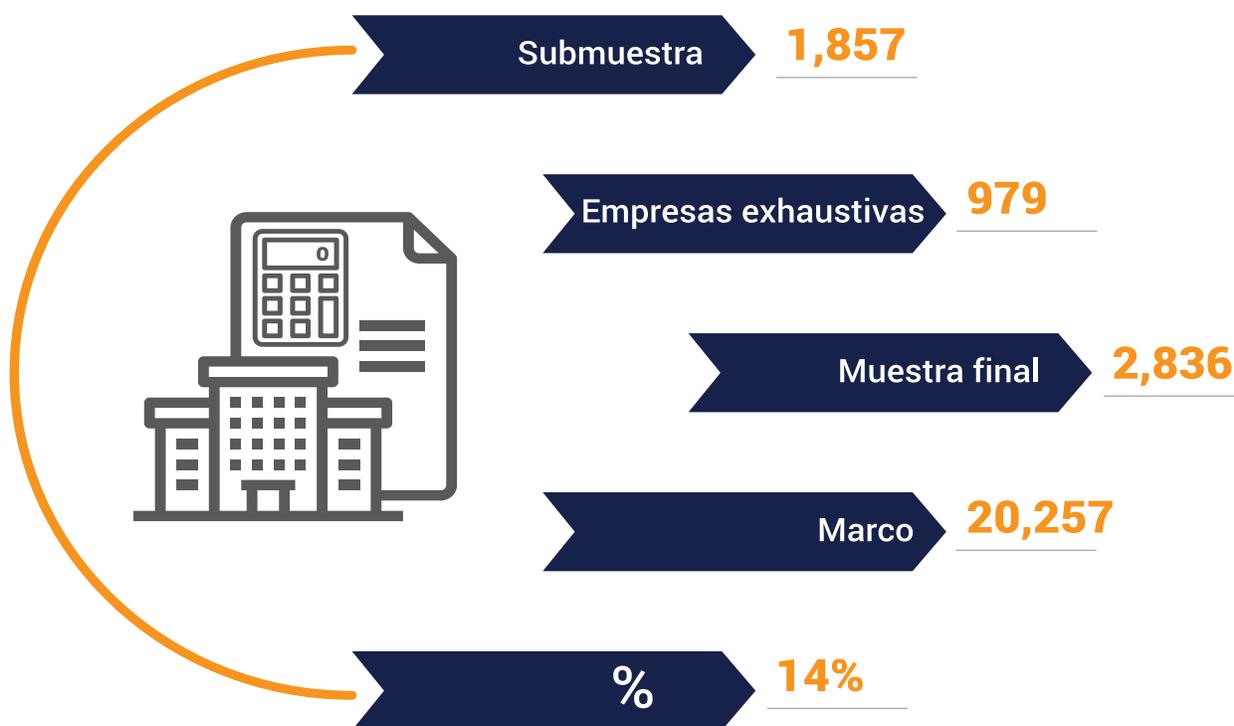
a. Determinando el número de unidades que se deben seleccionar en cada estrato, de forma que para un tamaño de muestra fijo (n) se minimice la varianza. Este enfoque se conoce con el nombre de afijación de varianza mínima o de Neyman.

b. Para una precisión fija determinar los tamaños de muestra por estrato (n_h), de manera que el tamaño muestral total (n) sea mínimo.

Para los fines de la ENAE 2022, se decidió asumir la opción b, lo cual significó determinar el tamaño de la muestra en forma independiente en cada uno de los estratos. Este método es el utilizado en la Encuesta Industrial Anual por el INE de España, y es el que se ajusta mejor en la ENAE por la disponibilidad limitada de información en el marco. El INEGI de México también utiliza el método de afijación de Neyman para la distribución de la muestra en su Encuesta Sobre Investigación y Desarrollo Tecnológico (ESIDET) 2017⁴.

Para este diseño se utilizó un error relativo de 9% por actividad y tamaño, y un 5% por tipo de actividad económica. A partir de los criterios anteriores, se calcularon los tamaños de muestra para cada uno de los estratos utilizando ambos umbrales de error, y se seleccionó el tamaño de muestra que reportó el mayor número de empresas.

Por actividad, con un error del 5% se tiene una muestra de 1,144 empresas. En cambio, se tiene una muestra de 1,139 empresas utilizando un error del 9% combinando actividad, empleo y macrorregión. Tomando la muestra más alta por estrato de los dos métodos, se tiene que la muestra sube a 1,375 empresas (muestra efectiva). Al aplicar el 30% de sobre muestreo por estrato y los ajustes antes descritos se tiene que la muestra total aumenta 1,857 empresas muestrales. Como se observa en el siguiente cuadro, se tiene que al sumar las 1,857 empresas de los estratos muestrales más las empresas censales que ascienden a 979, se tiene un total de 2,836 empresas en levantamiento. Ese total representa un 14% del total de empresas en el marco muestral.



Gráficas resultantes de la muestra

Como pueden ver en la siguiente gráfica la mayor parte de la muestra se concentra en la macrorregión

⁴ Diseño muestral: Encuesta sobre Investigación y Desarrollo Tecnológico 2017 https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/7_02825191627.pdf

metropolitana, que agrupa las empresas del Gran Santo Domingo y Distrito Nacional. Luego le sigue la macrorregión Cibao, con 826 empresas y la macrorregión Este con 549. La macrorregión Sur, como se esperaba es la que posee la menor cantidad de empresas en la muestra con 421.

Muestra por macrorregión



Por sección de actividad económica, se tiene que la mayor concentración de la muestra se ubica en las actividades que mayor cantidad de empleados y empresas poseen, que son las Industrias manufactureras, Alojamiento y comida, comercio y las actividades administrativas y de apoyo. Las actividades con menos de 100 empresas son censales.

Distribución de la muestra por actividad económica



Por el volumen de empresas que tiene el estrato de 10 a 29 empleados son las que poseen la mayor proporción de la muestra final. A este le siguen los estratos más grandes, considerando que las de 250 o más son censales.

Muestra por rango de empleados



2.9 Dirección y gerencia de la encuesta

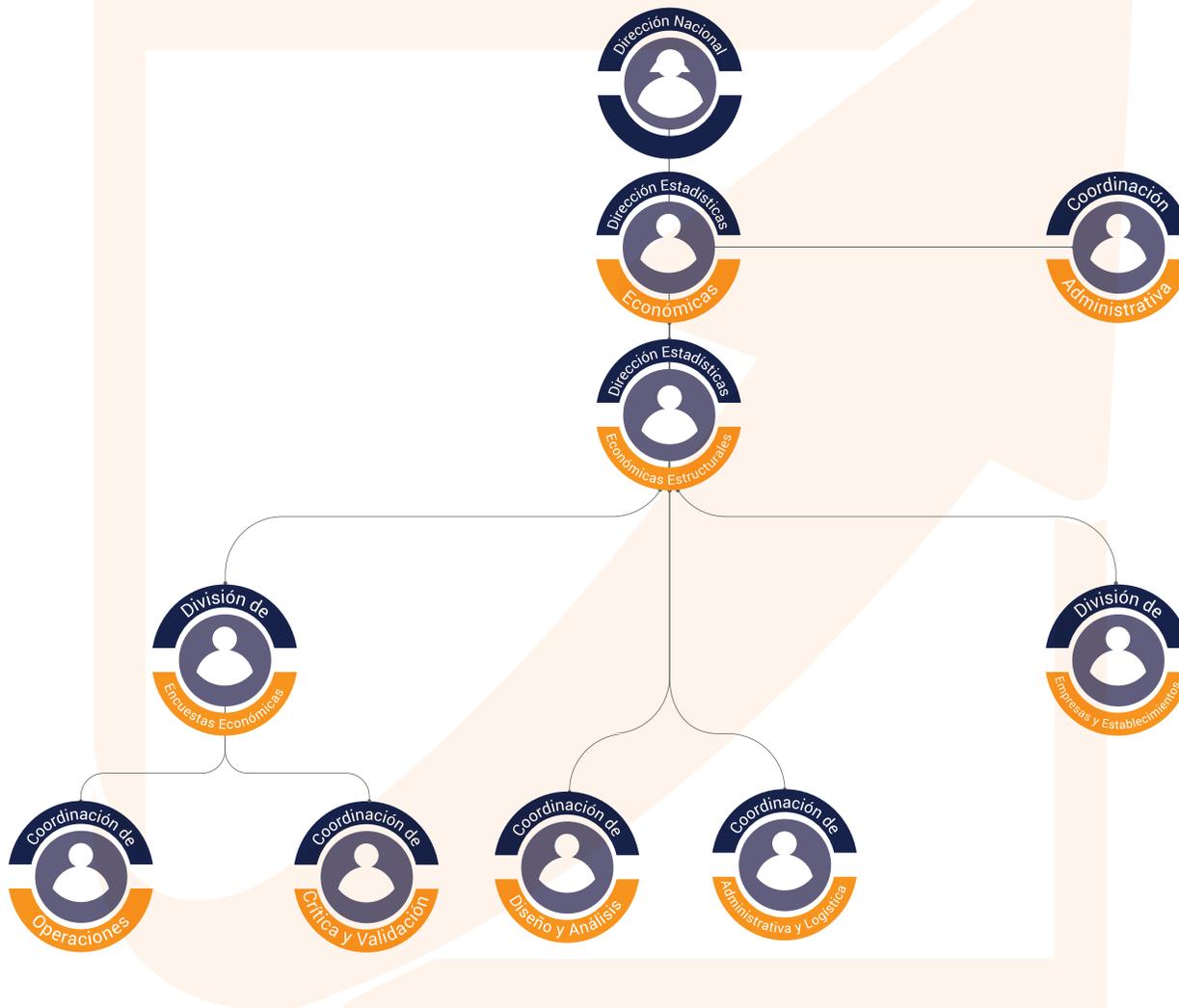
La dirección y gerencia de la encuesta es una actividad transversal pues se encuentra presente a lo largo de todo el proyecto, desde las tareas previas, que pueden considerarse fuera de éste en el tiempo, hasta el cierre de este, para su desarrollo la Dirección de Estadísticas Económica–Departamento de Estadísticas Estructurales contará con un equipo de profesionales altamente calificados y con amplia experiencia en el levantamiento de encuestas a empresas formales, y adicional con áreas de apoyo que aportarán en cada una de las etapas definidas.

El equipo de dirección de la encuesta a su más alto nivel estará constituido por:

- El Director de Estadísticas Económicas
- El Encargado del Departamento de Estadísticas Estructurales
- El Encargado de la División de Encuestas Económicas
- El Coordinador Administrativo de la Dirección
- El Coordinador de Operaciones

A continuación, la estructura completa directiva de la encuesta.

Organigrama Directo de la Encuesta



2.10 Capacitación

Para esta versión de la encuesta se contó con tres rondas de capacitación, que fueron:

- 1. Una capacitación virtual. Dos semanas.
- 2. Una capacitación presencial. Una semana.
- 3. Una inducción a supervisores y críticos. Dos días.

Para la ejecución de estas se elaboraron planes de adiestramiento y calendarios de ejecución que fueron cumplidos en las fechas programadas.

2.11 Operación de Campo

Esta actividad consistió en la ejecución de un conjunto de labores, interrelacionadas entre sí, con el propósito de organizar e implementar de manera simultánea en todo el país la recogida de la información de las empresas formales empleadoras. La recolección de información fue de 3 meses (durante junio-agosto). El encuestador al llegar a la empresa seleccionada, mediante una entrevista directa con el gerente de la empresa, o quien se designe para la función de éste, procedió a recoger las informaciones solicitadas en el cuestionario. El desarrollo de esta actividad comprendió las tareas siguientes:

a) Recepción de Documentos y Materiales

El supervisor con los encuestadores que forman su equipo recibió del responsable de la distribución, los documentos y el material necesario para el desarrollo de sus actividades.

b) Ejecución de la Operación de Campo

La operación de campo se desarrolló en 3 meses con el propósito de levantar información para los últimos 3 años. La información de las empresas fue recopilada mediante entrevista directa del encuestador con el gerente o contacto designado para tales fines. La información fue colectada en un cuestionario desarrollado en Tablet.

c) Supervisión y Control

Como parte de la operación de campo se realizaron acciones de supervisión en diferentes niveles, la inmediata estuvo a cargo de los supervisores que tenían la responsabilidad de verificar permanentemente que cada entrevistador a su cargo cumpliera con el desarrollo de sus funciones y en la forma como estas habían sido establecidas. El segundo nivel de supervisión estuvo a cargo de los analistas de seguimiento y calidad, quienes sirvieron de apoyo a los supervisores, y adicional, proporcionaron el seguimiento a las labores realizadas por estos. Por último, se encuentra el coordinador del operativo de campo.

d) Codificación y Crítica

Esta tarea se refiere a la asignación de códigos a las variables que lo requieran, principalmente las relacionadas con la ubicación geográfica, la actividad económica, tipo de innovación y área de esta, así como a la revisión sistemática y minuciosa, que debe realizar el supervisor antes de entregar los cuestionarios al equipo de crítica. La revisión se realizó de acuerdo con instrucciones específicas, a fin de corregir o completar la información de los cuestionarios.

Todas las etapas de revisión y codificación de los cuestionarios fueron realizadas en el aplicativo digital, y enviados para pago cuando se cumplió satisfactoriamente con todas las pautas de validación.

2.12 Procesamiento de Datos

Comprende la ejecución de un conjunto de tareas cuyo objetivo principal es disponer de la información de manera organizada y almacenada en una base de datos con información lógica y coherente, que posibilite la elaboración del análisis de los resultados obtenidos a través de la Encuesta Nacional de Actividad Económica.

Los datos sometidos al proceso de consistencia o limpieza fueron almacenados en un archivo independiente y perfectamente identificado. Finalizado el proceso de validación y codificación de los cuestionarios digitales, y aprobados todos para pago, se procedió a realizar una descarga de la base de datos por el equipo de Tecnología a cargo, quien a su vez envió al departamento para su posterior procesamiento.

La generación de resultados se realizó cuando se dispuso de la base de datos de manera completa, consistente y coherente, lo que permitió elaborar los cuadros correspondientes al plan de tabulaciones, posibilitando el análisis de los resultados definitivos. La generación de estos resultados se realizó en los programas SPSS y Stata, posteriormente llevando los cuadros a un archivo de Excel para la elaboración de gráficas.

ANEXOS

Intervalos de confianza y coeficientes de variación de los resultados generales

Cuadro 1A REPÚBLICA DOMINICANA: Intervalo de confianza y coeficientes de variación de la proporción de empresas, según cuentan o no con acceso a Internet, 2022

| Acceso a Internet | Estimación | Intervalo de confianza al 95% | | Coeficiente de variación |
|-------------------|------------|-------------------------------|----------|--------------------------|
| | | Inferior | Superior | |
| Si | 98.0% | 96.0% | 99.0% | 0.7% |
| No | 2.0% | 1.0% | 4.0% | 34.6% |

Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

Cuadro 2A REPÚBLICA DOMINICANA: Intervalo de confianza y coeficientes de variación de la proporción de empresas con acceso a Internet, según actividad económica, 2022

| Acceso a Internet | Estimación | Intervalo de confianza al 95% | | Coeficiente de variación |
|--|------------|-------------------------------|----------|--------------------------|
| | | Inferior | Superior | |
| Si | | | | |
| Agropecuaria, silvicultura y pesca | 87.2% | 59.5% | 96.9% | 10.0% |
| Explotación de minas y canteras | 100.0% | . | . | . |
| Industrias Manufactureras | 97.7% | 91.8% | 99.4% | 1.6% |
| Suministro de electricidad | 100.0% | . | . | . |
| Suministro de agua | 97.7% | 81.9% | 99.8% | 2.6% |
| Construcción | 99.2% | 92.9% | 99.9% | 0.9% |
| Comercio | 97.8% | 91.1% | 99.5% | 1.7% |
| Transporte y almacenamiento | 99.6% | 96.3% | 100.0% | 0.5% |
| Alojamiento y servicio de comidas | 97.8% | 88.3% | 99.6% | 2.0% |
| Información y comunicaciones | 100.0% | . | . | . |
| Financieras y de seguros | 100.0% | . | . | . |
| Profesionales, científicas y técnicas | 100.0% | . | . | . |
| Administrativas y servicios de apoyo | 93.0% | 78.4% | 98.0% | 4.6% |
| Enseñanza | 100.0% | . | . | . |
| Servicios sociales y de salud humana | 100.0% | . | . | . |
| Artísticas, de entretenimiento y recreativas | 100.0% | . | . | . |

Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

Cuadro 3A REPÚBLICA DOMINICANA: Intervalo de confianza y coeficientes de variación de la proporción de empresas con acceso a Internet, según rango de empleados, 2022

| Acceso a Internet | Estimación | Intervalo de confianza al 95% | | Coeficiente de variación |
|---------------------|------------|-------------------------------|----------|--------------------------|
| | | Inferior | Superior | |
| Si | | | | |
| 10 a 29 empleados | 97.0% | 93.9% | 98.5% | 1.1% |
| 30 a 49 empleados | 99.6% | 97.9% | 99.9% | 0.3% |
| 50 a 99 empleados | 100.0% | . | . | . |
| 100 a 249 empleados | 100.0% | . | . | . |
| 250 o más empleados | 99.7% | 97.8% | 100.0% | 0.3% |

Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

Cuadro 4A REPÚBLICA DOMINICANA: Intervalo de confianza y coeficientes de variación de la proporción de empresas con acceso a Internet, según macrorregión del domicilio declarado por la empresa, 2022

| Acceso a Internet | Estimación | Intervalo de confianza al 95% | | Coeficiente de variación |
|----------------------------|------------|-------------------------------|----------|--------------------------|
| | | Inferior | Superior | |
| Si | | | | |
| Macrorregión Cibao | 96.0% | 90.6% | 98.3% | 1.9% |
| Macrorregión Sur | 93.9% | 82.0% | 98.1% | 3.8% |
| Macrorregión Este | 98.0% | 91.7% | 99.5% | 1.5% |
| Macrorregión metropolitana | 100.0% | 99.8% | 100.0% | 0.0% |

Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

Cuadro 5A REPÚBLICA DOMINICANA: Intervalo de confianza y coeficientes de variación de la proporción de empresas, según actividades para las que utiliza el Internet, 2022

| Actividades para las que utiliza el Internet | Estimación | Intervalo de confianza al 95% | | Coeficiente de variación |
|--|------------|-------------------------------|----------|--------------------------|
| | | Inferior | Superior | |
| Si | | | | |
| Realizar ventas | 62.1% | 56.9% | 66.9% | 4.1% |
| Realizar compras y/o cotizaciones | 81.2% | 77.0% | 84.8% | 2.5% |
| Promocionar sus bienes y/o servicios | 69.3% | 63.9% | 74.3% | 3.8% |
| Acceder a servicios bancarios y/o financieros | 90.2% | 86.7% | 92.8% | 1.7% |
| Brindar servicios a los clientes | 80.9% | 76.3% | 84.7% | 2.6% |
| Telefonía a través de Internet / VoIP, incluyendo videoconferencia | 49.8% | 44.4% | 55.1% | 5.5% |
| Obtener información acerca de bienes y/o servicios | 72.6% | 67.6% | 77.1% | 3.3% |
| Capacitar al personal | 47.1% | 42.1% | 52.3% | 5.5% |

Cuadro 5A, continuación...

| Actividades para las que utiliza el Internet | Estimación | Intervalo de confianza al 95% | | Coeficiente de variación |
|--|------------|-------------------------------|----------|--------------------------|
| | | Inferior | Superior | |
| Realizar declaraciones a la administración pública | 77.7% | 72.7% | 82.0% | 3.0% |
| Otra | 1.4% | 0.5% | 3.7% | 49.9% |
| No | | | | |
| Realizar ventas | 37.9% | 33.1% | 43.1% | 6.7% |
| Realizar compras y/o cotizaciones | 18.8% | 15.2% | 23.0% | 10.6% |
| Promocionar sus bienes y/o servicios | 30.7% | 25.7% | 36.1% | 8.6% |
| Acceder a servicios bancarios y/o financieros | 9.8% | 7.2% | 13.3% | 15.6% |
| Brindar servicios a los clientes | 19.1% | 15.3% | 23.7% | 11.1% |
| Telefonía a través de Internet / VoIP, incluyendo videoconferencia | 50.2% | 44.9% | 55.6% | 5.5% |
| Obtener información acerca de bienes y/o servicios | 27.4% | 22.9% | 32.4% | 8.8% |
| Capacitar al personal | 52.9% | 47.7% | 57.9% | 4.9% |
| Realizar declaraciones a la administración pública | 22.3% | 18.0% | 27.3% | 10.6% |
| Otra | 98.6% | 96.3% | 99.5% | 0.7% |

Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

Cuadro 6A REPÚBLICA DOMINICANA: Intervalo de confianza y coeficientes de variación de la proporción de empresas que utilizan o no redes sociales o medios digitales para vender o promocionar sus productos, 2022

| Utilizan o no redes sociales o medios digitales para vender o promocionar sus productos | Estimación | Intervalo de confianza al 95% | | Coeficiente de variación |
|---|------------|-------------------------------|----------|--------------------------|
| | | Inferior | Superior | |
| Si | 79.3% | 74.9% | 83.0% | 2.6% |
| No | 20.7% | 17.0% | 25.1% | 10.0% |

Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

Cuadro 7A REPÚBLICA DOMINICANA: Intervalo de confianza y coeficientes de variación de la proporción de empresas que utilizan redes sociales o medios digitales para vender o promocionar sus productos, según actividad económica, 2022

| Utilizan o no redes sociales o medios digitales para vender o promocionar sus productos | Estimación | Intervalo de confianza al 95% | | Coeficiente de variación |
|---|------------|-------------------------------|----------|--------------------------|
| | | Inferior | Superior | |
| Si | | | | |
| Agropecuaria, silvicultura y pesca | 52.9% | 28.3% | 76.1% | 25.0% |
| Explotación de minas y canteras | 52.8% | 34.3% | 70.5% | 18.3% |
| Industrias Manufactureras | 77.1% | 67.8% | 84.3% | 5.5% |
| Suministro de electricidad | 56.0% | 41.8% | 69.2% | 12.8% |
| Suministro de agua | 70.7% | 55.6% | 82.2% | 9.8% |
| Construcción | 77.6% | 60.2% | 88.8% | 9.5% |
| Comercio | 85.7% | 76.4% | 91.7% | 4.5% |
| Transporte y almacenamiento | 71.5% | 55.9% | 83.2% | 9.9% |
| Alojamiento y servicio de comidas | 84.8% | 67.5% | 93.7% | 7.6% |
| Información y comunicaciones | 84.4% | 56.7% | 95.7% | 11.3% |
| Financieras y de seguros | 76.6% | 53.5% | 90.3% | 12.4% |
| Profesionales, científicas y técnicas | 60.9% | 34.2% | 82.3% | 21.8% |
| Administrativas y servicios de apoyo | 74.6% | 57.2% | 86.6% | 10.2% |
| Enseñanza | 88.3% | 72.4% | 95.6% | 6.3% |
| Servicios sociales y de salud humana | 87.9% | 77.0% | 94.1% | 4.8% |
| Artísticas, de entretenimiento y recreativas | 60.2% | 39.8% | 77.6% | 16.8% |

Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022

Cuadro 8A REPÚBLICA DOMINICANA: Intervalo de confianza y coeficientes de variación de la proporción de empresas que utilizan redes sociales o medios digitales para vender o promocionar sus productos, según rango de empleados, 2022

| Utilizan o no redes sociales o medios digitales para vender o promocionar sus productos | Estimación | Intervalo de confianza al 95% | | Coeficiente de variación |
|---|------------|-------------------------------|----------|--------------------------|
| | | Inferior | Superior | |
| Si | | | | |
| 10 a 29 empleados | 77.8% | 72.0% | 82.8% | 3.5% |
| 30 a 49 empleados | 75.4% | 62.1% | 85.1% | 7.8% |
| 50 a 99 empleados | 86.1% | 71.9% | 93.7% | 6.3% |
| 100 a 249 empleados | 88.9% | 83.8% | 92.5% | 2.5% |
| 250 o más empleados | 83.4% | 79.7% | 86.6% | 2.1% |

Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

Cuadro 9A REPÚBLICA DOMINICANA: Intervalo de confianza y coeficientes de variación de la proporción de empresas, según redes sociales o medios digitales utilizados para la venta o promoción de sus productos, 2022

| Redes Sociales o medios digitales que utilizan o no para vender o promocionar sus productos | Estimación | Intervalo de confianza al 95% | | Coeficiente de variación |
|---|------------|-------------------------------|----------|--------------------------|
| | | Inferior | Superior | |
| Si | | | | |
| Facebook | 62.2% | 55.7% | 68.3% | 5.2% |
| Instagram | 73.4% | 67.3% | 78.7% | 4.0% |
| WhatsApp | 71.1% | 65.1% | 76.3% | 4.0% |
| YouTube | 11.9% | 8.5% | 16.3% | 16.8% |
| Twitter | 9.2% | 6.7% | 12.5% | 16.0% |
| Radio / Televisión | 20.9% | 17.1% | 25.4% | 10.1% |
| Página Web | 41.0% | 34.9% | 47.4% | 7.8% |
| App desarrollada por la empresa | 6.5% | 4.7% | 9.0% | 16.8% |
| App desarrollada por terceros | 3.8% | 2.4% | 6.1% | 23.7% |
| Otros | 2.5% | 1.2% | 5.4% | 39.1% |
| No | | | | |
| Facebook | 37.8% | 31.7% | 44.3% | 8.6% |
| Instagram | 26.6% | 21.3% | 32.7% | 10.9% |
| WhatsApp | 28.9% | 23.7% | 34.9% | 9.9% |
| YouTube | 88.1% | 83.7% | 91.5% | 2.3% |
| Twitter | 90.8% | 87.5% | 93.3% | 1.6% |
| Radio / Televisión | 79.1% | 74.6% | 82.9% | 2.7% |
| Página Web | 59.0% | 52.6% | 65.1% | 5.4% |
| App desarrollada por la empresa | 93.5% | 91.0% | 95.3% | 1.2% |
| App desarrollada por terceros | 96.2% | 93.9% | 97.6% | 0.9% |
| Otros | 97.5% | 94.6% | 98.8% | 1.0% |

Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

Cuadro 10A REPÚBLICA DOMINICANA: Intervalo de confianza y coeficientes de variación de la proporción de empresas que cuentan o no con correo electrónico de dominio propio, 2022

| Cuentan con E-mail de dominio propio | Estimación | Intervalo de confianza al 95% | | Coeficiente de variación |
|--------------------------------------|------------|-------------------------------|----------|--------------------------|
| | | Inferior | Superior | |
| Si | 37.5% | 32.9% | 42.2% | 6.3% |
| No | 62.5% | 57.8% | 67.1% | 3.8% |

Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

Cuadro 11A REPÚBLICA DOMINICANA: Intervalo de confianza y coeficientes de variación de la proporción de empresas que cuentan con correo electrónico de dominio propio, según actividad económica, 2022

| Cuentan con E-mail de dominio propio | Estimación | Intervalo de confianza al 95% | | Coeficiente de variación |
|--|------------|-------------------------------|----------|--------------------------|
| | | Inferior | Superior | |
| Si | | | | |
| Agropecuaria, silvicultura y pesca | 25.8% | 11.8% | 47.4% | 36.1% |
| Explotación de minas y canteras | 62.6% | 42.4% | 79.2% | 15.6% |
| Industrias Manufactureras | 38.3% | 29.4% | 48.0% | 12.6% |
| Suministro de electricidad | 96.3% | 96.3% | 96.3% | 0.0% |
| Suministro de agua | 34.2% | 20.3% | 51.6% | 24.0% |
| Construcción | 58.5% | 42.1% | 73.1% | 14.0% |
| Comercio | 31.8% | 22.3% | 43.1% | 16.9% |
| Transporte y almacenamiento | 45.7% | 31.6% | 60.4% | 16.5% |
| Alojamiento y servicio de comidas | 20.3% | 13.7% | 29.0% | 19.2% |
| Información y comunicaciones | 57.4% | 35.6% | 76.8% | 19.4% |
| Financieras y de seguros | 48.8% | 29.6% | 68.4% | 21.4% |
| Profesionales, científicas y técnicas | 63.1% | 39.8% | 81.5% | 17.9% |
| Administrativas y servicios de apoyo | 45.4% | 32.0% | 59.5% | 15.8% |
| Enseñanza | 23.6% | 14.1% | 36.9% | 24.8% |
| Servicios sociales y de salud humana | 34.2% | 23.1% | 47.3% | 18.3% |
| Artísticas, de entretenimiento y recreativas | 32.7% | 16.9% | 53.6% | 29.9% |
| No | | | | |
| Agropecuaria, silvicultura y pesca | 74.2% | 52.6% | 88.2% | 12.5% |
| Explotación de minas y canteras | 37.4% | 20.8% | 57.6% | 26.2% |
| Industrias Manufactureras | 61.7% | 52.0% | 70.6% | 7.8% |
| Suministro de electricidad | 3.8% | 3.8% | 3.8% | 0.0% |
| Suministro de agua | 65.8% | 48.4% | 79.7% | 12.5% |
| Construcción | 41.5% | 26.9% | 57.9% | 19.7% |
| Comercio | 68.2% | 56.9% | 77.7% | 7.9% |
| Transporte y almacenamiento | 54.3% | 39.6% | 68.4% | 13.9% |
| Alojamiento y servicio de comidas | 79.7% | 71.0% | 86.3% | 4.9% |
| Información y comunicaciones | 42.6% | 23.2% | 64.4% | 26.2% |

Cuadro 11A, continuación...

| Cuentan con E-mail de dominio propio | Estimación | Intervalo de confianza al 95% | | Coeficiente de variación |
|--|------------|-------------------------------|----------|--------------------------|
| | | Inferior | Superior | |
| Financieras y de seguros | 51.2% | 31.6% | 70.4% | 20.4% |
| Profesionales, científicas y técnicas | 36.9% | 18.5% | 60.2% | 30.6% |
| Administrativas y servicios de apoyo | 54.6% | 40.5% | 68.0% | 13.2% |
| Enseñanza | 76.4% | 63.1% | 85.9% | 7.7% |
| Servicios sociales y de salud humana | 65.8% | 52.7% | 76.9% | 9.5% |
| Artísticas, de entretenimiento y recreativas | 67.3% | 46.4% | 83.1% | 14.5% |

Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

Cuadro 12A REPÚBLICA DOMINICANA: Intervalo de confianza y coeficientes de variación de la proporción de empresas que cuentan con correo electrónico de dominio propio, según rango de empleados, 2022

| Cuentan con E-Mail de dominio propio | Estimación | Intervalo de confianza al 95% | | Coeficiente de variación |
|--------------------------------------|------------|-------------------------------|----------|--------------------------|
| | | Inferior | Superior | |
| Si | | | | |
| 10 a 29 empleados | 25.7% | 20.1% | 32.3% | 12.1% |
| 30 a 49 empleados | 48.7% | 37.4% | 60.2% | 12.2% |
| 50 a 99 empleados | 55.3% | 40.0% | 69.6% | 14.0% |
| 100 a 249 empleados | 73.7% | 61.6% | 83.0% | 7.5% |
| 250 o más empleados | 85.7% | 81.7% | 89.0% | 2.1% |
| No | | | | |
| 10 a 29 empleados | 74.3% | 67.7% | 79.9% | 4.2% |
| 30 a 49 empleados | 51.3% | 39.8% | 62.6% | 11.6% |
| 50 a 99 empleados | 44.7% | 30.4% | 60.0% | 17.4% |
| 100 a 249 empleados | 26.3% | 17.0% | 38.4% | 20.9% |
| 250 o más empleados | 14.3% | 11.0% | 18.3% | 12.9% |

Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

Cuadro 13A REPÚBLICA DOMINICANA: Intervalo de confianza y coeficientes de variación de la proporción de empresas que cuentan o no con página web, 2022

| Cuentan con página web | Estimación | Intervalo de confianza al 95% | | Coeficiente de variación |
|------------------------|------------|-------------------------------|----------|--------------------------|
| | | Inferior | Superior | |
| Si | 38.1% | 33.2% | 43.2% | 6.8% |
| No | 61.9% | 56.8% | 66.8% | 4.2% |

Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

Cuadro 14A REPÚBLICA DOMINICANA: Intervalo de confianza y coeficientes de variación de la proporción de empresas que cuentan con página web, según actividad económica, 2022

| Cuentan o no con página web | Estimación | Intervalo de confianza al 95% | | Coeficiente de variación |
|--|------------|-------------------------------|----------|--------------------------|
| | | Inferior | Superior | |
| Si | | | | |
| Agropecuaria, silvicultura y pesca | 23.3% | 8.9% | 48.6% | 44.3% |
| Explotación de minas y canteras | 47.0% | 30.0% | 64.7% | 19.7% |
| Industrias Manufactureras | 31.5% | 24.0% | 40.1% | 13.1% |
| Suministro de electricidad | 61.3% | 41.3% | 78.0% | 16.0% |
| Suministro de agua | 37.4% | 21.4% | 56.7% | 25.1% |
| Construcción | 45.0% | 29.0% | 62.2% | 19.5% |
| Comercio | 39.7% | 29.0% | 51.5% | 14.6% |
| Transporte y almacenamiento | 45.0% | 30.5% | 60.4% | 17.5% |
| Alojamiento y servicio de comidas | 28.2% | 19.3% | 39.3% | 18.2% |
| Información y comunicaciones | 57.2% | 35.4% | 76.5% | 19.5% |
| Financieras y de seguros | 44.0% | 25.4% | 64.5% | 23.8% |
| Profesionales, científicas y técnicas | 36.6% | 16.0% | 63.7% | 35.9% |
| Administrativas y servicios de apoyo | 39.6% | 26.1% | 54.9% | 19.0% |
| Enseñanza | 42.9% | 28.1% | 59.1% | 19.0% |
| Servicios sociales y de salud humana | 47.5% | 34.8% | 60.6% | 14.2% |
| Artísticas, de entretenimiento y recreativas | 26.7% | 12.5% | 48.3% | 35.1% |
| No | | | | |
| Agropecuaria, silvicultura y pesca | 76.7% | 51.4% | 91.1% | 13.5% |
| Explotación de minas y canteras | 53.0% | 35.3% | 70.0% | 17.4% |
| Industrias Manufactureras | 68.5% | 59.9% | 76.0% | 6.0% |
| Suministro de electricidad | 38.8% | 22.0% | 58.7% | 25.2% |
| Suministro de agua | 62.6% | 43.3% | 78.6% | 15.0% |
| Construcción | 55.0% | 37.8% | 71.0% | 16.0% |
| Comercio | 60.3% | 48.5% | 71.0% | 9.6% |
| Transporte y almacenamiento | 55.0% | 39.6% | 69.5% | 14.3% |
| Alojamiento y servicio de comidas | 71.8% | 60.7% | 80.7% | 7.1% |
| Información y comunicaciones | 42.8% | 23.5% | 64.6% | 26.0% |
| Financieras y de seguros | 56.0% | 35.5% | 74.6% | 18.8% |
| Profesionales, científicas y técnicas | 63.4% | 36.3% | 84.0% | 20.7% |
| Administrativas y servicios de apoyo | 60.4% | 45.1% | 73.9% | 12.5% |
| Enseñanza | 57.1% | 40.9% | 71.9% | 14.3% |
| Servicios sociales y de salud humana | 52.5% | 39.4% | 65.2% | 12.8% |

Cuadro 14A, continuación...

| Cuentan o no con página web | Estimación | Intervalo de confianza al 95% | | Coeficiente de variación |
|--|------------|-------------------------------|----------|--------------------------|
| | | Inferior | Superior | |
| Artísticas, de entretenimiento y recreativas | 73.3% | 51.7% | 87.5% | 12.8% |

Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

Cuadro 15A REPÚBLICA DOMINICANA: Intervalo de confianza y coeficientes de variación de la proporción de empresas que cuentan con página web, según rango de empleados, 2022

| Cuentan o no con página web | Estimación | Intervalo de confianza al 95% | | Coeficiente de variación |
|-----------------------------|------------|-------------------------------|----------|--------------------------|
| | | Inferior | Superior | |
| Si | | | | |
| 10 a 29 empleados | 30.0% | 23.9% | 36.8% | 11.0% |
| 30 a 49 empleados | 45.5% | 31.8% | 60.0% | 16.2% |
| 50 a 99 empleados | 46.8% | 32.0% | 62.2% | 17.0% |
| 100 a 249 empleados | 65.1% | 52.7% | 75.7% | 9.1% |
| 250 o más empleados | 79.6% | 74.9% | 83.6% | 2.8% |
| No | | | | |
| 10 a 29 empleados | 70.0% | 63.2% | 76.1% | 4.7% |
| 30 a 49 empleados | 54.5% | 40.0% | 68.2% | 13.6% |
| 50 a 99 empleados | 53.2% | 37.8% | 68.0% | 14.9% |
| 100 a 249 empleados | 34.9% | 24.3% | 47.3% | 17.0% |
| 250 o más empleados | 20.4% | 16.4% | 25.1% | 10.9% |

Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.

Cuadro 16A REPÚBLICA DOMINICANA: Intervalo de confianza y coeficientes de variación de la proporción de empresa, según medios de pagos electrónicos aceptados, 2022

| Medios de pagos electrónicos | Estimación | Intervalo de confianza al 95% | | Coeficiente de variación |
|---|------------|-------------------------------|----------|--------------------------|
| | | Inferior | Superior | |
| Si | | | | |
| Tarjetas bancarias | 47.7% | 42.7% | 52.8% | 5.4% |
| Transferencias bancaria o interbancaria | 89.1% | 86.0% | 91.5% | 1.6% |
| Plataformas de pago | 14.5% | 11.1% | 18.5% | 13.0% |
| No acepta medios de pago electrónicos | 8.1% | 6.0% | 10.9% | 15.1% |

Cuadro 16A, continuación...

| Medios de pagos electrónicos | Estimación | Intervalo de confianza al 95% | | Coeficiente de variación |
|---|------------|-------------------------------|----------|--------------------------|
| | | Inferior | Superior | |
| No | | | | |
| Tarjetas bancarias | 52.3% | 47.2% | 57.3% | 4.9% |
| Transferencias bancaria o interbancaria | 10.9% | 8.5% | 14.0% | 12.8% |
| Plataformas de pago | 85.5% | 81.5% | 88.9% | 2.2% |
| No acepta medios de pago electrónicos | 91.9% | 89.1% | 94.0% | 1.3% |

Fuente: Oficina Nacional de Estadística (ONE), Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE) 2022.



Oficina Nacional de Estadística

Oficina Nacional de Estadística
Av. México esq. Leopoldo Navarro
Edificio de Oficinas Gubernamentales
Juan Pablo Duarte, pisos 8 y 9
Tel.: 809-682-7777
Correo: info@one.gob.do

 [Oficina Nacional de Estadística RD-ONE](#)    [ONERD_](#)