

MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

EN LA REPÚBLICA DOMINICANA

2013

Marina Ortiz
Miguel Cabal
Rita Mena

 FondoMicro

2014

**MICRO,
PEQUEÑAS
Y MEDIANAS
EMPRESAS**
EN LA
REPÚBLICA DOMINICANA
2013

Informe elaborado para
FondoMicro
por
MARINA ORTIZ
MIGUEL CABAL
RITA MENA

CRÉDITOS

Editora

Marina Ortiz

Diseño y Diagramación

Janet Canals

Impresión

Amigo del Hogar

Santo Domingo, República Dominicana

2014

CONTENIDO

PRESENTACIÓN	9
PREFACIO.....	11
INTRODUCCIÓN.....	13
1. ANTECEDENTES.....	15
2. EL SECTOR DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (MIPYMES)	18
2.1. Cantidad de Empresas	18
2.2. Cantidad de Empleos.....	19
2.3. Valor Agregado	20
3. LAS MICROEMPRESAS.....	23
3.1. Características de las Empresas	23
3.1.1. Cantidad de Empresas.....	23
3.1.2. Empleo	25
3.1.3. Actividad de la Empresa	33
3.1.4. Tamaño de las Empresas	36
3.1.5. Antigüedad de la Empresa.....	38
3.1.6. Informalidad	41
3.1.7. Gestión Administrativa de las Empresas.....	44
3.1.8. Dificultades que Enfrenta el Negocio	46
3.1.9. Mercados	47
3.1.10. Aspectos Económicos de las Empresas.....	50
3.1.11. Servicios Financieros.....	59
3.1.12. Acceso a Tecnología de la Información y Comunicación (TIC).....	61
3.2. Características de los Propietarios.....	62
3.2.1. Edad y Estado Civil.....	62
3.2.2. Género.....	64
3.2.3. Nacionalidad	68
3.2.4. Nivel de Educación.....	69
3.2.5. La Empresarialidad de los Microempresarios.....	72
3.2.6. Situación Social del Hogar del Propietario de Microempresas	76

4. LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES).....	85
4.1. Características de las PYMES.....	85
4.1.1. Cantidad y Ubicación.....	85
4.1.2. Empleo.....	86
4.1.3. Actividad Económica.....	89
4.1.4. Registro y Categoría del Negocio.....	91
4.1.5. Antigüedad de las PYMES.....	93
4.1.6. Gestión Administrativa.....	95
4.1.7. Mercados.....	97
4.1.8. Dificultades del Negocio.....	104
4.1.9. Propiedad del Local.....	108
4.1.10. Aspectos Económicos: inversión, ventas y ganancias.....	109
4.1.11. Servicios Financieros.....	115
4.2. Características de los Propietarios.....	117
4.2.1. Género del Propietario.....	117
4.2.2. Edad y Estado Civil.....	118
4.2.3. Nivel Educativo.....	119
4.2.4. Nacionalidad.....	120
4.2.5. Asociatividad.....	121
4.2.6. Programas de Apoyo Gubernamental.....	121
CONCLUSIONES.....	125
ANEXOS.....	129
Anexo Metodológico.....	131
Anexo Estadístico de las Microempresas.....	135
Anexo Estadístico de las PYMES.....	142

PRESENTACIÓN

El Ministerio de Industria y Comercio, a través de su Viceministerio de Fomento a las PYMES, se complace en difundir la Encuesta Nacional de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas de la República Dominicana (2013), un esfuerzo realizado en el marco de una alianza estratégica público-privada entre el Fondo para el Financiamiento de la Microempresa, Inc. (FondoMicro) y nuestra cartera, que tiene por finalidad proveer información actualizada sobre la estructura y dimensiones de este importante sector de la economía nacional.

Para nuestro gobierno, encabezado por el Excelentísimo Señor Presidente de la República, Lic. Danilo Medina Sánchez, resulta prioritario disponer y poner en manos de todas y todos los ciudadanos, información actualizada sobre las micro, pequeñas y medianas empresas, que puedan convertirse en línea de base y referencia para la toma de decisiones y diseño de políticas públicas. Muy puntualmente, es prioritario por la dimensión de las PYMES en nuestra economía, sector que representa la mayoría de las iniciativas empresariales y que por sus características requieren la focalización de programas de apoyo que garanticen su nacimiento, desarrollo y consolidación a lo largo del tiempo.

Esta encuesta esboza el perfil nacional de la estructura y dimensión de nuestras MIPYMES, comprendiendo también perfiles regionales con información estadística desagregada que permitirán caracterizar las diferencias en las realidades locales y las necesidades de este importante sector en la geografía nacional.

En términos técnicos, la encuesta proveerá, entre otros aspectos: i) dimensionamiento del sector de las MIPYMES a niveles geográficos; ii) Caracterización en términos de actividad económica, tamaño y edad de las empresas, composición de empleo, encadenamiento con clientes y proveedores, utilización de fuentes de crédito y servicios empresariales, telefonía móvil e internet; iii) Caracterización de los empresarios de las MIPYMES en términos de niveles de educación, capacitación, género, edad y algunas características socioeconómicas de los hogares de los propietarios; iv) Caracterización de la dinámica de las empresas en términos de cambio en el empleo.

En el entendido de que la presente información constituye una plataforma idónea para ofrecer la dimensión y peso de este sector en la economía dominicana, presentamos este informe como investigación complementaria que sentará, sin dudas, las bases para la mejora de los programas y políticas implementadas para el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en la República Dominicana.

José Del Castillo Saviñón
Ministro de Industria y Comercio

PREFACIO

La escasa disponibilidad de información y las restricciones en el acceso a bases de datos sobre las características de las MIPYMES constituyen un factor común en América Latina y el Caribe. Especialmente, cuando se trata de información confiable y con representatividad estadísticamente significativa, que permita captar las fortalezas y debilidades de un sector tan dinámico y vital para el crecimiento económico con equidad de estas economías.

La información estadística es un insumo estratégico para la identificación, diseño e implementación de políticas, programas y proyectos, públicos y privados, como los que financia el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Al mismo tiempo, esta información es de vital importancia para la realización de diagnósticos precisos y evaluaciones de impacto que permitan medir adecuadamente la calidad y oportunidad de nuestras intervenciones.

El BID ha sido activo en la identificación de soluciones ante las barreras que presenta la falta de información sobre las empresas beneficiarias de sus financiamientos. Por ejemplo, la reconstrucción a posteriori de datos relevantes, tales como el nivel de empleo, ventas y volumen de las exportaciones, entre otros, de empresas con características similares a las intervenidas, ha sido una solución para casos en los que no se cuenta con la información necesaria.

Sin embargo, estos esfuerzos están lejos del óptimo que representa contar con información oportuna para construir líneas de base ex ante sobre las características de las MIPYMES a niveles nacionales y subnacionales. Su acceso a fuentes de financiamiento y a servicios empresariales, sus encadenamientos con clientes y proveedores, los niveles de educación, capacitación y composición por género y edad de sus miembros, son algunos de los elementos que necesitamos conocer.

Con esto en mente, equipos técnicos del FondoMicro, del BID y del Viceministerio de Fomento a las PYMES del Ministerio de Industria y Comercio de la República Dominicana, trabajaron mancomunadamente en la preparación del Programa de Financiamiento para el Desarrollo de las MIPYME (DR-L1065), que

tiene por objeto contribuir al incremento de la productividad de las MIPYMES dominicanas. Entre las actividades previstas en este Programa se prevé la publicación de una serie de informes como el presente, basados en la Encuesta Nacional sobre Micro, Pequeña y Mediana Empresa 2013.

Saludamos la publicación de este primer informe que presenta una actualización de las cifras generales que conocemos sobre el sector en República Dominicana.

Flora Montealegre Painter
Representante Residente
Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

INTRODUCCIÓN

Desde el año 1992, el Fondo para el Financiamiento de la Microempresa, Inc. (FondoMicro) ha ejecutado un extenso programa de investigaciones sobre las micro y pequeñas empresas en el país. 16 Encuestas Nacionales y 30 publicaciones dan fe de este esfuerzo que ha logrado construir la más extensa base de información sobre este sector de la que se tenga noticia. A través de este proceso de más de 20 años, hemos obtenido no solamente una foto del sector, como es usual, sino más bien una película en movimiento que nos ha permitido entender los aspectos dinámicos del desarrollo de estas empresas.

Como resultado, el país cuenta hoy con información adecuada para dirigir las políticas públicas de apoyo a este sector y, a la vez, dotar a las instituciones bilaterales, multilaterales y organizaciones privadas con información confiable sobre las características estáticas y dinámicas de estas empresas en nuestra economía, para así conformar y mejor enfocar los programas y proyectos adecuados.

Es un legítimo placer y orgullo presentar ahora a la comunidad la Encuesta FondoMicro 2013, un ingente esfuerzo de investigación con dos elementos novedosos respecto a las investigaciones anteriores de FondoMicro. En primer lugar, por primera vez se incluyen las empresas medianas en las investigaciones. Así, se describe ahora en estas páginas el espectro completo de las MIPYMES: las micro, las pequeñas y las medianas empresas. Sin embargo, el hacerlo por separado permite diferenciar las características de las microempresas de aquellas que corresponden a las pequeñas y medianas empresas. La relevancia de esto reside en que, a falta de información específica previa sobre las PYMES (pequeñas y medianas empresas), muchos actores sociales en el pasado extrapolaban a las PYMES las características y cualidades que se habían documentado únicamente para las microempresas o las pequeñas empresas pero nunca para las medianas. Esto generaba importantes distorsiones de apreciación y juicio que pueden ahora ser corregidas.

En segundo lugar, la encuesta ejecutada, y que ahora presentamos, permite obtener representatividad estadísticamente válida a nivel provincial para las micro-

empresas y a nivel regional para las pequeñas y medianas empresas. Esto es de suma importancia, porque las dimensiones, características y necesidades de las empresas no son iguales en el gran Santo Domingo o en Santiago, que en las regiones fronterizas o en el llamado sur profundo. Por eso, las acciones de apoyo que se deriven de esta información deben considerar las especificidades regionales, para evitar el común error de establecer políticas homogéneas para una población esencialmente heterogénea.

La tarea de levantar esta encuesta fue ardua y compleja para cubrir el territorio nacional con una representación estadísticamente confiable al 95%. El equipo de FondoMicro se ocupó del diseño de la investigación y de la muestra durante varios meses previos al trabajo de campo, y luego de recogida la información dedicaron varios meses adicionales para la crítica, validación, digitación, interpretación y análisis de los datos. El trabajo de campo, durante los meses de marzo a julio de 2013, contó con un equipo profesional y dedicado que logró visitar más de 113 mil hogares y establecimientos, para entrevistar 15,458 microempresas y 1,844 pequeñas y medianas empresas.

La investigación que hoy presentamos en esta publicación recoge información sobre las características de los propietarios y de las empresas: la cantidad de empresas en existencia, las actividades a las que se dedican, la composición del empleo que generan, temas de género, de informalidad, niveles de educación, la contribución al PIB, la antigüedad de las empresas, sus mercados y sus dificultades, ventas, niveles de capitalización, así como el acceso a los servicios financieros y las tecnologías de información.

La Encuesta FondoMicro 2013 sirve como línea base a las acciones que el Gobierno impulsa para apoyar y contribuir al desarrollo de las MIPYMES en el país a través del recién creado Viceministerio de Fomento a las PYMES, que depende del Ministerio de Industria y Comercio. Dichas acciones se enmarcan dentro del Programa de Financiamiento para el Desarrollo de las MIPYMES aprobado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), para ofrecer financiamiento a mediano y largo plazo a las pequeñas y medianas empresas y promover la mejora de su gestión empresarial.

Marina Ortiz, Miguel Cabal y Rita Mena tejen con maestría la información recolectada y las variables asociadas para brindarnos un escenario dinámico, efervescente y emprendedor que dibuja un universo empresarial con características únicas. La base de datos con que cuenta FondoMicro permite múltiples análisis adicionales y cruces de variables que podrán ser puestos a disposición de las instituciones interesadas.

Mario Dávalos
Presidente
FondoMicro

1. ANTECEDENTES

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES)¹ se han convertido en un sector fundamental de la economía nacional, no solo porque constituyen una fuente de empleo e ingresos para un quinto de la población dominicana, sino también por su potencial para dinamizar las actividades productivas, apoyar un desarrollo empresarial diversificado e inclusivo y contribuir a la estabilidad social del país.

El reconocimiento al rol que juega este sector se evidencia cuando la Estrategia Nacional de Desarrollo (END), hoja de ruta para el desarrollo de la República Dominicana en los próximos 20 años, establece la necesidad de “fomentar las iniciativas emprendedoras y el desarrollo y la sostenibilidad de las microempresas, como una vía para aumentar el capital humano y social y las oportunidades económicas para la población que vive en condiciones de pobreza”.

Asimismo, el Plan de Gobierno del Presidente Medina establece al sector de las MIPYMES como uno de los ejes fundamentales para alcanzar su meta de desarrollo, por su potencial para ampliar la base de generación de riquezas y mejorar la calidad de vida de la población. Al respecto, el Gobierno diseñó un Plan en apoyo a las MIPYMES que incluye principalmente el fortalecimiento del marco legal e institucional, la simplificación de trámites relacionados con la tributación y la seguridad social para estas empresas, la creación de una Ventanilla Única de servicios múltiples para las MIPYMES y el diseño e implementación de políticas, programas y herramientas para asegurar el acceso al crédito de las MIPYMES.

En este contexto, el Gobierno, a través del Viceministerio de Fomento a las PYMES del Ministerio de Industria y Comercio, y en coordinación con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), ha instaurado el Programa de Financiamiento

¹ Las MIPYMES incluyen a las empresas o negocios no agrícolas dedicados a la manufactura, comercio y servicio que se clasifican según el número de trabajadores, incluyendo al propietario, en microempresas (entre 1 a 10 trabajadores), pequeñas empresas (de 11 a 50 trabajadores) y medianas empresas (de 51 a 150 trabajadores).

para el Desarrollo de las MIPYMES. Dicho programa busca contribuir al incremento de la productividad de las MIPYMES a través de la implementación coordinada de medidas conducentes a facilitar su acceso al crédito de mediano y largo plazo, así como a mejorar sus capacidades gerenciales y sus procesos de gestión de calidad y capacidad exportadora.

Con el interés de orientar la definición de estrategias, políticas y programas que potencialicen el desarrollo de este sector, FondoMicro viene implementando desde el año 1992 un programa de investigaciones centrado en las encuestas de micro y pequeñas empresas. Las encuestas que se han realizado durante los últimos 20 años han permitido al gobierno, a las entidades de microfinanzas, a organismos internacionales y al público general tener un mayor conocimiento de este sector y, en particular, de sus características, aportando datos focalizados a través de análisis socioeconómicos, econométricos, antropológicos y sectoriales relacionados con la bancarización, la demanda de crédito del sector, la educación, el trabajo infantil, el rol de la mujer, las remesas, el ahorro y la producción, entre otros temas.

En esta oportunidad, FondoMicro presenta los resultados de la Encuesta Nacional de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en la República Dominicana 2013, con indicadores sobre este sector y sus propietarios. Para la realización de esta investigación se visitaron 113,506 hogares y establecimientos comerciales, para identificar 15,458 microempresas y 1,844 pequeñas y medianas empresas¹. Dos aspectos novedosos que incorpora esta investigación. Por un lado, se obtuvieron datos de las microempresas representativos a nivel provincial y de las PYMES representativos a nivel regional y, por otro lado, se incluyen las medianas empresas como objeto de estudio dentro de la encuesta de FondoMicro.

Las características básicas del negocio, incluyendo el tamaño, la actividad económica, cantidad de empleados, inversión, el mercado al que sirven, su acceso y uso de servicios financieros, sus planes financieros futuros y su acceso a las telecomunicaciones son una parte de la información que provee esta publicación. La información generada a partir de la Encuesta FondoMicro 2013 también permiten definir el perfil de los dueños y dueñas de las micro, pequeñas y medianas empresas identificadas en este estudio, incluyendo entre otras características, edad, nivel educativo, estado civil, así como otros aspectos que revelan la importancia de las actividades del negocio en la vida de sus propietarios, y que también son incluidas en este libro.

En esta edición, la Encuesta FondoMicro 2013 permite identificar la situación de las microempresas y sus propietarios en todas las provincias del país, lo que contribuirá a establecer similitudes y diferencias geográficas que ayuden a la planificación de iniciativas públicas y privadas de apoyo al sector. La realización de perfiles provinciales

² En el anexo metodológico se explica detalladamente la selección de la muestra y el trabajo de campo.

y regionales de las MIPYMES será una línea de trabajo adicional para FondoMicro, a partir de la cual ofrecerá datos que permitan establecer las diferencias geográficas de las empresas del sector, así como la focalización de iniciativas para su promoción.

Este informe presenta los resultados a nivel nacional de la Encuesta FondoMicro 2013. En un primer capítulo se presentan las características generales del sector de las MIPYMES, incluyendo la cantidad de empresas, el empleo que generan, su localización y las actividades a las que se dedican. Un segundo capítulo analiza la situación de las microempresas, incluyendo las características del negocio, sus propietarios y su importancia para el ingreso de los hogares. El tercer capítulo analiza la situación de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), unidades de características diferentes a las microempresas, pero con algunas similitudes. Finalmente, el capítulo cuarto incluye conclusiones y recomendaciones para potencializar el rol de las micro, pequeñas y medianas empresas como generadoras de empleo y dinamizadoras de las actividades económicas.

Con esta publicación, FondoMicro continúa su línea editorial que ya tiene 32 obras dedicadas a enriquecer el conocimiento sobre este importante sector de la vida económica nacional, a fin de que entendamos mejor sus dinámicas, las condiciones operativas y las dificultades que enfrentan en el mercado, lo que sin dudas contribuirá al diseño de programas y productos que coadyuven al desarrollo de estas unidades productivas.

2. EL SECTOR DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (MIPYMES)

En la República Dominicana, al igual que en los países de América Latina y el Caribe, las micro, pequeñas y medianas empresas se han convertido en un sector clave para potenciar el crecimiento de las economías. De acuerdo a un estudio de CEPAL (2013)³, las MIPYMES constituyen un eje fundamental para las economías de la región, representando el 99% de las empresas y empleando a cerca del 67% de los trabajadores.

2.1. Cantidad de Empresas

Los resultados de la Encuesta FondoMicro 2013 para República Dominicana arrojan que en el país hay 791,236 micro, pequeñas y medianas empresas⁴, de las cuales unas 18,337 son pequeños y medianos negocios, y el restante 772,899 son microempresas. Estas empresas emplean un total de 2,166,491 personas, lo que representa el 46.2% de la población económicamente activa del país y el 54.4% del total de empleo de la economía⁵. Estas cifras revelan un incremento significativo de la actividad microempresarial en el país, que por sus características validan la hipótesis de que una alta proporción de la microempresa constituye una alternativa ante situaciones de reducción del crecimiento económico y de pocas opciones de inserción en el mercado laboral formal⁶.

³ CEPAL: Serie Estudios y Perspectivas: Políticas para la inserción de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas en cadenas globales de valor en América Latina. Federico Stezano. CEPAL, GTZ, Agosto 2013.

⁴ Para el cálculo del número de empresas solo se consideró aquellas que operan en locales o puestos fijos, es decir que los negocios móviles sin ubicación fija no fueron incluidos en la estimación del número de empresas, por lo que este número de empresas puede ser mucho mayor de 800,000 si incluimos ese grupo de microempresarios móviles.

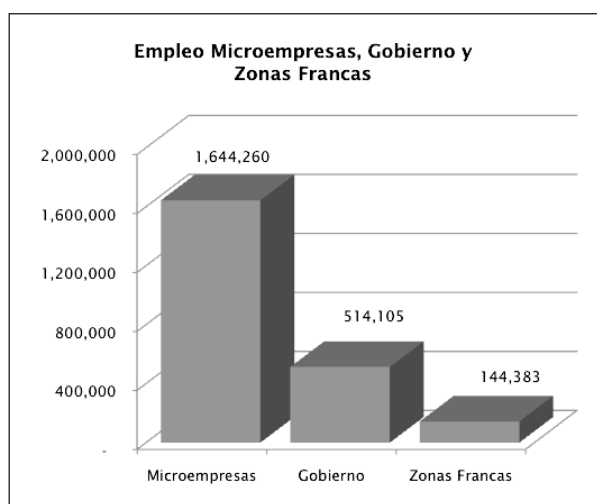
⁵ Estimados a partir de las informaciones de la ENFT para abril del 2013. Tomadas de www.bancentral.gov.do

⁶ Cabal, Miguel: Cambios en el Tamaño y el Empleo de las Microempresas y Pequeñas Empresas en la República Dominicana, 1992-1995. FondoMicro, 1996.

Tabla 1 Micro, Pequeñas y Medianas Empresas y Empleos Generados 2013		
	Empresas	Empleos
Microempresas	772,899	1,644,260
Pequeñas y Medianas	18,337	522,231
Total MIPYMES	791,236	2,166,491
<i>Empleo MIPYMES como % PEA</i>		46.2%
<i>Empleo MIPYMES como % Ocupados</i>		54.4%

2.2. Cantidad de Empleos

La microempresa, que representa el 98% de las empresas del sector, aporta el 76% del empleo generado; en tanto que la pequeña y mediana empresa, que equivale solo a 2.3% del sector, contribuye con casi una cuarta parte del empleo (24%), lo que refleja una mayor capacidad de generación de empleos por parte de las pequeñas y medianas empresas, que reportan un tamaño promedio de 28.5 trabajadores.



Si comparamos estas cifras con el empleo generado por otros sectores de la economía se evidencia el rol protagónico que tienen las microempresas como principal fuente de empleo en el país. Así, por cada empleado en zonas francas hay 11 trabajadores en la microempresa, mientras que con respecto a los empleados del Estado, incluyendo defensa, las microempresas generan 3 veces el empleo generado por el Estado⁷.

La composición sectorial del tejido empresarial de MIPYMES se descompone en un 14.9% de empresas dedicadas a la manufactura, un 46.7% al comercio y un 38.4% a ofrecer servicios. Esta distribución evidencia que las empresas se han ido adecuando a los ajustes del modelo económico, pues la participación de las empresas manufactureras era significativamente mayor hace veinte años (23%) y las empresas de servicio tenían una menor representatividad (15%). Hoy, con una economía

⁷ Informaciones del empleo de zonas francas tomadas del Informe de Zonas Francas del Consejo Nacional de Zonas Francas de Exportaciones para el año 2013; el empleo del Estado al cierre del año 2013 se tomó de los datos publicados por el Banco Central en “Algunas Consideraciones sobre la informalidad y los ingresos en el Mercado Laboral de la República Dominicana” parte II, en http://www.bancentral.gov.do/noticias/pag_abierta/archivos/bc2014-07-07.pdf

orientada hacia el sector terciario, se observa una mayor prevalencia de las actividades de servicios tanto en las microempresas como en las PYMES.

Como se observa en la tabla 2, el sector comercio representa casi la mitad de las empresas (46.7%) independientemente del tamaño de las mismas, pero su participación en el empleo es ligeramente menor (43.6%). En cambio, las empresas dedicadas a ofrecer servicios tienen una mayor proporción de empleos que de empresas en el conjunto (41% vs. 38.4%). En manufactura se registra una participación casi similar en el porcentaje de empresas (14.9%) como en el de empleo (15.3%).

Actividad	Microempresas*		PYMES		MIPYMES	
	Empresas	Empleo	Empresas	Empleo	Empresas	Empleo
Manufactura	14.8	14.2	18.0	19.0	14.9	15.3
Comercio	46.8	44.3	41.8	41.6	46.7	43.6
Servicios	38.4	41.6	40.2	39.4	38.4	41.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

* Excluye microempresas móviles, que no tienen local o puesto fijo.

2.3. Valor Agregado

Un aporte significativo que se realiza a partir de los datos de la encuesta de FondoMicro 2013 es la actualización de la estimación del valor agregado que generan estas empresas en la economía utilizando una metodología similar a la usada en publicaciones anteriores de FondoMicro⁸. Se estima que el valor agregado de las MIPYMES asciende a cerca de RD\$990 mil millones, lo cual representa el 38.6% del Producto Interno Bruto⁹. El 49% de este valor se genera en las microempresas (19.1% del PIB) y el 51% en las PYMES (19.5% del PIB).

	Cantidad Empresas	Valor Agregado RD\$
Microempresas	772,899	488,542
Pequeñas y Medianas	18,337	498,818
Total MIPYMES	791,236	987,360
<i>Aporte Microempresas como % PIB</i>		<i>19.1%</i>
<i>Aporte PYMES como % PIB</i>		<i>19.5%</i>
<i>Aporte MIPYMES como % PIB</i>		<i>38.6%</i>

⁸ Ortiz, Marina y Castro, Omar: La Microempresa Dominicana a Finales del Siglo XX, 1993-2000. FondoMicro, Santo Domingo, 2003. Ver metodología en el anexo.

⁹ Banco Central de la República Dominicana: PIB (2013) = 2,557,063.7 millones de pesos dominicanos.

Existen diferencias en el valor agregado que generan las empresas según la actividad económica. Por un lado, la participación del valor agregado es mayor en las PYMES de manufactura (17.3%) que en sus homólogas de la microempresa (8.9%). Por el contrario, la proporción del valor agregado de las empresas comerciales es mayor en las microempresas (57.4%) que en las PYMES (49.4%). Las empresas de servicios de ambos grupos tienen una participación similar en el valor agregado (33.7% en la microempresa y 33.3% en las PYMES).

Por otro lado, al observar las MIPYMES se encuentra que las empresas comerciales y luego las de servicios son las que tienen mayor participación en el valor agregado (53.3% vs. 33.5%), en tanto que las de manufactura tienen menor incidencia (13.1%).

Actividad	Microempresas*		PYMES		MIPYMES	
	Empresas	Valor Agregado	% de Empresas	Valor Agregado	% de Empresas	Valor Agregado
Manufactura	14.8	8.9	18.0	17.3	14.9	13.1
Comercio	46.8	57.4	41.8	49.4	46.7	53.3
Servicios	38.4	33.7	40.2	33.3	38.4	33.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

* Incluye microempresas con local o puesto fijo.

Si se supone que todas las empresas registradas están incluidas en las cuentas nacionales estimadas por el Banco Central, entonces es válido separar esta información para estimar el aporte de las empresas registradas vs. las empresas no registradas. En ese sentido, se estimó que las microempresas que no están registradas generan un valor agregado equivalente al 12% del PIB reportado por el Banco Central, mientras que las PYMES que no están registradas exhiben un valor agregado equivalente al 0.3% del PIB.

Actividad	Microempresas		PYMES		MIPYMES	
	Empresas	Valor Agregado como % PIB	Empresas	Valor Agregado como % PIB	Empresas	Valor Agregado como % PIB
Registrada	10.2	7.1	97.2	19.2	12.4	26.3
No Registrada	89.8	12.0	2.8%	0.3	87.6	12.3
Total	100.0	19.1	100.0%	19.5	100.0	38.6

En adición a la dimensión de estas empresas, su participación en el mercado laboral como fuentes de empleo y su capacidad de generar valor agregado, las micro, pequeñas y medianas empresas tienen características diferenciadas. La diversidad que existe entre estas unidades de negocios ha sido uno de los temas analizados por FondoMicro, bajo la premisa de que un mejor conocimiento del sector permite apoyar la elaboración de propuestas y políticas que impulsen su crecimiento y desarrollo. La heterogeneidad existente tanto en los tipos de empresas clasificados por el número de trabajadores como en actividades de la misma industria es un aspecto importante de análisis, por esa razón abordaremos las características diferenciadas de las microempresas y de las PYMES en los capítulos siguientes.

3. LAS MICROEMPRESAS

En el marco de las Encuestas que ha venido realizando FondoMicro desde el 1992, las microempresas se definen como negocios o unidades no agrícolas dedicadas a actividades de manufactura, comercio o servicios, que emplean 10 trabajadores o menos, incluyendo al propietario¹⁰. Bajo esta definición se esconde un mundo empresarial en constante ebullición con aperturas y cierres, con negocios de una misma industria con características diferentes tanto en su estructura económica como en sus modalidades operativas.

3.1. Características de las Empresas

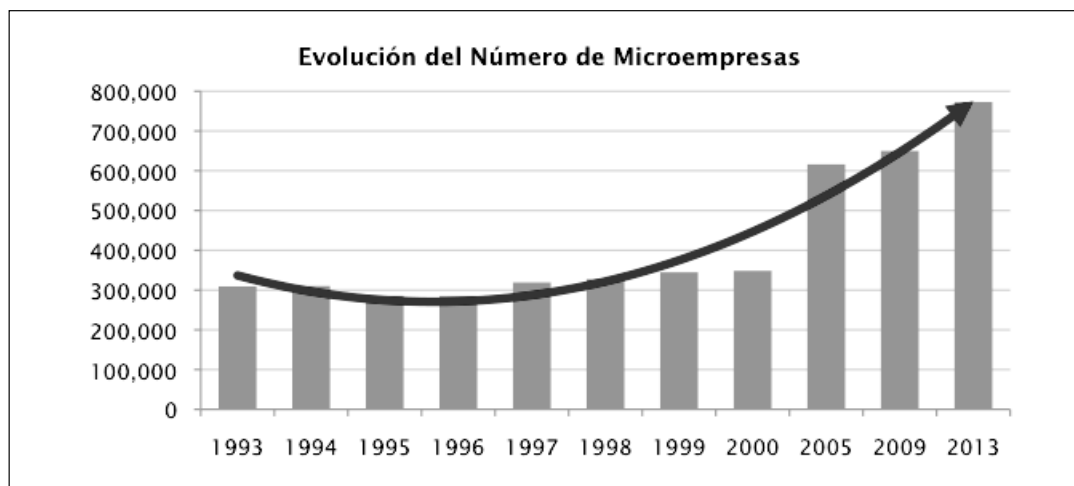
Los principales indicadores de las microempresas se expondrán a continuación, dado que el desempeño de las microempresas está asociado a un conjunto de factores relacionados con el tamaño de la empresa, el nivel de organización que exhibe, el sector donde se ubica y las características de sus propietarios, entre otras.

3.1.1. Cantidad de Empresas

La evolución del sector en las dos últimas décadas revela el creciente espacio que estas unidades productivas han adquirido en la economía nacional. Entre 1993 y 2013 la cantidad de microempresas en el país se ha incrementado en más del doble, pasando de 309,279 unidades en 1993 a 772,899 negocios en el 2013. Esto refleja una tasa de crecimiento de 150%, lo que equivale a una tasa de crecimiento promedio anual de 4.7%. Lo anterior sugiere que entre 1993 y 2013 en el país el crecimiento de las microempresas superó el crecimiento promedio anual de la población dominicana, la cual aumentó en promedio 1.5% anual¹¹.

¹⁰ Esta definición abarca también las empresas móviles consideradas como aquellas que están ubicadas en un puesto móvil, o que operan con motores, triciclos o carritos sin motor o de manera ambulante, pero estas no se incluyen en la extrapolación del número de empresas a fin de no duplicar su participación si fueron consideradas en dos lugares por su condición de movilidad.

¹¹ Calculado a partir de las proyecciones de población publicadas por la Oficina Nacional de Estadística (ONE) en <http://www.one.gob.do/index.php?module=articles&func=view&catid=326>



A nivel nacional, los estimados de la Encuesta FondoMicro 2013 sugieren que por cada 1,000 habitantes en el país hay 75 microempresas, lo que refleja un incremento de un 85% con respecto al 1993 cuando por cada 1,000 habitantes habían 41 microempresas. Este aumento en la densidad de este tipo de negocios sugiere que estas unidades se han expandido en la población, como una alternativa para la generación de ingresos, dado que el mercado laboral formal genera insuficientes puestos de trabajo, con salarios bajos y con dificultad de acceso, especialmente para los jóvenes o personas de más de 45 años.

El impacto que pudiera tener la microempresa en la generación de empleo e ingresos y en la superación de la pobreza está estrechamente relacionado con el tipo de microempresas que se crea y que se fomente en las políticas públicas. Si estas microempresas, aunque pequeñas, tienen una alta capacidad de generar empleo e ingresos pudieran tener un impacto positivo en el ritmo de crecimiento de la economía. Si, por el contrario, estas microempresas son de subsistencia, esto implicaría la permanencia de una situación de pobreza y una limitada contribución a la dinámica económica del país.

Por otro lado, el proceso de urbanización que se ha registrado en las últimas décadas se ha caracterizado, entre otros factores, por una dinámica migración rural-urbano e interprovincial, lo que ha influido en el crecimiento del sector. Las microempresas están llamadas a proveer los bienes y servicios que requiere la población en los nuevos asentamientos urbanos, donde regularmente hay una menor penetración de grandes empresas. Así, en todos los nuevos barrios que van ensanchando el perímetro urbano de las ciudades se instalan colmados, salones de belleza, farmacias, ferreterías, talleres, ventas de ropa y artículos varios, actividades típicamente microempresariales.

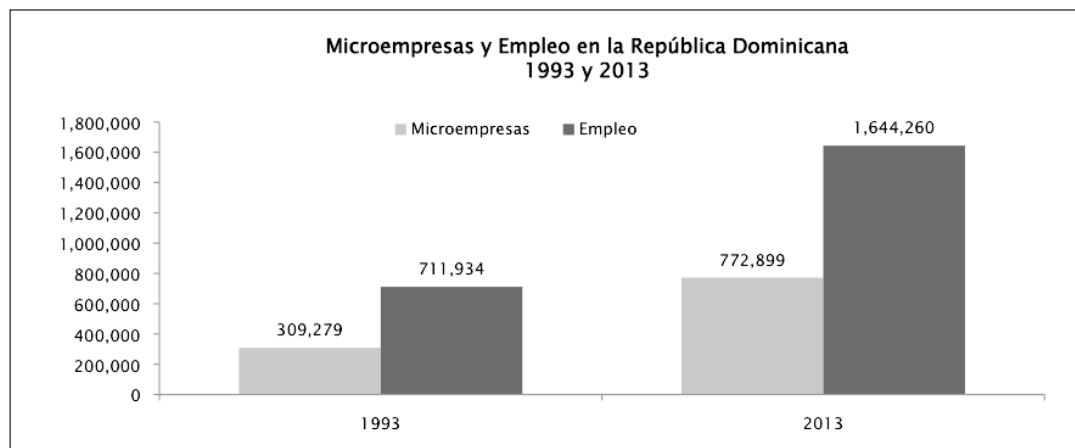
Lo anterior se refleja al notar que en el 1993, el 60% de estas unidades estaba ubicado en las zonas urbanas, mientras que para el 2013 ese porcentaje aumentó a

83.3%. En contraste, los pequeños emprendimientos de la zona rural redujeron su participación de un 40% en el 1993, a un 16.7% en el 2013, lo que se corresponde con una menor concentración de la población en los campos del país

3.1.2. Empleo

Uno de los aspectos más relevantes de las microempresas es el rol que han jugado como generadoras de empleo. La fuerza laboral ocupada en este sector refleja un notable crecimiento en las dos últimas décadas. En el año 1993 las microempresas emplearon 711,934 hombres y mujeres, mientras que para el 2013 aumentó el número de trabajadores a 1,644,260; lo que quiere decir que este sector ha generado unos 932,000 empleos adicionales, que equivalen a más de la mitad del aumento del empleo en la economía dominicana de los últimos 20 años.

Si consideramos la evolución del mercado laboral entre 1993 y abril 2013, se observa que el número de ocupados en la economía creció en 2.5% promedio anual, en tanto que el crecimiento de la Población Económicamente Activa (PEA) fue de 2.3% anual¹². La tasa de crecimiento del empleo en las microempresas fue de un 4.3% anual en promedio, lo que evidencia el papel fundamental que tienen estas unidades productivas como generadoras de empleo en la economía.



Como resultado, en un período de 20 años, las microempresas aumentaron su participación en la PEA y en el empleo total de la economía en diez puntos porcentuales, hasta llegar a representar el 35% de la PEA y el 41.3% de los ocupados en el 2013, para continuar siendo la mayor fuente de empleos de la economía dominicana. Así, 158 de cada 1,000 habitantes están vinculados a una microempresa, mientras que hace dos décadas la proporción era de 98 por cada 1,000 personas.

¹² Cálculos basados en el número de ocupados y en la cantidad de población económicamente activa reportada por la Encuesta Nacional de Fuerza de Trabajo del Banco Central al mes de abril del 2013. Más información en http://www.bancentral.gov.do/estadisticas_economicas/mercado_trabajo/

Tabla 6 Indicadores Laborales de las Microempresas 1993-2013		
	1993	2013
Cantidad de Microempresas	309,270	772,899
Trabajadores de Microempresas	711,934	1,644,260
Ocupados en la Economía	2,416,649	3,985,637
Trabajadores/Empresa	2.30	2.13
Empleo Microempresas/PEA	23.6%	35.0%
Empleo Microempresas/ocupados	29.5%	41.3%
Microempresas por 1,000 Habitantes	41	75
Trabajadores Microempresas por 1,000 Habitantes	98	158

No obstante el incremento registrado en el número de empresas y su importancia relativa en el mercado laboral, el tamaño promedio de las microempresas medido por el número de trabajadores se redujo de 2.3 en el año 1993 a 2.13 en el año 2013, por lo que se deduce que hay más empresas, pero son aún más pequeñas.

Asimismo, los datos de la encuesta ratifican la estrecha vinculación que tienen las microempresas con los centros urbanos y las zonas marginadas, ya que el 83.3% de las empresas están localizadas en las ciudades, y estas generan el 85.5% de los empleos, mientras que en las zonas rurales opera el 16.7% de las microempresas y se concentra el 14.5% del empleo.

Tabla 7 Microempresas y Empleo por Zona				
Zona	Empresas		Empleo	
	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje
Urbana	643,935	83.3	1,405,816	85.5
Rural	128,965	16.7	238,445	14.5
Total	772,899	100.0	1,644,260	100.0

La alta proporción de microempresas en zonas urbanas se relaciona con la concentración poblacional y los flujos migratorios internos, pues hace dos décadas se estimaba que el 43.9% de la población vivía en zonas rurales y más del 38.4% de las microempresas estaban ubicadas en campos del país, en tanto que el 56.1% de la población dominicana estaba localizada en las ciudades y pueblos, con una proporción del 61.6% de microempresas en esos centros urbanos¹³.

¹³ Cáceres Ureña, Francisco: República Dominicana: Cambios en el tamaño de la población durante los últimos 90 años. Conferencia dictada el 29 de noviembre de 2012 en la Universidad Autónoma de Santo Domingo (UASD).

Según el IX Censo Nacional de Población y Vivienda del año 2010, el 74.4% de la población dominicana estaba localizada en zonas urbanas y el 25.6% en zonas rurales, lo que se corresponde con las variaciones registradas en la participación geográfica de las microempresas, pues el 83.3% están en áreas urbanas y el 16.7% en áreas rurales.

3.1.2.1. Composición del Empleo

En las microempresas encontramos diferentes tipos de trabajadores. Por un lado están los propietarios, que suelen ser el único empleado de las empresas unipersonales, pero hay también trabajadores asalariados, trabajadores no pagados y aprendices.

Los resultados de la Encuesta FondoMicro 2013 muestran que los propietarios continúan siendo la principal fuerza laboral de estas unidades productivas, ya que representan el 49.1% del empleo y laboran en el 93.7% de las empresas. Casi todas las empresas unipersonales (98.2%) tienen a su propietario como único trabajador.

Tipo de Trabajador	2000		2013	
	Porcentaje de Empresas	Participación en Empleo Total	Porcentaje de Empresas	Participación en Empleo Total
Propietarios	94.6	50.5	93.7	49.1
Pagados	33.9	19.8	58.0	34.1
No Pagados	20.0	27.3	22.3	14.4
Aprendices	4.0	2.3	4.5	2.1
Total		100.0		100.0

Hay que destacar el incremento de la participación de los trabajadores pagados como parte de la fuerza laboral de las microempresas, dado que representan el 34.1% del empleo y casi seis de cada 10 unidades productivas contratan mano de obra asalariada. En contraste, los trabajadores no pagados han perdido representatividad, pues solo representan el 14% del empleo total del sector, siendo parte de la estructura del empleo del 22.3% del universo de microempresas. La menor participación del empleo recae en los aprendices, que representan el 2% del empleo en menos del 5% de las microempresas.

La composición del empleo por tipo de trabajador que arroja la Encuesta FondoMicro 2013 sugiere un incremento en la calidad del empleo de las empresas en los últimos 20 años. En el 1993 el 23.7% del empleo correspondió a trabajadores pagados, mientras que para el 2013 se reporta un aumento en la participación de este tipo de trabajadores en más de diez puntos porcentuales, para constituir el 34.1% de la fuerza laboral. En cambio, la participación del trabajador no pagado se redujo prácticamente a la mitad entre 1993 y 2013.

Estos resultados pudieran indicar que el costo de oportunidad de estos trabajadores de laborar sin percibir un ingreso es muy elevado, lo que pudo motivar su contratación por paga dentro de la microempresa o la absorción de los mismos por otro sector en la economía. Asimismo, sugiere que aun en las empresas familiares que son las principales usuarias de mano de obra no pagada, los propietarios han tenido que disponer remuneraciones en efectivo para esos trabajadores que colaboran en la operación y gestión de la empresa.

Desagregando la composición del empleo según el tipo de actividad de la empresa se observa que en todos los negocios el propietario juega un rol preponderante como fuerza laboral. Esto es mayor en las empresas de manufactura y comercio, muchas de las cuales son de carácter unipersonal (53% y 46.4%, respectivamente), y donde el propietario constituye el único trabajador. Por su parte, las empresas del sector servicios hacen un mayor uso de empleados asalariados que las de manufacturas o comercio, lo que pudiera estar relacionado con la necesidad de contratar a trabajadores de mayor calificación y a la alta incidencia de comercio al por menor con bajos volúmenes de inventario.

Tipo de Trabajador	Manufactura		Comercio		Servicios	
	1993	2013	1993	2013	1993	2013
Propietario	36.7	50.3	50.7	50.3	53.3	46.6
Trabajador Pagado	35.2	31.9	18.9	29.6	36.3	41.7
Trabajador No Pagado	20.3	15.2	30.0	17.7	9.8	9.3
Aprendices	7.8	2.5	0.5	2.2	1.1	1.7
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Al comparar cómo ha evolucionado el tipo de trabajador en estos 20 años se constata que la distribución por tipo de empleado en las microempresas ha tenido cambios interesantes. En las empresas manufactureras se evidencia un incremento en la participación de los propietarios como porcentaje del total de la fuerza laboral ocupada en la empresa, que pasó de 36.7% en 1993 a 50.3% en 2014, vis-a-vis una reducción en la participación de los demás tipos de trabajadores.

Entre las empresas comerciales se verificó un incremento en el porcentaje de trabajadores pagados, de 18.9% en 1993 a 29.6% en el 2013, convirtiéndose así en la segunda fuerza laboral de importancia en ese sector. Esto conllevó la reducción de la participación de los trabajadores no pagados prácticamente a la mitad en dicho periodo. Asimismo, el sector servicios registra un aumento en la contratación de

trabajadores pagados y una menor participación de propietarios como parte de la fuerza laboral, lo que apuntaría a la necesidad de contar con personal calificado para la oferta de servicios de calidad.

Al comparar la estructura del empleo por tipo de trabajador según el tamaño de la empresa se observa una relación directamente proporcional entre trabajadores pagados y tamaño de la empresa. Es decir, que hay una mayor participación de los trabajadores pagados como porcentaje de la fuerza laboral ocupada en la microempresa en la medida en que la empresa es más grande, mientras que ocurre lo contrario con los trabajadores no pagados. En la medida en que la empresa es de mayor tamaño se reduce la participación de mano de obra no asalariada, registrándose una relación inversamente proporcional.

Tipo de Trabajador	1 Trabajador	2 Trabajadores	3 Trabajadores	4-5 Trabajadores	6 -10 Trabajadores	Total
Propietarios	98.2	51.0	33.9	23.8	15.3	49.1
Pagados	1.5	23.0	42.2	55.8	74.3	34.1
No Pagados	0.3	24.4	21.4	17.6	5.5	14.4
Aprendices	0.0	1.6	2.5	2.8	4.9	2.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Otro aspecto interesante de analizar son las diferencias que se establecen en la estructura del empleo según el género del propietario del negocio. En las empresas lideradas por mujeres, las propietarias constituyen la principal fuerza laboral (62.1%), en tanto que en las empresas de propiedad masculina los trabajadores pagados tienen una mayor relevancia (46.1%) en relación con los demás tipos de trabajadores. Igualmente, las empresas de mujeres utilizan más mano de obra no remunerada (19.2%) que las empresas de hombre (11.5%) o propiedad conjunta (9.4%).

Tipo de Trabajador	Mujer	Hombre	Propiedad Conjunta	Total
Propietarios	62.1	39.3	54.8	49.1
Pagados	18.1	46.1	32.3	34.1
No Pagados	19.2	11.5	9.4	14.4
Aprendices	0.6	3.1	3.5	2.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

En cuanto a la generación el empleo en las microempresas según el género del trabajador, los resultados de la Encuesta FondoMicro 2013 muestran que las mujeres representan el 46% del empleo total generado por las microempresas y, a su vez, el 59% de las empresas tiene alguna mujer como parte de su planilla laboral. Esto representa un incremento de 6.4 puntos porcentuales en comparación con el año 1993, donde las mujeres constituían el 39.5% de toda la fuerza laboral ocupada en las microempresas. En adición, si comparamos la participación de la mujer ocupada en la microempresa con su participación en el empleo total de la economía, se observa que las microempresas constituyen un importante espacio de inserción laboral para las mujeres, pues mientras el 34.2% del total de ocupados son mujeres, ese porcentaje es mayor en el mundo microempresarial (46%).

Género del Trabajador	Empresas de Mujeres	Empresas de Hombres	Empresas de Propiedad Conjunta	Total
Mujer	83.3	18.9	45.0	46.0
Hombre	16.2	81.1	55.0	54.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Más aún, los resultados evidencian una segmentación de género en la contratación de trabajadores en función a si el propietario es mujer u hombre. En las empresas de propiedad femenina se observa que ocho de cada diez trabajadores (83.3%) son mujeres, mientras que las mujeres apenas representan el 18.9% del empleo total generado por las empresas de hombres. Esto guarda relación con la segmentación tradicional de actividades por género, como por ejemplo, los talleres son de propiedad masculina y contratan hombres, mientras que los salones de belleza son de propiedad femenina y contratan mujeres para la oferta de servicios de cuidado personal. Esta tendencia mayoritaria está cambiando y se registraron mujeres dueñas y empleadas en actividades tradicionalmente masculinas, así como hombre más vinculados al negocio de la belleza femenina.

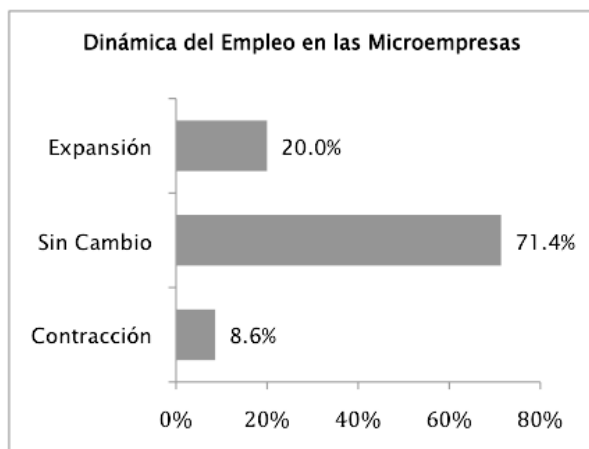
Al clasificar el empleo en función a las relaciones de parentesco de los trabajadores con el propietario de la empresa se observa que las microempresas constituyen una fuente de empleo importante para los familiares. Un quinto del empleo total (21.1%) está representado por algún trabajador con vínculos de familiaridad con el dueño, quienes forman parte de la planilla laboral del 42.4% de las microempresas. No obstante, es preciso señalar que la participación de este tipo de trabajador se ha reducido a lo largo de los años, pues en el año 1993, representaban el 32% de toda la mano de obra ocupada en las microempresas. Esto apunta a un mejor aprovechamiento de las capacidades y recursos humanos de los familiares en el

mercado laboral formal, en otras actividades mejor remuneradas o al pago de la mano de obra familiar que antes no se remuneraba.

Tipo de Trabajador	Empresas	Empleo
Mujeres	59.0	46.0
Familiares	42.4	21.1
Menores 10-15 Años	5.1	2.7

3.1.2.2. Dinámica del Empleo

Otro aspecto importante en el análisis del empleo dentro de las microempresas es su dinámica al comparar el número de trabajadores al inicio con el número de trabajadores en el momento de la encuesta. Un quinto de las empresas (20.0%) reportaron que ahora tienen una planilla laboral más numerosa que en sus inicios, en tanto que un 8.6% señaló que han contraído su mano de obra a lo largo de los años de operaciones. Siete de cada diez empresas (71.4%) planteó que siguen funcionando con la misma cantidad de trabajadores con la que iniciaron.



Siete de cada diez empresas (71.4%) planteó que siguen funcionando con la misma cantidad de trabajadores con la que iniciaron.

Desagregar los datos según la edad de la empresa arroja más luz al tema. Por un lado, las empresas más antiguas (con más de 10 años en el mercado) han incrementado más su número de trabajadores que las empresas más jóvenes que tienen operando menos de tres años (29.2% vs. 11.6%, respectivamente). Pero también son esas empresas más longevas las que han experimentado más cambios, porque un

operando menos de tres años (29.2% vs. 11.6%, respectivamente). Pero también son esas empresas más longevas las que han experimentado más cambios, porque un

	Menos de 3 Años	Entre 3 y 10 Años	Más de 10 Años	Total
Contracción	4.4	8.9	13.9	8.7
Sin Cambio	84.0	69.6	56.9	71.2
Expansión	11.6	21.5	29.2	20.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

13.9% redujo su mano de obra, mientras que solo el 4.4% de las más nuevas o el 8.9% de las que tienen entre 3 y 10 años operando hicieron lo mismo. Lo anterior responde en parte a que las empresas más jóvenes y pequeñas no han vivido lo suficiente como para tener que cambiar el número de trabajadores.

Es interesante destacar que las empresas manufactureras tendieron a expandir un poco más su número de trabajadores que las de comercio o de servicios (21.1%, 19.2% y 20.6%, en cada caso). En cambio, más empresas de servicios (12.3%) redujeron su personal frente a las manufactureras (7.3%) o las de comercio (6.7%). Las empresas comerciales son las que experimentaron menos cambios en su fuerza de trabajo, pues tres de cada cuatro (74.0%) ni incorporó ni disminuyó su número de trabajadores. Esto se relaciona con que el comercio puede incrementar su volumen de inventario y de venta, sin necesariamente aumentar la cantidad de mano de obra involucrada en el ciclo operativo y administrativo. En adición, las empresas manufactureras tienden a ser más generadoras de empleos pagados, pues requieren personal con conocimientos técnicos para los procesos de transformación de la materia prima.

	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Contracción	7.3	6.7	12.3	8.6
Sin Cambio	71.6	74.0	67.1	71.4
Expansión	21.1	19.2	20.6	20.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Asimismo, las empresas de propiedad femenina son menos propensas a sufrir cambios en su planilla laboral, pues ocho de cada diez (80.6%) continúan operando con el mismo número de trabajadores con el que iniciaron. Un 14.1% de las mismas aumentó su fuerza laboral y un 5.3% la redujo. Lo anterior apunta a la dinámica diferente de las empresas de mujeres, donde se tiene como propósito la generación de ingresos pero sin que se afecten los demás roles que tiene la mujer como madre, esposa e hija, entre otros.

	Mujer	Hombre	Propiedad Conjunta	Total
Contracción	5.3	12.3	10.7	8.6
Sin Cambio	80.6	61.2	66.6	71.4
Expansión	14.1	26.5	22.7	20.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

En contraste, una proporción menor (61.2%) de empresas de propiedad masculina mantuvieron estática su plantilla laboral, habiendo incrementado su número de trabajadores (26.5%) o reduciéndolo (12.3%). Se ha podido constatar que la dinámica de empresas de propiedad masculina es diferente a la de las empresas de propiedad femenina. En las primeras, los propietarios señalan que canalizan más tiempo y dedicación a procurar la expansión de sus negocios, dejándole a la mujer las obligaciones familiares y del hogar.

Asimismo, los propietarios que tienen educación superior reportaron que sus empresas incrementaron el empleo en mayor proporción que lo expresado por los propietarios con estudios medios o básicos. Esto apunta a que el incremento de capacidades a través de la educación dota de más herramientas para desarrollar estrategias, identificar nuevos mercados y ser más eficientes; en fin, lograr ser más competitivos.

Por otro lado, el tránsito esperado de una empresa es que inicie con una cantidad de trabajadores y paulatinamente vaya incorporando más mano de obra en la medida en que expande sus operaciones en el mercado. Muchas veces ocurre lo contrario y una pequeña proporción de propietarios (0.4%) señaló que iniciaron como una pequeña o mediana empresa (con más de 10 trabajadores) y que han tenido que reducir su fuerza laboral y en la actualidad son microempresas. Esta situación fue reportada por algunos propietarios de empresas, quienes señalaron que incluso han tenido que cerrar sucursales y operar en tamaño más reducido.

3.1.3. Actividad de la Empresa

La heterogeneidad microempresarial se verifica en una diversidad de actividades que se pueden agrupar en tres grandes sectores: manufactura, comercio y servicios. Uno de los hallazgos significativos del análisis del sector durante dos décadas es que aunque el comercio sigue siendo la principal actividad de las microempresas, con una participación en torno al 47% en el 2013, ha sido el sector servicios el que ha incorporado más nuevas empresas a lo largo de los últimos 20 años.

Hace 20 años el 16.5% de las microempresas se dedicaban a actividades de servicios, en tanto que para el 2013 este porcentaje se incrementó a 38.4%. En contraste, la participación de empresas del sector manufacturero se redujo de 22.9% en el 1993 a 14.8% en el 2013. Al comparar el comportamiento de las actividades a lo largo de dos décadas el comercio fue quien perdió más participación, pues decreció en casi 14 puntos porcentuales aunque continúa siendo mayoritaria, especialmente por las pocas barreras de entrada y salida que hay para iniciar o cerrar un negocio de compra y venta de bienes.

Esta tendencia en la distribución de las microempresas no es un fenómeno exclusivo de este sector, pues también se verifica en el comportamiento de la economía en general, reflejado en los cambios en la composición de las actividades

productivas en el Producto Interno Bruto (PIB). De acuerdo a estimados del Banco Central, la participación de las actividades manufactureras y de comercio en el total de las actividades económicas se ha reducido entre 1993 y 2013, y al mismo tiempo ha habido un notable incremento de la participación de las actividades del sector servicios¹⁴.

Sector de Actividad Económica	1993	2013
Manufactura	22.9	14.8
Comercio	60.5	46.8
Servicios	16.5	38.4
Total	100.0	100.0

Este proceso de terciarización en las microempresas tiene su origen en factores económicos y sociales que caracterizan la dinámica de crecimiento y desarrollo que vive el país. Por un lado, el auge en la instalación de supermercados y establecimientos comerciales de gran escala, fundamentalmente en los centros urbanos más importantes del país, con atractivas ofertas accesible a toda la población, impacta negativamente las actividades comerciales de negocios de reducido tamaño que operan en los barrios del país, lo que se refleja en la reducción en el porcentaje de microempresas comerciales entre 1993 y 2013.

Por otro lado, el aumento en el nivel de ingreso unido a un deficiente servicio de transporte público ha motivado el incremento del parque vehicular, lo que unido a restricciones de tiempo y elevados precios de los combustibles ha transformado la rutina tradicional de las familias dominicanas. Muchos miembros de la familia están una gran parte del día fuera de sus hogares demandando una serie de bienes y servicios. Como resultado, actividades como comedores, cafeterías y restaurantes han experimentado un aumento importante, así como actividades vinculadas al embellecimiento humano.

Dentro del sector manufacturero destacan las empresas productoras de alimentos y bebidas (8.1%) que han desplazado a las manufacturas de textiles, que tenían mayor participación hace dos décadas y apenas representan el 2.6% en la actualidad. Otras actividades como la elaboración de productos de madera y de metal también tienen relevancia en el sector manufacturero, aunque en menor proporción (1.5% y 1.3%, respectivamente).

¹⁴ La evolución del PIB por sectores de origen en los últimos 20 años se encuentra disponible en el link http://www.bancentral.gov.do/estadisticas_economicas/real/ en la tabla Producto Interno Bruto (PIB) por sectores de origen, a precios corrientes y año de referencia 1991, anual.

Tabla 18 Microempresas por Sector de Actividad Económica 1993-2013 (Distribución Porcentual)		
Rama de Actividad	Año 1993	Año 2013
<i>Manufactura</i>	22.9	14.8
Producción de Alimentos y Bebidas	-	8.1
Confección de Ropas y Otros Textiles	-	2.6
Elaboración de Productos de Madera	-	1.5
Elaboración de Productos de Metal	-	1.3
Otras Manufacturas	-	1.3
<i>Comercio</i>	60.5	46.8
Comercio al por Mayor	-	0.9
Comercio al por Menor	-	41.5
Ventas y Reparación de Vehículos Automotores	-	4.4
<i>Servicios</i>	16.5	38.4
Construcción	-	0.3
Hoteles y Restaurantes	-	5.2
Actividades Inmobiliarias y Empresariales	-	4.7
Otros Servicios	-	28.2
Total	100.0	100.0

En contraste, cuatro de cada diez empresas (41.5%) están dedicadas al comercio al por menor, destacándose en este grupo los colmados, pulperías y bodegas (15%) y las ventas de ropa inclusive usada y de paca (7.1%). La venta y reparación de vehículos representaron el 4.4% del universo microempresarial, lo que revela la incidencia de los negocios conexos al creciente parque vehicular del país.

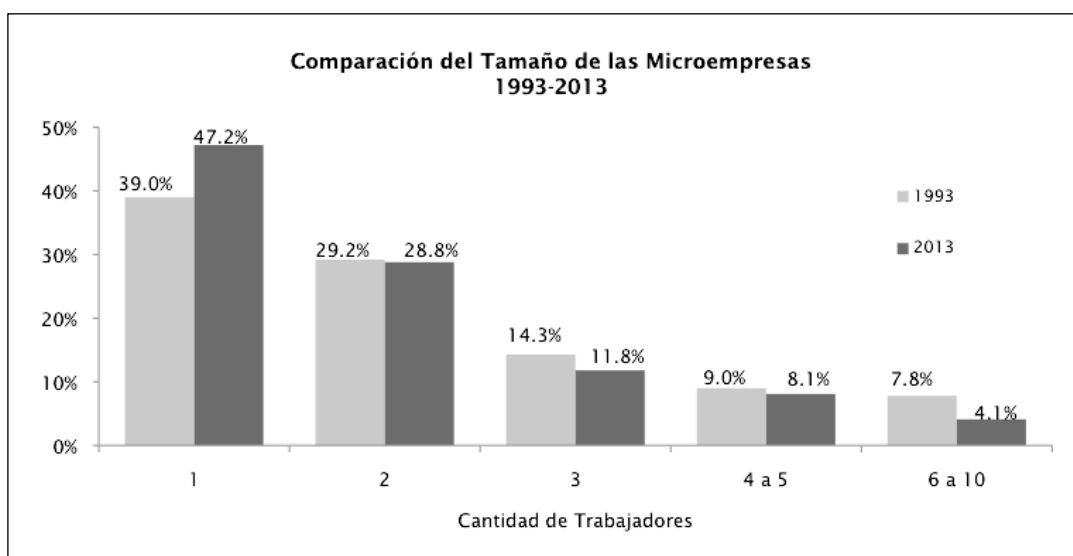
En el sector servicios opera el 38% de las microempresas, concentradas fundamentalmente en servicios de cuidado personal (salones de belleza, barberías, gimnasios, centros de uñas y masajes), servicios de educación y salud, juegos de azar, bares y entretenimiento, y servicios de reparaciones, entre otros.

Al desagregar la información por la ubicación geográfica de las empresas se registra una mayor participación del comercio en las zonas rurales que en las urbanas (54.4% vs. 39%). Por el contrario, la oferta de servicios es más reducida en campos (19.3%) que en las ciudades y pueblos (30%). Las zonas urbanas, por su parte, concentran una mayor cantidad de empresas dedicadas a ofrecer servicios empresariales e inmobiliarios.

Tabla 19 Microempresas por Sector de Actividad según Zona (Distribución Porcentual)			
Rama de Actividad	Zona Urbana	Zona Rural	Total
Comercio al Por Menor	39.0	54.4	41.5
Otros Servicios	30.0	19.3	28.2
Producción de Alimentos y Bebidas	7.8	9.6	8.1
Hoteles y Restaurantes	5.4	4.6	5.2
Actividades Inmobiliarias y Empresariales	5.4	0.9	4.7
Ventas y Reparación de Vehículos Automotores	4.5	3.7	4.4
Confección de Ropa	2.7	2.0	2.6
Elaboración de Productos de Madera	1.5	1.5	1.5
Elaboración de Productos de Metal	1.3	1.3	1.3
Otras Manufacturas	1.2	1.8	1.3
Comercio al Por Mayor	0.9	0.7	0.9
Construcción	0.3	-	0.2
Total	100.0	100.0	100.0

3.1.4. Tamaño de las Empresas

Al analizar la composición según el número de trabajadores¹⁵, se encontró que casi la mitad de las microempresas (47.2%) son unipersonales, siendo regularmente el propietario el único trabajador. Aquellas que tienen dos empleados representan el



¹⁵ La definición de trabajador utilizada se refiere al propietario de la empresa y todo aquel que realiza una actividad productiva sea ésta o no remunerada en la misma.

28.8% de las microempresas, porcentaje que se va reduciendo en la medida en que aumenta el número de trabajadores.

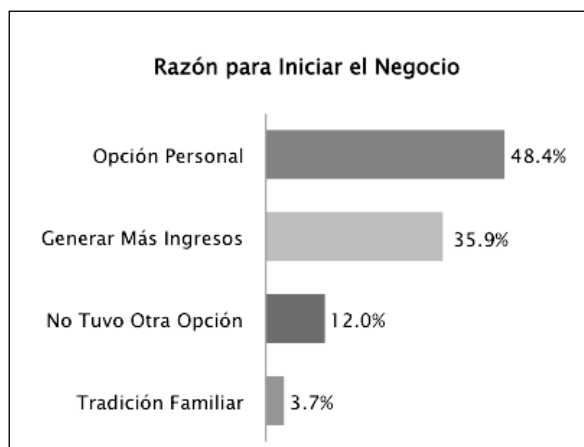
Una de cada nueve empresas (87.8%) tienen tres o menos trabajadores, siendo apenas un 8.1% los empresarios que reportaron tener una fuerza laboral entre cuatro y cinco trabajadores, y una proporción menor (4.1%) señaló que ofrece trabajo a 6 o 10 personas. Al contrastar estos resultados con la composición de la microempresa por número de empleados del 1993 se observa un importante incremento en el porcentaje de empresas de un solo trabajador vis-à-vis la reducción entre aquellas de mayor tamaño. Lo anterior indica que aunque sea mayor el número de microempresas en su totalidad, la existencia de más empresas unipersonales que regularmente tienen bajos niveles de inversión, ventas y ganancias, apunta a una condición de vulnerabilidad que debería revertirse como parte de la política de creación de empleos en el sector formal y emprendimientos de alto potencial.

Por otro lado, la Encuesta FondoMicro 2013 refleja que el nivel de educación guarda una relación positiva con el tamaño de la empresa. Así, los propietarios con educación superior tienen empresas de mayor tamaño, mientras que entre los propietarios sin educación formal o de bajo nivel educativo prevalecen microempresas de uno o dos trabajadores.

Tamaño de la Empresa	Sin Educación Formal	Educación Básica	Educación Media/Técnica	Educación Superior	Total
1 Trabajador	65.3	53.4	48.2	35.7	47.9
2 Trabajadores	22.2	28.7	29.5	28.9	28.8
3 Trabajadores	6.3	9.2	11.9	14.9	11.4
4 a 5 Trabajadores	5.4	6.2	7.2	12.2	7.9
6-10 Trabajadores	0.8	2.4	3.2	8.3	4.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Esto sugiere que la expansión de empleo en las empresas es más factible cuando el propietario está dotado de más conocimientos adquiridos en la medida en que aumentan los años de escolaridad.

El incremento de empresas unipersonales evidencia que las microempresas constituyen una opción para la generación de ingresos, ya sea por la imposibilidad de acceder a un empleo formal o por la necesidad de incrementar sus ingresos regulares. Al indagar entre los propietarios las razones que motivaron el inicio de sus negocios, un 35.9% afirmó que lo hizo para generar más ingresos, en tanto que un 12% reportó que no tuvo otra opción, ya que había sido despedido de su empleo formal o no había encontrado un empleo.



Esto sugiere una empresariedad como consecuencia de la necesidad, porque ocho de cada diez (82.1%) de los propietarios que buscan generar más ingresos tienen negocios de uno o dos trabajadores, mientras que esa proporción es ligeramente mayor entre los que declararon no haber tenido más opciones (84.4%). Estas son las principales razones aducidas por los propietarios de empresas de uno o

dos trabajadores, por lo que se puede inferir que una alta proporción de empresarios, si encontrarán un empleo pagado, pudieran cerrar sus empresas e insertarse en el mercado laboral formal.

Tabla 21
Tamaño de la Empresa según Razón para Iniciar el Negocio
(Distribución Porcentual)

Cantidad Trabajadores	Tradición Familiar	Opción Personal	Generar más Ingreso	No Tuvo Otra Opción	Total
1	32.2	43.9	53.7	55.9	48.4
2	32.1	28.7	28.4	28.5	28.7
3	18.3	12.7	10.0	8.0	11.4
4-5	8.6	9.6	6.1	5.0	7.8
6-10	8.8	5.1	1.9	2.6	3.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

En cambio, los propietarios que iniciaron negocios como una opción personal para desarrollar una idea, para manejar su tiempo con mayor flexibilidad o porque la actividad que realizan es su vocación, reportaron ser propietarios de empresas de mayor tamaño. En estos casos un (14.7%) reportó que sus empresas tienen 4 o más trabajadores, en tanto que la mitad de esa proporción (7.6%) que inició por no tener alternativas de empleo tienen empresas con una fuerza laboral superior o igual a 4 personas.

3.1.5. Antigüedad de la Empresa

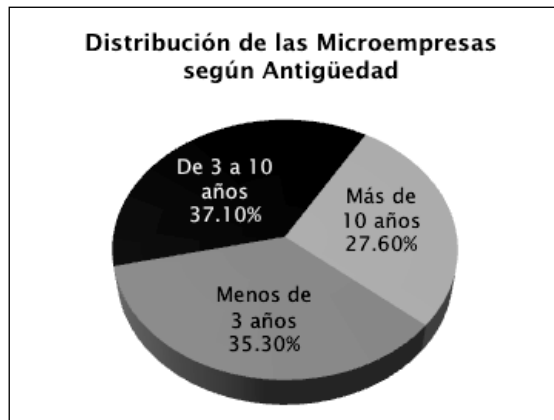
Los estudios realizados por FondoMicro sobre las microempresas han evidenciado la dinámica y el carácter dual de estas unidades en relación con el crecimiento económico. Por un lado, en períodos de mayor crecimiento económico se expande el empleo por la absorción de mano de obra en negocios de mayor tamaño, mientras que, por otro lado, cuando la economía crece a un ritmo menor y se contrae

el empleo formal, las microempresas funcionan como un colchón que recoge a los trabajadores que deciden iniciar un negocio como alternativa para generar ingresos.

La Encuesta FondoMicro 2013 revela que siete de cada diez microempresas surgieron luego de la crisis financiera del 2003 y de zonas francas, que provocaron un aumento significativo de desocupados. Previo a esa etapa, solo 27.6% de empresas reportó tener más de 10 años operando en el mercado.

Luego de la crisis, específicamente entre 2004 y 2010, la economía pasó por un período de recuperación, con una tasa de crecimiento económico de 7.5% en promedio anualmente y un crecimiento promedio del 2.2% en la tasa de ocupación.

Durante este ciclo se creó el 37.1% de las microempresas visitadas.



En los últimos tres años se ha verificado una desaceleración en el crecimiento de la economía, que estuvo acompañada de una reducción en la tasa de crecimiento de los ocupados; y se verificó asimismo que durante este período iniciaron operaciones el 35.3% de las microempresas objeto de este estudio.

Por otro lado el 62.7% de los propietarios de las empresas con menos de tres años de antigüedad, tenían experiencia previa, ya fuera como dueños de otros negocios (22.6%) o como empleados en otras empresas (40.1%), y solo un 19.1% dijo estar desocupado en el hogar o estudiando (4.0%). El resto de estos propietarios señalaron que antes de iniciar su negocio estaban desempleados, vivían en el extranjero, se dedicaban a actividades agrícolas o al trabajo doméstico.

Tabla 22
Experiencia Previa del Propietario según Antigüedad de la Empresa
(Distribución Porcentual)

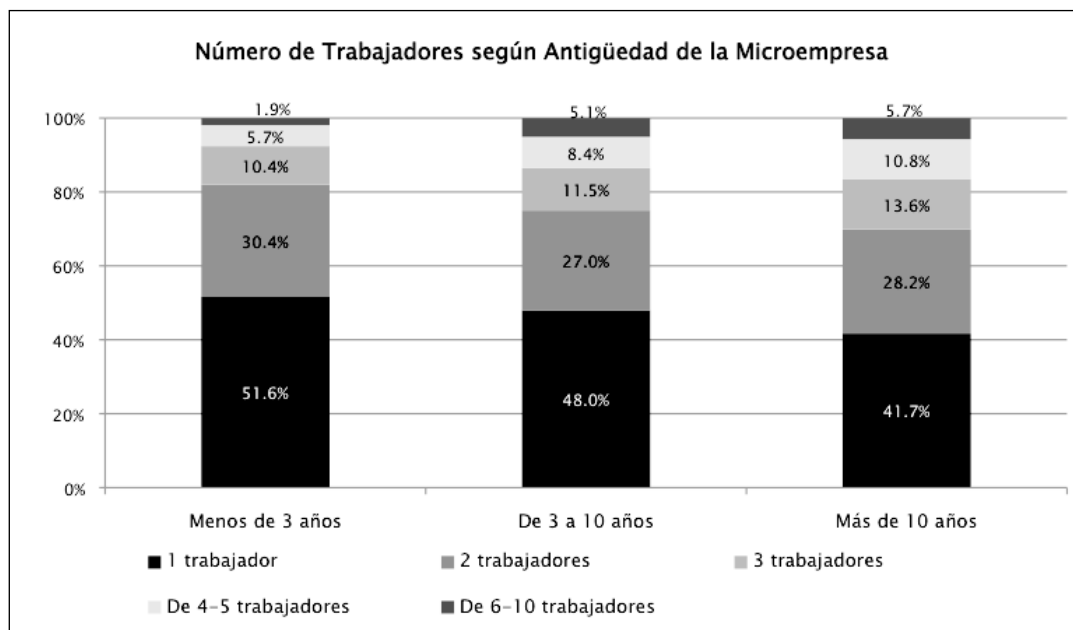
Experiencia Previa	Menos de 3 Años	De 3 a 10 Años	Más de 10 Años	Total
Empresario	22.6	23.4	21.0	22.4
Empleado	40.1	45.7	43.8	43.2
En el Hogar	19.1	14.0	11.8	15.2
Estudiante	4.0	6.1	6.7	5.5
Agricultura	2.9	3.4	8.9	4.7
Trabajo Doméstico	6.0	3.4	4.4	4.6
Otras	5.3	4.0	3.5	4.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Entre los propietarios de empresas más jóvenes, un 14.5% afirmó que abrió su negocio porque no tenía otra opción, siendo este porcentaje mayor al reportado por los propietarios de empresas de mayor antigüedad.

Por otro lado, los datos de la Encuesta FondoMicro 2013 indican que las microempresas más jóvenes son principalmente propiedad de mujeres (60.3%), tienen en su mayoría un solo empleado (51.6%), y se encuentran concentradas en las actividades de comercio y servicios. En general exhiben menores niveles de formalización (4.8%) que aquellas de mayor antigüedad. En contraste, las empresas con más de 10 años son mayormente de propiedad masculina (56.4%), dedicadas a comercio (47.2%) y servicios (33.4%), de más tamaño y de mayor nivel de formalización que aquellas más jóvenes.

Tabla 23 Perfil de las Microempresas según Antigüedad (Distribución Porcentual)				
	Menos de 3 Años	Entre 3 y 10 Años	Más de 10 Años	Total
Total Empresas	35.3	37.1	27.6	100.0
<i>Actividad</i>				
Manufactura	20.0	13.8	19.4	17.5
Comercio	52.6	51.7	47.2	50.8
Servicios	27.3	34.5	33.4	31.7
<i>Género Propietario</i>				
Mujer	60.3	51.6	40.8	51.7
Hombre	36.0	45.4	56.4	45.2
Conjunta	3.7	3.0	2.8	3.2
<i>Nivel Formalización</i>				
Registradas	4.8	12.0	13.6	9.9
No Registradas	95.2	88.0	86.4	90.1
<i>Número Trabajadores</i>				
1 Trabajador	51.6	48.0	41.7	47.5
2 Trabajadores	30.4	27.0	28.2	28.6
3 Trabajadores	10.4	11.5	13.6	11.7
4 a 5 Trabajadores	5.7	8.4	10.8	8.1
6 a Más	1.9	5.1	5.7	4.1

Con relación al tamaño de la empresa, se encontró que las empresas más jóvenes suelen ser de menor tamaño que aquellas que tienen más de tres años de operación. El 51.6% de las empresas más jóvenes tiene un solo empleado, porcentaje que es de 41.7% entre las de mayor antigüedad y de 48% entre las que tienen de 3 a 10 años operando en el mercado.



En contraste, las empresas más antiguas reportaron una mayor fuerza laboral, dado que el 16.5% de las que tienen más de 10 años reportaron una mano de obra de 4 o más trabajadores. Este porcentaje es de apenas 7.6 para las empresas con menos de 3 años en el mercado.

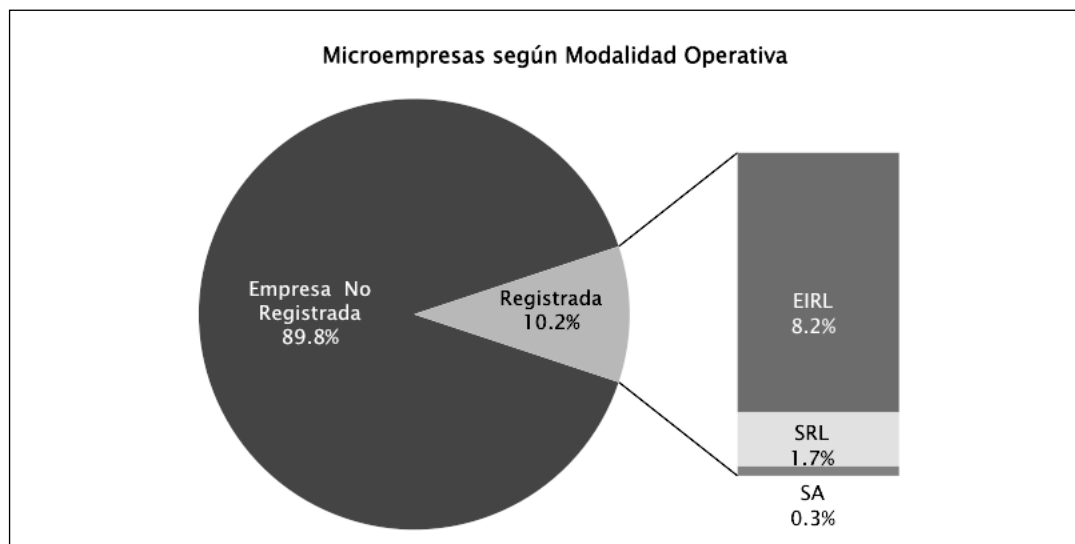
Esto pudiera reflejar el ciclo de vida de las microempresas en el país, que se caracteriza por un proceso crítico en su primera fase, que es casi de sobrevivencia y que son los primeros tres años de operaciones. En esta etapa los propietarios se concentran en mantener el negocio, darse a conocer en el mercado y captar una clientela que le asegure la sostenibilidad. En el período de 3 a 10 años, la empresa se consolida y se expande, incrementando su número de trabajadores, identificando nuevos mercados y posicionándose en la oferta de bienes y servicios; en la etapa de más de 10 años, las empresas tienen el reto de crecer, transitando hacia modalidades operativas más grandes, o tienden a estancarse por ausencia de innovación y de estrategias, lo que conlleva la pérdida de mercado.

No todas las empresas transitan este camino, pues cada unidad operativa tiene variables exógenas y endógenas, que pueden incidir en su devenir natural, siendo una de ellas las características personales del propietario que se ha comprobado tienen una gran influencia en el éxito o fracaso de una empresa.

3.1.6. Informalidad

Un aspecto que se aborda en la encuesta es la modalidad operativa de la empresa, en cuanto al cumplimiento de los requisitos legales para operar como empresa registrada. Nueve de cada diez empresarios (89.8%) señalaron que funcionan como

empresa no registrada de carácter individual (88.8%) o de varios dueños (1%). Apenas un 10.2% de los propietarios de microempresas explicaron que habían completado los trámites para el registro de su empresa tanto como Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (8.2%), como Sociedad de Responsabilidad Limitada (1.7%) o como Sociedades Anónimas (0.3%).



El cumplimiento de las obligaciones estipuladas por ley es más usual entre las microempresas con más tiempo operando en el mercado, dado que un 13.6% de las que tienen más de 10 años están registradas, en tanto que esa proporción se reduce a un 4.8% entre las que tienen menos de tres años de funcionamiento.

Si consideramos el tipo de actividad de los negocios, se observa una mayor formalidad entre las empresas de servicios (13.7%) que en las manufactureras (4.6%) o de comercio (9.9%). Esto puede guardar relación con que las empresas de servicios tienen una mayor visibilidad y, por tanto, están más sujetas al control y fiscalización de las autoridades.

Tabla 24
Registro de la Empresa según Actividad de la Empresa
(Distribución Porcentual)

	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Registrada	4.6	9.9	13.7	10.2
No Registrada	95.4	90.1	86.3	89.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Otra manera de medir el nivel de formalidad de la empresa fue su capacidad para emitir facturas con comprobante fiscal. Al preguntar a los empresarios si podían

entregar facturas con número de comprobante fiscal (NCF), apenas uno de cada diez (10.1%) respondió afirmativamente, en tanto que el 89.9% señaló que no tenían ese tipo de factura.

Más empresas dedicadas a ofrecer servicios (13.3%) están en capacidad de emitir facturas con NCF que la proporción de empresas manufactureras (5.5%) o comerciales (9.8%) que pueden hacer lo mismo. Asimismo, una mayor cantidad de empresas ubicadas en zonas urbanas (10.9%) que en zonas rurales (6.8%) pueden satisfacer el requerimiento de sus clientes de recibir una factura con comprobante fiscal.

	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Emite Factura con NCF	5.5	9.8	13.3	10.1
No Emite Factura con NCF	94.5	90.2	86.7	89.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Desagregando esta información según el género del propietario se observa que las empresas propiedad de mujeres tienen más limitaciones que las de hombres para poder facturar sus mercancías o servicios con comprobante fiscal (4.9% vs. 15%, respectivamente).

Si comparamos la información suministrada por los propietarios en relación con la condición de la empresa en cuanto al cumplimiento de los requisitos legales para registrar una empresa y la capacidad de las mismas para emitir una factura con comprobante fiscal se observa que un 18% de las empresas registradas no pueden emitir comprobante fiscal. Al indagar al respecto, los empresarios señalaron que aunque están registradas no han solicitado los comprobantes fiscales pues el mercado donde operan no requiere ese tipo de factura.

	Registrada	No Registrada	Total
Emite Factura con NCF	82.0	2.3	10.1
No Emite Factura con NCF	18.0	97.7	89.9
Total	100.0%	100.0%	100.0

Por su parte, un 2.3% de los empresarios reportó que sus empresas no están registradas pero pueden dar una factura con comprobante fiscal, ya sea porque

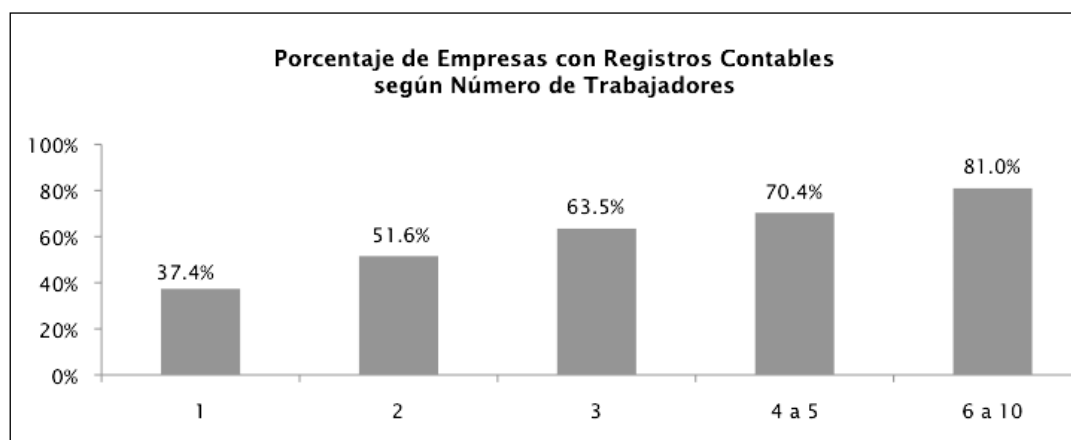
lo hayan solicitado como contribuyentes personales o porque soliciten a algún empresario amigo que les emita una factura con esas características para un cliente que lo haya solicitado y luego coordinan el pago de los impuestos correspondientes.

3.1.7. Gestión Administrativa de las Empresas

Las microempresas tienden a tener bajos niveles de organización administrativa y financiera, lo que afecta su productividad, limita sus posibilidades de incrementar el alcance de sus operaciones y la obtención de fuentes de financiamiento. Una de las características de las debilidades administrativas que tienen la mitad de estas empresas (51%) es la ausencia de registros contables¹⁶, dando lugar a la no diferenciación de los ingresos del negocio y del hogar.

No obstante, una proporción casi similar (49%) registra regularmente sus cuentas, lo que facilita el control de sus operaciones, le ofrece información de la situación de la empresa y, a la vez, le permite demostrar el manejo de sus cuentas a fin de una evaluación del negocio como sujeto de crédito. Este resultado refleja que aunque la mayoría de las empresas operan al margen de la formalidad, mantienen un registro contable de sus actividades, pues su negocio es una fuente importante de generación de ingresos para el hogar del propietario.

Un hallazgo interesante es que existe una relación directamente proporcional entre el número de trabajadores que tiene la empresa y la tenencia de registros contables, pues en la medida en que aumenta la mano de obra así mismo se incrementa la teneduría de libros contables. Apenas el 37.4% de las empresas unipersonales anotan sus cuentas de manera regular, mientras que el 81% de las unidades de más de 6 trabajadores asumen esta práctica de manera regular.



¹⁶ Como registro contable se indagó todo tipo de anotación de las cuentas del negocio, ya fuera en una mascota por el propietario u otra persona, o como contabilidad formal llevada por un profesional del área.

Al diferenciar la tenencia de registros según la actividad económica de la empresa, se encontró que más de la mitad de las empresas comerciales (54.4%) tienen contabilidad de sus operaciones, en tanto que esa proporción es menor en servicios (48.2%) y se reduce aún más en las empresas manufactureras (34.6%).

	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Lleva Registros	34.6	54.4	48.2	49.0
No Lleva Registros	65.4	45.6	51.8	51.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Uno de los factores que incide en la tenencia de registros contables es el nivel educativo del propietario, dado que se reportó un mayor registro en la medida en que se incrementan los años de escolaridad del propietario. Uno de cada cinco (21.1%) propietarios sin educación formal se preocupa por anotar las cuentas del negocio, mientras que la mayoría (78.9%) no tiene esa práctica. En cambio, aquellos propietarios con más años de escolaridad (educación media, técnica o superior) mantienen registros contables en una proporción superior (51.7% y 70.7%, respectivamente).

Al considerar el género del propietario del negocio, los resultados de la Encuesta FondoMicro 2013 muestran que la mayoría de las empresas de mujeres no lleva registros de las operaciones del negocio, lo que evidencia su mayor vulnerabilidad. Un hallazgo interesante es que no todas las empresas formales mantienen registro de sus operaciones contables, aunque el porcentaje que los lleva duplica el de aquellas empresas informales que mantienen registrada sus operaciones.

Indiscutiblemente que la ausencia de registros de los ingresos, los gastos, las obligaciones con terceros y con empleados, y las cuentas por cobrar, entre otros, implica un nivel de vulnerabilidad de la empresa donde el propietario dispone indistintamente del dinero del negocio y de la casa, cruzando los recursos sin ningún control. Asimismo, esto no permite que el propietario tenga información financiera

	Sin Educación Formal	Educación Básica	Educación Media/Técnica	Educación Superior	Total
Lleva Registros	21.1	33.7	51.7	70.7	48.3
No Lleva Registros	78.9	66.3	48.3	29.3	51.7
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

que le permita tomar las decisiones adecuadas para la expansión de sus operaciones ni para la permanencia de su negocio en el tiempo.

3.1.8. Dificultades que Enfrenta el Negocio

A pesar de lo anterior, apenas uno de cada diez empresarios (9.7%) identificaron el tema administrativo como la principal dificultad de la empresa. Otros obstáculos que tienen las microempresas según las respuestas de sus propietarios son principalmente la situación económica, pues el poco circulante y el bajo poder adquisitivo de los ingresos de la población han impactado negativamente las ventas para el 16.3% de las empresas. Esta razón tuvo tanto peso porque el trabajo de campo se llevó a cabo en el primer semestre del año 2013, luego de que se aplicara la reforma tributaria vigente a partir de enero de ese año y que el gobierno asumiera una política restrictiva de gastos, como medidas para reducir el déficit fiscal¹⁷.

Otra dificultad señalada fue la falta de recursos financieros externos (14.9%), ya sea por falta de liquidez o por poco acceso a recursos financieros; y la energía eléctrica (13.8%) que afecta el desenvolvimiento del negocio y encarece los costos cuando es preciso adquirir planta de emergencia y combustible para su operación.

También los empresarios entrevistados en la Encuesta FondoMicro 2013 señalaron que tienen problemas de mercado (9.7%), problemas con la infraestructura (9.4%) y en menor proporción algunos propietarios señalaron que tienen problemas de producción y abastecimiento (2.8%) o problemas de carácter legal/tributario o laboral (1.1%). Algunos propietarios (4.2%) adujeron otras razones vinculadas al mal estado de las carreteras y calles, a la contaminación por basura, al deficiente suministro de agua y a la mala calidad de la señal de internet en su comunidad como los principales obstáculos que tienen sus negocios.

Es preciso señalar que un 17.9% indicó que sus negocios no tienen ningún tipo de obstáculo que afecte el buen desempeño de sus operaciones. Esta percepción es mayor en empresas unipersonales, propiedad de hombres y dedicadas al comercio o al servicio.

Desagregando estas informaciones según la actividad de los negocios se puede apreciar cómo los propietarios se sienten afectados en diferentes medidas según a la actividad que se dedican. Así, para los dueños de negocios que ofrecen servicios y de manufactura el problema energético tiene un peso mayor (21.3% y 16.9%, respectivamente), que para los propietarios de empresas comerciales (8.2%).

¹⁷ En el primer trimestre del 2013 la economía creció en 0.3%, muy por debajo del crecimiento de 3.8% del mismo trimestre del 2012, en tanto que el déficit del sector público no financiero alcanzó el 0.2% del PIB, inferior al 0.7% del PIB obtenido en el mismo periodo del 2012. Ver Informe de la Economía Dominicana Enero-marzo 2013, publicado por el Banco Central en http://www.bancentral.gov.do/publicaciones_economicas/infeco/infeco2013-03.pdf

Dificultad	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Ninguna	16.2	18.2	18.4	17.9
Situación Económica	16.0	18.9	12.4	16.3
Financiera	13.6	18.2	10.2	14.9
Energía Eléctrica	16.9	8.2	21.3	13.8
Administrativa	7.3	12.6	6.4	9.7
Mercado	9.5	9.6	9.9	9.7
Infraestructura	11.1	6.0	14.1	9.4
Producción y Abastecimiento	3.6	3.2	1.7	2.8
Legales y Laborales	0.6	1.0	1.6	1.1
Otras	5.1	4.1	4.2	4.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Por su parte, las dificultades administrativas son mayores para las empresas de propiedad femenina (12.6%) que para las empresas de propiedad masculina (6.3%). Las razones que tuvieron mayor relevancia para los hombres que para las mujeres propietarias fueron la situación económica, la energía eléctrica y problemas con la producción y el abastecimiento de materias primas y mercancías.

3.1.9. Mercados

Las investigaciones de FondoMicro apuntan a que las microempresas tienen diferenciados niveles de eslabonamiento en la cadena de distribución de los bienes y servicios. Al analizar las diferentes modalidades a través de las cuales los dueños de microempresas se abastecen de materias primas y mercancías se observa que uno de cada cuatro (24.9%) adquiere alguna proporción de sus insumos directamente con los productores, mientras que la gran mayoría (78.1%) se abastece en alguna medida a través de distribuidores mayoristas.

Alrededor de un tercio (36.6%) de los propietarios señaló que adquieren en los establecimientos de venta al por menor alguna parte de sus materias primas y mercancías, en tanto que solo un 4.2% indicó que establece algún contacto con personas o empresas del extranjero para abastecer en alguna proporción su negocio.

Cuando solicitamos a los empresarios que nos identificaran sus principales suplidores, uno de cada diez (11.5%) indicó que son los productores de materias primas o mercancías, mientras que dos tercios de los propietarios (66%) dijo que se abastece a través de distribuidores mayoristas. Algunos reportaron que la mayoría de sus requerimientos de insumos lo satisfacen a través de los vendedores minoristas. Unos pocos (2.8%) adujeron que los clientes traen las mercancías (como es el caso

de sastres y modistas), que recogen sus insumos (como los que reciclan) o que no necesitan insumos ni mercancías (como quienes abren sanes).

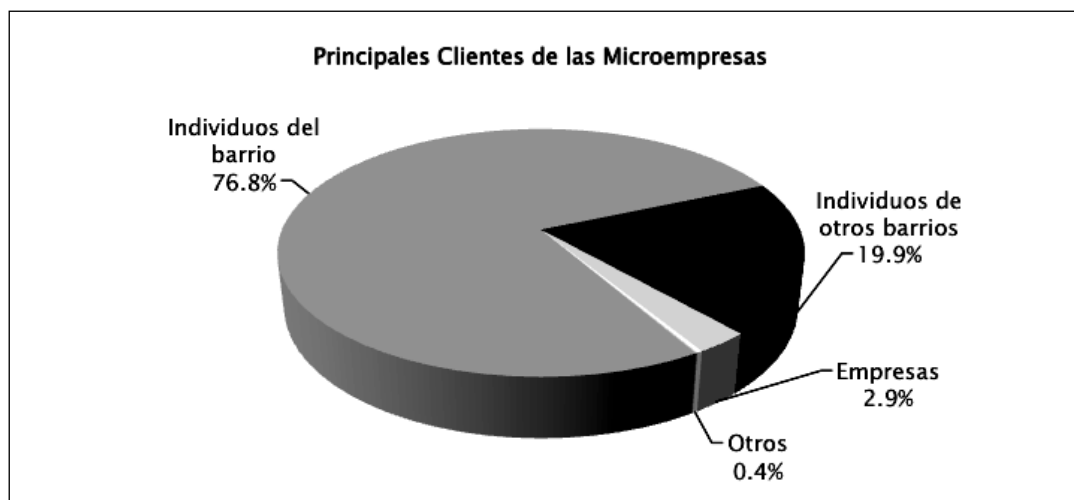
Aunque todas las empresas tienen a los mayoristas como su principal proveedor, pues alrededor de dos tercios se suplén con este tipo de distribuidores independientemente de la actividad del negocio, es preciso señalar que más empresas de comercio (15.2%) acceden a fuentes primarias para adquirir sus insumos que las del sector manufacturero (7.1%). Estas últimas, en cambio, acuden en mayor proporción a minoristas para adquirir materia prima que las del sector servicios o comercio.

Proveedores	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Productores	7.1	15.2	7.9	11.5
Mayoristas	61.5	67.5	66.2	66.0
Minoristas	26.2	10.4	18.7	15.8
Otros	5.2	6.9	7.2	6.7
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Si se analiza la cadena de distribución hacia adelante, se evidencia que el área de influencia de estos negocios y el alcance del mercado sigue siendo muy limitado. Los resultados de la encuesta FondoMicro 2013 refuerzan ese hallazgo, ya que evidencian que la mayoría de las microempresas tienen como principales clientes a consumidores finales. Casi todas las empresas (95.4%) colocan alguna parte de sus bienes o servicios al entorno inmediato donde operan, en tanto que un 62.6% tienen también como clientes a individuos de otros barrios. La relación comercial de empresa a empresa es muy reducida en negocios de esta dimensión, porque solo el 5.3% de los propietarios indicaron que algún porcentaje de sus servicios o mercancías son comprados por otras empresas.

Pocos empresarios (1.3%) dijeron tener contacto con alguna persona o empresa del extranjero que adquiera parte de sus bienes o servicios y más exigua aún fue la cantidad de empresarios (0.4%) que dijeron que han podido tener como cliente al Gobierno en algún momento.

Con el interés de conocer más profundamente la posición de la microempresa en el mercado que atienden se solicitó a los empresarios que identificaran sus principales clientes, aquellos que tienen una cuota mayor en la generación del flujo de caja de la empresa. Un 76.8% de las microempresas reportó tener como principales clientes a los individuos en las inmediaciones de la empresa, lo que refiere a un mercado muy focalizado y reducido. Otros (19.9%) dijeron que individuos residentes en otros barrios son sus principales clientes. El porcentaje de microempresas que tiene



como mercado principal a otras empresas es muy bajo y ninguna de las microempresas reportó que su principal cliente fuera el Gobierno.

A pesar de que no hay diferencias relevantes entre los clientes de las empresas según la rama de actividad, se evidencia una menor concentración del mercado entre las empresas de manufacturas, que realizan un mayor porcentaje de negocios con individuos de otros barrios u otras empresas, que aquellas del sector comercio o de servicios.

Un aspecto interesante que se evidencia en el análisis del mercado atendido por estos negocios es que las microempresas no registradas atienden a individuos de los barrios o campos donde están ubicadas (78.3%) o de zonas cercanas (19.5%), lo que refleja un mercado muy restringido. Apenas una ínfima proporción (1.9%) tiene como sus principales clientes a otras empresas. En cambio más negocios registrados (10.7%) están en capacidad de vender a homólogas y de ampliar sus mercados fuera del entorno inmediato del negocio.

Tabla 31
Principales Clientes según Actividad de las Empresas
(Distribución Porcentual)

Cientes	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Individuos del Barrio	66.9	81.5	74.8	76.8
Individuos de Otros Lugares	28.2	16.1	21.5	19.9
Empresas	4.4	2.2	2.9	2.8
Otros	0.5	0.2	0.8	0.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Cientes	Registrada	No Registrada	Total
Individuos del Barrio	63.2	78.3	76.8
Individuos de Otros Lugares	24.5	19.5	19.9
Empresas	10.7	1.9	2.9
Otros	1.6	0.3	0.4
Total	100.0	100.0	100.0

Al contrastar con la situación vigente 20 años atrás, se constatan ligeras mejoras en los encadenamientos de este tipo de unidades productivas, pero aún el mercado de las microempresas sigue siendo limitado, con pocos encadenamientos y restringido a clientes locales.

3.1.10. Aspectos Económicos de las Empresas

En el marco de las encuestas que FondoMicro realiza para conocer la situación del sector de la micro, la pequeña y mediana empresa del país, se han utilizado tres indicadores para el análisis del desempeño económico de estos negocios: el nivel de inversión, el nivel de ventas y las ganancias que genera el negocio.

3.1.10.1. Inversión

La estimación del nivel de inversión de las empresas se realiza a partir de lo que sus propietarios reportan que sería la inversión necesaria en maquinarias, equipos e inventarios para establecer un negocio similar al que operan. A pesar del componente subjetivo de estas informaciones, las mismas permiten hacer una estimación gruesa de la inversión que realizan estas unidades productivas.

Nivel Capitalización	Criterio		Porcentaje de Empresas
	RD\$	US\$*	
Bajo	Hasta \$50,000	Hasta \$1,208	48.3
Medio	De \$50,001 a \$300,000	De \$1,209 a \$7,246	34.4
Alto	Más de \$300,000	Más de \$7,246	17.3
Total			100.0

*Tasa de cambio promedio de RD\$41.40 por dólar.

En general, la mayoría de las microempresas del país están subcapitalizadas. La Encuesta FondoMicro 2013 reporta que el 48.3% de las microempresas tiene bajos niveles de inversión, inferiores a RD\$50,000¹⁸ y, de estas, el 30.8% ha invertido menos de RD\$20,000. Estos datos ratifican los resultados de los estudios realizados por esta institución, que evidencian la reducida dimensión que tienen estas unidades productivas, muchas de las cuales apenas son de sobrevivencia para sus propietarios.

El 14.6% de las empresas han invertido entre 50 y 100 mil pesos en el negocio, mientras que una de cada cinco empresas (19.8%) tiene inversiones entre 100 a 300 mil pesos. Ambos grupos representan las empresas calificadas con un nivel de inversión media. En cambio, las empresas con inversiones que superan los 300 mil pesos representaron el 17.3% del total de las microempresas, y de estas, un 10% invirtió más de RD\$500,000.

A fin de comparar y contrastar los resultados de inversión según las características de las empresas y de sus propietarios se observan algunos hallazgos importantes. Por un lado, las empresas manufactureras registran menores niveles de capitalización que sus homólogas de comercio o servicios. No obstante, una proporción considerable de empresas comerciales (46.3%) tienen una inversión baja, lo que apunta a bajos niveles de inventario y a mercancías de reducido valor.

Por otro lado, el género del propietario es un indicador importante al analizar los niveles de inversión de las empresas. Dos tercios de las empresas de propiedad femenina (64%) operan con un capital inferior a los RD\$50,000, proporción que es menos de la mitad (31.3%) en el caso de las empresas de propiedad masculina. La vulnerabilidad financiera de las empresas de mujeres se evidencia también cuando apenas un 6.4% tiene un capital invertido en su negocio superior a RD\$300,000. En el caso de los hombres, el 28.9% de sus negocios cuentan con maquinarias, equipos e inventario por valores superiores a esa cantidad. Entre las empresas de propiedad conjunta, la proporción de empresas con inversión baja, media o alta tiene pocas diferencias (37.7, 34.3 y 27.9 por ciento, respectivamente).

La localización de las empresas incide en los niveles de capitalización de las empresas, pues en las zonas rurales prevalecen negocios que operan con menores niveles de inversión que en las zonas urbanas. Así, más de la mitad de las empresas localizadas en campos (55.4%) tienen bajos niveles de inversión, mientras que en las ciudades y pueblos ese porcentaje es menor (46.7%). En contraste, en las zonas urbanas una mayor cantidad de empresas (18.6%) tienen una inversión superior a los 300 mil pesos, en tanto que solo el 11.6% de las empresas de las zonas rurales reporta montos similares.

¹⁸ Este monto es equivalente a un poco más de US\$1,200 considerando una tasa de cambio promedio de RD\$41.40 pesos por dólar durante el período de la encuesta (marzo-julio del 2013).

Tabla 34 Niveles de Inversión por Actividad, Género del Propietario, Localización y Antigüedad de la Empresa (Distribución Porcentual)				
	Bajos	Medios	Altos	Total
Total de Empresas	48.3	34.4	17.3	100.0
<i>Actividad</i>				
Manufactura	68.9	20.8	10.3	100.0
Comercio	46.3	32.6	21.1	100.0
Servicios	40.1	44.8	15.1	100.0
<i>Género del Propietario</i>				
Mujer	64.0	29.6	6.4	100.0
Hombre	31.3	39.8	28.9	100.0
Conjunta	37.7	34.3	27.9	100.0
<i>Localización</i>				
Urbana	46.7	34.7	18.6	100.0
Rural	55.4	33.0	11.6	100.0
<i>Antigüedad de la Empresa</i>				
Menos de 3 Años	59.3	28.8	11.9	100.0
De 3 a 10 Años	45.3	36.9	17.8	100.0
Más de 10 Años	38.2	38.9	22.9	100.0

Un aspecto que reitera la vulnerabilidad de la etapa inicial de los negocios es la baja inversión que registran la mayoría de las empresas (59.3%) que tienen menos de tres años operando en el mercado, en tanto que apenas el 11.9% de los negocios jóvenes tienen una capitalización alta. Más empresas antiguas (22.9%), por su parte, reportaron mayores niveles de inversión que las que están en la fase inicial con menos de 3 años o en la etapa de crecimiento entre 3 y 10 años de operación (11.9% y 17.8%, respectivamente).

3.1.10.2. Ventas Mensuales

Otro de los indicadores del desempeño económico de las empresas investigado por la Encuesta FondoMicro 2013 tiene que ver con las ventas mensuales. Al igual que en el caso de la inversión, este resultado se obtuvo de las respuestas de los propietarios o informantes principales y, por tanto, es un indicador de carácter subjetivo, pero que es posible utilizarlo como referencia del flujo mensual de dinero que manejan estas unidades productivas.

Los valores de ventas mensuales reportados por los microempresarios son muy variados y exhiben un alto nivel de dispersión. Dividiendo la frecuencia en quintiles, se observa que en el primer quintil se reportaron ventas inferiores a los RD\$14,500 al mes, en tanto que las ventas del segundo quintil llegaron hasta RD\$39,000 mensuales.

Un quinto de los propietarios reportaron ventas de alrededor de RD\$72,900, quienes corresponden al tercer quintil, mientras que las ventas del cuarto quintil ascendieron hasta RD\$110,500 al mes. En su conjunto, el 96% de las empresas vende valores inferiores a los 300 mil pesos mensuales, y solo un 4% reportó volúmenes de venta superiores a ese monto.

Múltiples factores inciden en los montos reportados por los empresarios como ventas mensuales regulares de sus negocios, tales como el tipo de actividad, la localización, el tamaño de la empresa, el tiempo operando en el mercado, el nivel de capitalización del negocio e incluso el género del propietario. Por esa razón, en la Tabla 35 se presentan los valores de la media y la mediana, como puntos de referencia de la dimensión económica de las microempresas, de donde saldrán los recursos para la cobertura de nómina, reposición de inventario, gastos de energía, combustible, etc. y, además, el excedente o ganancia del propietario.

Tomadas en su conjunto, el valor promedio de venta de todas las microempresas es de RD\$60,567 al mes, mientras que el valor de la mediana ronda en RD\$29,900. Estas diferencias evidencian la heterogeneidad de los montos de venta reportados, la que tienden a tener un mayor impacto sobre el valor promedio que sobre el valor de la mediana¹⁹.

Cuando se comparan los niveles de venta según el sector de actividad económica se evidencia que las empresas manufactureras, que tienen un ciclo operativo más largo, exhiben un menor nivel de ventas mensuales que las de comercio o servicio, tanto si se utiliza la media o la mediana de las ventas. Las empresas del sector comercial presentan los mayores niveles de ventas, con un valor de la mediana que es tres veces el que reportan las empresas manufactureras y 25% más alto que el de las empresas de servicios. Este resultado coincide con hallazgos de estudios anteriores, los cuales ratificaban que el comercio de mercancías moviliza más recursos que los negocios de otras actividades, ya que tienen una rotación de inventarios regularmente más rápida.

Como era de suponerse, los datos reflejan que existe una relación directamente proporcional entre el número de trabajadores y el volumen de ventas mensuales, pues los negocios que reportaron mayores ventas se corresponden con aquellos que tienen una planilla laboral mayor. Esto indica que en la medida en que el negocio va teniendo un ciclo más dinámico reflejado en su volumen de ventas, requiere de personal adicional para hacer frente a esa expansión y tiene mayor capacidad para contratar a trabajadores pagados.

¹⁹ Esta diferencia entre el promedio y la mediana implica en términos estadísticos que valores extremos que pueden estar incluidos en la muestra tienen gran impacto en el valor promedio muestral y pueden afectar la estimación de las ventas totales. Por esta razón, los análisis en esta sección se realizaron comparando las distribuciones y mostrando ambos indicadores más que los simples promedios.

Tabla 35 Valores de Ventas Mensuales de las Empresas por Actividad, Género del Propietario, Tamaño, Nivel de Inversión y Localización. (En RD\$)		
	Media	Mediana
Todas las Empresas	60,567	29,900
<i>Actividad</i>		
Manufactura	51,014	24,050
Comercio	124,206	74,770
Servicios	65,672	59,544
<i>Género</i>		
Mujer	41,893	19,500
Hombre	147,226	62,965
Conjunta	126,262	70,000
<i>Número de Trabajadores</i>		
1 Trabajador	37,107	19,500
2 Trabajadores	77,383	44,200
3 Trabajadores	169,678	83,333
4 a 5 Trabajadores	233,452	100,000
6 o Más Trabajadores	336,545	117,000
<i>Nivel de Inversión</i>		
Bajo	37,874	15,600
Medio	70,757	45,500
Alto	286,247	156,000
<i>Localización</i>		
Urbana	96,981	62,965
Rural	60,567	29,900

Las empresas unipersonales reportaron un promedio de venta mensual de RD\$37,107 y una mediana de RD\$19,500, en tanto que las que tienen dos trabajadores duplicaron los valores de ventas registrando una mediana de RD\$44,200 y una venta promedio de RD\$77,383. Así los valores de la media y la mediana de ventas mensuales se van incrementando en las empresas que tienen mayor número de trabajadores, como se observa en la Tabla 35.

Un factor interesante de analizar es el comportamiento de las ventas según el género del propietario. Las empresas de propiedad femenina registran los menores niveles de venta, tanto en la media como en la mediana, al compararlas con sus homólogas de propiedad masculina o conjunta. Esto se corresponde a que las empresas de mujeres regularmente son de menor tamaño, están menos capitalizadas, se encuentran en los últimos eslabones de la cadena de distribución y su gestión administrativa es más débil.

Las empresas de hombres, por su parte, reportaron valores promedio de ventas que triplican y más las ventas de las empresas de mujeres, tanto en el valor de la media como de la mediana. Así, las empresas de propiedad conjunta reportaron valores de la mediana superiores a los negocios de hombres y de mujeres, aunque su valor promedio de ventas mensuales fue superior a las ventas reportadas por las mujeres, pero ligeramente inferior a las de negocios de hombres.

Otro factor diferenciador en los volúmenes de venta es la localización del negocio. Los dueños de microempresas en zonas urbanas venden más que los de zonas rurales. Indiscutiblemente que las empresas ubicadas en ciudades y pueblos tienen mayor acceso a materias primas y mercancías, a recursos humanos más calificados, a mejores servicios y vías de comunicación, así como a un mercado más amplio, todo lo que favorece un mayor volumen de ventas en comparación con las microempresas rurales.

Las ventas mensuales por trabajador también se pueden expresar en términos del salario mínimo²⁰ en función al número de trabajadores que labora en la empresa. Casi la mitad de las microempresas (49.6%) reportaron ventas mensuales por debajo de tres salarios mínimos por trabajador y, de estas, un quinto (20.7%) vende un salario mínimo o menos al mes. Esto se corresponde con la alta proporción de empresas unipersonales o con trabajadores no pagados, en condiciones de subsistencia, que operan en mercados muy restringidos y con muy bajos niveles de capitalización. Un 16.2% de los negocios vende mensualmente el equivalente de 3 a 5 salarios mínimos por trabajador y una proporción casi similar (17.9%) vende entre 5 y 10 salarios mínimos. Aquellos que venden sobre 10 salarios mínimos por trabajador representan un 16.3% del total de las microempresas.

Es relevante señalar que una mayor proporción de empresas manufactureras (38.4%) reportan tener ventas mensuales correspondientes a un salario mínimo o menos que las empresas de comercio (17.5%) o de servicios (16.2%) que expresaron lo mismo. Por su parte, casi la mitad de las empresas comerciales (44.6%) registran ventas por trabajador superiores a cinco salarios mínimos, lo que guarda relación con dos factores: por un lado, influye la rotación del inventario, ya que a mayor velocidad mayor volumen de ventas mensuales y, por otro lado, que aunque sea mayor el valor de inventario y de las ventas no necesariamente se demanda de un mayor número de trabajadores para atender la clientela. Lo contrario ocurre en el caso de las empresas de servicio, que si aumenta su número de clientes necesariamente requieren más personal para ofrecer una atención rápida y de calidad (por ejemplo, un salón, un bar, un restaurante, etc.).

²⁰ Las ventas por trabajador expresadas en salarios mínimos se obtuvieron dividiendo el valor de las ventas mensuales reportadas por el propietario entre el número de trabajadores y, luego, entre RD\$6,880 pesos que es el salario mínimo de las empresas con una inversión menor a RD\$2,000,000 pesos, rango al que pertenece el 97.2% de las microempresas.

Tabla 36
Ventas por Trabajador Expresadas en Términos de Salarios Mínimos
según Actividad de la Empresa
(Distribución Porcentual)

Cantidad Salarios Mínimos	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
1 Salario Mínimo o Menos	38.4	17.5	16.2	20.7
Entre 1 y 2 Salarios Mínimos	19.3	14.2	20.6	17.1
Entre 2 y 3 Salarios Mínimos	10.8	9.2	16.6	11.8
Entre 3 a 5 Salarios Mínimos	16.7	14.6	18.7	16.2
Entre 5 a 10 Salarios Mínimos	9.9	20.4	18.4	17.9
Más de 10 Salarios Mínimos	4.7	24.2	9.6	16.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

El valor de las ventas por trabajador para las empresas propiedad de personas de diferente sexo marca grandes diferencias. La mitad de las empresas de mujeres (49.9%) venden dos salarios mínimos o menos por trabajador, en tanto que solo la mitad de esa proporción (24.8%) de los negocios de hombres reportan ese volumen de ventas. Por el contrario, la mayoría de las microempresas de propiedad masculina (46.7%) venden más de cinco salarios mínimos por trabajador, y solo el 22.4% de las femeninas hacen lo mismo. Como hemos señalado anteriormente, el género marca diferencias importantes en las microempresas, tanto en la estructura económica (inversión, venta y ganancias) como en la gestión administrativa y las modalidades operativas.

Es importante señalar que las cifras reportadas por los empresarios como sus ventas mensuales no son los beneficios que obtienen del negocio, sino valores brutos que incluyen el costo de los insumos, el costo de ventas, los gastos generales y administrativos del negocio, así como otros costos. Por tanto, se preguntó a los empresarios qué porcentaje de las ventas corresponden a la ganancia que obtiene del negocio.

3.1.10.3. Ganancias de las Empresas

La obtención de beneficios es siempre el fin último de cualquier empresa, independientemente de su tamaño, de su actividad o de su localización. En una estimación de las ganancias²¹ mensuales de las empresas en el marco de la Encuesta FondoMicro 2013 se encontró que el promedio de ganancia reportada por los microempresarios es de RD\$26,782, lo que es tres veces el salario mínimo promedio de la economía e inferior al monto de salario mensual exento para un trabajador

²¹ Estos valores fueron estimados a partir de las respuestas de los encuestados a la pregunta sobre el porcentaje de las ventas que representan las ganancias y los costos del negocio. Al igual que en el caso de la estimación de las ventas, se reconoce que estos estimados pudieran reflejar valores subjetivos e inferiores al monto real de las ganancias de las empresas.

asalariado. También se estimó el valor de la mediana²² de ganancias, que fue de RD\$11,375, que aunque es inferior a la media, también está por encima del salario mínimo promedio mensual (RD\$8,645.00), lo que justifica la disposición de muchas personas de iniciar sus propios negocios para obtener mayores ingresos aunque sea con jornadas más extensas y en condiciones de menor seguridad social.

No obstante, es preciso desagregar esas informaciones por algunas variables relevantes para identificar importantes variaciones en los montos promedios de beneficios reportados por los empresarios.

Tabla 37 Ganancias de las Empresas por Actividad, Género del Propietario, Tamaño, Nivel de Inversión y Localización. (Valores en RD\$)		
	Media	Mediana
Todas las Empresas	26,782	11,375
<i>Actividad</i>		
Manufactura	18,231	6,240
Comercio	31,680	12,220
Servicios	23,562	13,260
<i>Localización</i>		
Urbana	28,887	12,424
Rural	17,522	7,280
<i>Género</i>		
Mujer	13,527	6,250
Hombre	41,719	20,000
Conjunta	36,232	18,018
<i>Número Trabajadores</i>		
1 Trabajador	13,381	6,370
2 Trabajadores	22,434	13,313
3 Trabajadores	50,577	23,920
4 a 5 Trabajadores	56,432	31,200
6 o Más Trabajadores	112,585	44,500
<i>Nivel de Capitalización</i>		
Bajo	10,244	4,680
Medio	19,135	11,700
Alto	54,145	27,755

²² Debido a la gran variabilidad en los datos de ventas reportados por los microempresarios se ajustó la variable para eliminar los valores extremos que afectaban la distribución. No obstante, se presentan ambos estadísticos para reportar y comparar entre empresas.

Por un lado, al analizar la ganancia de la empresa según la actividad económica, se observa que los empresarios dedicados a actividades de manufacturas tienen menores ganancias que aquellos que se dedican a actividades comerciales o de servicios, tanto si se considera el promedio de ganancias o el valor de la mediana de los beneficios. Los valores promedio de los beneficios reportados son de RD\$31,680 para actividades comerciales y de RD\$23,562 para quienes ofrecen servicios, mientras que es menor (RD\$18,231) para los que transforman materias primas a través de diversas actividades manufactureras.

Por otro lado, los negocios propiedad de hombres reportan una rentabilidad mayor que las unidades de propiedad femenina o de propiedad conjunta. De hecho, las empresas de propiedad masculina registran en promedio RD\$41,719 de ganancias, con un valor de la mediana equivalente a RD\$20,000.

Las empresas de mujeres, por su parte, tienen un rendimiento mucho menor, tanto en el valor de la media (RD\$13,527) como en el valor de la mediana (RD\$6,250). Estas marcadas diferencias en el rendimiento de las empresas según el sexo del propietario guardan relación con las características de las empresas de mujeres, que tienen una menor estructura económica (inversión y venta), así como un menor número de trabajadores.

Acorde con lo anterior se observa una fuerte incidencia en la rentabilidad de la empresa en función al capital invertido en la misma. Por tanto, las empresas de inversión alta reportaron ganancias en valores absolutos cinco veces mayores que las de inversión baja, tanto si comparamos los montos promedios como los valores de la mediana. Así, propietarios de negocios que han invertido más en sus empresas reportaron un rendimiento promedio de RD\$54,145, mientras que los de inversión media adujeron beneficios por RD\$19,135 y los de inversión baja por un valor de RD\$10,244. En este último grupo llama la atención que el valor de la mediana es de apenas RD\$4,680.

En interés de entender la lógica de permanencia de empresas de tan bajos niveles de rendimiento se analizó la ganancia en términos porcentuales dentro del grupo de empresas de baja inversión. Una de cada cinco empresas con bajos niveles de inversión obtiene beneficios menores a un 25% de lo que venden, mientras que una proporción similar de este tipo de empresas logra ganancias superiores al 50% del valor vendido. Estas variaciones tan marcadas se relacionan con que muchas microempresas operan en el mismo hogar, utilizando equipos de uso familiar e incluso mano de obra no remunerada reduciendo así sus costos, los cuales pocas veces son imputados y, por tanto, estiman una rentabilidad mayor del negocio.

Otro aspecto considerado para analizar el rendimiento de las microempresas para sus propietarios fue la dimensión del negocio basado en el número de trabajadores. Se encontró que existe una relación positiva entre el tamaño de las empresas y el monto

por beneficios mensuales que reciben los dueños de microempresas. Las empresas unipersonales reportaron ganancias menores que las de mayor tamaño. Cuando el negocio tiene un solo trabajador su beneficio promedio es de RD\$13,381, con un valor de la mediana de RD\$6,370. En cambio, cuando la empresa es de más de cinco trabajadores, la ganancia promedio es de RD\$112,585 y el valor de la mediana es de RD\$44,500 al mes.

Regularmente estas desigualdades tan marcadas en los montos de ganancias están vinculadas a diferencias en los niveles de inversión, de la educación de los propietarios, e incluso al tipo de actividad de la empresa. Los empresarios que ofrecen servicios que requieren mayores conocimientos y habilidades (por ejemplo, servicios profesionales) perciben un mayor rendimiento de sus iniciativas de negocio, que otros donde el componente intelectual o tecnológico tiene menor incidencia.

3.1.11. Servicios Financieros

A lo largo de las investigaciones realizadas por FondoMicro el tema de crédito ha revestido importancia capital y las informaciones suministradas han permitido diseñar los productos adecuados para el sector, orientar las operaciones de las instituciones que atienden sus necesidades financieras y ofrecer un servicio con valor agregado conociendo la clientela, sus características y sus preferencias.

En esta ocasión también se indagó sobre los servicios financieros y, de manera específica, se preguntó sobre el acceso a financiamiento, tanto en el pasado como en el momento de la encuesta, el monto y plazo del crédito, quién se lo ofreció y el destino del financiamiento. En adición, se indagó sobre los diferentes productos financieros que tienen los propietarios, con cuáles instituciones bancarias, sus preferencias para trabajar con una entidad en particular e incluso su rechazo a algunas instituciones del sistema financiero.

Más importante aún fue determinar cuáles planes tiene el propietario para ejecutar en el futuro y si requería crédito para tales fines. A partir de esta información se estimó la demanda de crédito de los propietarios de microempresas y de PYMES, tanto bajo el método de la demanda deseada (aquel monto de crédito que el propietario quiere solicitar) como bajo el método de la demanda real (aquel monto que el propietario puede pagar), en función de las tasas y plazos del mercado.

En ese sentido, las informaciones recopiladas indican que el 33.6% de los propietarios de una microempresa tenían préstamo al momento de la encuesta y, el 32.7% lo habían obtenido en los últimos 12 meses, lo que indica los reducidos plazos a los que acceden a crédito estos empresarios, que regularmente oscilan entre 9 y 12 meses. Más de un 20% de los empresarios con crédito dijeron que tenían varios préstamos a la vez, reflejando el acceso a diversas fuentes de financiamiento lo que reduce su capacidad de pago. En adición, uno de cada diez dueños de microempresas

(9.9%) dijeron que también tenían compromisos crediticios que no eran del negocio, sino que se obtuvieron para alguna adquisición o gasto del hogar.

Un hallazgo importante es que se ha registrado un creciente nivel de bancarización de los microempresarios, pues más de la mitad de los que obtuvieron crédito (52.5%) lo hicieron de alguna institución del sistema financiero formal. Asimismo, se registró una reducción de la participación de las fuentes informales de financiamiento (prestamistas, familiares y amigos) como proveedores de crédito en comparación con la participación que tenían en el año 2005. Los programas de apoyo financiero del gobierno también han aumentado su atención al sector, ya que el 6% de los microempresarios que obtuvieron crédito señaló que lo hicieron por esa vía. Por su parte, las ONG continúan su apoyo a las microempresas y un 14% de los dueños de negocios con 10 o menos trabajadores recibieron financiamiento de estas fuentes.

Fuente	2005	2013
Sistema Financiero	36.0	52.5
Prestamistas	26.8	18.5
ONG	11.0	14.6
Gobierno	1.7	6.0
Familiares y Amigos	21.8	5.4
Otros	2.7	3.0

Es importante señalar que más de la mitad de los propietarios de microempresas (52.6%) dijeron que han sido sujeto de crédito en algún momento, pues solicitaron y recibieron créditos para el negocio. Otros (42.1%) no han solicitado crédito, muchas veces porque se autocensuran considerando que no es sujeto de crédito de una entidad financiera y prefieren no solicitarlo. Unos pocos (5.3%) fueron rechazados al momento de llenar una solicitud de crédito, ya sea porque tenían mal historial crediticio, no cumplían los requisitos de la entidad o no podían ofrecer una garantía para respaldar el financiamiento.

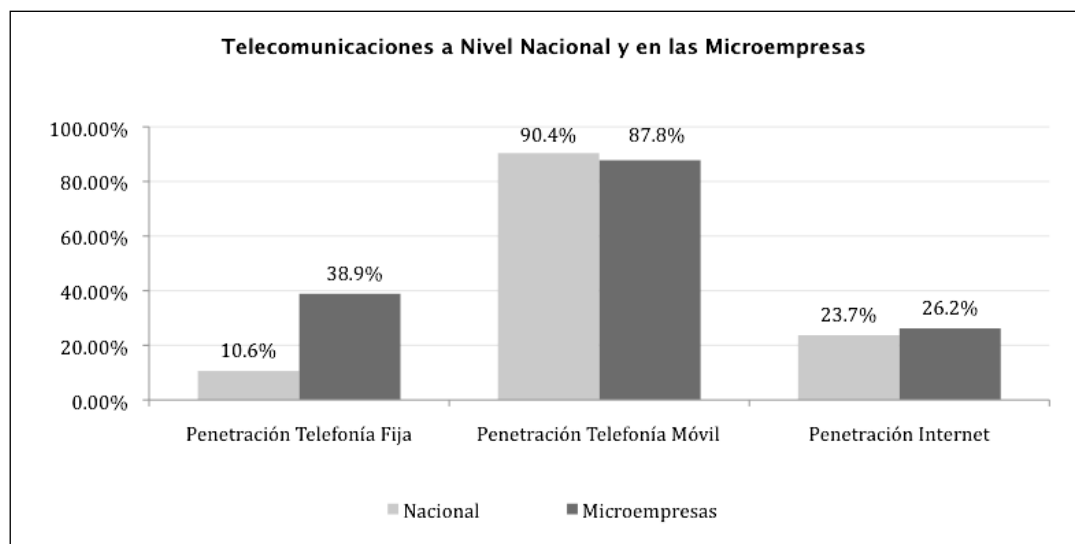
Al indagar sobre el uso que los empresarios habían dado a los préstamos recibidos se reportó que el 66.9% se habían endeudado para renovar sus inventarios, mientras que un 10.3% compró equipos y maquinarias, y un 8.6% realizó alguna inversión en la infraestructura del local. Algunos utilizaron los recursos financiados para pago de deudas del negocio o de la familia. La oferta de crédito para este sector, que principalmente es a corto plazo, limita sus posibilidades de realizar inversión de capital.

Las intenciones de crédito futuro de los microempresarios se evidenciaron al indagar sobre los planes que piensa llevar a cabo el propietario en los próximos

12 meses. Más de la mitad de los dueños (56.4%) señaló que tiene algún proyecto para mejorar su negocio y el 42.4% indicó que consideraría pedir prestado para su ejecución. Indagando sobre el costo de sus planes y el financiamiento que requerirían, los propietarios suministraron información que permite estimar una demanda deseada de crédito de alrededor de 20 mil millones de pesos. No obstante, es preciso señalar que frecuentemente los empresarios desean obtener crédito por montos que superan significativamente su capacidad real de pago, dada las condiciones de tasas de interés y plazos vigentes en el mercado, lo que revela una brecha entre la demanda deseada y la demanda efectiva.

3.1.12. Acceso a Tecnología de la Información y Comunicación (TIC)

Las tecnologías de la información y la comunicación se han convertido en una herramienta básica para una mejor organización y gestión empresarial, ya que contribuyen a generar un ahorro de recursos, incluyendo tiempo, así como a simplificar procesos de gestión y ser más competitivos a la hora de buscar y mantener el contacto con clientes y suplidores, incluyendo transacciones con el Gobierno.



Los resultados de la Encuesta FondoMicro 2013 muestran que existen pocas diferencias en la penetración de la telefonía móvil y del servicio de internet en la población²³ y las microempresas. Ocho de cada diez empresarios dijeron ser usuarios de teléfonos celulares y un 26.2% reportó que tiene acceso a Internet.

²³ Estimado a partir de los indicadores mensuales publicados por INDOTEL para el mes de julio de 2013 y la proyección de población de la ONE.

En el caso de la telefonía fija, el 10.6% de la población dominicana tiene este servicio mientras que ese porcentaje casi se cuadruplica para los propietarios de microempresas (38.9%). Este resultado pudiera reflejar la importancia del teléfono fijo para las microempresas, sobre todo para aquellas que realizan transacciones a domicilio y que están dispuestas a pagar por un servicio que el resto de la población ha sustituido mediante la contratación del servicio de telefonía móvil.

Tabla 39 Uso de TIC entre Microempresarios (Distribución Porcentual)				
	Telefonía Fija	Telefonía Móvil	Conexión a Internet	Conexión a Cable
Tiene	38.9	87.8	26.2	34.7
No Tiene	61.1	12.2	73.8	65.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

También se indagó sobre la conexión a algún servicio de televisión por cable, a lo que un tercio de los empresarios (34.7%) informó que tienen contratado el mismo ya sea para uso exclusivo del negocio, para el hogar o para uso compartido.

Los datos aportados por los empresarios con relación a la tenencia y uso de tecnología de información y comunicación²⁴, así como a sus preferencias en el servicio apuntan a que existe un potencial para incorporar estas herramientas a una mejor gestión del negocio que incremente su competitividad, le permita acceso a nuevos mercados y pueda ofrecer un servicio de mejor calidad a su clientela.

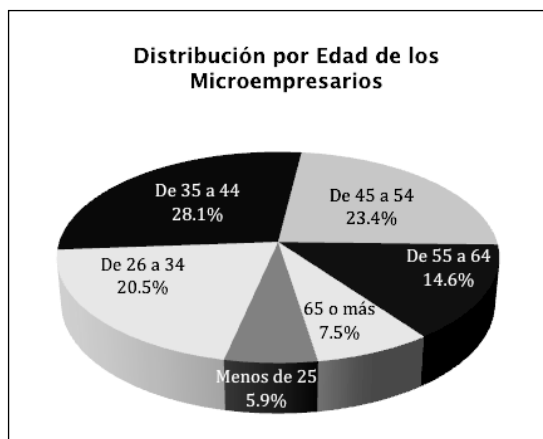
3.2. Características de los Propietarios

Los propietarios de las microempresas son los tomadores de decisiones que definen el rumbo de sus unidades productivas. Cada día se enfrentan a preguntas de qué hago, cómo, dónde, cuándo, con qué, a quién, de qué manera y muchos más cuestionamientos vinculados a la gestión de su negocio. Conocer sus características contribuye a tener una mejor comprensión del sector, así como de los retos que enfrentan para mantener la operación de sus negocios.

3.2.1. Edad y Estado Civil

La edad promedio de los propietarios de estas unidades productivas es de 44 años, siendo mayor entre hombres propietarios (45 años) que entre mujeres propietarias (43 años).

²⁴ La Encuesta FondoMicro 2013 arroja información desagregada de tenencia, uso y preferencias de las TIC por empresa de telecomunicaciones a nivel nacional, regional y provincial.



De acuerdo con la encuesta FondoMicro 2013, la participación de jóvenes en el universo microempresarial es reducida, pues apenas el 5.9% de los propietarios tiene menos de 25 años. Una proporción mayor (20.5%) de los dueños de negocios reveló formar parte del grupo etario comprendido entre 26 a 34 años. En su mayoría, los dueños de microempresas son hombres y mujeres adultos, concentrados entre las edades de 35 a 54 años (51.5%).

La participación de personas de mayor edad (65 años o más) como dueños de negocios alcanzó el 7.5%, casi dos puntos por encima de lo que se encontró hace 20 años. Los resultados evidencian que entre 1993 y 2013 ha habido un incremento en la edad promedio de los microempresarios, situación que pudiera estar asociada a las condiciones de un mercado laboral con altos niveles de exclusión para la población más adulta, donde a una persona con más de 45 años le es más difícil conseguir un empleo y, por tanto, tienden a iniciar un negocio propio.

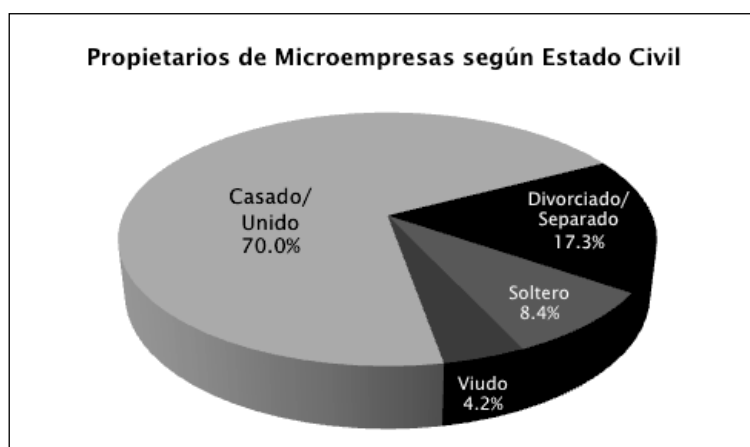
Un aspecto interesante es que más mujeres (29%) que hombres (23.6%) son dueños de negocios con una edad inferior a los 35 años, lo que apunta a una mayor inserción laboral y productiva de la mujer a través de una microempresa, en tanto que tal vez el hombre encuentra otros espacios en el mercado laboral. En cambio, se observa una mayor participación de hombres dueños de negocios (24.2%) con 55 años o más que mujeres propietarias (20.6%). Algunas mujeres propietarias de negocios que forman parte de ese grupo etario han señalado que han decidido cerrar sus empresas o incorporar socias al negocio, pues prefieren hacer uso de su tiempo con los nietos, o que sus hijos ya le han pedido que deje de trabajar.

Tabla 40
Edad del Propietario según Género
(Distribución Porcentual)

	Mujer	Hombre	Propiedad Conjunta	Total
Menos de 25 Años	6.6	5.2	4.1	5.9
De 25 a 34 Años	22.4	18.4	18.4	20.5
De 35 a 44 Años	28.5	27.7	29.1	28.1
De 45 a 54 Años	21.9	24.6	31.6	23.4
De 55 a 64 Años	14.0	15.6	10.6	14.6
65 o Más Años	6.6	8.6	6.3	7.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

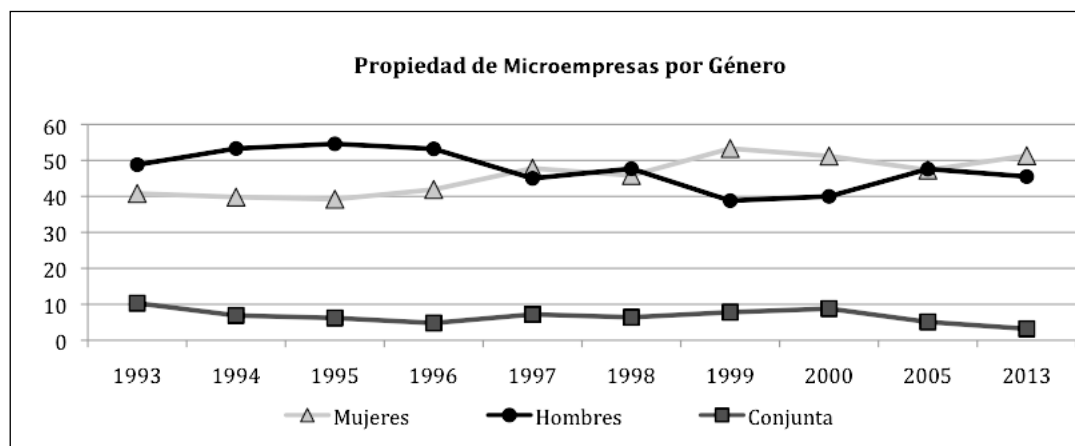
Por otro lado, apenas el 4.1% de los dueños de empresas de propiedad conjunta reportaron edades menores a los 25 años, mientras que en el 79.1% de las empresas sus propietarios tienen entre 25 a 54 años. Esto sugiere la incorporación de uno de los cónyuges luego de que el negocio se ha estabilizado, como algunas mujeres propietarias señalaron que iniciaron sus empresas solas y en la medida en que el negocio creció se integraron otros miembros de la familia, ya sea el esposo o los hijos.

Con respecto al estado civil, la Encuesta FondoMicro 2013 refleja que siete de cada diez propietarios (70%) tiene una relación de pareja, ya sea porque esté casado o viva en relación de concubinato con su pareja. Un 17.3% afirmó que está separado o divorciado de su pareja, en tanto que el 8.4% declaró permanecer soltero. Apenas un 4.2% de los dueños de microempresas reportaron la viudez como su estatus civil.



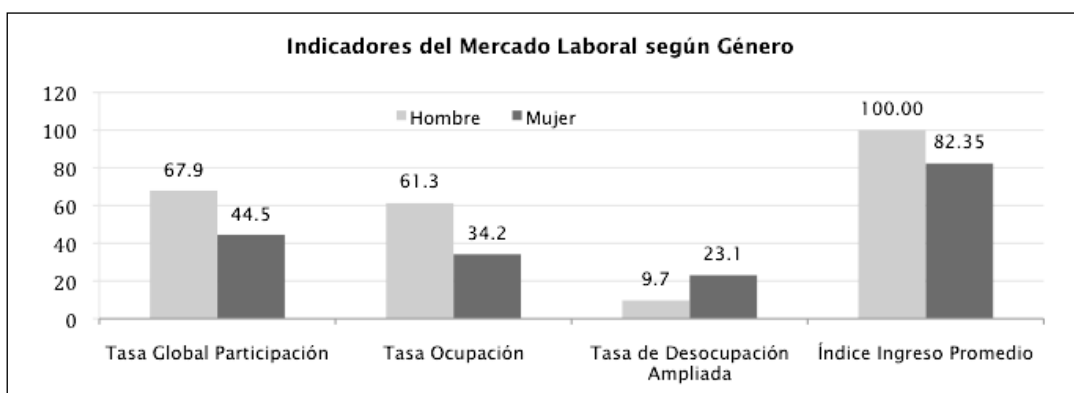
3.2.2. Género

La importancia de la microempresa como alternativa de inserción laboral de las mujeres se evidencia en el hecho de que el 51.3% de estos pequeños negocios son propiedad de mujeres. Este proceso de feminización de la propiedad de la

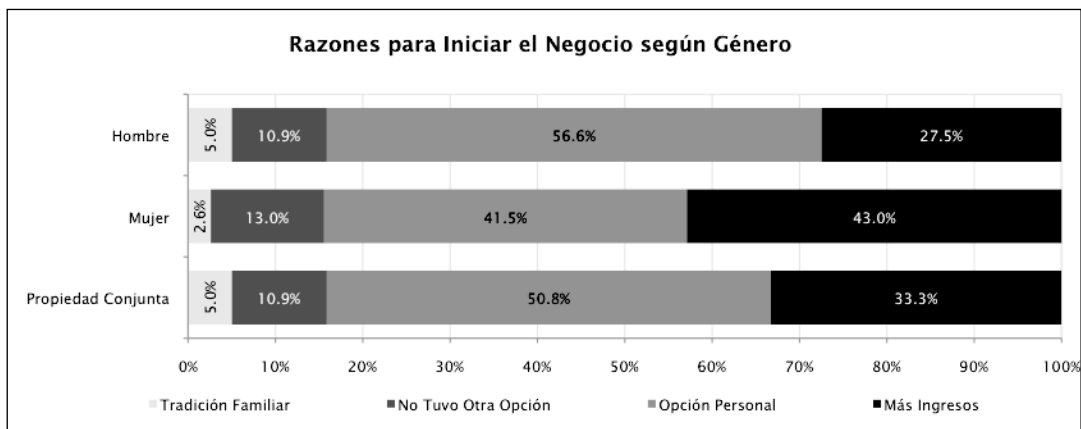


microempresa, que se aceleró desde 1998, obedece tanto a la discriminación que enfrenta la mujer en el mercado laboral como a los cambios sociales que han motivado en las mujeres la búsqueda de nuevas y mayores fuentes de ingreso para asumir las crecientes responsabilidades que enfrentan como jefas de hogar.

En efecto, en el mercado laboral, el acceso de la mujer es menor al del hombre como lo evidencian la menor tasa de participación y la baja tasa de ocupación, así como un nivel de desempleo que duplica el que experimentan los hombres. Más aún las mujeres devengan salarios inferiores que los hombres, aun para las mismas ocupaciones; con una brecha salarial que oscila entre 65% y 17%.²⁵ Esta situación, entre otros factores, hace que las microempresas sean una alternativa viable de inserción laboral para la mujer, ya sea en el rol de propietarias como de empleadas.



En ese sentido, una mayor proporción de mujeres (13%) que de hombres (10.9%) adujeron que iniciaron una empresa porque no tuvieron más opciones, o que la necesidad de generar ingresos fue su motivación mayor (43%) en contraste con el porcentaje de hombres (27.5%) que señalaron esta razón como su principal incentivo.



²⁵ Indicadores obtenidos a partir de la Encuesta Nacional de Fuerza de Trabajo de abril 2013, disponible en www.bancentral.gov.do

En contraste, más de la mitad de los hombres (56.6%) iniciaron sus negocios por considerarlos como la opción personal para realizar sus planes, en tanto que un 41.5% de las mujeres plantearon lo mismo. Esta razón también tuvo una mayor relevancia (50.8%) para los propietarios que comparten la propiedad del negocio.

Esa búsqueda de alternativas laborales se evidencia cuando el 60.3% de las microempresas con menos de tres años son propiedad de mujeres, en tanto que esa proporción es menor cuando el hombre es el dueño (36%) o cuando la propiedad es conjunta (3.7%).

La encuesta FondoMicro 2013 ratificó que existen diferencias significativas en las características de las empresas, según sea el género de su propietario. Con respecto a la rama de actividad económica, se registró una mayor participación de mujeres en la elaboración de alimentos y bebidas, confección de textiles, comercio al por menor (venta de ropa, zapatos y accesorios), actividades de embellecimiento (salones de belleza, centros de uñas y masajes) y a los servicios educativos. Los hombres, por su parte, están más vinculados a los talleres de elaboración de productos de madera, de metalmecánica, colmados, bancas de apuestas, barberías, reparación automotriz y venta de automóviles, accesorios y repuestos.

Así, una de cada cinco empresas de mujeres (20.7%) son manufactureras, en tanto que el 14.1% y el 10.1% de las empresas propiedad de hombres o compartida, respectivamente, están en ese sector. En el comercio, la proporción de empresa masculinas y de propiedad conjunta es casi similar (53.3% vs. 54.2%), y la mujer tiene una menor participación (49.2%). Las empresas de propiedad conjunta tienen más presencia en el sector servicios (35.7%), especialmente en la oferta de servicios profesionales, mientras que los hombres (32.6%) y las mujeres (30.1%) tienen una presencia ligeramente más baja.

Las diferencias también se observan al considerar la fuerza laboral ocupada en las microempresas. Seis de cada diez empresas de mujeres (62%) son unipersonales, siendo la misma propietaria la única mano de obra del negocio, porcentaje que se reduce a un tercio (33%) en el caso de las empresas de hombres y a 6.9% en las de propiedad compartida. Por el contrario, en las empresas que tienen más de cinco trabajadores la participación de la mujer es muy reducida (1.1%) en comparación con los hombres propietarios (6.9%) o la propiedad compartida de hombres y mujeres (11.1%). Previamente se ha señalado que en algunos casos las mujeres propietarias han declarado que en la medida en que su negocio crece se integra el esposo o los hijos para ayudarlas en la gestión administrativa, pasando la propiedad a ser de carácter compartido.

También se observan diferencias en los niveles de formalización y de mantenimiento de registros contables según el género del propietario de la microempresa. En las empresas de propiedad conjunta o compartida (hombres y mujeres) el nivel

de formalización es mayor que entre aquellas cuyo dueño es un hombre o una mujer. Llama la atención que apenas el 4.7% de las empresas propiedad de mujeres afirmó estar registrada, frente al 23.8% de las empresas de propiedad conjunta y al 15.1% de propiedad masculina. Posiblemente, las circunstancias de que la mayoría de los negocios de propiedad femenina opera en el hogar, sin trabajadores pagados y atendiendo mercados muy limitados reducen la necesidad de formalizar la empresa, en tanto no se tienen conexiones con otras empresas que exijan algunas formalidades legales y tributarias.

Tabla 41 Perfil de las Microempresas según Género del Propietario (Distribución Porcentual)			
	Mujer	Hombre	Propiedad Conjunta
Total de Empresas	51.3	45.5	3.2
<i>Actividad</i>			
Manufactura	20.7	14.1	10.1
Comercio	49.2	53.3	54.2
Servicios	30.1	32.6	35.7
<i>Nivel Educativo</i>			
Sin Educación Formal	4.4	2.6	2.0
Educación Básica	37.5	35.8	27.9
Educación Media/Técnica	38.3	37.4	32.2
Educación Superior	19.9	24.1	37.9
<i>Nivel de Formalización</i>			
Registradas	4.7	15.1	23.8
No Registradas	95.3	84.9	76.2
<i>Número Trabajadores</i>			
1 Trabajador	62.0	33.3	6.9
2 Trabajadores	25.0	31.7	52.8
3 Trabajadores	7.6	16.3	14.5
4 a 5 Trabajadores	4.3	11.9	14.8
6 a 10 Trabajadores	1.1	6.9	11.1
<i>Registros Contables</i>			
Tiene	45.7	51.8	61.4
No Tiene	54.3	48.2	38.6
<i>Localización</i>			
Zona Urbana	80.1	83.2	84.9
Zona Rural	19.9	16.8	15.1

No obstante, eso no es motivo para que los dueños de negocios lleven sus cuentas y registros contables a fin de conocer la situación del negocio con más regularidad

que el cumplimiento de los requerimientos legales para operar en el mercado. Casi la mitad de las empresas de propiedad femenina (45.7%) anota sus cuentas, mientras que esa proporción es mayor en los negocios de propiedad masculina (51.8%) o compartida (61.4%).

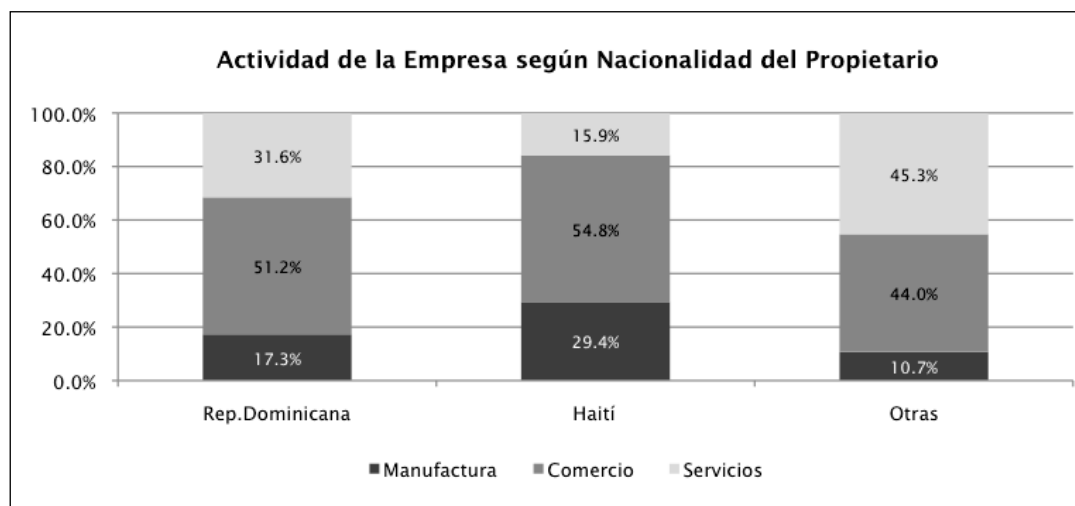
3.2.3. Nacionalidad

En su mayoría las microempresas son propiedad de empresarios y empresarias que han nacido en territorio dominicano (97.5%), pero también nacionales de otros países encuentran espacio para desarrollar sus iniciativas empresariales. Al indagar la nacionalidad de los propietarios de microempresas entrevistados un 1.4% son del vecino país de Haití, lo que representa alrededor de 10,820 negocios de su propiedad y es una evidencia de su integración a la dinámica económica nacional.

Asimismo, aunque con una baja participación (1.1%), también en la Encuesta FondoMicro 2013 se entrevistaron propietarios procedentes de Estados Unidos, China, España, Francia, Italia, Cuba, Alemania, Líbano, Suiza, Japón, Ucrania, Yugoslavia, Canadá y Venezuela.

Aunque representan una baja proporción, es interesante indagar qué tipo de negocios han iniciado estos extranjeros. Por un lado, se observa que los propietarios haitianos están más vinculados al comercio (54.8%) que los nacionales de otros países extranjeros (44%). Estos últimos, por otro lado, están orientados a la oferta de servicios en mayor proporción (45.3%), que los dominicanos (31.6%) y que los haitianos (15.9%).

Un detalle que llama la atención es que existe una prevalencia de mujeres haitianas (59.9%) como dueñas de negocios, en tanto que los hombres de nacionalidad haitiana tienen una menor participación (38.3%) como empresarios, posiblemente porque encuentran más oportunidades de inserción laboral que la mujer. En





cambio, los hombres de otras nacionalidades son mayoritarios (72.7%) cuando deciden invertir en una microempresa en el país, pues solo el 17.1% de las mujeres de esas nacionalidades se deciden a poner un negocio.

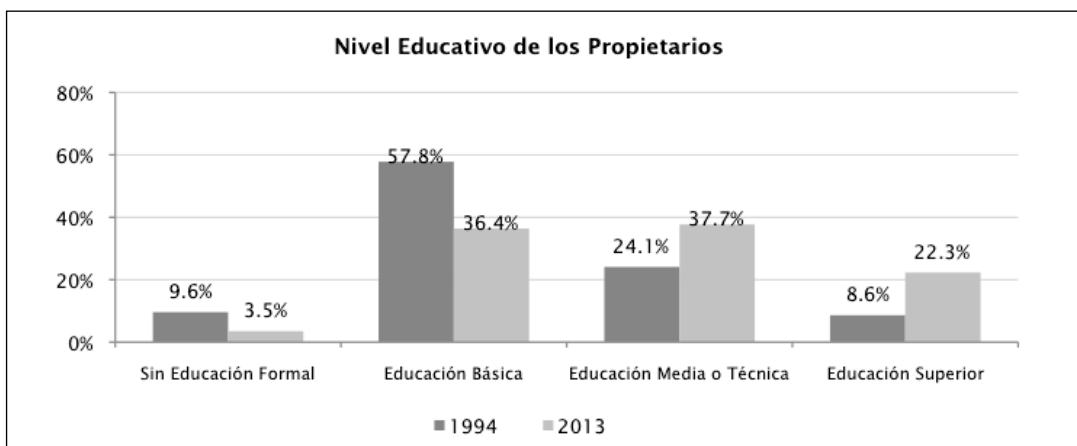
Otra diferencia significativa es que los extranjeros nacidos fuera de la isla de la Hispaniola tienen un sentido de mayor cumplimiento de

las obligaciones legales para operar los negocios. Así, el 9.6% de los propietarios dominicanos tienen su negocio debidamente registrado, mientras que solo el 1.5% de los dueños haitianos operan en iguales condiciones. Este porcentaje es sustancialmente mayor (58.3%) cuando los propietarios de microempresas han nacido fuera de la isla, muchos de los cuales provienen de países desarrollados donde el cumplimiento de los requisitos legales forma parte de la cultura y la idiosincrasia de los individuos.

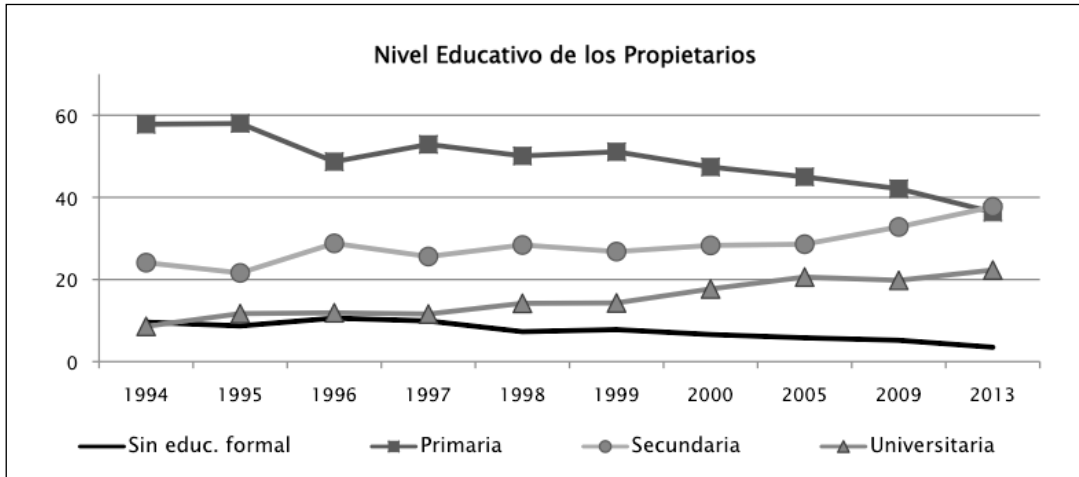
3.2.4. Nivel de Educación

Los resultados de la Encuesta FondoMicro 2013 revelan que en los últimos 20 años ha habido un incremento en el nivel educativo de los microempresarios dominicanos y, por tanto, en la calidad de la mano de obra ocupada en la microempresa. En el año 1994 el 9.6% de los microempresarios no tenía educación formal, mientras que en el 2013 este porcentaje se redujo a 3.5%. Una tendencia similar se observa entre aquellos que cursaron estudios primarios, donde el porcentaje pasó de 57.8% a 36.4% en el mismo período.

En contraste, se ha verificado un incremento en el porcentaje de microempresarios que ha alcanzado los niveles de educación superior e incluso que



tengan estudios de postgrado, pues uno de cada cinco propietarios (22.3%) cursó estudios universitarios, proporción que apenas era de un 8.6% a principios de la década de los noventa (1994).



Si se compara el nivel educativo de los propietarios de microempresas con el de los trabajadores ocupados, según la Encuesta Nacional de Fuerza de Trabajo del Banco Central, o con los niveles educativos de la población total, según los datos reportados por el Censo 2010, se observa que una menor proporción de dueños de negocios (3.5%) no tiene educación formal en relación con el porcentaje que está ocupado en la economía (6.5%). Esto sugiere, por un lado, que se requieren conocimientos y habilidades para tener y mantener un negocio, lo que es más difícil para aquellos propietarios que no hicieron ningún año de escolaridad. Por otro lado, los propietarios que han realizado estudios medios y técnicos prefieren iniciar su propio negocio, tal vez porque no han tenido acceso al mercado laboral formal o porque sus expectativas salariales son mayores que la remuneración que tiene el mercado para personal con esa calificación.

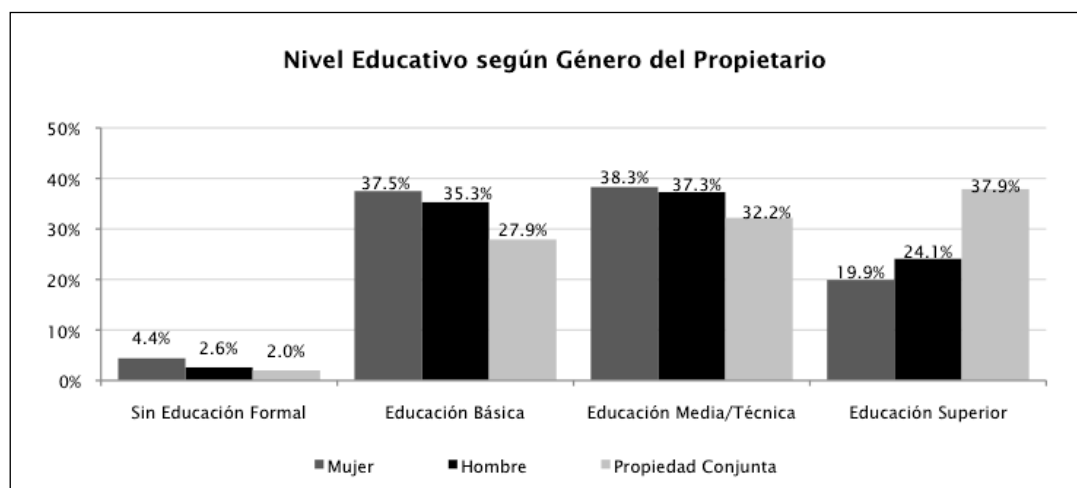
Nivel Educativo	Microempresarios	Ocupados*	Población**
Sin Educación Formal	3.5	6.5	9.6
Educación Básica	36.4	38.4	42.5
Educación Media/Técnica	37.7	32.3	25.9
Educación Superior	22.3	22.8	13.9
Total	100.0	100.0	-

*Banco Central: Encuesta Nacional de Fuerza de Trabajo, abril 2013.

**ONE: IX Censo Nacional de Población y Vivienda, 2010. Excluye un 8.2% de la población que afirmó haber tenido estudios preescolares.

Llama la atención que el porcentaje de dueños de microempresas y de ocupados en la economía con educación superior sea casi similar (22.3% vs. 22.8%). Esto apunta a que muchos profesionales encuentran en las microempresas su oportunidad de desarrollar su vocación empresarial, ya que la mayoría expuso que estaban empleados antes de iniciar el negocio y que crearon la empresa por una opción personal para independizarse y generar más ingresos, no por estar desempleados.

En otro orden de ideas y tal como indican los resultados de estudios anteriores, la Encuesta FondoMicro 2013 revela que las mujeres microempresarias tienen menos años de escolaridad que los hombres propietarios de negocios, encontrándose las mayores diferencias en la participación de ambos en los grupos sin educación formal o con estudios superiores.



Un 4.4% de las mujeres reportó no haber asistido a la escuela, en tanto que el porcentaje de hombres en similar condición es casi la mitad (2.6%). En el otro extremo, un quinto de las mujeres (19.9%) tiene educación universitaria, mientras que una proporción mayor de hombres (24.1%) tiene estudios superiores.

La relación existente entre el incremento de las capacidades de los propietarios y el desempeño de la empresa se manifiesta al analizar el tamaño de la empresa por la educación del propietario. Considerando que un mayor número de trabajadores refleja un mejor desempeño empresarial se observan más empresarios con estudios universitarios como dueños de empresas de más de cinco trabajadores (47%), en tanto que apenas el 0.7% de los que no tienen escolaridad han logrado que sus empresas crezcan a ese nivel.

La dotación de recursos calificados es desigual entre las zonas urbanas y rurales del país y eso también se evidencia en la encuesta FondoMicro 2013. El nivel educativo de los propietarios de microempresas es mayor en las ciudades que en los campos, pues más de la mitad de los propietarios de empresas localizadas en

zonas rurales (51%) no tienen escolaridad o apenas han cursado el nivel básico. Esa proporción es menor (37.5%) en las zonas urbanas. Asimismo, uno de cada cuatro propietarios (24.2%) de empresas ubicadas en las ciudades ha alcanzado estudios superiores, mientras que solo el 14.3% tiene similar nivel cuando las empresas están localizadas en una zona rural del país.

Nivel Educativo	1 Trabajador	2 Trabajadores	3 Trabajadores	4-5 Trabajadores	6-10 Trabajadores	Total
Sin Educación Formal	4.8	2.7	2.0	2.4	0.7	3.5
Educación Básica	40.6	36.3	29.5	28.6	22.1	36.4
Educación Media/Técnica	37.9	38.6	39.3	34.3	30.2	37.7
Educación Superior	16.6	22.4	29.2	34.7	47.0	22.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

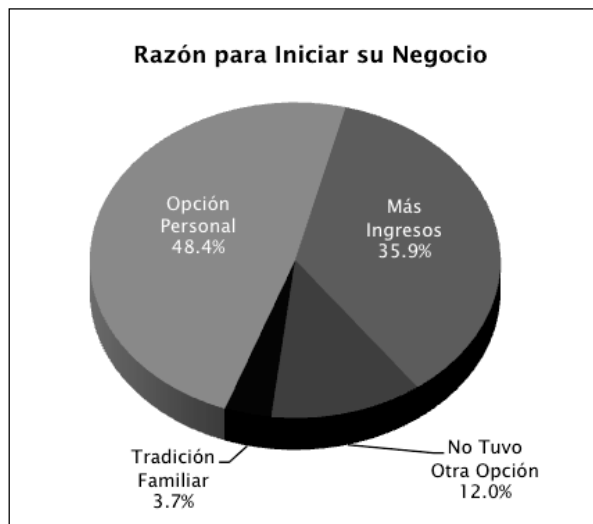
Un dato interesante es que más personas sin educación formal o con estudios básicos son propietarios de empresas manufactureras (49.4%) que de servicios (25.5%), quizás porque los primeros adquirieron los conocimientos técnicos como aprendices o trabajadores en otras empresas, mientras que la oferta de servicios requiere conocimientos y habilidades superiores, tal como es el caso de instalar un instituto educativo, prestar servicios de salud o tener una oficina de abogados.

Nivel Educativo	Zona Urbana	Zona Rural	Total
Sin Educación Formal	2.9	6.5	3.5
Educación Básica	34.6	44.6	36.4
Educación Media/Técnica	38.4	34.7	37.7
Educación Superior	24.2	14.3	22.3
Total	100.0	100.0	100.0

3.2.5. La Empresarialidad de los Microempresarios

Tomando en cuenta que existen muchos programas nacionales e internacionales que promueven iniciativas de emprendimiento, resulta interesante indagar cuáles motivaciones subyacen detrás de cada apertura de una microempresa. La Encuesta

FondoMicro 2013 validó los altos niveles de empresariedad que caracterizan la idiosincrasia del dominicano. Como se ha reportado previamente, casi la mitad de los empresarios (48.4%) decidió establecer el negocio como una opción personal, mientras que el 35.9% lo hizo motivado por la posibilidad de generar mayores ingresos.



Es interesante señalar que el 12% inició el negocio porque no tuvo otra opción, ya que fue despedido o no pudo obtener un empleo como asalariado y encontró en la microempresa una opción de inserción laboral. Un pequeño grupo (3.5%) declaró que mantiene sus negocios en operación por una tradición familiar, ya sea porque heredaron la empresa o porque sus ascendientes tenían ese tipo de negocio y quisieron continuar esa usanza familiar.

Por su parte, los resultados muestran un mayor peso de la necesidad de generar más ingresos como motivación para iniciar el negocio en la medida en que aumenta la edad del propietario. Esto puede vincularse al incremento de los compromisos financieros cuando la persona es adulta y también de la búsqueda de alternativas económicas cuando las oportunidades de inserción en el mercado laboral se reducen para las personas de más edad.

Al comparar la razón de inicio del negocio según el género del propietario se encontró que más mujeres (43%) que hombres (27.5%) adujeron que la necesidad de generar ingresos fue su motivación principal. En contraste, los hombres iniciaron más sus negocios como una opción personal, pues más de la mitad (56.6%) de los varones señalaron ese motivo en comparación con 41.5% de las mujeres que dijeron lo mismo.

Razones para Iniciar	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Tradición Familiar	2.6	5.0	5.0	3.7
Opción Personal	41.5	56.6	50.8	48.5
Más Ingresos	43.0	27.5	33.3	35.8
No Tuvo Otra Opción	13.0	10.9	10.9	12.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Al comparar las razones que motivan a los propietarios para iniciar un negocio según su nivel educativo, se observa que los que tienen estudios superiores inician sus empresas por decisión personal (55.9%) más que por necesidades económicas (31.2%). Lo inverso ocurre en los que no tienen escolaridad.

Razón para Iniciar	Sin Educación Formal	Educación Básica	Educación Media/Técnica	Educación Superior	Total
Tradición Familiar	2.7	4.1	3.6	3.3	3.7
Opción Personal	33.6	40.8	52.7	55.9	48.3
Más Ingresos	47.0	42.1	31.6	31.2	35.9
No Tuvo Otra Opción	16.7	13.1	12.1	9.6	12.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Es interesante resaltar que los propietarios sin educación formal inician sus microempresas porque no tienen más opciones en el mercado en mayor proporción (16.7%) que los demás empresarios que tienen más años de escolaridad. Esto apunta a que la educación abre puertas a los individuos para desarrollarse en diferentes ámbitos de su vida productiva.

Después de decidir iniciar un negocio, ¿cuál tipo de actividad emprenden los empresarios? Aquellos que decidieron ofrecer servicios lo hicieron porque se capacitaron en esas áreas de conocimiento, o desde pequeños tuvieron esa inclinación o vocación, o prefirieron manejar su tiempo a su conveniencia o querían ser independiente, es decir, fue su opción personal abrir ese tipo de negocios en el 61.8% de los casos. Cuatro de cada diez empresarios que iniciaron empresas manufactureras (41.4%) o de comercio (40.2%) tenían como objetivo principal generar más ingresos, lo que solo fue el motivo del 25.6% de los dueños de empresas de servicios.

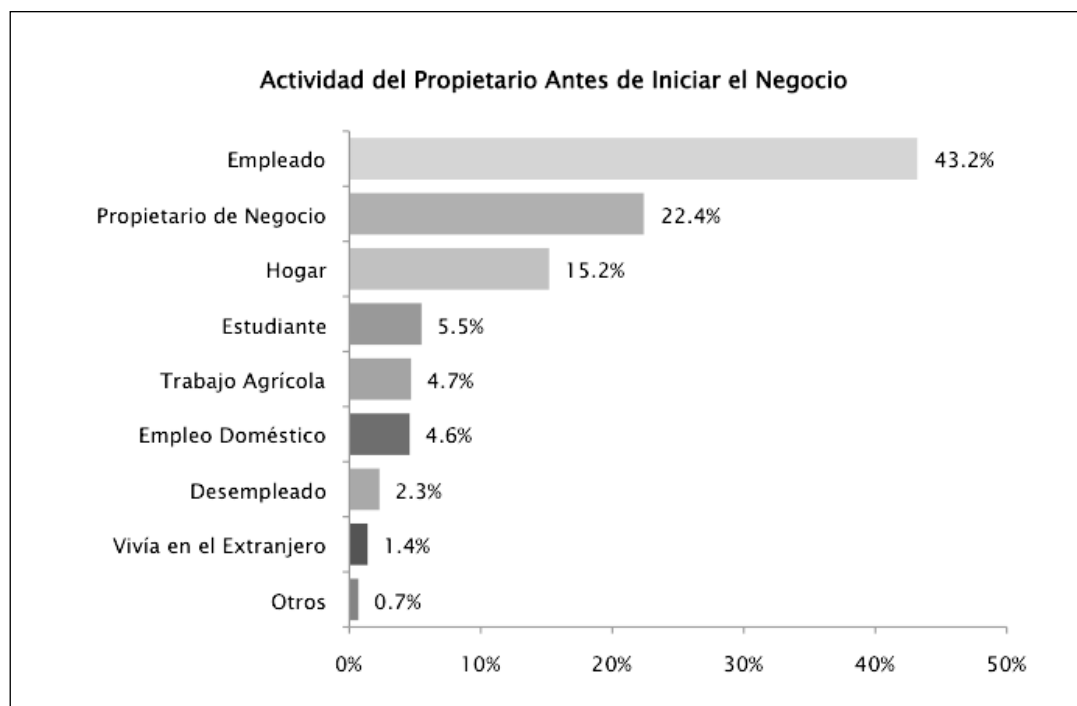
Razón para Iniciar	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Tradición Familiar	3.9	3.6	3.8	3.7
Opción Personal	40.8	42.9	61.8	48.4
Más Ingresos	41.4	40.2	25.6	35.9
No Tuvo Otra Opción	13.8	13.3	8.8	12.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Al indagar en torno a las actividades a las que se dedicaban los dueños de las microempresas antes de iniciar su negocio, se encontró que dos de cada tres (65.6%)

habían sido propietario de otro negocio o que habían trabajado en alguna empresa o en el gobierno. Así, el 21.6% declaró que tenía experiencia previa porque en otra ocasión había tenido un negocio, que en algunos casos aún permanecía operando.

Cuatro de cada diez empresarios (43.2%) habían adquirido conocimientos como empleados, ya sea trabajando en una empresa (33.3%), en una zona franca (4.5%) o en el gobierno (5.4%). Otros estaban dedicados al trabajo agrícola (4.7%) o eran empleados domésticos (4.6%).

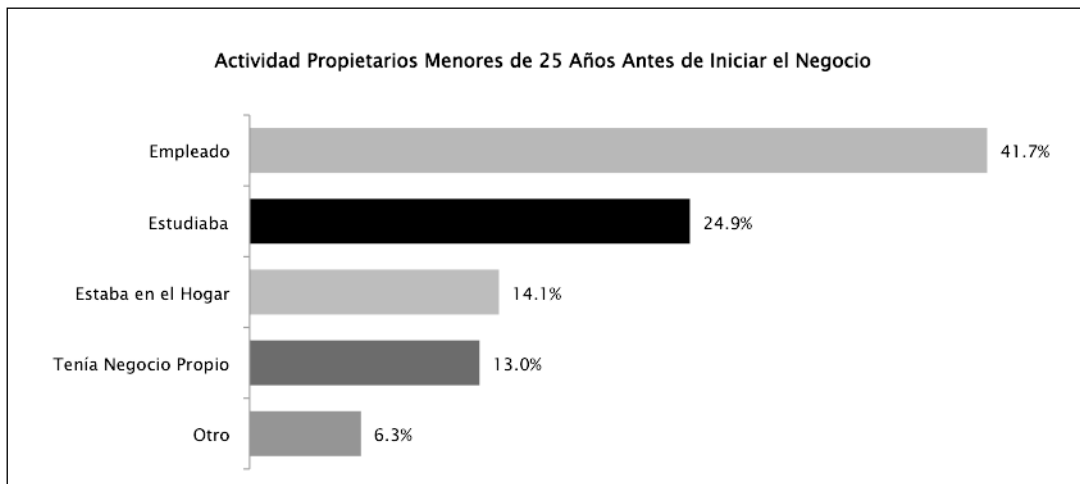
Un grupo (15.2%) declaró que estaba en el hogar antes de decidirse a abrir una negocio, casi en su totalidad eran mujeres, lo que ratifica el rol preponderante de las microempresas para la inserción femenina en el aparato productivo, por la flexibilidad operativa de estas unidades, que permite conjugar las ocupaciones domésticas de la mujer con la gestión de la empresa. También un 5.5% de los entrevistados señaló que estaba dedicado exclusivamente a sus estudios. Apenas el 2.3% estaba desempleado.



Estos resultados ratifican hallazgos anteriores de otros estudios de FondoMicro, donde se registra una mayor capacidad de emprendimiento entre las personas que han adquirido experiencia previa trabajando en otros negocios que entre los desempleados.

Muchos de los programas de incentivo a los emprendimientos se orientan hacia un público joven, por lo que es interesante conocer qué hacían los jóvenes antes de iniciar sus negocios. Por un lado, más de la mitad de los empresarios con

menos de 25 años dijeron que tenían alguna experiencia previa ya fuera porque habían tenido un negocio antes o porque trabajaran en una empresa, en el gobierno o en una zona franca. Uno de cada cuatro jóvenes empresarios (24.9%) dijeron que estaban estudiando mientras que el 14.1% estaba en el hogar. Apenas un 2% estaba desempleado. Esta información cobra importancia en la medida en que vincula el inicio de negocios a la experiencia previa del empresario, la cual se adquiere la mayoría de las veces a través del trabajo en una empresa de la misma rama.



Es interesante también relacionar la experiencia previa del propietario con el tamaño de la empresa y se observa que quienes tenían menor práctica en los negocios (estudiantes, trabajadores domésticos y amas de casa) tienen empresas unipersonales en su mayoría. En cambio, los que tenían experiencia como empresarios o empleados tienen empresas de mayor número de trabajadores.

3.2.6. Situación Social del Hogar del Propietario de Microempresa

En adición a los indicadores de la empresa y del propietario, también es de interés conocer algunos elementos que reflejan la situación social del hogar de los dueños de microempresas, tales como el nivel de ingresos, la cobertura de seguridad social y la estructura familiar, entre otros.

3.2.6.1. Estructura del Hogar del Propietario

Más de la mitad (51.6%) de las familias de los dueños de microempresas ven afectada su dinámica cotidiana al convivir en un espacio físico donde también se tiene un negocio, ya que los propietarios residen en el mismo lugar donde funciona la empresa. En estas condiciones opera el 71.9% de los negocios propiedad de mujeres, en tanto que esta proporción se reduce al 30.1% cuando es de propiedad masculina. En otros casos (48.3%) las empresas operan en locales independientes, especialmente cuando son de propiedad masculina (69.9%) o de propiedad conjunta (64.4%).

Ubicación	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Reside en el Mismo Lugar donde Funciona la Empresa	71.9	30.1	35.6	51.7
No Reside en el Mismo Lugar donde Funciona la Empresa	28.1	69.9	64.4	48.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Al indagar sobre la cantidad de dependientes que tienen los propietarios de microempresas, se observa que ocho de cada diez (81.2%) tiene alguna persona a su cargo, mientras que el 19.8% no tiene la responsabilidad de mantener de alguien.

Desagregando estas informaciones se encuentra que un tercio de los propietarios (33.6%) tiene entre uno y dos dependientes, mientras que una proporción casi similar (32.7%) tiene bajo su responsabilidad de tres a cuatro personas. Un grupo de empresarios (14.9%) reportó que tienen a su cargo la manutención de cinco o más personas, llegando en algunos casos a superar la decena de individuos.

3.2.6.2. Nivel de Ingresos del Hogar

Algunos hogares de propietarios de microempresas, en adición a los ingresos generados por el negocio, reciben recursos de diversas fuentes, tales como salarios de miembros del hogar, subsidios del gobierno, aportes de familiares o amigos, remesas, ingresos por alquileres, pensiones o de actividades agrícolas, entre otros.

Salarios de Miembros del Hogar	47.60
Ayuda del Gobierno	32.80
Ingreso Proveniente de Otros Negocios	21.10
Aportes de Familiares o Amigos en el País	13.50
Remesas o Regalos de Familiares en el Exterior	11.90
Alquileres	7.20
Ingresos de la Agricultura	6.60
Pensiones	4.50
Otros	1.10

En casi la mitad de los hogares (47.6%) algún miembro de la familia trabaja en condición de empleado y esos salarios forman parte del presupuesto familiar. Uno de cada cinco propietarios (21.1%) afirmó que en el hogar se reciben recursos de

otros negocios, ya sean propiedad de otro miembro del hogar o del mismo dueño de la microempresa. En un 11.9% de los hogares se reciben remesas de familiares o amigos que residen en el extranjero, lo que contribuye a mantener en operación el negocio a pesar de condiciones de baja capitalización, mientras que el 13.5% recibe ayuda de familiares o amigos residentes en el país.

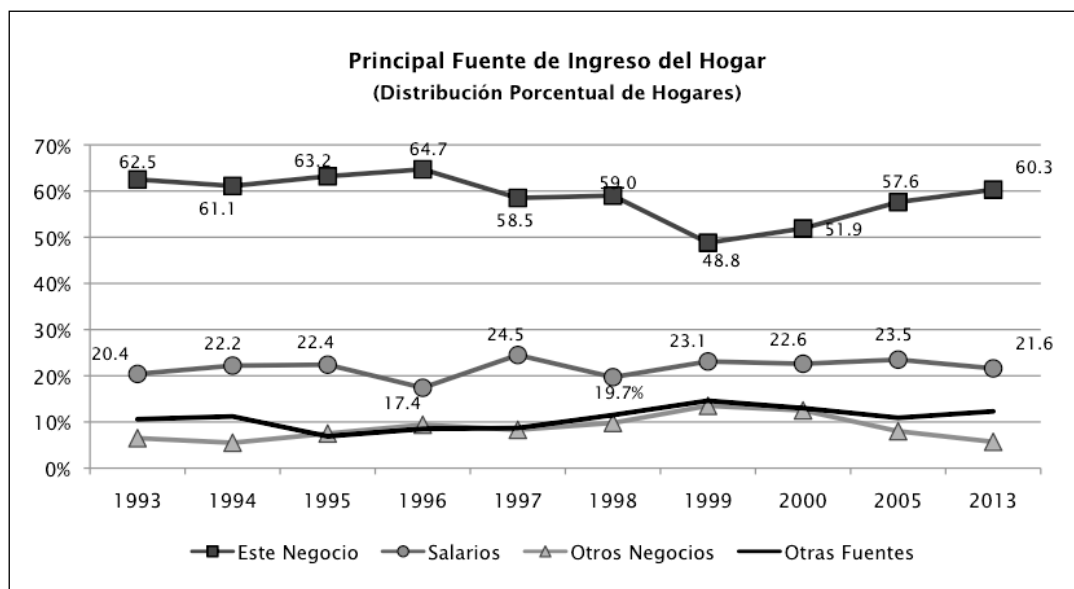
Aproximadamente en un tercio de los hogares de los microempresarios (32.8%) reciben algún tipo de subsidio del gobierno, tales como tarjeta de solidaridad, bono luz, bono gas, incentivo para la educación superior y medicamentos, entre otros. Estas ayudas llegan principalmente a hogares de mujeres propietarias de negocios (38.4%) y también en el 26.2% de los hogares de propietarios masculinos algún miembro del hogar recibe subsidio del gobierno.

	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Recibe Subsidios	38.4	26.2	27.1	32.6
No Recibe Subsidios	61.6	73.8	72.9	67.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

En las familias de los propietarios con empresas de un solo trabajador el 38.3% declaró que recibe alguna ayuda, aunque el porcentaje se va reduciendo en la medida en que se incrementa el número de trabajadores hasta llegar a un 10% de hogares que reciben subsidio entre los hogares de empresarios que tienen más de cinco trabajadores laborando en sus microempresas.

	1 Trabajador	2 Trabajadores	3 Trabajadores	4-5 Trabajadores	6 ó Más Trabajadores	Total
Recibe	38.3	30.5	29.2	20.9	10.6	32.5
No Recibe	61.7	69.5	70.8	79.1	89.4	67.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Al indagar en torno a cuál de las diferentes fuentes de recursos era la más importante en el hogar, seis de cada diez microempresarios (60.3%) afirmó que los ingresos de su microempresa eran la principal fuente de ingresos del hogar. Para uno de cada cinco hogares (21.6%) los salarios de los miembros de la familia tienen un peso mayor en el presupuesto familiar, siendo los ingresos del negocio un complemento para los gastos de la familia.



Al comparar con encuestas de otros años se observa que este resultado es similar al encontrado en el 1993, cuando el 62.5% de los hogares de microempresarios tenían en el negocio la principal fuente de ingreso. La importancia de la microempresa como principal fuente de recursos del hogar se redujo entre 1993 y el 1999, cuando llegó a representar el 48.8%, pero a partir del año 2000 se ha ido incrementando, lo que supone una mayor relevancia del negocio en el presupuesto familiar.

En el año 2013 la participación de los salarios como principal fuente de ingresos del hogar se ha reducido ligeramente en comparación con el año 2005 (23.5% vs. 21.6%), lo que pudiera indicar que se obtienen mayores ingresos por el mismo negocio. además, por un lado, existe un mayor desempleo entre los miembros del hogar del propietario y, por otro lado, las personas que trabajan como empleadas en esos hogares están percibiendo menores salarios.

En casi la mitad de los hogares de las mujeres propietarias de microempresas (48%) los recursos generados por el negocio constituyen la principal fuente de ingresos de su hogar; aunque un tercio de las entrevistadas (32.6%) declaró que dependen de los salarios de otros miembros del hogar para cubrir los gastos y compromisos mensuales. En el caso de las empresas propiedad de hombres, estos cuentan principalmente con los ingresos del negocio, pues el 73.3% depende de este para la manutención de su familia. La participación de los salarios de otros miembros del hogar como principal fuente de recursos del hogar apenas representa un 9.9%. Una situación similar ocurre en los negocios de propiedad conjunta. Estos resultados pudieran indicar mayor dependencia de los ingresos del negocio para la cobertura de los gastos familiares entre los hombres propietarios y entre aquellos que comparten la propiedad del negocio.

Fuente de Ingreso	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Este Negocio	48.0	73.3	72.8	60.3
Salarios	32.6	9.9	13.3	21.7
Otro Negocio	5.7	5.7	5.8	5.7
Otras	13.7	11.0	8.1	12.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Dado los bajos niveles de venta y ganancias que tienen las unidades productivas propiedad de mujeres, no es de extrañar que haya mayor dependencia de otras fuentes de ingreso, como el salario, las remesas o los subsidios gubernamentales, que la que se evidencia en los hogares con microempresas propiedad de hombres. Estos microempresarios tienen niveles de ventas y ganancias que triplican aquellas que reciben las mujeres propietarias de negocios.

Un dato interesante es el incremento de la importancia de los ingresos del negocio para los hogares de los propietarios en la medida en que aumenta la edad del propietario. Asimismo, la participación del salario de otros miembros va disminuyendo en la medida en que los propietarios forman parte de grupos etarios más longevos, y adquiere mayor relevancia otras fuentes de ingreso, como pudieran ser los aportes de familiares, ingresos por pensiones, o ayudas del gobierno.

Fuente de Ingreso	Menos de 25 Años	De 25 a 34 Años	De 35 a 44 Años	De 45 a 54 Años	De 55 a 64 Años	65 Años o Más	Total
Este Negocio	46.7	55.2	62.5	64.8	63.8	56.5	60.3
Salarios	36.4	30.4	23.9	16.8	12.4	11.0	21.6
Otro Negocio	6.7	6.1	6.1	5.7	5.4	3.2	5.7
Otras	10.3	8.3	7.5	12.8	18.4	29.3	12.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Al relacionar la principal fuente de ingreso con el nivel educativo del propietario se evidencia una mayor diversidad de fuentes de ingresos como principal recurso para la manutención entre los propietarios que tienen menor o ninguna escolaridad. Los hogares de propietarios con menores niveles educativos dependen más de otras fuentes de ingresos (ayudas, pensiones, aportes familiares y remesas, entre otros), pues el 22% declaró que son los principales ingresos del hogar. Estas partidas tienen una representación menor en los demás grupos educativos.

Tabla 54 Principal Fuente de Ingreso del Hogar según Nivel Educativo del Propietario (Distribución Porcentual)					
Fuente de Ingreso	Sin Educación Formal	Educación Básica	Educación Media/Técnica	Educación Superior	Total
Este Negocio	59.0	62.8	62.3	55.8	60.9
Salarios	16.8	18.6	22.7	27.1	22.0
Otro Negocio	2.2	5.4	6.0	6.3	5.7
Otras	22.0	13.2	9.0	10.8	11.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Entre los propietarios con estudios superiores, los salarios de otros miembros del hogar representan la principal fuente de ingreso en el 27.1% de los casos, lo que sugiere la inserción de más miembros de la familia en el mercado laboral o en mejores condiciones de empleo. Para más de la mitad de estos hogares (55.8%) los ingresos del negocio son la principal fuente de recursos, teniendo también importancia ingresos de otros negocios (6.3%) y de otras fuentes (10.8%).

3.2.6.3. Aseguramiento en Salud

Como es de conocimiento general, en el marco del Sistema de Seguridad Social²⁶, en el país se implementa el seguro familiar de salud, que pretende proveer cobertura de salud básica a toda la población, en el marco de dos regímenes de financiamiento: el régimen subsidiado (para trabajadores por cuenta propia con ingresos inferiores al salario mínimo, desempleados e indigentes), y el régimen contributivo (que cubre a todos los trabajadores asalariados y empleadores). Un tercer régimen, el contributivo subsidiado, que cubrirá a los trabajadores por cuenta propia con ingresos por encima del mínimo aún no ha iniciado su implementación. De acuerdo a informaciones de la Superintendencia de Salud y Riesgos Laborales, al mes de abril del 2013 el 48.9% de la población dominicana estaba cubierta por el seguro familiar de salud

La Encuesta FondoMicro 2013 indagó en torno a la cobertura de seguro de salud que tienen los propietarios de microempresas, como un indicador de la calidad de vida de estos empresarios. Dada la naturaleza de estos negocios, una situación de salud imprevista, ya sea por un accidente laboral en el negocio o en algún miembro del hogar del microempresario, puede generar la descapitalización de la empresa y, en el peor de los casos, el cierre del negocio, sobre todo ante el alto costo de los medicamentos y los servicios de salud del país.

²⁶ Para información detallada en torno a la inserción de los trabajadores de microempresas en la seguridad social, consultar Ortiz, Marina y Mena, Rita: Microempresas y Seguridad Social en República Dominicana: 2005-2006, publicado por Fondo Micro en el año 2007.

Los resultados de la encuesta evidencian que la cobertura de salud entre los propietarios de microempresas es de un 36.2% si se considera a toda la familia, y de un 34% si se considera que solo algunos miembros tienen seguro de salud. Agregando ambos grupos se registra una cobertura total o parcial de los miembros de las familias de los dueños de microempresas de un 70.2%, en tanto que un 29.8% de los propietarios y sus familiares no cuentan con ningún tipo de seguro para cubrir sus necesidades de salud.

En la encuesta del 2005 se indagó sobre la cobertura de seguro de salud del propietario y apenas un 20.7% de los dueños de microempresas señalaron que contaban con este servicio. Si comparamos con la información recopilada en esta Encuesta FondoMicro 2013 se registra un incremento considerable en la cobertura de salud, aunque en esta ocasión se indagó tanto sobre algún miembro, como sobre toda la familia del propietario. Este aumento en la tenencia de seguro de salud pudiera estar asociado a la ampliación de la cobertura del Seguro Familiar de Salud (SFS), ya que a abril 2007 poco más del 6% de la población dominicana contaba con seguro de salud, lo que se incrementó a casi 50% durante el primer cuatrimestre del 2013.²⁷

La tenencia de cobertura total de salud en la familia del microempresario es mayor entre aquellos que comparten la propiedad del negocio (44.4%), que entre las empresas de propiedad de hombres (38.1%) o de mujeres (34%). Sin embargo, las mujeres propietarias declararon una mayor cobertura parcial (38.2%) que los hombres propietarios (29.2%), pues aunque sea algún miembro de la familia tenía seguro médico. En el caso de las empresas de propiedad conjunta un tercio (31%) está en condición similar. Se registra un menor porcentaje de mujeres sin seguro de salud (27.7%) que el que reportan los hombres propietarios de microempresas (32.7%).

	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Sí, Toda la Familia	34.0	38.1	44.4	36.2
Sí, Algunos Miembros	38.2	29.2	31.0	34.0
No Tienen Seguro	27.7	32.7	24.5	29.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Al considerar la cobertura de salud según la principal fuente de ingreso del hogar se evidencia que la cobertura parcial o total de la familia es mayor entre aquellos que

²⁷ Calculado a partir de las estadísticas de afiliación al seguro familiar de salud publicadas por la Superintendencia de Salud y Riesgos Laborales y las estimaciones de población utilizadas por el Banco Central de la República Dominicana, y publicadas en <http://www.sisalril.gov.do/EstadisticasdelSfs.aspx> y www.bancentral.gov.do

son asalariados (77.6%), que entre los que reportaron que el negocio era su principal fuente de manutención (66.4%). Llama la atención que un 22.4% de los hogares que dependen de salarios de miembros del hogar como principal fuente de ingreso no tengan cobertura de seguro, cuando la ley establece que toda persona en calidad de asalariada debe estar inscrita en la Seguridad Social. Esto revela la contratación de empleados sin cotizar a la seguridad social, indicando vulnerabilidad de los derechos del trabajador.

	Este Negocio	Salarios	Otro Negocio	Otras Fuentes	Total
Sí, Toda la Familia	32.5	43.6	38.9	40.0	36.2
Sí, Algunos Miembros	33.9	34.0	31.7	35.9	34.0
No Tienen Seguro	33.6	22.4	29.4	24.1	29.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

La tenencia de un seguro de salud pudiera tener un impacto en la decisión de asistir a un centro de salud público o privado cuando se presenta una enfermedad o se requieren servicios médicos. Más de la mitad de los empresarios (58%) reportó que asiste a un centro de salud pública, mientras que un 23.7% afirmó que acude regularmente a un centro privado y un 18.3% que recibe atención en ambos tipos de establecimientos sanitarios.

	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Centro Público	63.9	51.8	48.2	58.0
Centro Privado	19.7	27.7	32.0	23.7
Ambos	16.4	20.5	19.8	18.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

La asistencia a un centro de salud público es mayor cuando la mujer es propietaria del negocio, cuando se tienen menores niveles de educación y cuando la empresa está ubicada en una zona rural. Seis de cada diez mujeres (63.9%) señalaron que reciben asistencia médica en centros públicos, mientras que una proporción menor (51.8%) de hombres propietarios declaró lo mismo. Solo el 34% de los propietarios con educación universitaria asisten a un hospital público, en tanto que más de la mitad de los que tienen estudios inferiores a ese grado acuden a dicho centro de salud.

Los centros de salud pública siguen siendo los de mayor asistencia entre los microempresarios aun cuando los propietarios declararon que la principal fuente de

ingreso del hogar es el salario de miembro del hogar. Estos indicadores pudieran reflejar, por un lado, la ampliación del régimen subsidiado del seguro familiar de salud y, por otro lado, que los bajos ingresos de la mayoría de los hogares de los microempresarios junto al alto costo que tiene enfermarse y acudir a un centro privado de salud, causan una demanda mayor por servicios públicos de salud entre la población de dueños de microempresas y sus familiares.

En resumen, los resultados de la Encuesta FondoMicro 2013 evidencian que las microempresas tienen una vital importancia para la sociedad dominicana por su tamaño, su contribución al PIB y al empleo, así como por el rol social que juegan en la dinámica de la familia y del hogar.

A lo largo de 20 años de estudios sobre el sector se han observado diferencias significativas que reflejan una evolución de los principales indicadores que caracterizan las empresas y sus propietarios. Por ejemplo, el tamaño promedio de las microempresas ha disminuido, existen más microempresas unipersonales y se han incrementado los niveles de informalidad. Asimismo, las microempresas han evolucionado con la estructura de la economía hacia una mayor participación del sector terciario. También la participación de la mujer se ha incrementado lo que revela que las microempresas son una de las principales fuentes de inserción de la mujer en el mercado laboral.

Lo más importante a lo largo de estas dos décadas es que se ratifica la afirmación de que no todas las microempresas son iguales y que el universo microempresarial está caracterizado por una gran heterogeneidad. Por lo tanto, es necesario considerar que en la microempresa se engloban tanto las empresas de subsistencia como aquellas con alta capacidad de crecimiento, generación de empleos e inserción en nuevos mercados. En la mayoría de los casos estas empresas se “gradúan” desde una microempresa hacia una pequeña o mediana empresa. Debido a esto el análisis del tejido empresarial dominicano estaría incompleto si no abordamos los principales indicadores de las PYMES, tema del próximo capítulo.

4. LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES)

Una práctica usual es utilizar los datos de las microempresas para referirse a las características de pequeñas y medianas empresas (PYMES) y por eso es importante presentar cuáles son los principales indicadores que definen estos negocios, pues son dos planetas diferentes en un mismo universo que se puede llamar las MIPYMES. Para fines de la Encuesta 2013, las PYMES son unidades no agrícolas de producción, comercio o servicios que tienen entre 11 y 150 trabajadores, incluyendo al propietario. Ambos tipos de empresas (pequeñas y medianas) constituyen un universo pequeño y serán tratadas como una unidad para mantener la representatividad de los resultados²⁸.

4.1. Características de las PYMES

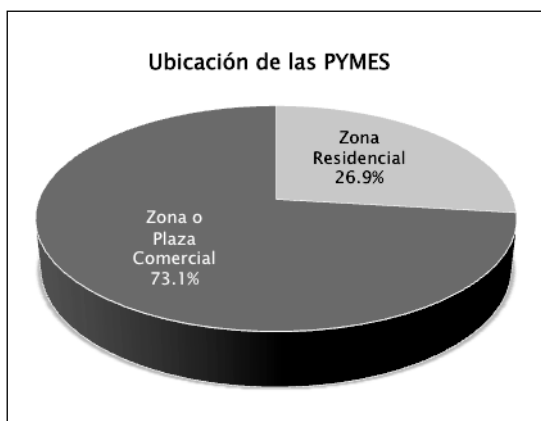
A continuación se presentan los principales indicadores de las PYMES tanto en relación con las características de las empresas como de sus propietarios. Asimismo se plantearán algunas comparaciones con las microempresas a fin de establecer sus similitudes y diferencias.

4.1.1. Cantidad y Ubicación

De acuerdo a los resultados de la encuesta FondoMicro 2013, en el país existen 18,337 pequeños y medianos negocios. Estas empresas representan el 2.3% del tejido empresarial conjunto de las MIPYMES, pues las empresas que tienen de 1 a 10 trabajadores constituyen el 97.7% restante.

Con respecto a la ubicación, los resultados de la encuesta arrojan que 7 de cada 10 PYMES se ubicaban en zonas comerciales, en tanto que el 27% lo hace en zonas residenciales. La cantidad de trabajadores que emplean estas empresas hace que requieran un local exclusivo para sus operaciones, lo que las diferencia de las microempresas, donde la mayoría opera en el mismo lugar que reside el propietario.

²⁸ La muestra de PYMES fue de 1,844 empresas, con un nivel de confianza de un 95% y un error muestral del 5%.



Al desagregar la localización de las PYMES por la actividad que realizan se encuentra una mayor cantidad de negocios dedicados a la compra y venta de bienes (87.3%) que operan en zonas y plazas comerciales, en comparación con los negocios de manufactura (65.3%) y servicios (61.8%) que tienen una ubicación similar. Poco más de un tercio de estos últimos (34.7% de manufactura y 38.2% de servicios) están ubicados en zonas residenciales.

4.1.2. Empleo

Las estimaciones realizadas a partir de la Encuesta FondoMicro 2013 establecen que las PYMES emplean 522,231 personas, lo que representa un 13% de los ocupados de la economía y un 11.1% de la población económicamente activa (PEA). Esta cantidad de empleos representa alrededor de una cuarta parte del empleo generado por las microempresas, aunque las PYMES apenas son el 2.3% del universo de MIPYMES.

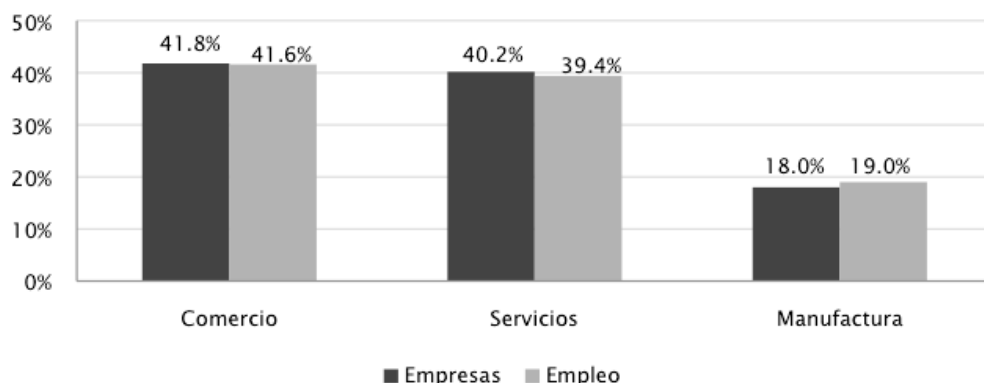
La alta capacidad de generación de empleo de las PYMES en comparación con las microempresas se evidencia en su tamaño promedio, pues las PYMES reportaron 28.5 trabajadores en promedio, mientras que las microempresas tienen 2.13 trabajadores. En relación con la población, las PYMES tienen una baja densidad: de 1.8 empresas por cada 1,000 habitantes.

Tabla 58
Indicadores de las PYMES

Cantidad de PYMES	18,337
Trabajadores de PYMES	522,231
Población Económicamente Activa (PEA)	4,688,618
Ocupados en la Economía	3,985,637
Trabajadores/Empresa	28.5
Empleo PYMES/PEA	11.14%
Empleo PYMES/Ocupados	13.10%
PYMES por 1,000 Habitantes	1.8
Trabajadores PYMES por 1,000 Habitantes	50.1

Las PYMES manufactureras son mayores generadoras de empleo por unidad, pues tienen un tamaño promedio de 30 trabajadores, aunque tienen una menor participación en el empleo total (19%). En cambio las empresas comerciales y de servicio tienen un tamaño promedio de 28 trabajadores, pero cada una de ellas representa un 41.6% y un 39.4%, respectivamente, del empleo generado por las PYMES.

Distribución de las Empresas y el Empleo Generado por las PYMES según Sector y Actividad Económica

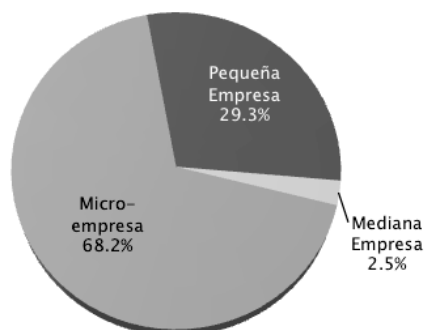


La capacidad generadora de empleos de las PYMES se evidencia al analizar la evolución de número de trabajadores desde el inicio de la empresa al momento actual (marzo-julio 2013). Los resultados muestran que ocho de cada diez empresas (86.4%) incrementaron su número de trabajadores desde el inicio de sus operaciones al momento de la entrevista. Apenas un 7.2% afirmó que no habían experimentado cambios en su planilla laboral, mientras que un 6.5% señaló que habían reducido el número de trabajadores con que iniciaron el negocio.

4.1.2.1. De microempresas a PYMES: la graduación de las microempresas

Estos resultados se corresponden con la hipótesis de la graduación de las empresas²⁹, que es el cambio experimentado por un negocio que inició con menos de diez trabajadores hasta convertirse en una pequeña o mediana empresa, es decir, que incrementa su fuerza laboral a más de 11 y hasta 150 trabajadores.

Tamaño de Inicio de las PYMES



La dinámica de las PYMES con respecto a su tamaño inicial plantea que más de dos tercios (68.2%) nacieron como una microempresa, en tanto un 29.3% fue creada desde sus inicios como una pequeña empresa y apenas un 2.5% como una mediana empresa. Esto sugiere que las empresas atraviesan un proceso gradual con diferentes etapas

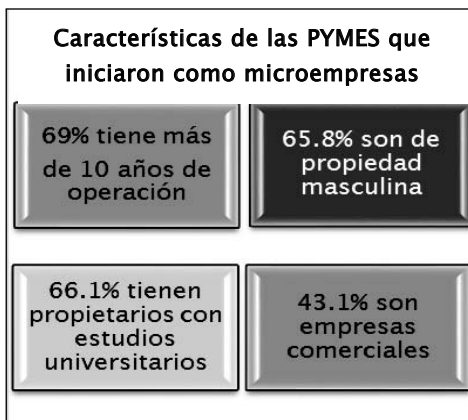
²⁹ Cely, Patricia: Microempresas y pequeñas empresas de mujeres en la República Dominicana. Resultados de una encuesta nacional. FondoMicro, Santo Domingo, 1993.

de desarrollo donde algunas se gradúan y otras mantienen su clasificación, mientras que unas bajan de uno o dos escalones en la categorización por el número de trabajadores de la empresa (de mediana a pequeña, o de pequeña a microempresa). Es preciso señalar que aunque un porcentaje importante de PYMES inició como microempresa, la mayoría de los negocios con menos de 10 trabajadores continúan operando en esa categoría a lo largo de su existencia.

Menos de 3 Años	4.4
De 3 a 10 Años	26.6
Más de 10 Años	69.0
Total	100.0

En efecto, comparando la antigüedad de la empresa según la dinámica de la graduación se evidencia que el 69% de las PYMES iniciaron como una microempresa y pasar a una pequeña empresa fue un proceso que tuvo una duración de más de diez años, mientras que le tomó entre 3 a 10 años al 26.6% de las empresas. Un reducido grupo (4.4%) pudo dar el salto de microempresa a PYMES en menos de 3 años.

Esto revela la importancia de establecer políticas públicas orientadas específicamente a promover el crecimiento de estas microunidades productivas, para que estén en capacidad de realizar este proceso de incremento de su fuerza laboral en un tiempo menor.



Es interesante analizar las características de estas unidades productivas que lograron graduarse desde una microempresa a una pequeña o mediana empresa. Casi dos tercios (65.8%) de estas empresas son de propiedad masculina y apenas un 14.4% de las que experimentaron ese cambio relevante en su fuerza laboral son propiedad de mujeres. Un 19.8% son de propiedad conjunta.

El factor educativo constituye uno de los elementos claves para esta transición, pues un 66.1% de los propietarios de PYMES con estudios superiores se graduaron a esa categoría, mientras que solo un 25.3% de los que tienen educación media o técnica pudieron pasar de una microempresa a una pequeña o mediana. En la medida en que el propietario tiene menos años de escolaridad se reduce la proporción de empresarios que transformaron su empresa de un micronegocio a una pequeña o

mediana empresa. El 8.2% de los que tienen educación básica y solo el 0.4% de quienes no tienen educación formal pudieron experimentar ese cambio en su empresa. Lo anterior refuerza la idea de que las capacidades de los propietarios van de la mano con el desarrollo de su negocio.

El comercio es la actividad donde más unidades (43.1%) iniciaron como microempresas y se convirtieron en PYMES. Las pocas barreras de entrada, la facilidad de adaptación a los cambios en el mercado y las diversas modalidades de venta al por menor en condiciones de baja inversión facilitan que este sector sea una opción para iniciar una microempresa que luego va creciendo paulatinamente hasta convertirse en pequeña o mediana. En el sector manufacturero la proporción es menor, pues solo una de cada cinco empresas (21.7%) hizo la transición de micro a pequeña empresa. Los requerimientos de inversión en maquinarias, en espacio físico y, por consiguiente, de recursos financieros, constituyen factores a tomar en consideración al momento de expandir una empresa manufacturera.

Tabla 60 Actividad de las PYMES que Iniciaron como Microempresas (Distribución Porcentual)	
Actividad	Porcentaje de Empresas
Manufactura	21.7
Comercio	43.1
Servicios	35.2

Asimismo, poco más de un tercio (35.2%) de las empresas de servicios experimentaron el proceso de graduación. En estos casos, muchas empresas de servicios están estructuradas y operan en mercados donde su tamaño óptimo es ser una microempresa, según señalaron algunos dueños de salones de belleza, pequeñas cafeterías u oficinas profesionales.

4.1.3. *Actividad Económica*

La estructura sectorial de las PYMES, al igual que en la microempresa, refleja los bajos niveles de industrialización existentes en la economía dominicana. No obstante, una mayor proporción de estas empresas se dedica a actividades manufactureras (18%) en comparación con las microempresas (14.8%). La tendencia de tercerización de la economía se evidencia en la alta participación del sector servicios, tanto en las PYMES (40.2%) como en las microempresas, y tendría una participación mayor si tomamos la importancia que tiene el sector financiero en el país donde la mayoría son grandes empresas. El comercio, por su parte, registra una menor participación en las PYMES (41.8%) que en las microempresas (46.8%), pues como se explicó previamente el comercio al por menor tiene menores barreras de entrada y exige un monto reducido de inversión para iniciar un negocio.

Tabla 61 Actividad de las MIPYMES (Distribución Porcentual)		
Actividad	Microempresas	PYMES
Manufactura	14.8	18.0
Comercio	46.8	41.8
Servicios	38.4	40.2
Total	100.0	100.0

A pesar de lo anterior, se observan algunas diferencias vinculadas al tamaño de la empresa. El comercio al por mayor tiene una considerable participación (11.4%) en el sector de las PYMES, así como la venta y reparación de vehículos automotores (9.4%). Por igual, los servicios de educación (13.9%) y de salud (3.9%) también operan más con el número de trabajadores que corresponde a una PYMES que a una microempresa.

Tabla 62 PYMES por Sector de Actividad Económica (Distribución Porcentual)	
<i>Manufactura</i>	18.0
Producción de Alimentos y Bebidas	6.5
Confección de Ropas	1.9
Elaboración de Productos de Madera	0.9
Elaboración de Productos de Metal	2.4
Otras Manufacturas	6.3
<i>Comercio</i>	41.8
Comercio al por Mayor	11.4
Comercio al por Menor	20.9
Ventas y Reparación de Vehículos Automotores	9.4
<i>Servicios</i>	40.2
Construcción	0.9
Hoteles y Restaurantes	7.1
Actividades Inmobiliarias y Empresariales	5.7
Otros Servicios	26.5
Total	100.0

Al desagregar los datos de la encuesta FondoMicro 2013 relacionando la actividad de la empresa y el género del propietario se observan diferencias muy marcadas. La mayoría de las mujeres (62.1%) se dedica al sector servicios, siendo la participación masculina la mitad (31.4%) que la femenina. Por su parte, los hombres predominan como propietarios de las PYMES comerciales (48.1%) y de las manufactureras (20.5%), en tanto que la mujer es dueña en menor proporción de estos tipos de negocios (27.6% y 10.4%, respectivamente).

Tabla 63
Actividad de la Empresa según Género del Propietario
(Distribución Porcentual)

Actividad	Mujer	Hombre	Propiedad Conjunta	Total
Manufactura	10.4	20.5	19.9	18.9
Comercio	27.6	48.1	35.9	42.7
Servicios	62.1	31.4	44.2	38.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

En el caso de las PYMES de propiedad conjunta se observa una distribución más equilibrada en relación con las proporciones de cada sector en la totalidad del universo. Una de cada cinco PYMES manufactureras (19.9%) son de propiedad compartida entre hombres y mujeres, aumentando la proporción a un 35.9% en las actividades comerciales y a un 44.2% en las de servicios. La distribución sectorial de las PYMES que tienen propiedad compartida o conjunta es similar a aquellas que son de propiedad femenina, aunque con una menor participación en el sector servicios (44.2%) y mayor en las actividades comerciales (35.9%) y manufactureras (19.9%).

Cuando se establece una relación entre la actividad de la empresa y el nivel educativo del propietario se observan cambios en la participación sectorial. Por un lado, los hombres y mujeres con menor formación académica están más involucrados en la compra y venta de bienes, en tanto que los que tienen preparación técnica tienen una mayor participación en el sector manufacturero que sus colegas con menor o mayor escolaridad. Por otro lado, los propietarios que tienen estudios superiores están más vinculados a la oferta de servicios, donde se requieren conocimientos especializados en muchas ocasiones.

Tabla 64
Actividad de la Empresa según Nivel de Educación del Propietario
(Distribución Porcentual)

Actividad	Sin Educación Formal	Educación Básica	Educación Media/Técnica	Educación Superior	Total
Manufactura	5.8	12.9	22.6	18.6	19.1
Comercio	62.3	65.6	54.1	35.4	42.3
Servicios	31.9	21.4	23.3	46.0	38.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

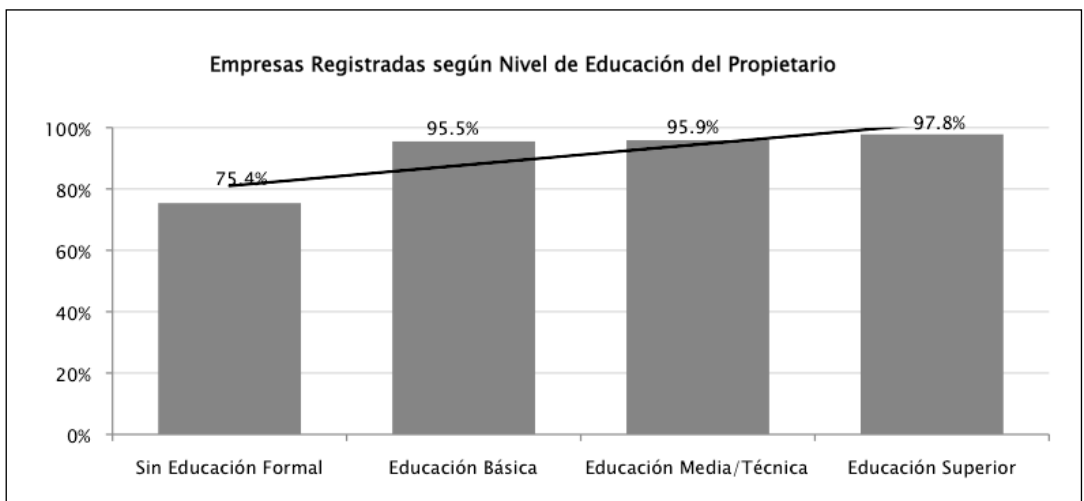
4.1.4. Registro y Categoría del Negocio

Las pequeñas y medianas empresas operan con elevados niveles de formalidad, ya que casi todas (97.2%) están debidamente registradas y apenas el 2.8% reportó no haber cumplido todos los requisitos legales. Este resultado contrasta con la situación

de las microempresas, donde la mayoría funciona al margen del cumplimiento de los requisitos legales para operar en el mercado.

Más de la mitad de las PYMES (57.2%) están registradas como Sociedades de Responsabilidad Limitada (SRL), en tanto que un tercio (34.1%) opera como Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada (EIRL) y apenas un 5.9% declaró estar constituidas como Sociedades Anónimas. Uno de los factores que inciden en la alta tasa de formalización de las PYMES es el número de trabajadores que estas emplean. La necesidad de cumplir con las obligaciones de seguridad social constituyen una presión de los trabajadores para tener acceso a sus derechos, por un lado, y los mismos patrones prefieren cumplir con la ley para protegerse ante posibles accidentes laborales y sus consiguientes demandas, por otro lado.

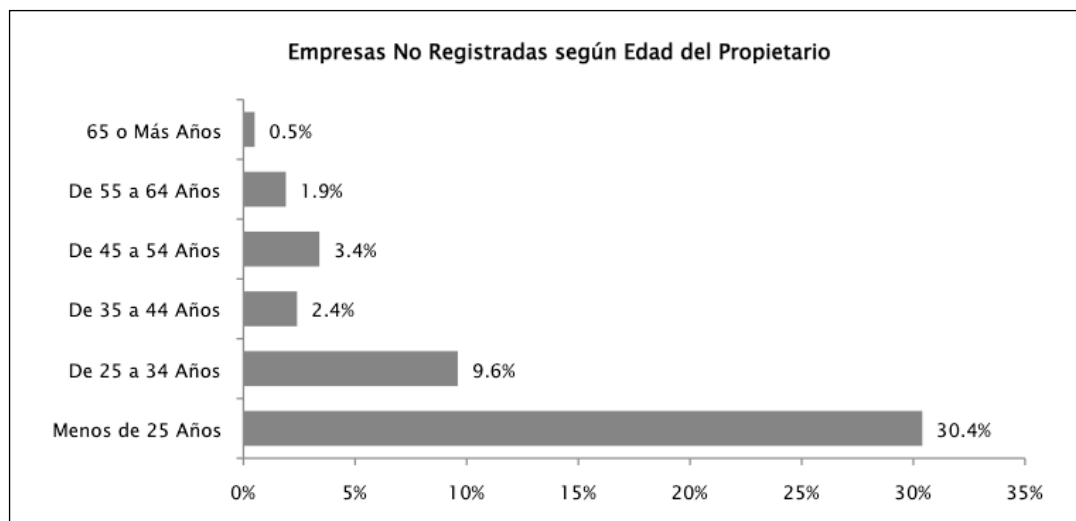
El nivel de formalización en las PYMES supera el 90% independientemente del género del propietario de la empresa. No obstante, entre las empresas de propiedad femenina el porcentaje de empresas no registradas (6.2%) es casi tres veces más alto que en las empresas de propiedad masculinas. Las empresas de propiedad conjunta registraron los niveles más bajos de informalidad (1.4%).



Un hallazgo interesante es la incidencia del nivel educativo y la edad del propietario en el cumplimiento de las obligaciones para registrar una empresa. Se observa una relación directamente proporcional entre la formalización de las empresas y los años de escolaridad de los propietarios. Así, tres de cada cuatro dueños de PYMES (75.4%) que no tenían educación formal se decidieron a registrar su empresa, en tanto que el 97.8% de los propietarios con educación superior hicieron lo mismo.

Ese mismo tenor ocurre con la edad del propietario, observándose una tendencia creciente al cumplimiento de los requisitos para formalizar un negocio en la medida en que aumentan los años del propietario. Casi la totalidad de las empresas de los

dueños de negocios que pertenecen a los grupos etarios de 65 y más años (99.5%), de 55 a 64 años (98.1%), de 45 a 54 años (96.6%) y entre 35 y 44 años (97.6%) han registrado debidamente sus empresas ante las autoridades correspondientes. Esta proporción se reduce entre los propietarios que tienen de 25 a 34 años (91.4%) y baja significativamente entre los más jóvenes (69.6%).



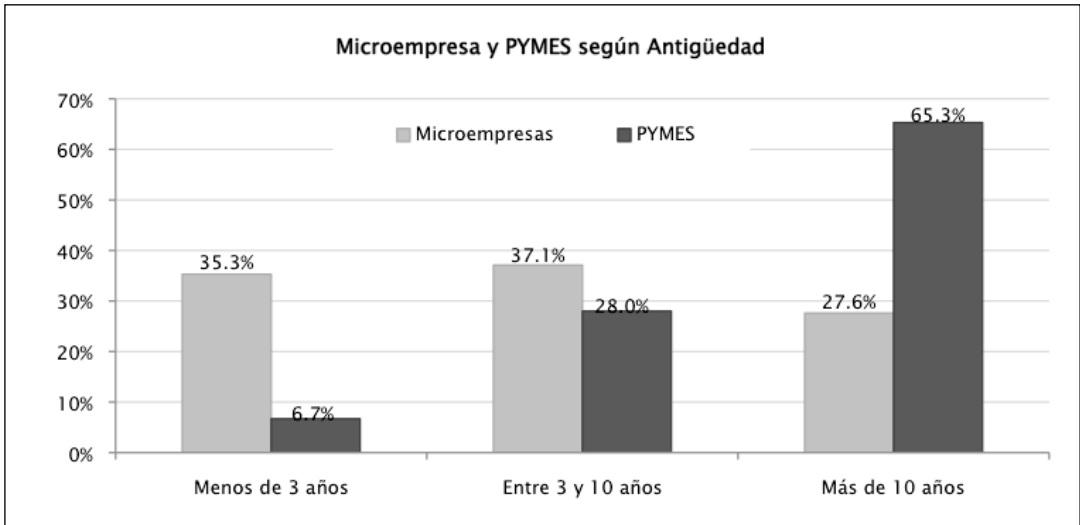
Por otro lado, no se verifican diferencias significativas en el nivel de formalización de las pequeñas y medianas empresas según la actividad de la empresa, pues se presentaron altos niveles de formalización en todos los sectores: manufactura (95.7%), comercio (98.8%) y servicios (96.1%). En adición, casi todas las PYMES registradas (99.4%) reportaron que pueden emitir facturas válidas para crédito fiscal e incluso algunas no registradas plantearon que pueden conseguir facturas con esas especificaciones en caso de que le sea solicitado.

Al considerar todas las PYMES en su conjunto, se observa que el 97.2% puede emitir factura con Número de Comprobante Fiscal (NCF), en tanto que apenas un 2.8% no puede emitir este tipo de factura. Si desagregamos esta capacidad de las PYMES se observan pocas diferencias. No obstante, se puede destacar que más empresas de mujeres (6%) que de hombres (2.5%) o de propiedad conjunta (2%) tienen esa limitación. Asimismo, una mayor proporción de empresas con menos tiempo de funcionamiento en el mercado (11.5%) están imposibilitadas de facturar con esas especificaciones, en tanto que menos empresas de más de tres años no pueden cumplir con ese requerimiento.

4.1.5. Antigüedad de las PYMES

Los años de operación de las empresas son un reflejo de su permanencia en el tiempo y de las diferentes etapas que han transcurrido en su ciclo de desarrollo. Al comparar las informaciones recolectadas en relación con la antigüedad de las

microempresas y de las PYMES se reflejan diferencias importantes. Por un lado, dos de cada tres PYMES (65.3%) tiene más de diez años de funcionamiento, mientras que una de cada cuatro microempresas (27.6%) tiene ese mismo tiempo en el mercado.



Por otro lado, apenas un 6.7% de las PYMES tienen menos de 3 años de haber iniciado sus operaciones. Dicho porcentaje se incrementa cinco veces en el caso de las microempresas, pues el 35.3% de los negocios con hasta 10 trabajadores corresponden a ese período de tiempo. Lo anterior ratifica que, en la mayoría de los casos, el ciclo de vida de las PYMES pasa previamente por un período de transición desde una microempresa hacia una pequeña o mediana empresa a lo largo de un período de tiempo.

La etapa que transcurre entre los 3 a los 10 años es un período decisivo para el negocio, pues tanto puede dar el salto hacia una PYME como puede mantenerse en funcionamiento pero sin expandir sus operaciones. En ese ciclo están el 28% de las PYMES y el 37.1% de las microempresas.

Al desagregar los datos de la antigüedad de la empresa según el género del propietario se observa una mayor proporción de empresas de propiedad femenina en el ciclo inicial de vida (8%) o en la etapa más madura (72%), en tanto que solo una de cada cinco PYMES de propiedad femenina (20%) tienen entre tres y diez años de funcionamiento. Las proporciones varían en las empresas de hombres en comparación con las empresas de mujeres, pues menos negocios tienen menos de tres años de operación (6.7%) y más unidades (31.1%) están en la etapa intermedia que corresponde entre los tres y los diez años de funcionamiento en el mercado. Asimismo, la participación de empresas más antiguas es menor entre los negocios masculinos (62.2%) que entre los femeninos (72%).

Tabla 65
Antigüedad de la Empresa según Género del Propietario
(Distribución Porcentual)

Antigüedad	Mujer	Hombre	Propiedad Conjunta	Total
Menos de 3 Años	8.0	6.7	6.3	6.8
De 3 a 10 Años	20.0	31.1	24.5	28.1
Más de 10 Años	72.0	62.2	69.1	65.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

4.1.6. Gestión Administrativa

El elevado nivel de formalización que tienen las PYMES incide en que estas tengan un mayor nivel de organización en su contabilidad. En efecto, el 97.6% de las empresas reportó mantener registros contables de las operaciones del negocio, en tanto que el 2.4% de las unidades con más de 10 trabajadores no tienen organizada su contabilidad. En términos generales, no se observan diferencias en la tenencia de registros de la empresa según la actividad. No obstante, algunas empresas manufactureras (4%) llevan menos sus cuentas, que la proporción de empresas de comercio o de servicios que están en similar situación (2.1% y 2%, respectivamente).

Aunque no se encontraron diferencias significativas en cuanto al mantenimiento de estos registros según las características del propietario relacionadas con el género es preciso señalar que más mujeres (3.4%) que hombres (2.7%) no tienen al día sus cuentas. En cuanto al nivel educativo, se reportó un mayor rigor en el registro de las cuentas en la medida en que se incrementaban los años de escolaridad. Lo anterior sugiere que los empresarios con mayor capacitación tienen conciencia de la importancia de la contabilidad como lenguaje numérico de la situación de la empresa y que es una herramienta fundamental para la toma de decisiones en el desempeño cotidiano del negocio.

Tabla 66
Tenencia de Registros Contables según Nivel de Educación del Propietario
(Distribución Porcentual)

Tenencia Registros	Sin Educación Formal	Educación Básica	Educación Media/Técnica	Educación Superior	Total
Lleva Registros	89.9	93.1	97.3	98.0	97.5
No Lleva Registros	10.1	6.9	2.7	2.0	2.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

En adición a la tenencia de registros contables, también se indagó sobre el uso de tecnologías computarizadas para los procesos de venta, contabilidad y administración

de la empresa. Tres de cada cuatro PYMES (75.5%) utiliza computadoras para el manejo de su negocio, tanto en las operaciones de venta de bienes y servicios, como en la gestión administrativa y contable de la empresa. Una de cada diez unidades (10.6%) reportó que solo utiliza equipos de cómputos para registrar la contabilidad y para las operaciones administrativas, mientras que un 2.4% únicamente lleva registros de sus ventas mediante equipos computarizados. Llama la atención que el 11.6% de las PYMES no se ayuda de equipos tecnológicos para sus negocios, llevando manualmente los registros de la empresa, lo que implica un incremento en costos y en tiempo.

Tabla 67
Uso de Computadoras para las Operaciones de la Empresa según Actividad Económica
(Distribución Porcentual)

Uso Computadora	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Ventas	4.0	1.3	2.9	2.4
Administración/Contabilidad	6.5	8.1	15.2	10.6
Ambas Cosas	76.9	80.4	69.3	75.4
No Se Utilizan	12.6	10.2	12.6	11.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

El uso de las computadoras está más extendido entre las empresas del sector comercial, ya que el 80.4% afirmó utilizarlas tanto para registro de ventas como de la contabilidad y otros aspectos administrativos del negocio. Regularmente las empresas comerciales controlan sus inventarios a la par que registran sus ingresos. Por su parte, más empresas de servicios solo utilizan las computadoras para registro de asuntos administrativos o contables del negocio (15.2%), en comparación con las empresas manufactureras (6.5%) o de comercio (8.1%).

Existen diferencias en el uso de las computadoras según las características de los propietarios. Por un lado, una proporción mayor de PYMES de propiedad femenina (16.5%) no utiliza equipos de cómputos que el porcentaje de hombres (11.3%) que opera así. No obstante, las mujeres quieren tener mayor control de los procesos administrativos y contables de la empresa que los hombres, pues casi una de cada cinco (19.5%) señaló que usa computadora para esos fines, mientras que el 9.5% de los hombres dueños de PYMES respondieron afirmativamente al ser cuestionados al respecto. Las empresas de propiedad conjunta son las que más utilizan equipos de cómputos para todas sus operaciones en la empresa (81.9%).

Al considerar el uso de las computadoras según nivel educativo de los propietarios de las PYMES los resultados no sorprenden, ya que aquellos propietarios con mayor nivel educativo dan un uso más intensivo a las tecnologías que los que tienen menor calificación académica o técnica.

Tabla 68 Uso de Computadoras para las Operaciones de la Empresa según Género del Propietario (Distribución Porcentual)				
Uso Computadora	Mujer	Hombre	Propiedad Conjunta	Total
Ventas	2.8	2.9	0.8	2.4
Administración/Contabilidad	19.5	9.5	8.1	10.6
Ambas Cosas	61.2	76.3	81.9	75.4
No Se Utilizan	16.5	11.3	9.3	11.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla 69 Uso de Computadoras para las Operaciones de la Empresa según Nivel Educativo del Propietario (Distribución Porcentual)					
Uso Computadora	Sin Educación Formal	Educación Básica	Educación Media/Técnica	Educación Superior	Total
Ventas	-	7.4	2.5	2.0	2.5
Administración/Contabilidad	43.5	10.3	8.4	11.6	10.9
Ambas Cosas	18.8	60.7	74.2	77.1	74.9
No Se Utilizan	37.7	21.6	14.9	9.3	11.7
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

4.1.7. Mercados

En la República Dominicana se evidencia una marcada orientación de las PYMES hacia el mercado local, ya que casi todas (95.2%) producen únicamente para el mercado local, un 1.1% exclusivamente para el mercado externo y un 3.6% para ambos mercados. Al desagregar la información por la actividad de la empresa es notorio el potencial exportador de las empresas manufactureras, pues el 14.1% también vende sus productos en mercados extranjeros. Por el contrario, pocas empresas comerciales (2.4%) establecen vínculos para revender sus mercancías en otros países y apenas un 2.9% de las PYMES ofrecen sus servicios fuera del territorio dominicano.

Tabla 70 Mercado de las PYMES según Sector de Actividad Económica (Distribución Porcentual)				
Mercado	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Mercado Local	85.8	97.6	97.1	95.2
Mercado Externo	2.0	1.1	0.8	1.1
Ambos	12.1	1.3	2.1	3.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Las PYMES manufactureras más exportadoras están dedicadas a actividades de impresión gráfica, textiles, elaboración de alimentos y bebidas, productos de metalmecánica, vidrios, alfarería y cerámica, principalmente. Las empresas comerciales que dijeron exportar venden artículos varios, productos químicos y se dedican al reciclaje al por mayor (compra y venta de botellas, de metales, de plásticos, etc.). En cuanto a las de servicios, algunos profesionales, eventos artísticos y empresas de transporte señalaron que atienden tanto el mercado local como internacional.

El mercado externo para la mayoría de las PYMES que exportan es poco diversificado si se considera la cantidad de países de destino del producto, lo que pudiera indicar una falta de conocimiento por parte del empresario del potencial exportador que tiene su producto. El 55.2% de las empresas exportadoras vende sus exportaciones a un solo país, en tanto que un 22% lo hace a dos países, y un porcentaje menor (12%) vende a tres países. Estas respuestas se corresponden con el comportamiento de las exportaciones en general, pues los dos principales países destino de los productos dominicanos son Estados Unidos de América y Haití.

Al indagar entre los propietarios de PYMES el conocimiento existente sobre potenciales mercados donde vender sus bienes o servicios, casi dos tercios (62.9%) manifestaron no contar con información que les permitiera incursionar en otros territorios, en tanto un 37.1% de las PYMES afirmó tener conocimiento de oportunidades de negocio, aunque no utilicen esa información para exportar.

En efecto, se preguntó cuáles eran los principales obstáculos internos y externos que tenían las PYMES para exportar. Llama la atención que los propietarios de PYMES afirmaron que sus empresas no tienen ninguna limitación ni interna (46.7%) ni externa (67.7%) para exportar sus productos. Más aún, al indagar entre las empresas manufactureras que tienen una mayor vocación exportadora se registró que el 50.4% señaló que no tienen obstáculos de carácter interno, y el 63.1% dijo que tampoco de tipo externo, que limiten su capacidad de colocar sus bienes en otros mercados del extranjero. Estas afirmaciones sugieren la existencia de una cultura empresarial de insularidad, desinteresada en espacios potencialmente atractivos y enfocada en un mercado limitado por los límites del territorio dominicano.

En contraste, más de la mitad de los empresarios (53.3%) señaló una serie de dificultades internas de la empresa para poder acceder a nuevos mercados fuera del país, tales como poca orientación o información sobre oportunidades de negocios (16.%) y dificultades financieras (14.3%). Bajo el renglón de otros obstáculos (17.1%) los empresarios expresaron que los bienes y servicios que ofrecían estaban solo orientados al mercado local de manera exclusiva o no eran transables. También dijeron tener limitaciones por las leyes diferentes de otros países, por lo contar con la debida autorización para acceder a otros mercados, por la inseguridad de comercializar con el extranjero y que cambien las reglas de juego, por la ausencia de personal calificado para esos fines y por la barrera del idioma, entre otras razones.

Tabla 71
Principales Obstáculos de las Empresas para Exportar
(Distribución Porcentual)

Internos (de la Empresa)		Externos (del Entorno)	
<i>Ninguno</i>	46.7	<i>Ninguno</i>	67.7
Otros	17.1	Otros	14.9
Poca Orientación o Conocimiento	16.8	Cuotas y Licencias	5.8
Financieros	14.3	Precios Competitivos	2.8
Dominio Idioma Extranjero	1.2	Transporte y Flete	1.6
Tecnológicos	1.1	Prohibiciones	1.6
Mano de Obra	1.1	Aranceles	1.3
Infraestructura Inadecuada	1.0	Certificado Fitosanitario	1.2
Determinación de Precios	0.6	Normas de Calidad	0.9
Forma de Pago	0.2	Marcas y Patentes	0.9
		Normas de Envase y Embalaje	0.7
		Pedido Mínimo	0.3
		Etiquetado	0.1
Total	100.0	Total	100.0

Al referirse a los obstáculos del entorno, es decir aquellos que son externos a la empresa pero que limitan la capacidad exportadora de las PYMES, los empresarios identificaron problemas con la existencia de cuotas o licencias de importación (5.8%) y con respecto a precios competitivos (2.8%). Asimismo, señalaron que otros factores (14.9%) son obstáculos para colocar sus bienes y servicios en el extranjero, como la poca orientación y apoyo del gobierno, la ausencia de contactos e información de otros mercados, los altos costos que conlleva exportar, el desconocimiento de los productos dominicanos en el extranjero, así como la burocracia estatal, entre otros motivos. De manera específica, varios empresarios reportaron que las malas condiciones de las carreteras de conexión con el vecino país de Haití constituyen una traba para exportar sus productos a ese mercado. Es preciso señalar que en el marco de una política de promoción empresarial y de generación de empleos es fundamental el acceso a nuevos mercados, lo que permite la expansión de las empresas y su fortalecimiento como ente productivo, por lo que propiciar la exportación en las PYMES es una tarea pendiente.

En concordancia con los resultados antes expuestos, las PYMES identifican como sus principales clientes a los residentes en el mismo barrio donde se encuentra la empresa en el 38.2% de los casos y a individuos de otros barrios en el 31.9%. Ambos grupos constituyen el 70.1% de las empresas de más de 10 y hasta 150 trabajadores, lo que evidencia pocos encadenamientos y un mercado muy restringido.

Una de cada cuatro empresas (26.1%) señaló que tiene otras empresas como principales clientes, en tanto que el 1.5% expresó que sus principales clientes son

individuos o empresas del extranjero. Una proporción similar indicó que coloca sus productos principalmente a entidades gubernamentales. No obstante, el 13.5% de las PYMES señaló que algún porcentaje de sus ventas se realiza a alguna instancia del Gobierno. Esto se corresponde con las iniciativas desarrolladas en el actual gobierno para promover las compras gubernamentales hacia las PYMES y convertir estas empresas en proveedoras del Estado.

Las PYMES de propiedad masculina y las empresas de propiedad conjunta tienen una cartera de clientes más diversificada, que las empresas cuyas dueñas son mujeres. Más de la mitad de las PYMES de estas últimas (53.8%) venden a clientes residentes en el barrio donde se ubica la empresa, mientras que este porcentaje es de 36.5% y 35.4% entre las empresas de propiedad conjunta o de propiedad masculina, respectivamente. En contraste, más empresas de hombres (27.8%) y donde la propiedad es compartida (31.6%) venden a otras empresas, superando con creces las ventas de los negocios femeninos (10%).

Cientela	Mujer	Hombre	Propiedad Conjunta	Total
Individuos del Barrio	53.8	35.4	36.5	38.2
Individuos de Otros Barrios	33.2	32.7	28.3	31.9
Empresas	10.0	27.8	31.6	26.1
Otros	2.9	4.1	3.7	3.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Los resultados de la Encuesta FondoMicro 2013 revelan también que el mayor nivel educativo del propietario lleva a las PYMES a extender sus encadenamientos y relaciones comerciales, pues a mayor educación, el mercado atendido por la empresa es más amplio, llegando a otras empresas, el gobierno e incluso al exterior. De

Cientela	Sin Educación Formal	Educación Básica	Educación Media/Técnica	Educación Superior	Total
Individuos del Barrio	69.1	33.5	34.8	39.9	38.3
Individuos de Otros Barrios	8.8	43.4	38.1	28.5	31.8
Empresas	22.1	22.2	24.9	27.4	26.4
Otros	-	0.9	2.2	4.2	3.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

esta manera se encontró que en las empresas cuyo propietario tiene un bajo nivel educativo, las ventas a clientes del barrio son mayores (69%) que entre propietarios con mayor nivel de educación, quienes exploran mercados lejos del área de ubicación del negocio, e inclusive en el exterior.

Por otro lado, se encontró que más empresas manufactureras (50.2%) tienen mayor vinculación con clientes empresariales que las que operan en el sector comercial (24.1%) o de servicios (13.5%). Estas últimas venden sus productos y ofrecen sus servicios en mayor proporción a consumidores finales.

Clientela	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Individuos del Barrio	20.3	37.4	43.3	36.7
Individuos de Otros Barrios	22.7	32.7	30.5	30.0
Empresas	50.2	24.1	13.5	24.5
Otros	6.8	5.8	12.7	8.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Desagregando las PYMES que venden algún porcentaje de sus productos o servicios al Gobierno, se identifica que más PYMES manufactureras (23.2%) que de comercio (13.7%) o de servicios (9.6%) venden a entidades gubernamentales. Un 14.9% de las empresas que transforman materias primas señaló que entre el 1% y el 10% de sus ventas son vía compras gubernamentales, mientras que un 8.3% reportó un porcentaje superior de sus ventas como suplidor del Gobierno. Estas proporciones son menores en las PYMES comerciales o de servicios.

Porcentaje Ventas al Gobierno	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
No Vende	76.8	86.3	90.4	86.1
Vende Entre 1 y 10%	14.9	10.9	5.4	9.5
Vende Más del 10%	8.3	2.9	4.2	4.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Al descomponer la actividad económica de la empresa por subsectores para analizar sus encadenamientos en el mercado se identifican las PYMES dedicadas a la elaboración de alimentos y bebidas, productos de metal, de textiles, de madera y, farmacéuticos, así como a la impresión como las empresas que más venden a otras empresas. En el sector comercial se destacan la distribución al por mayor de diversos productos como materiales de construcción, vehículos y alimentos. Por su parte, el

sector servicios ofrece a otras empresas servicios de salud, de transporte, publicidad, reparaciones automotrices, hoteles y restaurantes, principalmente.

En cuanto a los suplidores que utilizan las PYMES para abastecerse de materias primas y mercancías, dos de cada tres empresas (61.1%) afirmó que se suplen de vendedores mayoristas, en tanto que el 21.6% utilizan directamente a los productores para obtener los insumos que requieren para la elaboración de sus bienes y la oferta de sus servicios. El 14.3% de las PYMES reportó importar directamente sus insumos, mientras que un 3% de estas empresas afirmó utilizar otros suplidores.

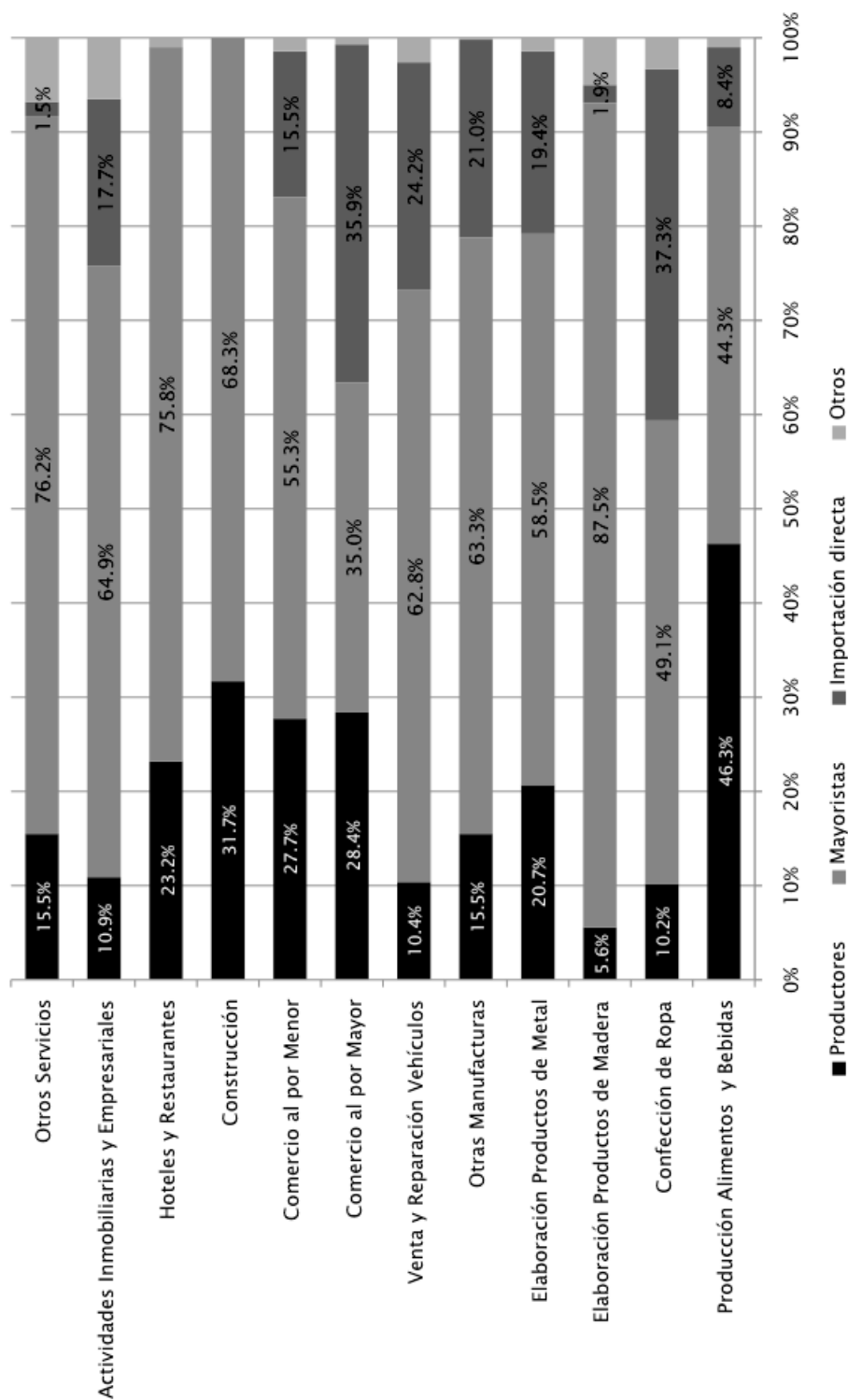
No existen diferencias significativas en el uso de suplidores de las PYMES según el género ni la edad del propietario. Si es destacable que los propietarios con más calificaciones académicas importan sus productos directamente en mayor proporción que los propietarios con menos escolaridad.

Suplidores	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Productores	26.3	24.0	16.7	21.6
Mayoristas	55.5	51.5	74.5	61.1
Importación Directa	17.0	23.0	3.3	14.3
Otros	1.2	1.5	5.5	3.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Al analizar los suplidores por la actividad de la empresa se encuentran diferencias más relevantes. Por un lado, tres de cada cuatro empresas de servicios (74.5%) tienen como sus principales proveedores a vendedores mayoristas, en tanto que esa proporción es alrededor de la mitad en el caso de las empresas de comercio (55.5%) o de servicios (51.5%). Por otro lado, el mercado externo tiene mayor participación como suplidor de las PYMES en el sector comercio (23%) y manufacturero (17%) que en el sector servicios, donde apenas el 3% de las empresas importa directamente sus insumos.

Al analizar por subsector de actividad económica los resultados de la Encuesta FondoMicro 2013 evidencian diferencias en las conexiones que tienen los empresarios para proveer de materias primas, mercancías e insumos sus negocios. Se observa que las PYMES dedicadas a la elaboración de alimentos y bebidas, a la construcción y al comercio tienen como principales suplidores a los productores, en tanto que las PYMES de elaboración de productos de madera, hoteles y restaurantes se suplen con vendedores mayoristas en mayor proporción. Por su parte, el sector textil, el comercio al por mayor y la reparación automotriz importan en mayor proporción lo que requieren para elaborar sus productos, vender sus mercancías u ofertar un servicio a su clientela.

Principales Suplidores de las PYMES por Subsector



4.1.8. Dificultades del Negocio

Todas las empresas, independientemente de su tamaño, se ven afectadas por situaciones del entorno o de la propia empresa, cuyo efecto podrá ser mayor o menor dependiendo de sus características y de la industria. Este tema es de vital importancia para encausar adecuadamente las políticas públicas orientadas a apoyar a las PYMES y fomentar el crecimiento del empleo. En el marco de la Encuesta FondoMicro 2013 se indagó en torno a las principales dificultades que afectan las operaciones de las PYMES. Los resultados reflejan que el 18.8% de las PYMES afirmó que su empresa no enfrenta ninguna dificultad para realizar sus operaciones, sin presentarse cambios significativos según sea la condición de formalidad o informalidad de la empresa.

Un dato a destacar es que un mayor porcentaje de empresas más jóvenes (21.7%) consideran que no enfrentan ningún tipo de dificultad en comparación con las empresas más antiguas (17%). De manera similar, más empresas del sector comercio afirmaron no enfrentar dificultades (20.9%), mientras que este porcentaje fue menor para las empresas que operan en el sector servicios (18.1%) o manufactureras (15.8%).

En promedio, las cinco principales dificultades señaladas por las PYMES están relacionadas con la situación económica (19.6%), aspectos financieros (12.6%), factores de índole administrativa (10.5%), el problema de la energía eléctrica (9.6%) y aspectos legales y laborales (9.3%). No obstante, la importancia que tienen estos factores en el desempeño de la empresa varía según las características de las PYMES, particularmente su condición de formalidad, los años que tienen operando y la actividad a la que se dedican, así como también las características del propietario, específicamente el género y el nivel educativo del propietario.

Es importante señalar que la Encuesta FondoMicro 2013 fue realizada durante los meses de marzo a julio de 2013, en momentos en que se observaba una fuerte desaceleración de las actividades económicas, producto de la reforma tributaria de principios de ese año y de un conjunto de medidas aplicadas por el gobierno para restringir el gasto, tanto público como privado. Como resultado, durante el primer trimestre de 2013, la economía dominicana apenas creció en un 0.3%, muy por debajo del 3.8% del crecimiento experimentado durante el primer trimestre de 2012.

En ese escenario, la situación económica cobra una relevancia particular, sobre todo para las empresas que se dedican a actividades comerciales, pues el 26.4% señaló ese motivo como el mayor obstáculo del negocio. También este factor tuvo relevancia para las PYMES manufactureras y de servicios, pero en menor proporción (20.2% y 12.6%, respectivamente).

El sector manufacturero señaló como principales dificultades el acceso a recursos financieros, el suministro y costo de energía eléctrica, y las situaciones de carácter legal y laboral. Para estas empresas tiene mayor relevancia el tema financiero, pues su

Tabla 77
Principales Dificultades de la Empresa según Sector de Actividad Económica
(Distribución Porcentual)

Dificultad	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Ninguna	15.8	20.9	18.1	18.9
Situación Económica	20.2	26.4	12.0	19.6
Financiera	19.2	11.5	10.6	12.6
Administrativa	5.7	5.3	18.4	10.5
Energía Eléctrica	11.9	8.9	9.3	9.6
Legales y Laborales	10.0	10.4	7.6	9.3
Mercado	6.7	7.7	6.8	7.1
Infraestructura	3.2	3.2	11.3	6.4
Otras	7.8	5.7	5.9	6.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

ciclo de producción y venta es más largo, y, por tanto, demandan recursos para mantenerse operando mientras transforman la materia prima en productos terminados y los colocan en el mercado. Para las empresas de comercio tienen importancia esos mismos factores aunque en proporciones diferentes. Por su parte, las PYMES de servicios consideran que los problemas con la infraestructura del negocio (11.3%) son obstáculos para su crecimiento y expansión, tales como insuficiencia de parqueos y locales inadecuados, para una óptima atención al cliente, entre otros.

Tabla 78
Principales Dificultades de la Empresa según
Condición de Formalidad de la Empresa
(Distribución Porcentual)

Dificultad	Empresas Registradas	Empresas No Registradas	Total
Ninguna	18.8	18.4	18.8
Situación Económica	19.8	11.5	19.6
Financiera	12.5	17.5	12.6
Administrativa	10.4	9.4	10.5
Energía Eléctrica	9.7	6.7	9.6
Legales y Laborales	9.4	5.0	9.3
Mercado	7.3	2.3	7.1
Infraestructura	5.8	26.5	6.4
Otras	6.3	2.7	6.1
Total	100.0	100.0	100.0

Con respecto a la formalidad de la empresa (tabla 78), se evidencia que aunque el porcentaje de empresas que opinó no tener ninguna dificultad para operar es muy

similar, la importancia que tienen los diversos factores que originan obstáculos para hacer negocios entre las empresas no registradas es diferente a las de las empresas formales. Para las empresas no registradas, el tema de la infraestructura es el factor más relevante como dificultad del negocio, pues el 26.5% señaló que el espacio físico donde operan, la disponibilidad de parqueos para el negocio o problemas con maquinarias y equipos adecuados para el funcionamiento de la empresa son los principales obstáculos que enfrentaban al momento de la encuesta.

Es importante señalar que muchos de estos negocios no registrados operan en locales inadecuados, en condiciones poco confortables para la cantidad de trabajadores y sin visibilidad exterior. En cambio, las empresas formales consideran que la situación económica era la mayor traba para la empresa, por las limitaciones existentes con la capacidad adquisitiva de las personas.

En otro orden de ideas, la incidencia o importancia de las dificultades de las empresas también se relaciona con la antigüedad del negocio. Aquellas que iniciaron sus operaciones en los últimos tres años consideran que el acceso a recursos financieros es su mayor debilidad, posiblemente porque requieran financiamiento para expandir el negocio en una etapa que es crítica. En ese tránsito de la primera etapa (inicio a 3 años) a la segunda etapa (3 a 10 años) se ha demostrado que muchas empresas fracasan incluso porque crecen tanto que tienen que realizar ajustes que implican inyección de recursos frescos a la empresa, cambios en la estructura organizacional y ampliación de la infraestructura, entre otros aspectos, que si no se realizan conllevan el cierre del negocio. Por el contrario, las empresas con diez años o más tiempo de operación consideraron que la situación económica del país es lo que más afecta el buen desenvolvimiento de sus empresas.

Tabla 79
Principales Dificultades de la Empresa según
Antigüedad de la Empresa
(Distribución Porcentual)

Dificultad	Menos de 3 Años	Entre 3 y 10 Años	Más de 10 Años	Total
Ninguna	21.7	20.5	17.1	18.4
Situación Económica	6.8	15.7	22.6	19.6
Financiera	22.6	12.4	11.8	12.7
Administrativa	7.6	9.5	11.4	10.7
Energía Eléctrica	7.6	10.3	9.4	9.5
Legales y Laborales	8.2	11.4	8.7	9.4
Mercado	12.5	6.0	7.3	7.2
Infraestructura	9.2	6.2	6.3	6.4
Otras	3.8	8.1	5.5	6.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Para las pequeñas y medianas empresas analizadas por la Encuesta FondoMicro 2013, el tema eléctrico es importante, pero no el principal, como lo evidencia el hecho de que tan solo un 9.6% de las empresas consideraron las dificultades en el suministro energético y los costos directos e indirectos que implica un servicio deficiente como su dificultad principal. Este resultado contrasta con encuestas anteriores de FondoMicro y otros estudios de entorno empresarial³⁰, donde la energía eléctrica era el principal problema para el crecimiento de la empresa.

Lo anterior puede estar condicionado por dos elementos: por un lado, en el momento de la encuesta tenía mayor relevancia la contracción de circulante que se estaba experimentando en la economía, y por otro lado, que el tema energético ha experimentado cierta mejoría en los últimos años, con una mejor provisión del servicio, aunque aún con muy elevados costos en comparación con otros países.

También se encuentran diferencias interesantes al analizar las dificultades de las empresas según el género del propietario del negocio. Las mujeres (16.7%) reportan menos dificultades en el negocio que los hombres (19.9%) o que los negocios de propiedad compartida (17.6%). Pero aquellas que dicen tener problemas con la empresa consideran la gestión administrativa (19.8%) como su mayor obstáculo para crecer, mientras que ese tema tiene menor relevancia para las PYMES propiedad de hombres (7.3%) o conjunta (13.7%). Para estos dos últimos grupos la situación económica fue su mayor inconveniente (20.8% y 19.9%, respectivamente). Estas diferencias son importantes al momento de diseñar programas de capacitación para las PYMES.

Tabla 80
Principal Dificultad de la Empresa según Género del Propietario
(Distribución Porcentual)

Dificultad	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Ninguna	16.7	19.9	17.6	18.9
Situación Económica	14.9	20.8	19.9	19.8
Financiera	11.1	12.5	14.3	12.7
Administrativa	19.8	7.3	13.7	10.4
Energía Eléctrica	8.5	10.4	8.1	9.6
Legales y Laborales	5.3	11.0	6.1	9.1
Mercado	5.4	7.1	8.3	7.1
Infraestructura	10.2	5.2	6.5	6.2
Otras	8.2	6.0	5.5	6.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

³⁰ La encuesta de Coyuntura Industrial para el segundo trimestre de 2013 realizada por la Asociación de Industrias de la República Dominicana (AIRD) y la encuesta trimestral de la actividad empresarial manufacturera que realiza el Banco Central establecen que más de la mitad de las empresas consideran la deficiencia de suministro de energía eléctrica y el incremento de la factura eléctrica como los obstáculos principales para aumentar la capacidad de producción. Ver: <http://www.portalindustrial.net/index.php/novedades/encuesta-de-coyuntura> y http://www.bancentral.gov.do/publicaciones_economicas/encemp/encemp2013-06.pdf.

El nivel de educación del propietario tiene un impacto sobre la valoración de las dificultades que enfrenta su pequeña o mediana empresa. Entre los propietarios sin ningún nivel educativo, las principales dificultades de la empresa tienen mayor vinculación con elementos internos de la empresa que con el entorno. Un 21.4% consideró que su principal dificultad tiene que ver con los aspectos administrativos de la empresa, en tanto que un 15.7% mencionó como dificultad principal los aspectos financieros, y un porcentaje similar consideró como su principal problema la situación eléctrica; otro 15.7% atribuyó a otros factores el ser la dificultad principal del negocio.

Los propietarios con más nivel académico tienen otra valoración de las dificultades de las empresas. Por un lado, los que tienen estudios superiores consideran que la situación económica fue el principal obstáculo (17%), mientras que los problemas financieros (13.9%) ocupan el segundo lugar a seguidas de la gestión administrativa (12%). Por otro lado, los que han tenido formación técnica o educación media asumen que la situación económica tiene mayor relevancia que cualquier otro obstáculo.

Dificultad	Sin Educación Formal	Educación Básica	Educación Media	Educación Superior	Total
Ninguna	15.7	17.6	19.5	17.9	18.3
Situación Económica	-	26.7	25.6	17.0	19.7
Financiera	15.7	12.8	10.5	13.9	13.0
Administrativa	21.4	7.4	6.9	12.0	10.5
Energía Eléctrica	15.7	7.5	11.1	9.2	9.5
Legales y Laborales	10.0	11.2	10.2	8.7	9.2
Mercado	-	6.5	7.5	7.2	7.2
Infraestructura	5.7	7.0	4.2	6.9	6.3
Otras	15.7	3.4	4.5	7.2	6.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

4.1.9. Propiedad del Local

A diferencia de las microempresas, que muchas operan en el mismo hogar del propietario, las PYMES requieren espacios físicos dedicados exclusivamente a la actividad del negocio. No obstante, el uso del local puede estar avalado en el derecho de propiedad, en un contrato de alquiler o en la cesión en calidad de préstamo de un familiar o amigo.

Así, dos de cada tres PYMES (66.6%) operan en locales propios, en tanto que el 32.2% funciona en un local alquilado, y el 1.1% en uno prestado. Al relacionar la propiedad del local con la antigüedad de la empresa se evidencia que el 77% de las

empresas de mayor antigüedad (con más de 10 años operando), tienen su propio local, mientras que el 64% de las empresas más jóvenes (con menos de tres años de antigüedad) operan en locales alquilados. Este resultado parece sugerir que las PYMES inician en locales alquilados y que a medida que amplían sus operaciones y tienen una mayor penetración en el mercado deciden adquirir sus locales propios.

Propiedad de Local	Menos de 3 Años	De 3 a 10 Años	Más de 10 Años	Total
Propio	31.1	49.3	77.9	66.7
Alquilado	64.3	48.2	20.8	31.4
Otros	2.5	2.5	1.4	1.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Si se analiza la tenencia del local según la actividad del negocio, se encuentra que más PYMES de servicios (10%) operan en locales prestados, que sus pares de manufactura (4.6%) o de comercio (5%). La proporción de empresas que usan locales propios es similar independientemente de la actividad de la empresa. La condición de género del propietario no presenta diferencias relevantes en la propiedad del local donde funcionan las PYMES. En cuanto a la edad del propietario, como es de esperar, se registra una mayor cantidad de empresas con locales propios cuando el propietario tiene más edad, lo que sugiere una mayor dotación de recursos de la empresa, ya sea porque el propietario los ha acumulado a lo largo de su vida, o porque los ha ido adquiriendo en la medida en que la empresa aumenta su tiempo de vida.

4.1.10. Aspectos Económicos: inversión, ventas y ganancias

La estructura económica de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) tiene importancia para conocer la cantidad de recursos económicos que se ha invertido en estas empresas, así como el volumen de ventas mensuales que realizan y su capacidad de generación de ganancias.

4.1.10.1. Nivel de capitalización de las PYMES

La encuesta FondoMicro 2013 realiza una estimación del nivel de inversión de las PYMES a partir de lo que sus propietarios reportan que sería la cantidad de dinero necesaria para comprar maquinarias, equipos e inventarios para instalar una empresa similar a la que tienen en la actualidad³¹.

³¹ Esta estimación es un referente de magnitud más que cantidades exactas, pues parte de lo que declararon sus propietarios, que pudieran ser cifras subestimadas o sobreestimadas. No se consideró la inversión en local por la variabilidad de inversión si el local es propio, alquilado o si es una mejora.

A partir de estas informaciones se clasificó la inversión total del negocio (equipos, maquinarias e inventarios) en tres niveles: inversión baja, para aquellas empresas que tienen invertido menos de 3 millones de pesos y representan casi la mitad de las PYMES (43.9%); inversión media, para las que tienen entre 3 y 10 millones de pesos de patrimonio, que corresponden a un 23.8% del total de las PYMES; y las de inversión alta, ya que superan los 10 millones de inversión, representando un tercio de las empresas (32.3%).

El capital invertido en la empresa presenta variaciones según la actividad del negocio, pues las empresas de servicios requieren menos inversión que las de comercio o manufactura. Más de la mitad de las empresas que ofrecen servicios (55.8%) tienen una inversión inferior a los 3 millones de pesos, mientras que solo el 38.5% de las manufactureras y el 35.2% de las comerciales operan con similares volúmenes de inversión. El stock de inventario, por un lado, y el costo de las maquinarias y equipos, por el otro, implican mayores montos de capital para tener negocios de mayor tamaño como son las pequeñas y medianas empresas.

Tabla 83
Distribución de las PYMES según Su Nivel de Capitalización

Nivel	Criterio		Porcentaje de Empresas
	RD\$	US\$*	
Bajo	Hasta \$3,000,000	Hasta \$24,330	43.9
Medio	De \$3,000,001 a \$10,000,000	De \$24,330 a \$121,655	23.8
Alto	Más de \$10,000,000	Más de \$121,655	32.3
Total			100.0

*Tasa de cambio promedio de RD\$41.40 por dólar.

Las diferencias son aún más profundas cuando se comparan las empresas propiedad de mujeres o de hombres. Dos de cada tres PYMES (66.4%) que pertenece a una o varias mujeres tiene una inversión inferior a los 3 millones de pesos, en tanto que cuatro de cada diez PYMES de propiedad de hombres (40%) reportaron inversiones similares. En el otro extremo, solo el 15.1% de las empresas de propiedad femenina tiene invertido más de 10 millones de pesos, proporción que se duplica y más en las empresas de propiedad masculina (34.3%) y también en las de propiedad conjunta (38.7%).

Desagregando los niveles de capitalización según el nivel educativo del propietario de la empresa se registra que ocho de cada diez (78.3%) dueños de PYMES sin educación formal tienen inversiones inferiores a 3 millones y apenas un 15.9% de éstos ha alcanzado los estudios superiores. Los niveles de inversión de las PYMES se distribuyen más homogéneamente entre los propietarios con educación media o técnica y con estudios superiores.

Tabla 84 Niveles de Inversión por Actividad de la Empresa, Género y Educación del Propietario (Distribución Porcentual)			
	Menos de RD\$3MM	Entre RD\$3MM y RD\$10MM	Más de RD\$10MM
Total de Empresas	43.8	23.9	32.3
<i>Actividad</i>			
Manufactura	38.5	25.8	35.7
Comercio	35.2	25.0	39.8
Servicios	55.8	21.7	22.5
<i>Género del Propietario</i>			
Mujer	66.4	18.5	15.1
Hombre	40.0	25.7	34.3
Conjunta	39.6	21.7	38.7
<i>Educación del Propietario</i>			
Sin Educación Formal	78.3	5.8	15.9
Educación Básica	27.1	31.4	41.5
Educación Media/Técnica	41.0	24.3	34.7
Educación Superior	45.8	23.0	31.2
<i>Antigüedad de la Empresa</i>			
Menos de 3 Años	62.7	21.3	16.0
De 3 a 10 Años	48.2	29.2	22.6
Más de 10 Años	40.2	21.7	38.1

Más relevante que la educación del propietario, los resultados de la encuesta FondoMico 2013 revelan que la antigüedad de la empresa es un factor importante en el incremento de capital de las empresas. Más del 60% de las PYMES que tienen menos de 3 años en el mercado cuentan con un capital inferior a los 3 millones de pesos, porcentaje que se reduce en la medida en que se incrementan los años de operación de la empresa indicando un incremento en la dotación de maquinarias, equipos e inventarios en la medida en que las empresas se afianzan en el mercado. En el otro extremo, un 38.1% de las empresas con más de 10 años de antigüedad tienen una inversión superior a los 10 millones, en tanto que solo el 16% de las PYMES con menos de 3 años tienen ese mismo monto invertido.

4.1.10.2. Ventas mensuales de las PYMES

Al margen del nivel de capitalización de las empresas, el gran dilema de todo propietario es generar el flujo de caja necesario para cubrir los costos de la empresa mediante la venta de sus productos, de sus mercancías y de sus servicios. En ese sentido indagamos entre los propietarios cuál es el monto promedio de venta mensual que tiene el negocio en un mes normal, a pesar de que por la diversidad de actividades se presentan modalidades de ciclos de venta diferentes entre las empresas. Asimismo,

fue importante abstraer al empresario de la situación del momento de la encuesta, pues, como habíamos señalado, el trabajo de campo coincidió con una contracción de la economía por medidas fiscales restrictivas para reducir el déficit fiscal.

Al considerar las PYMES en su conjunto el monto promedio de ventas mensuales es de RD\$3.5 millones y el valor de la mediana es de RD\$2.4 millones. Estas cifras presentan diferencias importantes si se desagregan en función al género del propietario. El promedio de las ventas de las PYMES propiedad de mujeres (RD\$2.6 millones) es inferior al promedio de las ventas mensuales de las empresas propiedad de hombres (RD\$3.5 millones). Por su parte, las PYMES de propiedad compartida entre hombres y mujeres tienen ventas de RD\$4 millones al mes aproximadamente. Los valores de la mediana reportan también magnitudes distintas entre las empresas de propiedad femenina y las de otros propietarios, como se observa en la Tabla 85.

La actividad de la empresa es un factor importante al momento de considerar el volumen de venta de las PYMES, ya que las empresas que ofrecen servicios reportan montos menores que las de manufactura o las de comercio. Así, el promedio de las ventas de las PYMES de servicios es de RD\$2.3 millones al mes, en tanto que el valor de la mediana es de RD\$1.9 millones.

Tabla 85 Ventas Mensuales de las PYMES según Género del Propietario, Actividad, Antigüedad y Nivel de Capitalización de la Empresa (Montos en RD\$)		
	Media	Mediana
Todas las Empresas	3,517,301	2,419,825
<i>Género</i>		
Mujer	2,616,286	1,750,000
Hombre	3,587,705	2,419,825
Conjunta	4,052,306	2,419,825
<i>Actividad</i>		
Manufactura	3,645,903	2,000,000
Comercio	4,647,776	4,060,055
Servicios	2,290,291	1,903,375
<i>Antigüedad de la Empresa</i>		
Menos de 3 Años	2,286,900	1,500,000
De 3 a 10 Años	3,547,411	2,044,708
Más de 10 Años	3,662,484	2,419,825
<i>Nivel de Inversión</i>		
Bajo	2,510,722	1,800,000
Medio	2,601,160	2,000,000
Alto	5,617,761	3,500,000

Las ventas promedio de las PYMES de manufactura, por su parte, ascienden a RD\$3.6 millones al mes, con una mediana de RD\$2 millones de pesos. Los mayores volúmenes de venta fueron reportados por las PYMES comerciales, pues sus ventas promedio son de RD\$4.6 millones al mes y el monto de la mediana es de RD\$4 millones. Como era de suponer, los niveles de capitalización inciden en el volumen de ventas de la empresa. Una empresa con alta capitalización vende casi el doble de su homóloga con baja capitalización. Asimismo, las empresas con menor tiempo de operación reportaron ventas mensuales más bajas que las empresas con mayor antigüedad, que tienen un mejor posicionamiento en el mercado.

Las informaciones precedentes indican un orden de magnitud de las ventas mensuales de los negocios, pero esos valores en su relación con el número de trabajadores de la empresa pueden arrojar más luz sobre la situación de la empresa. Para esos fines, se construyó un indicador de ventas por trabajador, como resultado del cociente de las ventas mensuales de la empresa entre el número de trabajadores y, a su vez, dividido entre el salario mínimo vigente³².

Poco más de un cuarto de las PYMES (26.5%) reportó ventas mensuales por trabajador por debajo de cinco salarios mínimos, en tanto que una proporción ligeramente mayor (29.4%) indicó que sus ventas mensuales por trabajador son entre 5 y 10 salarios mínimos. Un grupo de empresas (28.5%) reportó que sus ventas al mes por trabajador están entre 10 y 20 salarios mínimos, mientras que un 15.6% señaló que estas superan los 20 salarios mínimos.

Como se puede observar, la diversidad en montos de ventas es considerable, por lo que es preciso diferenciar las PYMES según la actividad del negocio. Así, solo el 10% de las manufactureras y el 15.6% de las que ofrecen servicios alcanzan ventas mensuales por trabajador superiores a 20 salarios mínimos; mientras que tres de cada diez empresas comerciales (30%) está en similar condición.

Las características de la actividad de compra y venta de mercancías requieren menos personal y tienen más rapidez en la rotación de inventario, aunque más reducidos márgenes de ganancia. En cambio, las empresas manufactureras tienen ciclos de ventas más largos con uso de más mano de obra y las empresas de servicio regularmente tienen una atención más personalizada por lo que requieren más trabajadores.

En el otro extremo se observa que más de un tercio de las empresas que ofrecen servicios (37.4%) obtienen ventas por trabajador menores a cinco salarios mínimos, proporción que se reduce a un 17.1% en el caso de las empresas comerciales y a un 23.9% en las manufactureras.

³² El salario mínimo para trabajadores que prestan servicios en empresas cuyas instalaciones o existencias sean superiores a RD\$4 millones es de RD\$11,292, según la Resolución No.2/2013 sobre Salario Mínimo Nacional para los trabajadores del sector privado no sectorizado.

Tabla 86
Ventas por Trabajador Expresadas en Término de Salarios Mínimos
según Actividad de la Empresa
(Distribución Porcentual)

	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Menos de 5 Salarios Mínimos	23.9	17.1	37.4	26.5
Entre 5 y 10 Salarios Mínimos	39.2	22.8	31.8	29.4
Entre 10 y 20 Salarios Mínimos	26.1	30.1	28.0	28.5
Más de 20 Salarios Mínimos	10.9	30.0	15.6	15.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

En definitiva, se verifica una relación entre el monto invertido y el volumen de ventas de las empresas, a pesar de que otros factores inciden en la generación de una mayor facturación. Las condiciones favorables del mercado, la actividad de la empresa, la localización y las características propias del empresario, entre otros factores, tienen que ver con el desempeño del negocio y sus resultados económicos, aunque son las ganancias el aspecto determinante para establecer la rentabilidad del negocio.

4.1.10.3. Ganancias

Cualquier actividad productiva se realiza para obtener beneficios que permitan la obtención de ingresos para satisfacer las necesidades y mejorar el nivel de vida del propietario de la empresa. Para indagar al respecto le preguntamos a los empresarios que desglosara de cada 100 pesos, cuánto correspondía a ganancia, a costo de venta, a pago de trabajadores y a otros costos de la empresa³³.

Las informaciones reportadas por los entrevistados indican que la ganancia mensual promedio de las PYMES es un 23%, con un valor de la mediana de un 20%. Casi todas las empresas reportaron ganancias que oscilan en promedio entre 20% y 25%, independientemente de la actividad, el género y la inversión. No obstante, al aplicar estos porcentajes a los valores reportados en las ventas se estima en RD\$751,588 el monto promedio de beneficio mensual si consideramos todas las PYMES en su conjunto, mientras que el valor de la mediana asciende a RD\$450,000 mensuales. Si se desagrega la información en función a la actividad que realiza la empresa, se observa que las empresas comerciales (RD\$914,347) reportan montos promedio más altos de ganancia que las empresas manufacturas (RD\$737,575) o de servicio (RD\$570,048).

³³ Las informaciones se reportan utilizando el valor de la media y de la mediana. Las diferencias notorias entre ambos estadísticos se deben a la diversidad de empresas que engloba el acrónimo PYME, donde se incluyen empresas de diferentes niveles de capitalización, con un rango amplio de número de trabajadores, en distintas localizaciones y con características personales de sus propietarios muy diversas. Todos estos factores influyen en la rentabilidad del negocio, por lo que otros estudios posteriores analizarán más al detalle estos resultados.

Tabla 87 Ganancias de las Empresas según Actividad, Género del Propietario y Nivel de Inversión en la Empresa (Valores en RD\$)		
	Media	Mediana
Todas las empresas	751,588	450,000
<i>Actividad</i>		
Manufactura	737,575	386,170
Comercio	914,347	600,000
Servicios	570,048	366,250
<i>Género</i>		
Mujer	549,059	320,000
Hombre	773,491	472,500
Conjunta	831,695	400,000
<i>Nivel de Capitalización</i>		
Bajo	494,371	300,000
Medio	521,088	362,973
Alto	1,166,596	700,000

Los hombres propietarios reportan más beneficios que las mujeres dueñas de PYMES. Sus empresas generan en promedio RD\$773,491 de beneficios mensualmente, mientras que ese valor se reduce a RD\$549,059 en las PYMES propiedad de mujeres. Las empresas de propiedad conjunta de hombres y mujeres son las que registran mayores niveles de rentabilidad, con un beneficio promedio mensual de RD\$831,695.

Los hombres propietarios reportan más beneficios que las mujeres dueñas de PYMES. Sus empresas generan de beneficio RD\$773,491 en promedio mensualmente, mientras que ese valor se reduce a RD\$549,059 en las PYMES propiedad de mujeres. Las empresas de propiedad conjunta de hombres y mujeres son las que registran mayores niveles de rentabilidad con un beneficio mensual de RD\$831,695.

No obstante, es preciso considerar la gran heterogeneidad de PYMES con diversos niveles de capitalización, lo que se refleja también en la rentabilidad de los negocios, pues existe una estrecha relación entre ambas variables. El beneficio reportado por una empresa con alto nivel de inversión es más del doble de la ganancia que obtiene un propietario de PYMES de bajo nivel de capitalización, tanto en el valor de la media como de la mediana.

4.1.11. Servicios Financieros

En su proceso de desarrollo las PYMES requieren una inyección de recursos externos para poder financiar sus operaciones de crecimiento y expansión en el mercado.

Al igual que lo reportado en la sección de servicios financieros de las microempresas, este tema fue ampliamente investigado en la Encuesta FondoMicro 2013.

Una de las diferencias más evidentes entre PYMES y microempresas es la condición de sujeto de crédito que tienen sus propietarios y las mismas empresas ante la evaluación que realizan las entidades financieras. Ocho de cada diez propietarios de PYMES (81%) señaló que han solicitado crédito para el negocio y han obtenido una respuesta positiva, mientras que apenas un 4.6% indicó que se lo habían negado. Otro grupo (14.4%) respondió que nunca han solicitado préstamos porque prefieren trabajar con dinero propio.

De manera específica, más de la mitad de los propietarios de PYMES (55.3%) reportaron que al momento de la encuesta tenían recursos externos en calidad de préstamo y, de éstos, un 43.5% habían recibido el desembolso del dinero en los 12 meses anteriores a la encuesta. Un dato importante es que más del 40% de los propietarios de PYMES reportó que tenían varios préstamos a la vez con diversas fuentes de financiamiento, algunos incluso con más de cinco financiamientos lo que revela el peligro de un sobreendeudamiento e incrementa el riesgo de los que concedieron el crédito.

Cuatro de cada diez propietarios de PYMES (41.9%) reportaron que compraron materias primas y mercancías para su negocio con el financiamiento recibido, en tanto que un 19.1% adquirió equipos y maquinarias. Un cuarto (25.2%) dijo que realizó alguna inversión en la infraestructura del local, mientras que un 10.5% pagó deudas relacionadas con el negocio. Lo anterior refleja la importancia de acceder a recursos financieros a mediano y largo plazo para la inversión de capital, que incluya mejoras en la planta física y renovación tecnológica.

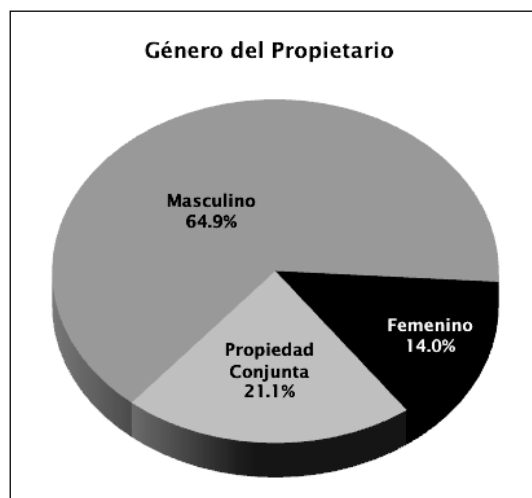
Para establecer la demanda futura de crédito se cuestionó a los empresarios sobre sus planes de acción a corto plazo. Esto permitió vincular los requerimientos de crédito a un plan concreto y facilitar la estimación de cuánto costaría la ejecución de dicho plan y cuánto tendría que tomar prestado el empresario para poder llevar a cabo dicho proyecto. En ese sentido, seis de cada diez propietarios de PYMES (63.7%) reportó que tienen proyectos a corto plazo y, de éstos, un 45.4% piensa pedir un préstamo para poderlo realizar. En base al monto deseado se estimó que la demanda de crédito asciende alrededor de 16 mil millones de pesos para las pequeñas y medianas empresas³⁴. Es necesario anotar la mayor propensión a pedir prestado de los empresarios que tienen un proyecto para su negocio, lo cual sugiere la importancia de la complementariedad entre apoyo para la definición de programas de mejoramiento de las empresas y el financiamiento de las empresas.

³⁴ La Encuesta FondoMicro 2013 permite focalizar esta demanda según la capacidad de pago del propietario, en función de los plazos y tasas del mercado, además de establecer por región las variaciones de las demandas de los propietarios de PYMES.

Otro aspecto importante a destacar son los niveles de bancarización que tienen los dueños de pequeñas y medianas empresas, donde más de la mitad indicaron que tienen algún producto financiero con una entidad del sistema financiero formal. Así, el 75.9% reportó que tienen cuenta de ahorro, mientras que un 68.2% dijo que tienen cuentas corrientes y una proporción ligeramente menor también tiene cuenta corriente empresarial (58.8%). La penetración de tarjetas de crédito en el mercado se evidencia cuando siete de cada diez propietarios (72.5%) señalaron que poseen este instrumento de pago para sus consumos.

4.2. Características de los Propietarios

En adición a los indicadores empresariales que previamente se han reportado, otros factores inciden en la diferencia entre el fracaso y el éxito de una PYMES. Uno de ellos son las características de los propietarios, pues establecen la trayectoria que deben seguir sus negocios tomando las decisiones oportunas para permanecer en el mercado y expandir sus operaciones. La importancia que tienen estas empresas en la economía dominicana, sobre todo en lo referente a su capacidad de generación de empleos, invita a profundizar en el conocimiento de sus propietarios.



4.2.1. Género del Propietario

De acuerdo a la Encuesta FondoMicro 2013, los hombres son propietarios de dos de cada tres PYMES (64.9%), mientras que las mujeres solo detentan la propiedad del 14% de estos negocios, y un 21.1% de personas de ambos sexos comparten la propiedad de las PYMES.

Estos resultados revelan un incremento significativo de la mujer como propietaria de una pequeña o mediana empresa, pues en estudios previos³⁵ del año 2000 las mujeres eran dueñas de apenas el 4.2% de estos negocios. Asimismo, se pone de manifiesto una de las diferencias más notorias entre una microempresa y una PYME, pues en el caso de la microempresa la mujer es propietaria de más de la mitad de los negocios (51.3%).

Varios factores explican las diferencias de participación de la mujer en empresas de diversas magnitudes. Por un lado, la microempresa aporta la flexibilidad necesaria para que la mujer se inserte en labores productivas que le permiten generar ingresos a

³⁵ Ortiz, Marina: Pequeñas y Medianas Empresas en la República Dominicana. FondoMicro, Santo Domingo, 2001.

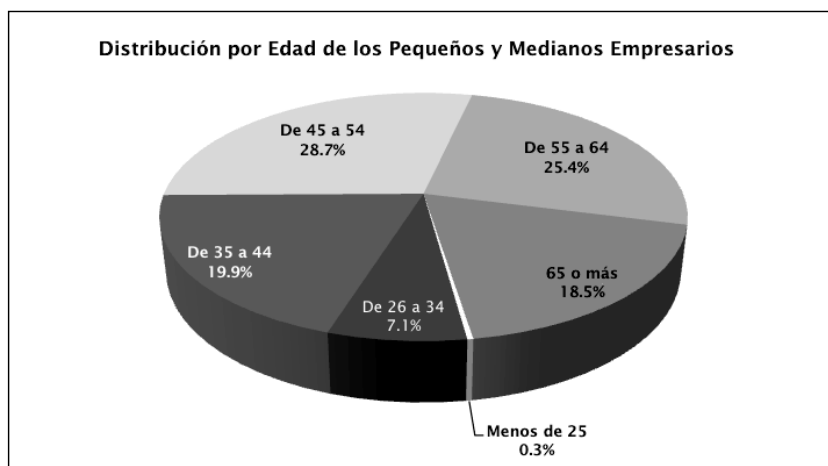
la vez que comparte su tiempo con sus compromisos familiares y domésticos, pues la mayoría de estos negocios operan en el mismo hogar de la propietaria. Por otro lado, en la medida en que la microempresa va creciendo se incorporan otros miembros de la familia al negocio y cuando se convierte en una PYME ya es una empresa de propiedad conjunta. En la mayoría de los casos la mujer inicia microempresas unipersonales, que luego incorporan trabajadores familiares no pagados, más tarde contratan empleados remunerados y así sucesivamente se establece un proceso de crecimiento y expansión. En esa etapa se incorporan al negocio la pareja, un hijo u otro socio, regularmente a la parte administrativa, y entonces la propiedad de la empresa pasa a ser compartida.

Otra razón que incide en la reducida participación de la mujer como propietaria de PYMES en comparación con la microempresa es que muchas mujeres quieren tener negocios de un tamaño que ellas puedan manejar sin que afecten otras áreas de su vida personal y familiar. Así, mujeres entrevistadas han expresado que cuando el negocio se expande a un tamaño superior al que a ellas les interesa, prefieren que otras personas compartan la propiedad del negocio para tener tiempo libre para atender actividades personales y familiares que son prioritarias para ellas.

En adición, tener una pequeña o mediana empresa implica niveles de inversión que requieren acceder a montos de financiamiento que no siempre le son facilitados de manera individual a la mujer y se tiene que poner en garantía los bienes de la pareja, que a veces no está de acuerdo. Esto limita la capacidad de expansión de los negocios femeninos, además de que se ha constatado que existe una mayor aversión al riesgo que conlleva tomar un financiamiento por parte de la mujer que del hombre.

4.2.2. Edad y Estado Civil

Los propietarios de PYMES declararon una edad promedio de 52 años, lo que representa 8 años más que la edad promedio de los dueños de microempresas, la cual es de 44 años.



La distribución etaria de ambos grupos presenta diferencias significativas. Por un lado, solo un 7.4% de los dueños de PYMES tienen 34 años o menos, mientras que representan el 26.4% de los propietarios de microempresas. Por otro lado, una mayor proporción de propietarios de PYMES (43.9%) que de microempresas (22.1%) tienen 55 años y más. En los rangos de edades intermedias a estos dos grupos (de 35 a 54 años) las proporciones de propietarios de ambos tipos de empresas son más o menos similares (51.5% en la microempresa vs. 48.6% en las PYMES).

Estado Civil	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Soltero	11.2	5.1	3.9	5.7
Casado	52.5	82.1	85.6	78.7
Unido	8.5	6.9	3.2	6.4
Divorciado o Separado	18.3	5.6	4.7	7.2
Viudo	9.4	0.2	2.5	2.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

En cuanto al estado civil, la mayoría de los propietarios de PYMES (85%) afirmó convivir bajo matrimonio y apenas un 5.8% está soltero sin haber tenido pareja anteriormente. Un 7.2% declaró que es divorciado o está separado de su pareja, y un 2% afirmó ser viudo. Al desagregar el estado civil según el género del propietario, se observa una mayor proporción de hombres conviviendo en relación de pareja (89%), ya sea casados o unidos, que de mujeres (59%) en similar situación. Por el contrario, más mujeres propietarias de PYMES (18.3%) declararon estar divorciadas o separadas, que el porcentaje de hombres (5.6%) que no convive con otra pareja.

4.2.3. Nivel Educativo

Con respecto al nivel educativo, más de dos tercios de los propietarios de PYMES (68%) tienen estudios superiores, lo que sugiere que una mayor dotación de conocimientos y capacidades facilita la incursión en negocios de mayor tamaño y, que a la vez, permite desarrollar estrategias para el crecimiento y la permanencia en el mercado de los mismos. Así, que casi todos los propietarios de PYMES con educación universitaria tienen registrada su empresa, llevan registros contables y utilizan equipos computacionales para el control de las operaciones del negocio. Por su parte, uno de cada cuatro empresarios (24.3%) alcanzó estudios técnicos o finalizó la educación media, en tanto que apenas el 7.3% hizo estudios básicos y una proporción ínfima de los dueños de PYMES no tiene escolaridad.

Al desagregar los datos por el género del propietario, se identificó que más mujeres dueñas de PYMES (78.6%) tienen estudios superiores que la proporción de hombres

(64%) que tiene similar capacitación. En cambio, más dueños de PYMES (26%) tienen estudios técnicos que las dueñas de negocios con más de 10 trabajadores (18%).

Nivel de Educación	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Sin Educación Formal	0.5	0.4	0.3	0.4
Educación Básica	2.8	9.5	3.4	7.3
Educación Media/Técnica	18.0	26.0	23.5	24.3
Educación Superior	78.6	64.0	72.9	68.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Al comparar los resultados del nivel educativo de los propietarios de microempresas versus los propietarios de PYMES se evidencian diferencias significativas. Por una parte, solo uno de cada cinco dueños de negocios con menos de 10 trabajadores (22.3%) alcanzó un nivel educativo superior, mientras que esa proporción es de un 68% en dueños de PYMES. Por otra parte, más de un tercio de los microempresarios (36.4%) solo tiene educación básica, porcentaje que se reduce a 7.3% en los propietarios de PYMES. Esto sugiere que tener negocios de mayor tamaño requiere unas capacidades de negocios para las que los que tienen educación superior están mejor preparados.

4.2.4. Nacionalidad

Nueve de cada diez propietarios de PYMES (90.9%) nacieron en territorio dominicano, en tanto que un 9.1% son nacionales de otros países. Los extranjeros que han invertido en República Dominicana y son propietarios de PYMES nacieron en España (3.2%), Estados Unidos (1.5%) y en otros países (3.2%), como Cuba, Italia, Venezuela, Francia, Colombia, Brasil, Suiza, Canadá, Alemania, el Líbano y Rusia, entre otros.

Al indagar sobre cuáles actividades tienen esos nacionales extranjeros se evidenció una participación mayor en negocios vinculados al comercio o al servicio. Por ejemplo, los españoles están más vinculados a la hostelería, elaboración de embutidos e importación y distribución de mercancías, en tanto que los nacionales chinos tienen más negocios de comercio al por mayor y al por menor, restaurantes y embellecimiento femenino (centros de uñas).

Por otra parte, la participación femenina de extranjeras como propietarias de PYMES es muy baja (2%) en comparación con un 10.4% de hombres propietarios que nacieron en suelos internacionales. Uno de los aspectos a destacar es la participación de nacionales haitianos como dueños de pequeñas y medianas empresas, aunque en una proporción menor (0.3%) que como dueños de microempresas.

Tabla 90
Lugar de Nacimiento del Propietario según Género del Propietario
(Distribución Porcentual)

Lugar Nacimiento del Propietario	Mujer	Hombre	Propiedad Conjunta	Total
República Dominicana	98.0	89.6	90.2	90.9
Haití	-	0.3	0.5	0.3
España	-	4.1	2.5	3.2
Estados Unidos	0.3	1.8	1.3	1.5
China	1.1	0.2	0.9	0.5
Centroamérica	-	0.6	-	0.4
Otro	0.5	3.3	4.6	3.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

4.2.5. Asociatividad

Uno de los retos más grande de las PYMES es ser cada día más competitivas y la asociatividad es un mecanismo de cooperación que presenta alternativas para realizar actividades conjuntas, fortalecer las capacidades y afrontar un entorno cada vez más globalizado. En ese sentido, se indagó entre los empresarios la participación en algún tipo de asociación empresarial o gremial, registrándose una pertenencia de un 50.6% de empresarios a este tipo de asociaciones y un 49.4% que no están asociados.

Tabla 91
Participación del Propietario en Asociación Gremial según Actividad de la Empresa
(Distribución Porcentual)

	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Pertenece a Asociación Gremial	52.6	54.8	45.0	50.6
No Pertenece a Asociación Gremial	47.4	45.2	55.0	49.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

La vinculación de los empresarios comerciantes a asociaciones es mayor (54.8%) que la que tienen sus pares dedicados a la manufactura (52.6%) o a servicios (45%). Asimismo, se registra que mayor cantidad de hombres (51.2%) pertenecen a alguna asociación que la proporción de mujeres (41.2%) que están en similar condición. Poco más de la mitad de las empresas de propiedad conjunta (55.2%) señalaron que están asociados.

4.2.6. Programas de Apoyo Gubernamental

En adición a la relación de asociatividad de los empresarios también se indagó sobre el nivel de conocimiento de los programas de apoyo gubernamental a favor del sector entre los empresarios. Menos de la mitad de las empresas (41.6%) reportaron

conocer los programas de apoyo gubernamental, mientras que el restante 58.4% alegó desconocerlos. De los diferentes tipos de asistencia recibida por el gobierno, las PYMES destacaron aquellos dirigidos para capacitación del personal, obtención de crédito y capacitación gerencial; aunque los porcentajes de quienes afirmaron recibir este tipo de apoyo fueron menores al 21%.

	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Tiene Conocimiento	51.0	42.6	35.7	41.5
No Tiene Conocimiento	49.0	57.4	64.3	58.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Al desagregar esta información según la actividad de las empresas, se observa que los propietarios de PYMES manufactureras (51%) están más conscientes de la existencia de programas orientados al sector que los dueños de empresas comerciales (42.6%) o de servicios (35.7%). De igual manera, los hombres propietarios (42.4%) están mejor informados sobre estos programas que las mujeres empresarias (31.3%), aunque esta asimetría de información no ha limitado la participación de la mujer como beneficiaria de los programas de atención gubernamental.

De los diferentes tipos de asistencia que ofrece el gobierno, los empresarios señalaron que han recibido capacitación para sus trabajadores (21.1%) y facilidades de crédito (18.6%) principalmente. En menor proporción, los propietarios de PYMES indicaron que han sido beneficiarios de capacitación gerencial (8.9%), de asistencia técnica para la empresa (5.8%) y que han podido adquirir equipos y maquinarias (3.8%) o materias primas e insumos (3.4%) a través de algún programa gubernamental. Pocos empresarios PYMES dijeron que están vinculados a un cluster o que han podido acceder a información de mercados externos para exportar (1% en cada caso).

Capacitación de los Trabajadores	21.1%
Obtención de Crédito	18.6%
Capacitación Gerencial	8.9%
Asistencia Técnica para la Empresa	5.8%
Adquisición Equipos y Maquinarias	3.8%
Adquisición Materia Prima o Insumos	3.4%
Integración de la Empresa a Cluster	1.0%
Información sobre Mercados Externos	1.0%

Al desagregar el apoyo recibido según la actividad de la empresa se observa que un mayor porcentaje de empresas manufactureras (32%) recibieron capacitación para sus trabajadores que las empresas de comercio (19.5%) o de servicio (15.3%) que se han beneficiado de esta iniciativa gubernamental. Asimismo, las PYMES dedicadas a la transformación de materias primas han recibido más asistencia técnica y capacitación gerencial que sus homólogas de otros sectores. En contraposición, las empresas manufactureras (14.9%) han sido menos beneficiarias de crédito que las de comercio (19%) o de servicio (20.8%).

Programa	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Capacitación de los Trabajadores	32.0	19.5	15.3	21.1
Obtención de Crédito	14.9	19.0	20.8	18.6
Capacitación Gerencial	14.2	6.4	8.6	8.9
Asistencia Técnica	12.9	2.2	5.5	5.8
Adquisición Equipos y Maquinarias	6.3	2.0	4.5	3.8
Adquisición Materia Prima o Insumos	7.4	0.8	4.1	3.4
Integración de la Empresa a Cluster	1.8	0.8	0.6	1.0
Información Mercados Externos	1.4	1.0	0.8	1.0

Un aspecto interesante a destacar es que aunque menos mujeres dueñas de PYMES dijeron conocer los programas de gobierno orientados al sector, aquellas que están debidamente informadas han aprovechado las ventajas que estos representan, pues más propietarias que hombres propietarios dijeron haber accedido a facilidades crediticias, capacitación para sus trabajadores y capacitación gerencial y administrativa.

Programa	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Capacitación de los Trabajadores	23.2	17.0	30.9	21.1
Obtención de Crédito	37.5	15.7	18.7	18.6
Capacitación Gerencial	9.8	8.5	9.8	8.9
Asistencia Técnica	3.3	3.6	12.3	5.8
Adquisición Equipos y Maquinarias	1.8	3.9	4.3	3.8
Adquisición Materia Prima o Insumos	-	4.0	3.4	3.4
Integración de la Empresa a Cluster	0.3	0.8	1.8	1.0
Información sobre Mercados Externos	0.4	0.9	1.8	1.0

Llama la atención el poco conocimiento y, a la vez, la reducida participación de las PYMES en los programas de apoyo gubernamental vinculados a fomentar la asociatividad a través de cluster, así como al suministro de información para identificar mercados en el extranjero donde puedan exportar sus productos. Lo anterior evidencia la necesidad de proveer mayor información a las empresas sobre los planes gubernamentales diseñados a su favor. Al combinar estas informaciones con las relacionadas a la poca vocación exportadora de nuestras PYMES, debido, entre otras causas al desconocimiento del mercado, muestra que se hace necesario identificar el tipo de apoyo que necesitan las pequeñas y medianas empresas en el marco de una estrategia que tenga por finalidad orientar el desarrollo inclusivo y competitivo, que genere empleo y que apunte a la conquista de nuevos mercados, para potencializar el impacto de las PYMES en la economía dominicana.

5. CONCLUSIONES

En síntesis, las PYMES constituyen un sector clave en el tejido empresarial dominicano por su aporte a la generación de empleo y su productividad. La dinámica y la estructura de las PYMES presentan notorias diferencias en comparación con las microempresas, evidenciadas en mayores niveles de formalidad, encadenamientos en el mercado e incluso exportaciones, en los niveles de inversión y de ventas. Las características de los propietarios de PYMES también revelan contrastes, pues la participación masculina y de personas con mayores niveles educativos son elementos diferenciadores de estas unidades empresariales.

La Encuesta FondoMicro 2013 revela que en la República Dominicana operan 791,236 micro, pequeñas y medianas empresas. De manera específica, se estimó que por cada 1,000 habitantes en el país hay 75 microempresas, lo que representa un incremento de un 85% con respecto a 1993 en la densidad de este tipo de negocios.

La importancia de las MIPYMES en la economía dominicana se revela también cuando el 54.4% del empleo es generado por estas empresas, las cuales aportan el 38.6% al Producto Interno Bruto.

Los resultados de la Encuesta evidencian que existen importantes diferencias entre las micro, pequeñas y medianas empresas. Aunque la distribución por actividad económica es casi similar, se revelan importantes divergencias en la estructura del empleo, en los niveles de formalización, en los mercados que atienden, en la estructura económica de los negocios e incluso en las características de sus propietarios, entre otros aspectos.

Las MIPYMES constituyen la principal fuente de empleo del país en comparación con otros sectores de la economía dominicana, como agricultura, gobierno y zona franca. Se observó una creciente participación femenina y de trabajadores pagados en la fuerza laboral de la microempresa, lo que sugiere una mejora en la calidad del empleo en los últimos 20 años. No obstante, el tamaño promedio de las empresas es menor y se registró un aumento en las microempresas unipersonales.

Un hallazgo relevante de la encuesta FondoMicro 2013 es la validación de la hipótesis de graduación de las empresas, dado que dos de cada tres PYMES iniciaron como una microempresa. Esto evidencia que las empresas atraviesan un proceso gradual con diferentes etapas de desarrollo donde algunas se gradúan a una nueva categoría empresarial, mientras que otras mantienen su clasificación o reducen su tamaño a lo largo de su existencia.

La alta empresarialidad del dominicano está motivada principalmente por razones económicas, dado que la mayoría decidieron iniciar sus negocios para generar más ingresos, pues el mercado laboral formal genera insuficientes puestos de trabajo, con salarios bajos y con dificultad de acceso, especialmente para los jóvenes o personas de más de 45 años.

Un aspecto a destacar es que nueve de cada diez microempresas operan como empresas individuales no registradas, en tanto que casi todas las PYMES están debidamente constituidas según los requerimientos de las leyes dominicanas. Asimismo, se evidenciaron marcados contrastes en la gestión administrativa entre las microempresas y las PYMES, lo que revela los diferentes niveles de desarrollo de estas empresas y de sus capacidades productivas y de competitividad.

En relación al mercado, las microempresas operan con muy bajos niveles de encadenamiento atendiendo principalmente a clientes de su entorno inmediato. Las PYMES, por su parte, tienen una mayor diversidad de clientes e incluso algunas son proveedoras del gobierno. No obstante, solo unas pocas PYMES dedicadas a las actividades manufactureras exportan sus productos a otros países.

Todas las empresas señalaron que la situación económica –que se caracterizaba por una política económica restrictiva al momento de la encuesta– era el principal obstáculo para operar en óptimas condiciones. En adición, los empresarios reportaron que el acceso a recursos financieros y el problema energético constituyen fuertes debilidades para mantener en operación las empresas.

Existen también diferencias entre los propietarios de estas unidades productivas. La mujer es propietaria de más de la mitad de las microempresas, en tanto que una mayor proporción de hombres detentan la propiedad de las PYMES. La educación constituye un factor altamente relacionado con el crecimiento de las empresas, pues en la medida en que los propietarios tienen más años de escolaridad e incrementan sus capacidades, sus empresas tienen mayores posibilidades de permanencia en el mercado. Asimismo, se evidenció una mayor participación de propietarios con estudios superiores como dueños de microempresas al comparar los datos de esta encuesta con cifras del año 1993.

Muchos negocios, especialmente microempresas, están estrechamente vinculados a la dinámica del hogar, donde más de la mitad (51%) opera en el mismo

espacio donde reside el propietario, lo que se incrementa al 72% cuando la mujer es dueña de una microempresa. Por el contrario, las PYMES exigen espacios físicos dedicados exclusivamente al negocio. Lo que sí es común a ambos tipos de empresas es que los ingresos del negocio, en la mayoría de los casos, constituyen la principal fuente de dinero para el hogar de sus propietarios.

Otro aspecto ampliamente investigado en la Encuesta FondoMicro 2013 fue el tema de los servicios financieros de las MIPYMES. La información recopilada revela un acceso creciente a fuentes de financiamiento con mayores niveles de bancarización, utilizando los propietarios los recursos financieros principalmente para compra de materias primas y mercancías. Lo anterior está vinculado a la limitada oferta de productos financieros a mediano y largo plazo que permitan a los empresarios realizar las necesarias inversiones de capital que contribuirían a fortalecer y modernizar sus unidades productivas.

Asimismo, muchos empresarios reportaron sus necesidades de financiamiento para la ejecución de sus planes futuros. Esto permitió estimar la demanda de crédito deseada, que asciende a 20 mil millones en el caso de la microempresa y a 16 mil millones para las PYMES. No obstante, es preciso señalar que existe una brecha importante entre los montos deseados por los empresarios y la capacidad real de pago establecida en función al monto que pueden pagar, las tasas de interés y los plazos vigentes en el mercado.

Las empresas que ofrecen servicios de tecnologías de información y comunicación (TIC) tienen aún mucho espacio para introducir mejoras en la organización y gestión de las MIPYMES, dada la reducida penetración del internet y el amplio uso de la telefonía móvil entre los propietarios de estas empresas.

En definitiva, los resultados de la Encuesta FondoMicro 2013 revelaron las grandes diferencias existentes entre las microempresas y las PYMES, por lo que se requieren políticas, programas y productos diferenciados para atender estas empresas.

En el caso de la microempresa, se debe tomar en consideración que existen empresas de subsistencia con una estructura productiva de baja contribución económica, pero que generan un ingreso básico para el sostenimiento de las familias de sus propietarios. Este grupo requiere integrarse a políticas de educación, capacitación e inserción laboral quizás en mejores condiciones, y con un empleo decente y mayor seguridad social.

Otro grupo de microempresas con capacidad de crecimiento y posibilidades de graduación a una PYME deben ser apoyadas en iniciativas para mejorar la calidad de sus bienes y servicios, expandir sus mercados e incluso exportar sus productos aprovechando los acuerdos comerciales con otros países, los mercados étnicos y las conexiones a mercados cercanos que aún no se han explotado.

Las PYMES, por su parte, deben ser apoyadas para mejorar su productividad, competitividad y capacidad de generación de empleos, internacionalizando sus productos y creando espacios de cooperación empresarial y gremial que fortalezcan el accionar colectivo de estas empresas.

Si bien es cierto que las micro, pequeñas y medianas empresas son el dínamo de la economía dominicana, es importante tomar en cuenta que cualquier programa de promoción al emprendimiento debe estar orientado a apoyar iniciativas innovadoras y que generen empleo. Por tanto, focalizar adecuadamente las políticas y programas tomando en consideración las diferencias existentes entre las diversas categorías empresariales permitirá el uso adecuado de los recursos y contribuirá a un desarrollo sostenido de la economía del país.

ANEXOS

ANEXO METODOLÓGICO

ANEXO ESTADÍSTICO DE LAS MICROEMPRESAS

ANEXO ESTADÍSTICO DE LAS PYMES

ANEXO METODOLÓGICO

Desde el año 1992 FondoMicro ha investigado el sector de las micro, pequeñas y medianas empresas en la República Dominicana generando información sobre un conjunto de indicadores que han permitido entender la dinámica y evolución de este sector. Desde el año 2012 FondoMicro se embarcó en el diseño de una encuesta para monitorear los cambios registrados en estas empresas dos décadas después. En ese sentido, se decidió realizar una investigación de mayor alcance, dado que se incluyeron las medianas empresas, por primera vez, en la encuesta nacional y además se haría representativa a nivel provincial.

Objetivo

El objetivo de la Encuesta FondoMicro 2013 es ofrecer información estadísticamente confiable que sirva de línea base a un sistema de seguimiento del sector de las micro, pequeñas y medianas empresas. Esto permitirá medir los cambios en la estructura, características y necesidades de las microempresas, tanto a nivel nacional como provincial, y de las PYMES a nivel nacional y regional.

Definiciones

Para los fines de estudio se continúan utilizando los mismos criterios para definir las empresas que en estudios anteriores en función del número de trabajadores, según la siguiente clasificación:

—*Microempresas*: son unidades no agrícolas dedicadas a actividades productivas, comerciales o de servicio, con una ocupación laboral de 1 a 10 trabajadores permanentes.

—*Pequeñas empresas*: son unidades no agrícolas de producción, comercio o servicio que tienen de 11 a 50 trabajadores permanentes.

—*Medianas empresas*: son unidades no agrícolas de producción, comercio o servicio que tienen de 51 a 150 trabajadores permanentes.

—*Trabajadores permanentes*: son aquellas personas que en forma permanente dedican su tiempo total o parcialmente al negocio, sin importar si reciben o no compensación por su esfuerzo. Esta definición incluye propietarios, trabajadores no pagados (familiares o no), trabajadores pagados y aprendices.

Marco Muestral

El marco muestral consiste en el total de viviendas ocupadas no colectivas de todo el país, según lo establecido en la Oficina Nacional de Estadísticas (ONE), con un total de aproximadamente 2.7 millones de hogares para el IX Censo Nacional de Población y Vivienda del año 2010. La unidad de muestreo fueron los segmentos censales, que agrupan una cantidad de viviendas específicas en la cartografía censal.

Diseño y Tamaño de la Muestra

Para el diseño de la muestra se utilizó un muestreo aleatorio estratificado. Este método consiste en dividir el marco muestral en grupos llamados estratos y luego en cada uno de estos estratos escoger las áreas que son parte de la muestra en forma independiente y aleatoria. Una vez se obtienen las áreas seleccionadas se realiza un censo completo puerta a puerta de cada área. Este tipo de muestreo aumenta el nivel de confianza de las estimaciones y permite controlar el tamaño de la muestra en cada estrato, asegurando una mayor representatividad de la muestra respecto a la población. Para el caso de las microempresas se utilizaron estratos equivalentes a las provincias y para la PYMES los estratos equivalentes a las 10 regiones definidas por la ONE.

El tamaño real de la muestra fue de 938 segmentos censales cuyo recorrido resultó en la visita a 113,506 hogares/ empresas donde se entrevistaron a 15,458 microempresas. Adicionalmente se entrevistaron 1,844 PYMES seleccionadas aleatoriamente de un directorio construido con base en fuentes públicas y privadas, complementadas con recorridos y referencias a nivel local. Este tamaño de muestra permite un nivel de confianza del 95% y un nivel máximo de error del 5%, aun descontando por valores perdidos con una representatividad a nivel provincial para la microempresa y regional para las PYMES. Para todas las estimaciones se supone que el comportamiento de las variables con valores perdidos es similar al de las no observadas a nivel de estrato.

En adición, se seleccionaron 182 segmentos suplementarios, a fin de que en casos extremos de no poder visitar el segmento original se pudiera reemplazar por uno en el mismo estrato.

Cuestionarios

Para la recolección de la información se utilizaron tres tipos de cuestionarios: un registro de recorrido que sistematiza la información de todos los hogares y establecimientos visitados en un segmento censal específico; un cuestionario de

microempresas, que se aplicaba en aquellos casos donde se identificara la existencia de un negocio de diez o menos trabajadores; y un cuestionario de PYMES, para cuando la empresa tenía una fuerza laboral superior a 50 y hasta 150 trabajadores.

Los cuestionarios se diseñaron para que el informante de la microempresa fuera uno de los propietarios o en su defecto el cónyuge o un miembro del hogar que participe en el negocio. En las microempresas más organizadas y en las PYMES la información debía ser suministrada por el propietario, el administrador o el gerente.

Los cuestionarios utilizados fueron en gran proporción precodificados, y todos fueron revisados, criticados y codificados, en caso que fuera necesario, previo a la digitación de la información. En adición, alrededor de un 20% de los cuestionarios fueron validados mediante llamadas a los entrevistados.

Metodología de Recolección de Datos

Para lograr una representatividad tanto de las microempresas como de las PYMES se combinaron dos metodologías de recolección de información. Una encuesta basada en el barrido total de áreas geográficas seleccionadas aleatoriamente en distintos estratos y zonas del territorio nacional. Es decir, para identificar las empresas a las cuales se les administró el cuestionario se visitaron todos los hogares/empresas en las áreas seleccionadas. Para las empresas pequeñas y medianas se estableció un marco muestral basado en el Directorios de Establecimientos Económicos, información de diferentes entidades que atienden a las MIPYMES y referencias a nivel local. Esta metodología asegura lograr un tamaño de muestra que permite representatividad de la PYMES a nivel regional.

Trabajo de Campo

Previo al trabajo de campo, se le dio un entrenamiento de 10 días al equipo de trabajo seleccionado, explicando la metodología y los cuestionarios, y realizando prácticas en áreas seleccionadas. El personal de campo se agrupó en siete equipos de trabajo, compuestos cada uno por un supervisor, tres encuestadores y un chofer. Además, un supervisor general monitoreaba todo el proceso para asegurar la óptima recolección de la información y la ejecución del plan de trabajo.

El trabajo de campo se llevó a cabo del 1 de marzo al 15 de julio de 2013. Se organizó el trabajo para recolectar la información distribuyendo a los equipos en las distintas provincias de una región a fin de ir concluyendo por etapas el recorrido geográfico.

Expansión de los Datos

Para la extrapolación de los datos a la población sólo se consideraron aquellas microempresas que operan en locales fijos, ya sea con un local independiente, con

un espacio en la vivienda, un puesto fijo en alguna plaza comercial o un kiosco fijo. Aquellas microempresas que operan de manera móvil, es decir, que tienen que recoger sus mercancías diariamente porque no tienen espacio para almacenamiento, que deambulan por la calle u ofrecen bienes y servicios de manera motorizada o a pie no fueron consideradas para la estimación del número de microempresas. La muestra de las microempresas permitió una expansión con representatividad provincial. En el caso de las PYMES se expandieron los datos bajo el mismo criterio con representatividad regional.

Metodología del Cálculo del Valor Agregado

Para calcular el valor agregado del sector, se estimó el promedio de ventas mensuales a partir de la información de ventas diarias de las empresas. En el caso de las empresas que no reportaron la información, el mismo fue estimado a partir del valor reportado de las ventas por semana.

Se estimó entonces un promedio de ventas mensuales por región, zona y actividad, luego de excluir a aquellas microempresas con volúmenes de ventas muy elevados, o con valor cero, que pudieran generar mucha distorsión en la distribución. Este promedio fue utilizado para reemplazar aquellos valores faltantes o perdidos (incluyendo los valores extremos) en la distribución de las ventas mensuales de las empresas.

Se generaron las tablas de ventas por mes, región, zona y actividad, que sirvieron de base para calcular el valor anual de las ventas. Se consideró que en el mes de diciembre las empresas facturan el doble que el resto de los meses, por lo que se multiplicó el promedio mensual por 13 meses para obtener el promedio de ventas anuales. Finalmente, se obtuvieron las ventas anuales totales de las microempresas en términos nominales multiplicando el número de empresas por el promedio de ventas anuales.

Una vez que se obtuvieron las ventas totales, el siguiente paso consistió en determinar qué proporción de esas ventas era valor agregado. Para ello se calculó el valor de las compra de materias primas, a partir de la declaración de los empresarios sobre la proporción de las ventas que corresponde a compra de materias primas.

Para reemplazar los valores extremos o perdidos, se estimó un valor promedio de compra de materias primas siguiendo un proceso similar al utilizado en la estimación del valor promedio de ventas. Se generó entonces el valor agregado mensual, estimado como la diferencia entre ventas por mes y compras de materias primas por mes, ambas ajustadas por valores perdidos como se describió anteriormente. También se generó el valor agregado anual, multiplicado por 13 meses para incorporar el supuesto de que en diciembre las empresas venden, producen y generan el doble del valor agregado del promedio de los demás meses. Estos cálculos se hicieron también por región, zona y actividad.

ANEXO ESTADÍSTICO DE LAS MICROEMPRESAS

Tabla A.1 Dinámica del Empleo según Nivel Educativo del Propietario (Distribución Porcentual)					
	Sin Educación Formal	Educación Básica	Educación Media/ Técnica	Educación Superior	Total
Contracción	8.8	6.9	7.8	13.4	8.7
Sin Cambio	78.7	75.5	70.9	63.8	71.3
Expansión	12.5	17.6	21.3	22.8	20.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla A.2 Razón de Inicio del Negocio según Antigüedad de la Empresa (Distribución Porcentual)				
	Menos de 3 años	De 3 a 10 años	Más de 10 años	Total
Tradición Familiar	1.8	3.6	6.1	3.7
Opción Personal	42.6	49.2	54.5	48.3
Generar más Ingresos	41.0	35.1	30.8	36.0
No Tuvo Otra Opción	14.6	12.1	8.6	12.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla A.3 Registro de la Empresa según Antigüedad (Distribución Porcentual)				
	Menos de 3 años	De 3 a 10 años	Más de 10 años	Total
Registrada	4.8	12.0	13.6	9.9
No Registrada	95.2	88.0	86.4	90.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla A.4 Uso de Factura con NCF según Género del Propietario (Distribución Porcentual)				
	Mujer	Hombre	Propiedad Conjunta	Total
Si Usa Factura con NCF	4.9	15.0	25.3	10.1
No Usa Factura con NCF	95.1	85.0	74.7	89.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla A.5 Registros Contables según Género del Propietario (Distribución Porcentual)				
	Mujer	Hombre	Propiedad Conjunta	Total
Lleva Registros	45.7	51.8	61.4	49.0
No Lleva Registros	54.3	48.2	38.6	51.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla Anexo A.6 Registros Contables según Registro de la Empresa (Distribución Porcentual)				
	Registrada	No Registrada	Total	
Lleva Registros	88.2	44.4	48.8	
No Lleva Registros	11.8	55.6	51.2	
Total	100.0	100.0	100.0	

Tabla A.7 Principal Dificultad de la Empresa según Género del Propietario (Distribución Porcentual)				
Dificultad	Mujer	Hombre	Propiedad Conjunta	Total
Ninguna	17.1	19.1	13.3	17.9
Situación Económica	15.5	17.1	18.8	16.3
Financiera	15.5	14.3	12.7	14.9
Energía Eléctrica	13.1	15.2	7.0	13.8
Administrativa	12.6	6.3	11.3	9.7
Mercado	10.6	8.4	14.3	9.7
Infraestructura	9.0	9.8	12.6	9.5
Producción y Abastecimiento	2.2	3.5	3.2	2.8
Legales y Laborales	0.7	1.6	2.0	1.1
Otras	3.7	4.9	5.0	4.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla A.8 Principal Supliador de la Empresa (Distribución Porcentual)	
Vendedores Mayoristas	66.0
Vendedores Minoristas	15.8
Productores de Materia Prima	11.5
Empresas o Individuos del Extranjero	3.0
Los Clientes Traen las Mercancías	2.8
Produce o Recoge Sus Materiales	0.4
No Necesita	0.3
Otros	0.2
Total	100.0

Tabla A.9 Ventas por Trabajador Expresadas en Términos de Salarios Mínimos (Distribución Porcentual)	
1 Salario Mínimo o Menos	20.7
Entre 1 y 2 Salarios Mínimos	17.1
Entre 2 y 3 Salarios Mínimos	11.8
Entre 3 a 5 Salarios Mínimos	16.2
Entre 5 a 10 Salarios Mínimos	17.9
Más de 10 Salarios Mínimos	16.3
Total	100.0

Tabla A.10 Ventas por Trabajador Expresadas en Términos de Salarios Mínimos según Género del Propietario (Distribución Porcentual)				
	Mujer	Hombre	Propiedad Conjunta	Total
1 Salario Mínimo o Menos	30.7	10.2	11.4	20.8
Entre 1 y 2 Salarios Mínimos	19.2	14.6	18.2	17.1
Entre 2 y 3 Salarios Mínimos	11.9	11.5	15.0	11.8
Entre 3 a 5 Salarios Mínimos	15.7	16.9	17.9	16.3
Entre 5 a 10 Salarios Mínimos	13.5	22.5	21.1	17.9
Más de 10 Salarios Mínimos	8.9	24.2	16.4	16.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla A.11 Empresas por Rama de Actividad según Género del Propietario (Distribución Porcentual)				
Rama de Actividad	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Comercio al por Menor	48.9	41.5	52.6	45.7
Otros Servicios	22.3	23.1	19.2	22.5
Producción de Alimentos y bebidas	15.5	3.8	8.6	9.9
Hoteles y Restaurantes	6.0	4.5	8	5.4
Actividades Inmobiliarias y Empresariales	1.8	4.9	8.5	3.4
Confección de Ropa	3.7	2.7	1	3.2
Otras Manufacturas	1.5	1.3	0.4	1.4
Construcción	0	0.2	0	0.1
Elaboración de Productos de Madera	0	3.4	0.1	1.6
Ventas y Reparación de Vehículos Automotores	0.1	9.9	1.3	4.6
Comercio al por Mayor	0.2	1.9	0.2	0.9
Elaboración de Productos de Metal	0	2.8	0.1	1.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla A.12 Actividad de la Empresa según Género del Propietario (Distribución Porcentual)				
	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Manufacturas	61.3	36.9	1.8	100.0
Producción Alimentos y Bebidas	79.8	17.5	2.7	100.0
Confección de Ropas	60.8	38.3	1.0	100.0
Elaboración de Productos de Madera	3.8	96.0	0.2	100.0
Elaboración de Productos de Metal	1.3	98.6	0.1	100.0
Otras Manufacturas	53.1	45.7	1.2	100.0
Comercio	49.3	47.2	3.6	100.0
Ventas y Reparación de Vehículos Automotores	1.6	97.5	0.9	100.0
Comercio al por Mayor	4.3	95.0	0.7	100.0
Comercio al por Menor	55.0	41.4	3.6	100.0
Servicios	49.2	47.2	3.6	100.0
Construcción	27.2	72.8	-	100.0
Hoteles, Bares y Restaurantes	57.3	38.0	4.7	100.0
Actividades Inmobiliarias y Empresariales	26.8	65.4	7.8	100.0
Otros Servicios	50.7	46.6	2.7	100.0

Tabla A.13 Nivel Educativo del Propietario según Actividad de la Empresa (Distribución Porcentual)				
	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Sin Educación Formal	5.8	4.0	1.5	3.5
Educación Básica	43.6	41.6	24.0	36.4
Educación Media/ Técnica	34.9	35.4	43.0	37.7
Educación Superior	15.6	16.9	31.6	22.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla A.14 Razón para Iniciar el Negocio según Actividad de la Empresa (Distribución Porcentual)				
	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Tradición Familiar	3.9	3.6	3.8	3.7
Opción Personal	40.8	42.9	61.8	48.4
Más Ingresos	41.4	40.2	25.6	35.9
No tuvo otra opción	13.8	13.3	8.8	12.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla A.15 Tamaño de la Empresa según Experiencia Previa del Propietario (Distribución Porcentual)								
Número Trabajadores	Empresario	Empleado	En el Hogar	Estudiante	Agricultura	Trabajo Doméstico	Otras	Total
1	42.7	41.2	66.8	59.6	43.9	69.1	33.9	47.3
2	30.0	31.7	21.6	23.2	33.4	24.0	28.2	28.8
3	13.9	12.4	7.4	9.1	10.6	4.0	18.4	11.7
4-5	8.8	9.3	4.0	5.7	9.7	2.7	11.4	8.1
6 o Más	4.6	5.4	0.2	2.3	2.3	0.1	8.1	4.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla A.16 Principal Fuente de Ingreso del Hogar según Actividad de la Empresa (Distribución Porcentual)				
	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Este Negocio	3.9	3.6	3.8	3.7
Salarios	40.8	42.9	61.8	48.4
Otro Negocio	41.4	40.2	25.6	35.9
Otras	13.8	13.3	8.8	12.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla A.17 Tenencia de Seguro de Salud en la Familia del Propietario según Nivel Educativo del Propietario (Distribución Porcentual)					
	Sin Educación Formal	Educación Básica	Educación Media/Técnica	Educación Superior	Total
Sí, Toda la Familia	25.2	29.7	34.1	51.6	36.0
Sí, Algunos Miembros	44.9	39.8	32.0	26.1	34.0
No Tienen Seguro	29.9	30.5	33.9	22.2	30.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla A.18 Tenencia de Seguro de Salud en la Familia del Propietario según Ubicación del Negocio (Distribución Porcentual)			
	Zona Urbana	Zona Rural	Total
Sí, Toda la Familia	37.1	32.3	36.2
Sí, Algunos Miembros	33.2	37.4	34.0
No Tienen Seguro	29.7	30.3	29.8
Total	100.0	100.0	100.0

Tabla A.19 Centro de Salud donde Acude el Propietario según Nivel de Educación del Propietario (Distribución Porcentual)					
	Sin Educación Formal	Educación Básica	Educación Media/Técnica	Educación Superior	Total
Centro Público	79.7	71.2	58.0	34.0	58.0
Centro Privado	6.9	11.8	21.9	47.5	23.7
Ambos	13.4	16.9	20.1	18.5	18.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla A.20 Centro de Salud donde Acude el Propietario según Principal Fuente Ingreso del Hogar (Distribución Porcentual)					
	Este Negocio	Salarios	Otro Negocio	Otras	Total
Centro Público	60.7	54.9	54.8	51.4	58.0
Centro Privado	21.0	27.1	23.8	30.9	23.7
Ambos	18.3	18.0	21.5	17.6	18.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla A.21 Centro de Salud donde Acude el Propietario según Zona Ubicación del Negocio (Distribución Porcentual)			
	Zona Urbana	Zona Rural	Total
Centro Público	54.8	72.2	58.0
Centro Privado	26.2	12.7	23.7
Ambos	19.0	15.2	18.3
Total	100.0	100.0	100.0

ANEXO ESTADÍSTICO DE LAS PYMES

Tabla A.22 Localización según Actividad de la Empresa (Distribución Porcentual)				
	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Zona Residencial	34.7	12.7	38.2	26.9
Zona Comercial- Plaza Comercial	65.3	87.3	61.8	73.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla A.23 Género y Nivel de Educación de Propietarios de PYMES que Iniciaron como Microempresas (Distribución Porcentual)	
<i>Género</i>	
Mujer	14.4
Hombre	65.8
Propiedad Conjunta	19.8
Total	100.0
<i>Nivel de Educación</i>	
Sin Educación Formal	0.4
Educación Básica	8.2
Educación Media/Técnica	25.3
Educación Superior	66.1
Total	100.0

Tabla A.24 Registro de las Empresas según Género del Propietario (Distribución Porcentual)				
	Mujer	Hombre	Propiedad Conjunta	Total
Registrada	93.8	97.4	98.6	91.2
No registrada	6.2	2.6	1.4	2.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla A.25 Posibilidad Emitir Factura con Comprobante Fiscal según Género del Propietario (Distribución Porcentual)				
	Mujer	Hombre	Propiedad Conjunta	Total
Puede Emitir Factura con NCF	94.0	97.5	98.0	97.1
No Puede Emitir Factura con NCF	6.0	2.5	2.0	2.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla A.26 Posibilidad Emitir Factura con Comprobante Fiscal según Antigüedad de la Empresa (Distribución Porcentual)				
	Menos de 3 Años	De 3 a 10 Años	Más de 10 Años	Total
Puede Emitir Factura con NCF	88.5	96.4	98.3	97.1
No Puede Emitir Factura con NCF	11.5	3.6	1.7	2.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla A.27 Posibilidad Emitir Factura con Comprobante Fiscal según Actividad de la Empresa (Distribución Porcentual)				
	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Puede Emitir Factura con NCF	95.7	98.7	96.2	97.2
No Puede Emitir Factura con NCF	4.3	1.3	3.8	2.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla A.28 Posibilidad de Emitir Factura con Comprobante Fiscal según Nivel Educativo del Propietario (Distribución Porcentual)					
	Sin Educación Formal	Educación Básica	Educación Media/ Técnica	Educación Superior	Total
Puede Emitir Factura con NCF	65.2	94.9	95.8	98.0	97.1
No Puede Emitir Factura con NCF	34.8	5.1	4.2	2.0	2.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla A.29 Registros Contables según Actividad de la Empresa (Distribución Porcentual)				
	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Lleva Registros	96.0	97.9	98.0	97.6
No lleva Registros	4.0	2.1	2.0	2.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla A.30 Principales Clientes de las PYMES del Sector Manufacturero (Distribución Porcentual)						
	Elaboración Alimentos y Bebidas	Confección de Ropa	Elaboración Productos de Madera	Elaboración Productos de Metal	Otras Manufacturas	Total
Individuos del Barrio	36.8	5.5	8.1	13.6	12.0	20.3
Individuos de Otros Barrios	17.6	28.0	47.1	18.4	24.5	22.7
Empresas	40.7	51.9	43.0	57.4	57.8	50.2
Otros	4.9	14.6	1.7	10.6	5.7	6.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla A.31 Principales Clientes de las PYMES del Sector Comercio (Distribución Porcentual)				
	Venta y Reparación de Vehículos Automotores	Comercio al por Mayor	Comercio al por Menor	Total
Individuos del Barrio	38.1	19.0	47.1	37.4
Individuos de Otros Barrios	34.3	27.6	34.8	32.7
Empresas	22.1	45.7	13.1	24.1
Otros	5.5	7.6	5.1	5.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla A.32 Principales Clientes de las PYMES del Sector Servicios (Distribución Porcentual)					
	Construcción	Hoteles y Restaurantes	Actividades Inmobiliarias y Empresariales	Otros Servicios	Total
Individuos del Barrio	2.4	29.9	16.8	54.0	36.7
Individuos de Otros Barrios	40.1	49.5	19.5	27.5	30.0
Empresas	29.9	13.7	38.4	7.5	24.5
Otros	27.5	6.9	25.2	11.0	8.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla A.33 Principal Supridor de la Empresa según Género del Propietario (Distribución Porcentual)				
	Mujer	Hombre	Propiedad Conjunta	Total
Productores	22.8	21.9	20.5	21.7
Mayoristas	61.5	61.0	60.2	60.9
Importación Directa	10.4	14.3	17.1	14.3
Otros	5.3	2.8	2.2	3.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla A.34 Principal Supridor de la Empresa según Nivel Educativo del Propietario (Distribución Porcentual)					
	Sin Educación Formal	Educación Básica	Educación Media/ Técnica	Educación Superior	Total
Productores	5.8	27.5	20.0	21.8	21.7
Mayoristas	78.3	58.1	61.8	61.2	61.2
Importación Directa	-	13.5	15.5	13.8	14.1
Otros	15.9	0.9	2.7	3.2	3.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla A.35 Principal Dificultad de la Empresa según Antigüedad de la Empresa (Distribución Porcentual)				
Tipo de Dificultad	Menos de 3 Años	De 3 a 10 Años	Más de 10 Años	Total
Ninguna	21.7	20.5	17.1	18.4
Situación Económica	6.8	15.7	22.6	19.6
Financiera	22.6	12.4	11.8	12.7
Administrativa	7.6	9.5	11.4	10.7
Energía Eléctrica	7.6	10.3	9.4	9.5
Legales y Laborales	8.2	11.4	8.7	9.4
Mercado	12.5	6.0	7.3	7.2
Infraestructura	9.2	6.2	6.3	6.4
Otras	3.8	8.1	5.5	6.1
Financiera	22.6	12.4	11.8	12.7
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla A.36 Tipo de Local que Utiliza la Empresa según Actividad del Negocio (Distribución Porcentual)				
	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Propio	61.2	66.8	59.2	62.8
Alquilado	34.2	28.1	30.8	30.3
Otro	4.6	5.0	10.0	6.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla A.37 Tipo de Local que Utiliza la PYME según Edad del Propietario (Distribución Porcentual)							
	Menos de 25 Años	De 25 a 34 Años	De 35 a 44 Años	De 45 a 54 Años	De 55 a 64 Años	De 65 o Más Años	Total
Propio	16.1	43.9	53.4	65.9	75.4	77.1	66.2
Alquilado	60.7	48.8	45.6	32.8	23.1	21.3	32.0
Otro	23.2	7.2	1.0	1.2	1.5	1.6	1.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla A.38 Lugar de Nacimiento del Propietario según Actividad de la Empresa (Distribución Porcentual)				
Lugar Nacimiento del Propietario	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
República Dominicana	92.4	90.0	91.2	90.9
Haití	0.8	-	0.4	0.3
España	3.6	4.9	1.2	3.2
Estados Unidos	0.4	1.7	1.8	1.5
China	-	1.0	0.1	0.5
Centroamérica	-	0.3	0.7	0.4
Otro	2.9	2.1	4.7	3.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla A.39 Participación en Asociación Gremial según Género del Propietario (Distribución Porcentual)				
	Mujer	Hombre	Propiedad Conjunta	Total
Propietario Pertenece a Asociación Gremial	41.5	51.2	55.2	50.7
Propietario No Pertenece a Asociación Gremial	58.5	48.8	44.8	49.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla A.40 Conocimiento de Programas de Apoyo Gubernamental según Género del Propietario (Distribución Porcentual)				
	Mujer	Hombre	Propiedad Conjunta	Total
Propietario Tiene Conocimiento	31.3	42.4	47.1	41.8
Propietario No Tiene Conocimiento	68.7	57.6	52.9	58.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

EQUIPO DE TRABAJO

Dirección General:	Marina Ortiz	
Supervisor General:	Bolívar Veras Meléndez	
Supervisores de equipos:	Zoila Batista Maritza Delgado Marcos Méndez Eunice Puello	Mercedes Migdalia Beltré Luis Darío Félix José Montaña
Encuestadores:	Estela Abreu Kelly Bonifacio Cleotilde de la Cruz María Ferrand Denisse Gil José Hiraldo Julissa Jiménez Angela María Mendoza Yesenia Mueses Manuel Pérez Juana Edita Tejada Jacqueline Vallejo	Eva Bonifacio Amauris Antonio Calderón María Teresa Domínguez José García Carmen Dilenia Gómez Ingrid Jaime Miriam Lima Giovanni Moreno Lourdes Gisela Pérez María Isabel Santos Samuel Urbáez
Crítica y Codificación:	María Delgado Loretta Jiménez	Marlin Espinal
Procesamiento de datos:	Juana García	Jesús Melo
Choferes:	Pedro Durán Buenaventura Medina	Camilo Hiraldo

Este libro se terminó de imprimir
el día 21 del mes de octubre de 2014
en los talleres gráficos de
AMIGO DEL HOGAR,
M. M. Valencia 4, Los Prados,
Santo Domingo, República Dominicana



**Avenida Bolívar 235
Santo Domingo,
República Dominicana
Tel. 809-534-8141
Fax 809-534-8038**

**In the USA:
FondoMicro, EPS #A-201
P. O. Box 02-5256, Miami, Fl.
33102-5256**