MICROEMPRESAS GLOBALIZACION Y SERVICIOS FINANCIEROS

EN LA REPUBLICA DOMINICANA

1998-1999

Marina Ortiz
Jeffrey Poyo

Fondo para el
Financiamiento de la
Microempresa, Inc.
(FONDOMICRO)
Santo Domingo,
República Dominicana

1999

Este nuevo libro acerca del sector de
ıs micro y pequeñas empresas en la
República Dominicana y sus conexiones
on el proceso de globalización de la
conomía mundial, contiene dos mono-
rafías. Una de ellas presenta el informe
e los resultados de la última encuesta
nual de FondoMicro levantada en marzo
e 1999, mientras la otra expone una
escripción del aumento sustancial de la
ompetencia en el mercado de servicios
nancieros dirigidos a la micro y peque-
a empresa, y los retos y oportunidades
ue esto representa para los diversos
pos de instituciones que vienen ope-
ando en este nicho del mercado.

Esta obra contiene varias novedades.
Ina de ellas es la constatación de un
uevo impulso de crecimiento del sector
n los doce meses anteriores a la encues-
a, lo que se tradujo en un crecimiento
eto de casi un 6% anual. Este preci-
iento dejó un balance de más de 60,000
mpresas nuevas, para un total de
53,325 empresas en todo el país.

El Director Ejecutivo de FondoMicro,
Dr. Jeffrey Poyo, y la conocida investi-
adora Lic. Marina Ortiz, recogen estas
nformaciones en una ilustrativa discu-
ón acerca de las principales fuerzas
ompetitivas dentro del mercado de las
icrofinanzas, y el impacto positivo que
a tenido para la micro y pequeña empre-
a en la República Dominicana.

Este es el vigésimo título de la serie de
studios publicados por FondoMicro acer-
a de la microempresa dominicana.

MICROEMPRESAS, GLOBALIZACIÓN Y SERVICIOS FINANCIEROS

EN LA REPÚBLICA DOMINICANA

1998-1999

MICROEMPRESAS, GLOBALIZACIÓN Y SERVICIOS FINANCIEROS EN LA REPÚBLICA DOMINICANA 1998-1999

Por
Marina Ortiz
y
Jeffrey Poyo

FONDO PARA EL FINANCIAMIENTO DE LA MICROEMPRESA, INC.
(FONDOMICRO)
Santo Domingo, República Dominicana
1999

CONT

PRESE

PRIMI
MICRO
FINAN

INTRO

A. CA
1. Car
a)
b)
c)
d)
e)
f)
g)

B. LA

C. SE
1. Us
2. Cr

SEGUN
EL EN
EN LA

A. AN

B. LA

C. EL
Y L

D. CO
INS

CONTENIDO

CONTENIDO vii

PRESENTACIÓN xvii

PRIMERA PARTE
MICROEMPRESAS, GLOBALIZACIÓN Y SERVICIOS
FINANCIEROS EN LA REPÚBLICA DOMINICANA 1998-1999 1

INTRODUCCIÓN 1

A. CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS Y LOS EMPRESARIOS 2
1. Características de las empresas 5
   a) Actividad 5
   b) Tamaño 6
   c) Género 7
   d) Inversión 8
   e) Ventas y ganancias 8
   f) Ingresos y gastos familiares 12
   g) Seguridad 14

B. LA GLOBALIZACIÓN DE LOS MERCADOS 16

C. SERVICIOS FINANCIEROS 23
1. Uso de Servicios Bancarios 28
2. Crédito 30

SEGUNDA PARTE
EL ENFOQUE COMERCIAL DE LAS MICROFINANZAS
EN LA REPÚBLICA DOMINICANA 33

A. ANTECEDENTES 35

B. LA REFORMA FINANCIERA Y LA MICROEMPRESA 38

C. EL DESARROLLO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA
Y LOS SERVICIOS FINANCIEROS ESPECIALIZADOS 45

D. COMPETENCIA, INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN
INSTITUCIONAL 49

E. ENFOQUE COMERCIAL DE LAS MICROFINANZAS 54

CONCLUSIONES 56

RECUADROS, GRÁFICOS Y TABLAS
DE LA PRIMERA Y SEGUNDA PARTES

PRIMERA PARTE

RECUADROS

Recuadro I.1 - Resumen de la Documentación Solicitada por los Bancos para Conceder Préstamos 25

GRÁFICOS

Gráfico I.1 - Empresas y Empleo en las MPE 1992-1999 3
Gráfico I.2 - Género del Propietario de las Empresas 7
Gráfico I.3 - Situación de los Negocios según Nivel de Inversión 17
Gráfico I.4 - Período Emisión Tarjetas de Crédito a Micro y Pequeños Empresarios . . 27

TABLAS

Tabla I.1 - Número de Empresas y Empleo de las Microempresas y Pequeñas Empresas según Localización 4
Tabla I.2 - Composición del Empleo por Categoría de Trabajadores según el Nivel de Inversión de las Empresas a Marzo 1999 5

SEGUNDA PARTE

RECUADROS

Recuadro II.1 - Relación del M2/PIB en América Latina 40
Recuadro II.2 - Distribución por Fecha de Emisión de las Tarjetas de Crédito 50

GRÁFICOS

Gráfico II.1 - Profundización Financiera República Dominicana 41
Gráfico II.2 - Tasa de Interés Prime de la Banca Comercial y el Rendimiento Promedio en la BVRD República Dominicana / 1991- 1999 43

TABLAS

Tabla II.1 - Año de Emisión de Tarjetas de Crédito por Niveles de Capitalización de la Empresa 51
Tabla II.2 - República Dominicana. Indicadores Financieros Seleccionados. Instituciones de Microfinanzas 52

APÉNDICE DE LA PRIMERA PARTE

I. ANEXO METODOLÓGICO
DEFINICIONES Y ASPECTOS METODOLÓGICOS 61

1. Definiciones 63
2. Diseño muestral 64
3. Recolección de la información 65
4. Resultados de la muestra 65
5. Resultados en la población 66

TABLAS DEL ANEXO I
A-I.1 Distribución de la Muestra. Número de Áreas, Hogares Visitados, Población y Empresas 65
A-I.2 Empresas Preexistentes, Nuevas y Desaparecidas 66

II. ANEXO ESTADÍSTICO
COMPENDIO DE TABLAS COMPLEMENTARIAS 69

I.1 Cambio en el Número de Empresas y Tasas de Creación y Desaparición de Empresas por Estrato. Marzo 1998-Marzo 1999 71
I.2 Composición del Empleo por Categorías de Trabajadores 71
I.3 Empresas Preexistentes Dinámica del Empleo por Actividad Económica. Marzo 1998 - Marzo 1999 72
I.4 Empresas Preexistentes Dinámica del Empleo por Genero del Propietario. Marzo 1998 - Marzo 1999 72
I.5 Empresas Preexistentes Dinámica del Empleo por Número de Trabajadores de la Empresa. Marzo 1998 - 1999 72
I.6 Empresas Preexistentes Dinámica del empleo por Localización de las Empresas Marzo 1998 - Marzo 1999 73
I.7 Empresas Preexistentes Dinámica del Empleo por Demanda y Fuente de Crédito de la Empresa Marzo 1998 - Marzo 1999 73
I.8 Empresas Preexistentes Dinámica del Empleo por Nivel de Capitalización de la Empresa 73
I.9 Principales Características de las Empresas Preexistentes, Nuevas y Desaparecidas 74
I.10 Actividad de la Empresa por Localización de las Empresas 74
I.11 Actividad de la Empresa por Género del Propietario 75
I.12 Rama de Actividad de la Empresa por Número de Trabajadores 75
I.13 Rama de Actividad de la Empresa por Género del Propietario 76
I.14 Rama de Actividad de la Empresa por Localización 76
I.15 Rama de Actividad de la Empresa por Nivel de Inversión 77
I.16 Rama de Actividad de la Empresa por Años de Funcionamiento 77
I.17 Número de Trabajadores por Actividad de la Empresa 78
I.18 Número de Trabajadores por Nivel de Capitalización en la Empresa 78
I.19 Número de Trabajadores por Años de Funcionamiento 78
I.20 Número de Trabajadores por Localización de las Empresas 79
I.21 Número de Trabajadores por Género del Propietario 79
I.22 Número de Trabajadores por Rama de Actividad de la Empresa 80

I.23 Tamaño de la Empresa por Género del Propietario 81
I.24 Tipo de Sociedad de las Empresas por Género del Propietario 81
I.25 Tipo de Sociedad de las Empresas por Actividad de la Empresa 81
I.26 Tipo de Sociedad por Localización de la Empresa 82
I.27 Tipo de Sociedad por Nivel de Capitalización en la Empresa 82
I.28 Tipo de Sociedad por Rama de Actividad de la Empresa 83
I.29 Tipo de Sociedad por Años de Funcionamiento 84
I.30 Años de Funcionamiento de las Empresas por Género del Propietario 84
I.31 Años de Funcionamiento de las Empresas por Actividad de la Empresa 84
I.32 Años de Funcionamiento por Rama de Actividad de la Empresa 85
I.33 Años de Funcionamiento por Localización 86
I.34 Años de Funcionamiento por Nivel de Capitalización en la Empresa 86
I.35 Propiedad del Local de la Empresa por Género del Propietario 86
I.36 Propiedad del Local de la Empresa por Actividad de la Empresa 86
I.37 Propiedad del Local de la Empresa por Localización de la Empresa 87
I.38 Propiedad del Local de la Empresa por Ubicación de la Empresa 87
I.39 Propiedad del Local de la Empresa por Número de Trabajadores 87
I.40 Propiedad del Local de la Empresa por Rama de Actividad de la Empresa 88
I.41 Propiedad del Local de la Empresa por Nivel de Inversión en la Empresa 89
I.42 Propiedad del Local de la Empresa por Años de Funcionamiento 89
I.43 Principales Suplidores por Actividad de las Empresas 89
I.44 Principales Suplidores por Número de Trabajadores de las Empresas 90
I.45 Principales Suplidores por Género del Propietario de la Empresa 90
I.46 Principales Suplidores por Localización de la Empresa 90
I.47 Principales Suplidores por Rama de Actividad 91
I.48 Principales Suplidores por Nivel de Inversión en la Empresa 92
I.49 Principales Suplidores por Años de Funcionamiento 92
I.50 Forma de Compra de Materias Primas y Mercancías por Principales Suplidores de la Empresa 92
I.51 Forma de Compra de Materias Primas y Mercancías por Localización 93
I.52 Forma de Compra de Materias Primas y Mercancías por Actividad 93
I.53 Forma de Compra de Materias Primas y Mercancías por Género del Propietario de la Empresa 93
I.54 Forma de Compra de Materias Primas y Mercancías por Número de Trabajadores de la Empresa 93
I.55 Forma de Compra de Materias Primas y Mercancías por Rama de Actividad de la Empresa 94
I.56 Forma de Compra de Materias Primas y Mercancías por Nivel de Inversión en la Empresa 95
I.57 Forma de Compra de Materias Primas y Mercancías por Años de Funcionamiento 95
I.58 Principales Clientes de la Empresa por Actividad de la Empresa 95
I.59 Principales Clientes de la Empresa por Rama de Actividad de la Empresa 96
I.60 Principales Clientes de la Empresa por Localización de la Empresa 97
I.61 Principales Clientes de la Empresa por Ubicación de la Empresa 97
I.62 Principales Clientes de la Empresa por Género del Propietario 97
I.63 Principales Clientes de la Empresa por Número de Trabajadores 98
I.64 Principales Clientes de la Empresa por Nivel de Capitalización de la Empresa 98
I.65 Ventas a Crédito por Actividad de la Empresa 98
I.66 Ventas a Crédito por Género del Propietario 99

81
81
81
82
82
83
84
84
84
85
86
86
86
86
87
87
87
88
89
89
89
90
90
90
91
92
92
92
93
93
93
93
94
95
95
95
96
97
97
97
98
98
98
99

I.67 Ventas a Crédito por Localización de la Empresa 99
I.68 Ventas a Crédito por Nivel de Capitalización de la Empresa 99
I.69 Ventas a Crédito por Principales Clientes de la Empresa 99
I.70 Ventas a Crédito por Número de Trabajadores de la Empresa 100
I.71 Nivel de Capitalización en la Empresa por Localización de las Empresas 100
I.72 Nivel de Capitalización en la Empresa por Género del Propietario 100
I.73 Nivel de Capitalización por Rama de Actividad de las Empresas 101
I.74 Nivel de Capitalización en la Empresa por Actividad de las Empresas 102
I.75 Nivel de Capitalización en la Empresa por Número de Trabajadores 102
I.76 Monto Invertido en la Empresa por Localización de las Empresas 102
I.77 Monto Invertido en la Empresa por Género del Propietario de la Empresa 103
I.78 Monto Invertido en la Empresa por Actividad de las Empresas 103
I.79 Monto Invertido en la Empresa por Rama de Actividad de las Empresas 104
I.80 Monto Invertido en la Empresa por Número de Trabajadores de la Empresa 105
I.81 Género del Propietario por Localización de las Empresas 105
I.82 Género del Propietario por Nivel de Capitalización de las Empresas 105
I.83 Edad del Propietario por Localización 106
I.84 Edad del Propietario por Actividad de las Empresas 106
I.85 Edad del Propietario por Género del Propietario 106
I.86 Edad del Propietario por Nivel de Inversión en la Empresa 107
I.87 Edad del Propietario por Años de Funcionamiento de la Empresa 107
I.88 Nivel Educativo del Propietario por Localización de la Empresa 107
I.89 Nivel Educativo del Propietario por Actividad de la Empresa 108
I.90 Nivel Educativo del Propietario por Género del Propietario 108
I.91 Nivel Educativo del Propietario por Rama de Actividad de la Empresa 109
I.92 Nivel Educativo del Propietario por Tamaño de las Empresas 110
I.93 Nivel Educativo del Propietario por Nivel de Inversión en la Empresa 110
I.94 Nivel Educativo del Propietario por Años de Funcionamiento 110
I.95 Actividad del Propietario antes de Iniciar el Negocio por Actividad de la Empresa 111
I.96 Actividad del Propietario antes de Iniciar el Negocio por Género del Propietario de las Empresas 111
I.97 Actividad del Propietario antes de Iniciar el Negocio por Número de Trabajadores 111
I.98 Actividad del Propietario antes de Iniciar el Negocio por Rama de Actividad de la Empresa 112
I.99 Actividad del Propietario antes de Iniciar el Negocio por Localización de la Empresa 113
I.100 Actividad del Propietario antes de Iniciar el Negocio por Nivel de Inversión en la Empresa 113
I.101 Actividad del Propietario antes de Iniciar el Negocio por Años de Funcionamiento 113
I.102 Residencia del Propietario por Actividad de la Empresa 114
I.103 Residencia del Propietario por Género del Propietario 114
I.104 Residencia del Propietario por Número de Trabajadores de la Empresa 114
I.105 Residencia del Propietario por Localización de la Empresa 114
I.106 Residencia del Propietario por Rama de Actividad de la Empresa 115
I.107 Residencia del Propietario por Nivel de Inversión en la Empresa 116
I.108 Residencia del Propietario por Años de Funcionamiento 116
I.109 Jefatura del Hogar por Actividad de la Empresa 116

I.110 Jefatura del Hogar por Localización de la Empresa 116
I.111 Jefatura de Hogar por Género del Propietario 117
I.112 Jefatura del Hogar por Número de Trabajadores de las Empresas 117
I.113 Jefatura del Hogar por Estado Civil del Propietario 117
I.114 Otros Ingresos Regulares del Propietario 117
I.115 Principal Fuente de Ingreso por Jefatura del Hogar del Propietario 118
I.116 Principal Fuente de Ingreso del Hogar del Propietario por Actividad de la Empresa 118
I.117 Principal Fuente de Ingreso del Hogar del Propietario por Número de Trabajadores de la Empresa 118
I.118 Principal Fuente de Ingreso del Hogar del Propietario por Edad del Propietario de la Empresa 119
I.119 Principal Fuente de Ingreso del Hogar del Propietario por Rama de Actividad de la Empresa 119
I.120 Principal Fuente de Ingreso del Hogar del Propietario por Género del Propietario 120
I.121 Principal Fuente de Ingreso del Hogar del Propietario por Localización 120
I.122 Principal Fuente de Ingreso del Hogar del Propietario por Nivel de Inversión en la Empresa 120
I.123 Principal Fuente de Ingreso del Hogar del Propietario por Años de Funcionamiento 121
I.124 Trimestres de Mayor Gasto por Actividad de la Empresa 121
I.125 Trimestres de Mayor Gasto por Número de Trabajadores 121
I.126 Trimestres de Mayor Gasto por Rama de Actividad de la Empresa 122
I.127 Trimestres de Mayor Gasto por Género del Propietario 123
I.128 Trimestres de Mayor Gasto por Localización 123
I.129 Trimestres de Mayor Gasto por Nivel de Inversión en la Empresa 123
I.130 Trimestres de Mayor Gasto por Años de Funcionamiento 124
I.131 Ventas Mensuales por Género del Propietario 124
I.132 Ventas Mensuales por Rama de Actividad de las Empresas 125
I.133 Ventas Mensuales por Actividad de las Empresas 126
I.134 Ventas Mensuales por Localización de las Empresas 126
I.135 Ventas Mensuales por Número de Trabajadores de las Empresas 126
I.136 Ventas Mensuales por Nivel Educativo del Propietario de las Empresas 127
I.137 Ventas Mensuales por Demanda y Principal Fuente de Crédito Recibido 128
I.138 Ventas Mensuales por Nivel de Capitalización de la Empresa 129
I.139 Ventas Mensuales por Trabajador por Género del Propietario 129
I.140 Ventas Mensuales por Trabajador por Actividad de las Empresas 129
I.141 Ventas Mensuales por Trabajador Por Rama de Actividad de las Empresas 130
I.142 Ventas Mensuales por Trabajador por Localización de las Empresas 131
I.143 Ventas Mensuales por Trabajador por Número de Trabajadores de las Empresas . . 131
I.144 Ventas Mensuales por Trabajador por Nivel de Capitalización de la Empresa 131
I.145 Ganancia de la Empresa por Género del Propietario 132
I.146 Ganancia de la Empresa por Actividad de las Empresas 132
I.147 Ganancia de la Empresa por Rama de Actividad de las Empresas 133
I.148 Ganancia de la Empresa por Edad del Propietario de las Empresas 133
I.149 Ganancia de la Empresa por Localización de las Empresas 134
I.150 Ganancia de la Empresa por Número de Trabajadores de las Empresas 134
I.151 Ganancia de la Empresa por Nivel de Capitalización de la Empresa 134
I.152 Ganancia de la Empresa por Ubicación de las Empresas 135

116
117
117
117
117
118
118
118
119
119
120
120
120
121
121
121
122
123
123
123
124
124
125
126
126
126
127
128
129
129
129
130
131
131
131
132
132
133
133
134
134
134
135

I.153 Ganancia de la Empresa por Residencia del Propietario de las Empresas 135
I.154 Deudas del Negocio por Rama de Actividad de la Empresa 136
I.155 Deudas del Negocio por Actividad de la Empresa 137
I.156 Deudas del Negocio por Número de Trabajadores 137
I.157 Deudas del Negocio por Género del Propietario 137
I.158 Deudas del Negocio por Localización 137
I.159 Deudas del Negocio por Nivel de Inversión en la Empresa 138
I.160 Deudas del Negocio por Año de Funcionamiento 138
I.161 Monto Total de la Deuda por Actividad de la Empresa 138
I.162 Monto Total de la Deuda por Rama Actividad de la Empresa 139
I.163 Monto Total de la Deuda por Número de Trabajadores 140
I.164 Monto Total de la Deuda por Género del Propietario 140
I.165 Monto Total de la Deuda por Localización 140
I.166 Monto Total de la Deuda por Nivel de Inversión en la Empresa 141
I.167 Monto Total de la Deuda por Año de Funcionamiento 141
I.168 Deuda Financiera por Actividad de la Empresa 141
I.169 Deuda Financieras por Rama de Actividad de la Empresa 142
I.170 Deuda Financiera por Número de Trabajadores 143
I.171 Deuda Financiera por Género del Propietario 143
I.172 Deuda Financiera por Localización 143
I.173 Deuda Financiera por Nivel de Inversión en la Empresa 144
I.174 Deuda Financiera por Año de Funcionamiento 144
I.175 Deudas para Vivienda por Actividad de la Empresa 144
I.176 Deudas para Vivienda por Género del Propietario 145
I.177 Deudas para Mobiliario por Actividad de la Empresa 145
I.178 Deudas para Mobiliario por Género del Propietario 145
I.179 Deudas para Mobiliario por Nivel de Inversión en la Empresa 145
I.180 Deudas para Maquinarias/Equipos por Actividad de la Empresa 146
I.181 Deudas para Maquinarias/Equipos por Género del Propietario 146
I.182 Deudas para Materia Prima por Número de Trabajadores 146
I.183 Deudas para Materia Prima por Género del Propietario 147
I.184 Deudas para Materia Prima por Localización 147
I.185 Deudas para Materia Prima por Nivel de Inversión en la Empresa 147
I.186 Deudas de Alimentos por Actividad de la Empresa 148
I.187 Deudas de Alimentos por Género del Propietario 148
I.188 Deudas para Educación por Género del Propietario 148
I.189 Deudas para Vestimenta por Género del Propietario 148
I.190 Empresas Desaparecidas. Actividad de la Empresa por Localización de las Empresas 149
I.191 Empresas Desaparecidas. Actividad por Género del Propietario 149
I.192 Empresas Desaparecidas. Número de Trabajadores por Género del Propietario 149
I.193 Empresas Desaparecidas. Número de Trabajadores por Localización 149
I.194 Empresas Desaparecidas. Demanda y Principal Fuente de Crédito Recibido Marzo 1997 - Febrero 1998 por Número de Trabajadores de la Empresa 150
I.195 Empresas Desaparecidas. Razón de Cierre por Actividad de las Empresas 150
I.196 Empresas Desaparecidas. Razón de Cierre por Localización 150
I.197 Empresas Desaparecidas. Razón de Cierre por Años de Funcionamiento 151
I.198 Empresas Desaparecidas. Razón de Cierre por Tiempo de Operación de la Empresa 151

I.199 Empresas Desaparecidas. Razón de Cierre por Número de Trabajadores 152
I.200 Empresas Desaparecidas. Razón de Cierre por Género del Propietario 152
I.201 Empresas Desaparecidas. Ocupación Actual del Propietario por Actividad 153
I.202 Empresas Desaparecidas. Ocupación Actual del Propietario por Género del Propietario 153
I.203 Empresas Desaparecidas. Ocupación Actual del Propietario por Razón de Cierre de las Empresas 154
I.204 Empresas Nuevas. Actividad de las Empresas por Localización 155
I.205 Empresas Nuevas. Actividad de las Empresas por Género del Propietario 155
I.206 Empresas Nuevas. Actividad del Propietario antes de Iniciar el Negocio por Actividad de las Empresas 155
I.207 Empresas Nuevas. Actividad del Propietario antes de Iniciar el Negocio por Genero del Propietario de la Empresa 156
I.208 Empresas Nuevas. Principal Fuente de Crédito para Iniciar el Negocio por Localización de las Empresas 156
I.209 Empresas Nuevas. Número de Trabajadores por Actividad de las Empresas 156
I.210 Empresas Nuevas. Principal Fuente de Crédito para Iniciar el Negocio por Género del Propietario de las Empresas 157
I.211 Empresas Nuevas. Principal Fuente para Iniciar el Negocio por Actividad de las Empresas 157
I.212 Empresas Nuevas. Principal Fuente de Crédito para Iniciar el Negocio por Número de Trabajadores de las Empresas 158
I.213 Empresas Nuevas. Procedencia de los Ahorros para Iniciar el Negocio por Localización de las Empresas 158
I.214 Empresas Nuevas. Procedencia de los Ahorros para Iniciar el Negocio por Género del Propietario de las Empresas 159
I.215 Empresas Nuevas. Procedencia de los Ahorros para Iniciar el Negocio por Número de Trabajadores de las Empresas 159
I.216 Empresas Nuevas. Procedencia de los Ahorros para Iniciar el Negocio por Actividad de las Empresas 159
I.217 Empresas Nuevas. Principal Fuente para Iniciar el Negocio por Monto Invertido en las Empresas 160
I.218 Empresas Nuevas. Monto Invertido en el Negocio por Actividad 161
I.219 Empresas Nuevas. Monto Invertido en el Negocio por Género del Propietario de la Empresa 161
I.220 Empresas Nuevas. Nivel Inversión en el Negocio por Genero del Propietario de la Empresa 161
I.221 Empresas Nuevas. Nivel Inversión en el Negocio por Número de Trabajadores . . . 162
I.222 Empresas Nuevas. Nivel Inversión en el Negocio por Actividad de la Empresa . . . 162
I.223 Empresas Nuevas. Principal Fuente para Iniciar el Negocio por Nivel de Inversión en la Empresa 162
I.224 Empresas Nuevas. Nivel Inversión en el Negocio por Rama de Actividad de la Empresa 163
I.225 Tenencia de Seguros por Localización de las Empresas 164
I.226 Tenencia de Seguros por Género del Propietario de las Empresas 164
I.227 Tenencia de Seguros por Nivel de Inversión de las Empresas 164
I.228 Percepción del Propietario de la Situación Actual de la Empresa por Localización de las Empresas 164
I.229 Percepción del Propietario de la Situación Actual de la Empresa por Género del propietario de la Empresa 165

I.230 Percepción del Propietario de la Situación Actual de la Empresa por Actividad de la Empresa 165
I.231 Percepción del Propietario de la Situación Actual de la Empresa por Nivel de Capitalización de la Empresa 165
I.232 Percepción del Propietario de la Situación Actual de la Empresa por Rama de Actividad de la Empresa 166
I.233 Uso de Servicios Financieros por los Propietarios de las Empresas 167
I.234 Uso de Servicios Financieros por Localización de las Empresas 167
I.235 Uso de Servicios Financieros por Género del Propietario de las Empresas 167
I.236 Uso de Servicios Financieros por Nivel de Inversión de las Empresas 168
I.237 Períodos de Emisión de Tarjeta de Crédito por Actividad de la Empresa 168
I.238 Períodos de Emisión de Tarjeta de Crédito por Número de Trabajadores 168
I.239 Períodos de Emisión de Tarjeta de Crédito por Género del Propietario 169
I.240 Períodos de Emisión de Tarjeta de Crédito por Nivel de Inversión en la Empresa . . 169
I.241 Períodos de Emisión de Tarjeta de Crédito por Localización de la Empresa 169
I.242 Períodos de Emisión de Tarjeta de Crédito por Rama de Actividad de la Empresa . 170
I.243 Crédito en Efectivo Demandado Por Rama de Actividad de la Empresa 170
I.244 Crédito en Efectivo Demandado por Número de Trabajadores 171
I.245 Crédito en Efectivo Demandado por Nivel de Inversión en la Empresa 171
I.246 Crédito en Efectivo Demandado por Género del Propietario 171
I.247 Crédito en Efectivo Demandado por Actividad de las Empresas 171
I.248 Crédito en Efectivo Demandado por Localización de las Empresas 172
I.249 Crédito en Efectivo Demandado por Año de Funcionamiento de la Empresa 172
I.250 Demanda y Principal Fuente del Crédito en Efectivo Marzo 1998 - Febrero 1999 por Género del Propietario de las Empresas 172
I.251 Demanda y Principal Fuente del Crédito en Efectivo Marzo 1998 - Febrero 1999 por Actividad de las Empresas 173
I.252 Demanda y Principal Fuente del Crédito en Efectivo Marzo 1998 - Febrero 1999 por Años de Funcionamiento de la Empresa 173
I.253 Demanda y Principal Fuente del Crédito en Efectivo Marzo 1998 - Febrero 1999 por Número de Trabajadores de la Empresa 174
I.254 Demanda y Principal Fuente del Crédito en Efectivo Marzo 1998 - Febrero 1999 por Localización de las Empresas 174
I.255 Demanda y Principal Fuente del Crédito en Efectivo Marzo 1998 - Febrero 1999 por Tenencia de Cuenta Corriente 175
I.256 Demanda y Principal Fuente del Crédito en Efectivo Marzo 1998 - Febrero 1999 por Nivel de Inversión en la Empresa 175
I.257 Demanda y Principal Fuente del Crédito en Efectivo Marzo 1998 - Febrero 1999 por Tenencia de Cuenta de Ahorros 176
I.258 Demanda y Principal Fuente del Crédito en Efectivo Marzo 1998 - Febrero 1999 por Tenencia de Tarjeta de Crédito 176
I.259 Demanda y Principal Fuente del Crédito en Efectivo por el Nivel Educativo del Propietario 177
I.260 Demanda y Principal Fuente del Crédito en Efectivo por Edad del Propietario 178
I.261 Demanda y Principal Fuente del Crédito en Efectivo Marzo 1998 - Febrero 1999 por Venta Promedio Mensual de la Empresa 179
I.262 Fuentes de Financiamiento de la Empresa Por Rama de Actividad de la Empresa . . 180
I.263 Fuentes de Financiamiento de la Empresa por Actividad de la Empresa 181
I.264 Fuentes de Financiamiento de la Empresa por Número de Trabajadores de la Empresa 181

I.265 Fuentes de Financiamiento de la Empresa por Género del Propietario 181
I.266 Fuentes de Financiamiento de la Empresa por Localización 182
I.267 Fuentes de Financiamiento de la Empresa por Nivel de Inversión 182
I.268 Crédito en Efectivo por Trimestre por Actividad de las Empresas 182
I.269 Crédito en Efectivo por Trimestre por Localización de la Empresa 183
I.270 Crédito en Efectivo por Trimestre por Genero del Propietario 183
I.271 Monto del Crédito en Efectivo por Número de Trabajadores 183
I.272 Monto del Crédito en Efectivo por Actividad de la Empresa 184
I.273 Monto del Crédito en Efectivo por Género del Propietario 184
I.274 Monto del Crédito en Efectivo por Localización de la Empresa 184
I.275 Monto del Crédito en Efectivo por Nivel Educativo del Propietario 185
I.276 Uso del Crédito en Efectivo por Localización de la Empresa 186
I.277 Uso del Crédito en Efectivo por Actividad de la Empresa 186
I.278 Uso del Crédito en Efectivo por Género del Propietario 186
I.279 Uso del Crédito por Principal Fuente del Crédito en Efectivo 187
I.280 Uso del Crédito por Número de Trabajadores 188
I.281 Razones para No Solicitar Crédito por Localización de la Empresa 188
I.282 Razones para no Solicitar Crédito por Actividad de la Empresa 188
I.283 Razones para no Solicitar Crédito por el Género del Propietario 189
I.284 Razones para no Solicitar Crédito por Tamaño de las Empresas 189
I.285 Interés Crediticio Futuro por Localización de las Empresas 189
I.286 Interés Crediticio Futuro por Actividad de la Empresa 190
I.287 Interés Crediticio Futuro por Género del Propietario 190
I.288 Interés Crediticio Futuro por Tamaño de la Empresa 190
I.289 Potencial Fuente de Crédito por Localización de las Empresas 190
I.290 Potencial Fuente de Crédito por Actividad de la Empresa 191
I.291 Potencial Fuente de Crédito por Género del Propietario 191
I.292 Potencial Fuente de Crédito por Tamaño de la Empresa 191
I.293 Uso del Crédito Futuro por Localización de las Empresas 192
I.294 Uso del Crédito Futuro por Actividad de la Empresa 192
I.295 Uso del Crédito Futuro por Género del Propietario 192
I.296 Uso del Crédito Futuro por Potencial Fuente de Crédito 193
I.297 Uso del Crédito Futuro por Tamaño de la Empresa 194
I.298 Monto del Crédito Futuro por Localización de las Empresas 194
I.299 Monto del Crédito Futuro por Actividad de la Empresa 194
I.300 Monto del Crédito Futuro por Género del Propietario 195
I.301 Monto del Crédito Futuro por Tamaño de la Empresa 195
I.302 Monto del Crédito Futuro por Potencial Fuente de Crédito
Marzo 1998 - Febrero 1999 196

PRESENTACIÓN

Este nuevo libro acerca del sector de las micro y pequeñas empresas en la República Dominicana y sus conexiones con el proceso de globalización de la economía mundial, contiene dos monografías. Una de ellas presenta el informe de los resultados de la última encuesta anual de FondoMicro levantada en marzo de 1999, mientras la otra expone una descripción del aumento sustancial de la competencia en el mercado de servicios financieros dirigidos a la micro y pequeña empresa, y los retos y oportunidades que esto representa para los diversos tipos de instituciones que vienen operando en este nicho del mercado.

Esta obra contiene varias novedades. Una de ellas es la constatación de un nuevo impulso de crecimiento del sector en los doce meses anteriores a la encuesta, lo que se tradujo en un crecimiento neto de casi un 6% anual. Este crecimiento dejó un balance de más de 60,000 empresas nuevas, para un total de 353,325 empresas.

Por el lado del empleo, el crecimiento ha sido más significativo pues las micro y pequeñas empresas dominicanas están generando directamente más de un millón de puestos de trabajo, la mayor parte de ellos en las zonas urbanas del país. Esto significa que las micro y pequeñas empresas continúan siendo el principal sector generador de empleos en la República Dominicana.

Otro dato de significación arrojado por esta nueva encuesta es el incremento de la participación de la mujer como propietaria de empresas. Hoy más de la mitad de los negocios, esto es, el 51%, son propiedad de mujeres, lo cual contrasta claramente con la situación de 1993, cuando las empresas propiedad de mujeres apenas sumaban el 38.8%.

Un tercer hallazgo que no había sido registrado con la misma magnitud en años anteriores, es el notable aumento de micronegocios dedicados a los servicios y la visible disminución de la proporción de microempresas ocupadas en el comercio. Marina Ortiz estudia las posibles razones de este fenómeno dentro del contexto de la globalización en el capítulo dedicado al impacto que puede haber tenido la apertura comercial en el desarrollo de los negocios y la economía dominicana.

La monografía de Marina Ortiz trae, finalmente, un capítulo dedicado a la utilización de los servicios financieros formales por parte de los microempresarios en la República Dominicana, algo que hasta la fecha no se había realizado y que demuestra un gran potencial de mercado en esta dirección.

El Director Ejecutivo de FondoMicro, Dr. Jeffrey Poyo, y la Lic. Marina Ortiz recogen estas informaciones en una ilustrativa discusión acerca de las principales fuerzas competitivas dentro del mercado de las microfinanzas, y el impacto positivo que ha tenido para la micro y pequeña empresa en la República Dominicana.

Realizando un amplio recorrido acerca del impacto de las anteriores políticas monetarias, Poyo y Ortiz analizan algunos aspectos de la reciente historia bancaria del país y muestran que las instituciones en el mercado financiero tienen ante sí un horizonte de amplias posibilidades para hacer negocios al tiempo que contribuyen al desarrollo y crecimiento de las micro y pequeñas empresas en la República Dominicana.

Este es el vigésimo título de la serie de estudios publicados por FondoMicro acerca de la microempresa dominicana. Al igual que con los anteriores, estamos seguros que las informaciones contenidas en este libro seguirán siendo utilizadas por planificadores, financistas, economistas, políticos, organismos internacionales y administradores de programas de ayuda a las microempresas para seguir profundizando sus conocimientos acerca del sector y refinando el proceso de toma de decisiones en favor de este importante segmento de la economía nacional.

Frank Moya Pons
Director de Investigaciones

PRIMERA PARTE

MICROEMPRESAS, GLOBALIZACIÓN Y SERVICIOS FINANCIEROS

EN LA REPÚBLICA DOMINICANA

1998-1999

Por
Marina Ortiz

Las m
activos de la
empleo y mi
ha estimado
pobreza. Ad
aseguran la e
primas local

El Fo
construido u
investigacio
cuesta Nacio
para darle
investigar m
los últimos

El seg
revela algun
se presentar
una estimac
de las caras
segunda pa
apertura de
describe los
incluido un
estudiadas e

MICROEMPRESAS, GLOBALIZACIÓN Y SERVICIOS FINANCIEROS
EN LA REPÚBLICA DOMINICANA
1998-1999

INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas en el país constituyen uno de los sectores más activos de la economía por su potencial para crear y aumentar las oportunidades de empleo y mitigar el desempleo, por su contribución al Producto Interno Bruto (que se ha estimado en más de un 20%) y su importancia estratégica en la reducción de la pobreza. Además, estas empresas facilitan el desarrollo de destrezas empresariales, aseguran la expansión de oportunidades de mercadeo y en su mayoría utilizan materias primas locales.

El Fondo para el Financiamiento de la Microempresa, Inc. (FondoMicro) ha construido una amplia base de datos sobre el sector de las microempresas a partir de investigaciones empíricas. En marzo de 1999, nuevamente, FondoMicro realizó la Encuesta Nacional de Microempresas y Pequeñas Empresas en la República Dominicana para darle seguimiento a los indicadores básicos de estas empresas y, a su vez, investigar nuevos aspectos que arrojan informaciones sobre la dinámica del sector en los últimos 12 meses.

El seguimiento al conjunto de indicadores de las micro y pequeñas empresas revela algunas diferencias significativas de un año a otro. Los resultados de la encuesta se presentan en este informe, el cual consta de tres partes: la primera parte contiene una estimación del número de empresas y del empleo generado por el sector, además de las características estáticas y dinámicas de las micro y pequeñas empresas; la segunda parte incluye aspectos relacionados con la globalización, el proceso de apertura de mercados y su impacto en el sector microempresarial; y la tercera parte describe los servicios financieros que utilizan estos negocios. Finalmente, hemos incluido un amplio anexo estadístico donde se reportan las diferentes variables estudiadas en la encuesta.

A. CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS Y LOS EMPRESARIOS

El sector de las micro y pequeñas empresas en la República Dominicana ha experimentado un visible crecimiento durante los últimos tres años. Observamos que algunos factores económicos, tales como el crecimiento general de la economía y el proceso de apertura de los mercados, no sólo han generado un clima propicio para los negocios sino que han contribuido al desarrollo del sector y han fortalecido el proceso de expansión de las empresas. Por otro lado, el crecimiento cuantitativo del sector también se explica porque las microempresas representan una vía —algunas veces única— de generar más ingresos para contribuir al presupuesto familiar y satisfacer las necesidades de los miembros del hogar.

Ratificando lo anterior, las cifras de las Encuestas Nacionales de Microempresas y Pequeñas Empresas en la República Dominicana realizadas por FondoMicro de 1997 a 1999, revelan un aumento de 60,507 empresas a lo largo del período. La encuesta de marzo de 1999 registró que en el país existen 353,325 empresas, lo que representa un incremento de 19,811 unidades con relación al mismo período en el año 1998, para una tasa neta de crecimiento del sector del 5.94 por ciento.

Asimismo, pudimos observar que dos terceras partes de estas empresas funcionan en las zonas urbanas del país, distribuidas en la capital (116,018) y en las ciudades del interior (100,340), mientras que en las zonas rurales operan 136,967 micronegocios, para un 38.7% del universo total de este sector.

Otro elemento significativo que presenta la encuesta de este año es el incremento en la generación de empleos dentro del sector. Las micro y pequeñas empresas ofrecen empleo a más de un millón de hombres y mujeres (1,010,736) en todo el país, teniendo Santo Domingo la mayor cantidad de trabajadores con 414,059. En las zonas rurales existen 331,769 puestos de trabajo generados por este tipo de empresas, en tanto que 264,909 personas constituyen la fuerza laboral de las micro y pequeñas empresas en las otras zonas urbanas del interior del país.

Estas informaciones ratifican que las micro y pequeñas empresas son las principales fuentes generadoras de empleo en el país, tanto así que desde 1997 hasta la fecha han contribuido con la creación de 262,453 puestos de trabajo. Con relación a marzo de 1998, estas unidades económicas experimentaron un incremento de 55,053

puestos de trabajo según los datos de la enucesta de marzo de 1999. La participación del sector de las micro y pequeñas empresas en el empleo es del 29% de la Población Económicamente Activa (PEA), incluyendo la ocupada y la desocupada, y del 34% de la población ocupada dentro de la Población Económicamente Activa[1].

Gráfico I.1

Las empresas que iniciaron sus operaciones a partir de marzo de 1998 fueron las principales responsables del incremento en el empleo, pues las mismas adicionaron 259,915 puestos de trabajo entre marzo de 1998 y marzo de 1999. Estas 113,811 empresas nuevas iniciaron con un tamaño promedio de 2.3 trabajadores y compensaron la pérdida de empleos de las empresas desaparecidas. Esto difiere de lo ocurrido en el período anterior (1997-1998), donde las empresas preexistentes[2] expandieron su empleo e incorporaron más de 50,000 puestos de trabajo para ser las principales responsables del incremento en el número de empleos. En marzo de 1999 ese tipo de empresas tuvo una participación muy reducida en el incremento del sector, pues sólo adicionaron 3,562 trabajadores nuevos.

---

[1]Según informaciones del Banco Central de la República Dominicana publicadas en el informe de la Encuesta Nacional de Gastos e Ingresos de los Hogares, Octubre 1997- Septiembre 1998, Tomo III, Indicadores Sociales, la Población Económicamente Activa estaba compuesta por 2,999,038 ocupados y 518,156 desocupados, para un total de 3,517,194 personas.

[2]Las empresas preexistentes son aquellas unidades que se encontraban funcionando en marzo de 1998 en un área censal determinada y que son propiedad de un miembro del hogar, y las cuales continúan operando en condiciones similares para marzo de 1999.

Indagando sobre la composición del empleo generado por estas nuevas unidades, encontramos que, aunque los propietarios son la principal mano de obra, hay una mayor participación de trabajadores pagados (23.7%) que de trabajadores no pagados (21.2%). Este dato es interesante pues regularmente las empresas nuevas incorporan más trabajadores familiares no pagados que mano de obra pagada.

Tabla I.1
Número de Empresas y Empleo de las Microempresas
y Pequeñas Empresas según Localización
Marzo 1999

Localización	Empresas	%	Empleo	%	Número promedio trabajadores
Santo Domingo	116,018	32.8	414,059	40.9	3.56
Ciudades	100,340	28.4	264,909	26.2	2.64
Resto del País	136,967	38.8	331,769	32.8	2.42
Total	353,325	100.0	1,010,739	100.0	2.86

Independientemente del momento de inicio de operaciones y analizando todas las empresas, encontramos que los propietarios continúan siendo casi la mitad de la fuerza laboral de estas empresas, pues el 42.7% del empleo total corresponde a dueños de negocios que laboran en sus propias empresas. Además, casi todas las empresas unipersonales son atendidas por su propio dueño.

Tomadas en su conjunto, y al descomponer el empleo generado por las micro y pequeñas empresas según los niveles de inversión de los negocios[3], encontramos que las empresas de inversión baja generan casi la misma cantidad de empleos que las empresas de inversión alta, 39.6% y 40.5% respectivamente. La cantidad de empresas que corresponde a cada nivel de inversión explica esto, pues en el nivel más alto de inversión se encuentra sólo el 22.9% de los negocios, mientras que casi 6 de cada 10 empresas (57.7%) tienen una inversión baja. Las empresas de inversión media constituyen el 19.4% del universo y generan el 19.8% del empleo total.

Desagregando las informaciones por tipo de trabajadores, observamos que las empresas de inversión alta utilizan una mayor proporción (56.6%) de fuerza laboral pagada que las empresas de inversión media (25.5%) o de inversión baja (5.2%). Por el contrario, los negocios con una inversión por debajo de RD$15,000 pesos utilizan

[3]Las empresas se clasificaron según el monto estimado por los empresarios con relación al valor del inventario en materias primas y mercancías más el valor de las maquinarias y equipos del negocio. Se consideraron tres niveles: 1) Inversión baja, para negocios de menos de RD$15,000 pesos; 2) Inversión Media, de RD$15,001 a RD$50,000 pesos; y 3) Inversión Alta, con más de RD$50,000 pesos.

más trabajadores no pagados (28.7%) que las empresas con un capital por encima de los RD$50,000 pesos que cuentan con ese tipo de trabajadores entre su personal (11.7%).

Tabla I.2
Composición del Empleo por Categoría de Trabajadores
según el Nivel de Inversión de las Empresas a Marzo 1999
Distribución Porcentual

Inversión	Propietarios	Pagados	No Pagados	Aprendices	Empleo Total	Porcentaje Empresas
Baja[a]	64.9	5.2	28.7	1.0	39.6	57.7
Media[b]	45.3	25.5	25.5	3.7	19.8	19.4
Alta[c]	26.8	56.6	11.7	4.8	40.5	22.9
Participación en el Empleo Total	42.7	33.3	20.7	3.2	100.0	100.0

En general, las micro y pequeñas empresas incorporaron casi 60 mil puestos de trabajo en el período bajo estudio. Esto se explica por una de las siguientes razones: (i) por el incremento de la población económicamente activa que se incorporó al mercado laboral a través de este tipo de empresas; (ii) por la incapacidad del sector formal de absorber el aumento de la fuerza laboral; o (iii) por la iniciativa empresarial de muchos propietarios que optaron por un negocio propio en vez de por un trabajo asalariado.

Además de la cuantificación de las empresas y el empleo, veamos algunos aspectos que caracterizan a las micro y pequeñas empresas, que aportan informaciones sobre cómo operan estas unidades económicas.

1. Características de las empresas

a) Actividad

Las microempresas y pequeñas empresas atienden las necesidades de la sociedad realizando las más diversas actividades en tres campos básicos: manufactura, comercio y servicios. El comercio continúa aglutinando a la mayoría de los negocios del sector de las micro y pequeñas empresas (46.8%), aunque se observa una disminución sostenida en su participación año por año. Así vemos que en los últimos cinco años (de 1995 a 1999) las actividades comerciales han reducido en un 6.9%. Dentro de este renglón, el expendio de alimentos y bebidas a través de colmados, pulperías y ventorrillos continúa siendo la actividad más significativa (18.8%).

Los negocios relacionados con el cuidado personal y acicalamiento de hombres y mujeres (salones de belleza, peluquerías y barberías) continuaron incrementando su participación, representando en este año el 8% del universo. Si comparamos las informaciones en el transcurso de cuatro años (1996-1999), observamos que los salones y peluquerías aumentaron de poco más de 15,000 negocios a cerca de 30,000 unidades a nivel nacional. Porcentualmente, las variaciones son mínimas, apenas de un 5.8% a un 8%, pero al examinar los números absolutos se observa un incremento significativo en las microempresas y pequeñas empresas dedicadas a este tipo de servicios.

Otro aspecto que indica variaciones es el incremento de los negocios de producción de alimentos y bebidas, los cuales representan el 14.4% de todo el universo. Lo anterior difiere con las primeras encuestas realizadas por FondoMicro, donde el subsector de confección de ropa tenía la más alta participación en la rama manufacturera.

La creciente tendencia que se observa hacia el consumo de alimentos preparados fuera del hogar, así como el incremento en la competencia del sector textil como consecuencia del aumento en la oferta y la variedad de los textiles importados, permiten explicar algunas de estas variaciones. Asimismo, estas condiciones han hecho posible que actualmente sea más barato adquirir una prenda de vestir en una tienda que ordenar su confección a la medida.

Por su parte, las empresas de servicios operan indistintamente tanto en zonas urbanas como rurales, aunque hay una mayor proporción de estas empresas en la capital y en los centros urbanos que en las aldeas y campos del país. Así, cuatro de cada diez negocios capitalinos (39.8%) se dedican a ofrecer servicios. Esta proporción se reduce al 18.2% en las zonas rurales donde, por el contrario, predominan las microempresas comerciales (54.4%). En general, los salones y peluquerías, y la producción de comidas y bebidas son las actividades más dinámicas del mundo microempresarial.

b) Tamaño

Otra de las características de las microempresas es el reducido número de sus trabajadores. Cuarenta y dos de cada cien de estas empresas son negocios unipersonales, es decir que sólo cuentan con un trabajador, quien en la mayoría de los casos (95.9%) es su propio dueño. Las empresas de dos trabajadores constituyen el 28.4% del universo, y el 13.4% son negocios de tres trabajadores. Así, el 84.6% de las micro y pequeñas empresas tienen hasta tres trabajadores. Sólo el 2.4% tienen de 11 a 50 trabajadores.

Descomponiendo el tamaño de la empresa por subsectores, notamos que las empresas dedicadas a la confección de ropa y a la elaboración de alimentos y bebidas

tienden a ser más unipersonales (63.8% y 57.5%, respectivamente) que en otras ramas de la actividad. Lo contrario ocurre en el comercio al por mayor, donde dos de cada tres negocios (63.5%) tienen cuatro y más trabajadores. Además, las actividades que requieren de mayores habilidades técnicas dentro del sector manufacturero, tales como elaboración de productos de madera, trabajos de impresión o herrería, también generan un mayor número de empleo.

c) Género

Los datos de la encuesta de marzo de 1999 arrojan algunas variaciones con relación a años anteriores. Una de ellas es el incremento de la participación de la mujer como propietaria de empresas, pues más de la mitad de los negocios (51.5%) dependen de las decisiones empresariales de mujeres. Con relación al año pasado, las mujeres se adjudican la tenencia de un 6.8% más de negocios, pues en 1998 la mujer era dueña del 44.7% de las empresas. Este incremento guarda relación con el hecho de que casi dos tercios de las empresas nuevas (63%) son propiedad de mujeres, lo que indica una mayor inserción de la mujer en el mundo laboral.

Gráfico I.2

Un cuarto de los negocios (25%) controlados por mujeres están relacionados con la producción de alimentos y bebidas, y una proporción casi similar (22.9%) se dedica a la prestación de servicios, tales como salones de bellezas y peluquerías. Estas cifras presentan diferencias con relación a años anteriores, cuando la mujer tenía una mayor presencia en el subsector de confección de ropa.

Por otro lado, la participación de los hombres como propietarios de negocios se redujo en 8.2% al comparar las informaciones de ambos años, pues los hombres detentan la propiedad del 40.2% de los negocios este año mientras que en marzo de 1998 eran dueños del 48.4 por ciento de las micro y pequeñas empresas. Las actividades donde los hombres tienen una mayor participación son el comercio al detalle, la venta y reparación de vehículos automotores, la elaboración de productos de metal y madera, así como la prestación de servicios técnicos y profesionales.

En otro orden de ideas, los resultados de la encuesta presentan un perfil del propietario con las siguientes características principales: una edad promedio de 41

años, con una formación académica inferior a los estudios secundarios en más de la mitad de los casos y conviviendo en relaciones de pareja, ya sea a través del contrato de matrimonio o de uniones consensuadas.

Con relación a las condiciones en que operan estos negocios no se presentaron diferencias significativas. La mayoría de las microempresas son de propiedad individual, funcionan en la misma residencia del propietario, principalmente si es mujer. Casi siempre atienden un restringido mercado compuesto por individuos de las inmediaciones del negocio (consumidores finales) con pocos encadenamientos con otras empresas para la colocación de sus mercancías y productos.

d) Inversión

Aunque el número de trabajadores es una variable de gran utilidad para estudiar las microempresas, detrás de ella se esconden grandes diferencias. Uno de los elementos que evidencian estas diferencias entre las empresas lo es el capital invertido por sus propietarios para iniciar y mantener un negocio. Las informaciones arrojadas por la encuesta revelan que casi 6 de cada diez negocios (57.7%) operan con una inversión de RD$15,000 pesos o menos, mientras que el 19.4% ha invertido en su inventario (materias primas y mercancías) y en tecnología (maquinarias y equipos) montos comprendidos entre RD$15,001 y RD$50,000 pesos. Poco más de un quinto de las unidades (22.9%) tiene inversiones que sobrepasan los RD$50,000 pesos.

La reducida capacidad económica de la mayoría de estos negocios limita las posibilidades de incorporar modernas tecnologías al proceso productivo y obliga a operar en pequeña escala. Para compensar esto, las microempresas fundamentan su actividad en el uso intensivo de mano de obra, que es su principal recurso.

Esta escasez de capital se ve compensada por el ingenio y la motivación de los empresarios quienes desarrollan diferentes estrategias para mantenerse en el mercado, ya sea ofertando las más heterogéneas actividades para satisfacer las necesidades de su entorno a la vez que generan ingresos adicionales, otros operando con reducidos márgenes de ganancia, y otros con jornadas laborables que superan las ocho horas diarias. Además, estos empresarios continúan en sus faenas empresariales con un alto sentido de permanencia, pues en su mayoría no tienen intención de abandonar sus negocios por un empleo remunerado.

e) Ventas y ganancias

La heterogeneidad de actividades y de capital de las microempresas, analizados a través de los niveles de ventas, es tal que los valores fluctúan desde cien pesos hasta un millón de pesos. Asimismo, vemos que cerca de un 60 por ciento del universo empresarial tiene niveles de ventas por debajo de los RD$10,000 al mes. Visto en más

detalle, poco más del 15% de los negocios vende por debajo de los RD$1,000 pesos mensuales, un grupo similar vende entre uno y tres mil, mientras casi un tercio (26.5%) alcanza ventas promedio de RD$2,000 a RD$10,000 pesos mensuales. Estos bajos montos de ventas se corresponden con aquellas empresas de subsistencia que apenas pueden mantenerse funcionando, pero que aún así constituyen una opción para la generación de ingresos de sus propietarios.

Otro grupo de empresas (13.9%) logra ventas por encima de los RD$20,000 pesos y, en algunos casos (11.5%) sobrepasan los cincuenta mil pesos. En esta categoría están los negocios en expansión que generan excedentes y contribuyen significativamente al empleo, pues regularmente tienen mayor capital invertido y un mayor número de trabajadores pagados.

Al examinar las ventas mensuales por las diferentes ramas de actividad, encontramos que seis de cada diez empresas (57.5%) del subsector de producción de alimentos y bebidas registran ventas por debajo de dos mil pesos mensuales. Este es uno de los subsectores que experimentó un mayor crecimiento en los últimos años y sus niveles promedio de ventas mensuales son muy reducidos, lo que sugiere que la incorporación de nuevas empresas en esta actividad está relacionada principalmente con la búsqueda de la subsistencia por parte de los empresarios. En contraste, las empresas de comercio al por mayor, de servicios empresariales y de elaboración de productos de metal registran los mayores volúmenes de ventas mensuales.

Es significativo también que el tiempo de operación de las empresas en el mercado influye en sus volúmenes de ventas. Una de las razones que explica esto es que las empresas más jóvenes todavía no se han posicionado en el mercado, y muchas veces los potenciales clientes no conocen sus productos ni servicios y éstas tampoco han desarrollado todo su potencial. Esta relación se nota cuando la mitad de las empresas más recientes (que tienen menos de tres años en el mercado) venden por debajo de cinco mil pesos, en tanto que poco más de un cuarto de las más antiguas (con más de diez años de operaciones) tienen montos de ventas similares. Asimismo, estas diferencias se observan según el género del propietario, pues vemos que las empresas de mujeres registran menores montos de ventas mensuales que las empresas de propiedad masculina.

Los datos brutos de las ventas mensuales incluyen los costos de producción y los gastos fijos del negocio por lo que indagamos sobre las ganancias que los empresarios obtienen de su negocio, ya que aunque esta cuantificación es subjetiva nos ofrece una estimación del ingreso del propietario a partir de los márgenes de beneficios de su negocio.

Las actividades realizadas por los empresarios antes de iniciar su negocio actual sirve de orientación sobre los beneficios esperados por los propietarios. Desglosando

las respuestas a la pregunta "¿qué actividad realizaba usted antes de iniciar este negocio?" encontramos que el 18% de los actuales propietarios de empresas eran antes empleados de una micro o pequeña empresa, en tanto que el 19.6% estaba en el hogar. Otros (31.7%) tenían otro negocio o trabajaban, a la vez que tenían su negocio propio, mientras algunos (4% en cada caso) empresarios trabajaban en casas de familia, en zonas francas o en el gobierno. Unos pocos (7.6%) trabajaban en una empresa grande, y un porcentaje irrelevante de dueños de negocios estaban desempleados (0.2%).

Con relación a los ingresos de la empresa percibidos por los propietarios, cuatro de cada diez dueños de empresas (39.9%) tienen beneficios por debajo de RD$2,000 pesos mensuales, mientras que un 28.9% percibe ganancias entre RD$2,000 y RD$5,000 pesos mensuales. Un 17.6% obtiene ingresos de cinco a diez mil pesos mensuales. Por tanto, si agrupamos estos porcentajes vemos que casi 9 de cada diez (86.4%) negocios obtiene ganancias por debajo de $10,000 pesos, y sólo el restante 13.6% logra obtener beneficios por encima de diez mil pesos mensuales.

Aquellos propietarios que trabajaban en zonas francas, en el gobierno y en casas de familia, que estaban estudiando o que estaban en el hogar, son los que reportan menos ganancias, en contraposición con los que tenían alguna experiencia previa en actividades empresariales, ya sea porque tuvieran un negocio o porque trabajaban en una micro, pequeña o gran empresa.

Si relacionamos las ganancias reportadas por los empresarios con el salario mínimo del sector privado[4], observamos que dos terceras partes de los propietarios (65%) reciben más ingresos que si estuvieran trabajando como empleados públicos y más de la mitad de los dueños (55%) obtienen beneficios por encima del salario mínimo del sector privado. Más aún, el valor de la mediana de las ganancias asciende a RD$8,000 pesos, lo que representa más de cuatro veces el salario mínimo de un trabajador privado y cinco veces el salario mínimo de un empleado público.

En vista de lo anterior, muchas empresas generan más ganancias para sus dueños que lo que éstos ganarían si estuvieran asalariados. Por estas razones al inquirir a los propietarios sobre si dejarían su negocio por un trabajo asalariado sólo el 12% respondió afirmativamente.

Las diferencias en el ingreso al desagregarse por género también son notorias en el mundo microempresarial, al igual que en el mercado laboral formal. Más de la mitad de las mujeres (60.2%) obtienen ganancias por debajo de dos mil pesos mensuales. Estas exiguas ganancias son producto de menores niveles de inversión, de

---

[4]El salario mínimo es de RD$1,757 para negocios con un capital menor de RD$200,000 pesos, mientras que para el sector público es de RD$1,600 pesos. La mayoría de las micro y pequeñas empresas corresponden a esta categoría, pues el 93.3% tiene activos por debajo de este valor.

Estas exiguas ganancias son producto de menores niveles de inversión, de mercados más reducidos y, finalmente, de actividades menos rentables, tales como venta de hielo y helados, sanes, etc. Además, la mayoría de los negocios de mujeres operan en los mismos lugares de residencia, en horarios ajustables a las necesidades familiares de sus dueñas y en actividades relacionadas con su entorno doméstico.

En adición a esto, los negocios propios les permiten a las mujeres atender sus hogares y las necesidades domésticas de sus familias. Si no fuera así, tendrían que trabajar fuera del hogar y esto, en muchos casos, originaría un gasto adicional al presupuesto familiar ya que tendrían que contratar a una persona para ocuparse de los quehaceres del hogar. Además, los ingresos generados por el negocio constituyen el principal sostén de las familias de casi un tercio de las dueñas, aunque menos de la mitad de las mujeres detentan la jefatura de sus hogares.

Por otro lado, una mayor proporción de hombres propietarios de empresas (11.1%) reporta ganancias valoradas en más de RD$20,000 pesos, en tanto que apenas un 0.6% de las mujeres obtuvo beneficios de sus empresas por ese monto. En el otro extremo sólo se encuentra el 16.5% de los hombres con ganancias por debajo de los dos mil pesos, mientras que seis de cada diez mujeres obtienen esa suma de sus negocios. Las diferencias son aún más notorias si agregamos los montos ganados hasta cinco mil pesos, pues casi 9 de cada 10 empresas de mujeres (85.9%) generan esos montos de ganancias en contraposición con menos de la mitad de los negocios masculinos (49.4%) que alcanzan esos niveles de beneficios.

Otro aspecto relevante es la relación que guardan las ganancias del negocio con la actividad de la empresa. Así, vemos que más dueños de negocios manufactureros (73.5%) que de comercio (66.1%) o de servicios (68.9%) reportan beneficios por debajo de los cinco mil pesos. En el otro extremo, las actividades comerciales le dejan mayores montos de ganancias a sus propietarios en comparación con las actividades manufactureras o de servicios. Desglosando las actividades del sector microempresarial en subsectores notamos que la producción de alimentos y bebidas genera beneficios más exiguos que otras manufacturas, tales como la elaboración de productos en madera o en metal. Asimismo, se presentan diferencias entre los negocios dedicados a la comercialización de alimentos y bebidas, donde los colmados arrojan un balance positivo más alto que los ventorrillos y las pulperías.

Lo anterior apunta a que detrás de esta relación entre actividad y ganancia subyace la inversión en el negocio como una razón de mayor peso y, efectivamente, así es, pues los niveles de capitalización de las empresas influyen tanto en los montos de ventas como en los márgenes de ganancias. Por consiguiente, la mayoría de los negocios con capital menor de RD$15,000 pesos reporta ventas por debajo de RD$10,000 pesos y ganancias de menos de RD$2,000 pesos. Este patrón es similar tanto para las empresas de inversión media como para las de inversión alta. Las

primeras presentan un promedio de ventas mensuales entre 5 mil y 20 mil pesos y ganancias entre 2 mil y 10 mil pesos, en tanto que casi la mitad de las segundas (45.7%) venden montos superiores a los veinte mil pesos y obtienen beneficios por encima de los diez mil pesos mensuales.

Pero, en definitiva, como no todas las empresas son iguales, presentan niveles de desarrollo disímiles y, por consiguiente, su estructura económica también es diferente tanto en las ventas, en la inversión como en los beneficios. Entender estas diferencias permite desarrollar políticas de apoyo diferenciadas según que las empresas sean de subsistencia o de acumulación.

f) Ingresos y gastos familiares

Los beneficios del negocio en algunos casos constituyen el principal ingreso del hogar de su propietario, en tanto que en otros constituyen un ingreso adicional al presupuesto familiar. En marzo de 1999, el 49.3% de los empresarios consideró que los beneficios obtenidos del negocio representaban la principal fuente de ingresos para sus hogares, mientras que para el 22.8% de los casos lo eran los salarios de otros miembros del hogar. Estos resultados presentan variaciones con relación al año pasado, cuando seis de cada diez dueños (59.5%) consideraban que sus negocios le proporcionaban lo necesario para satisfacer las necesidades de su hogar.

Esta disminución guarda relación con la reducción de la participación masculina como propietarios de empresas, ya que para los hombres más que para las mujeres la empresa constituye la principal fuente de ingreso. En la encuesta de este año, las mujeres son las que detentan la mayor propiedad empresarial y, regularmente, para éstas los beneficios de sus empresas constituyen un ingreso adicional, no la principal fuente de recursos para su hogar.

Si, como hemos visto, las ganancias obtenidas en sus negocios no siempre satisfacen las necesidades del hogar de los propietarios, entonces los dueños tienen que recibir otros ingresos o solicitar créditos para cubrir el déficit presupuestario familiar y contraer compromisos que deben pagar en el futuro. En cuatro de cada diez hogares de propietarios (43.8%) se reciben sueldos y salarios pagados a sus miembros, en tanto que una proporción casi similar (39.4%) recibe ingresos generados por otros negocios propiedad de algún miembro del hogar.

Un dato interesante es la disminución que ha experimentado la recepción de remesas y regalos de familiares y amigos que viven en el extranjero por parte de los hogares de los propietarios. En marzo de 1997, tres de cada diez dueños (29.2%) señalaron que en sus hogares se recibían envíos de dinero o regalos desde el extranjero, mientras que en la encuesta de marzo de 1999 esta proporción se redujo a uno de cada seis (15.8%). Otros ingresos provenientes de la agricultura (18%) y de

aportes de familiares y amigos (14%) también contribuyen al presupuesto familiar de los dueños de micro y pequeñas empresas.

Por otro lado, al indagar si existe alguna época en el año en que los gastos son mayores que los ingresos, encontramos que dos de cada tres hogares de dueños de micro y pequeñas empresas (68.9%) tienen meses en que atraviesan por esa situación, siendo el trimestre enero-marzo el más difícil del año para más de la mitad (54.7%) de los que dijeron tener épocas con déficit en el presupuesto familiar. La temporada de octubre a diciembre fue señalada como el segundo trimestre en que los gastos son mayores que los ingresos, según el 21.7% de los empresarios, mientras que un menor porcentaje de dueños (9.1%) identificó los meses de abril a junio como aquellos donde su balance presupuestario es más deficitario.

No obstante que más de dos terceras partes de los dueños dijeron tener meses de mayores gastos que ingresos, menos de la mitad (47.7%) busca dinero de otras fuentes para cubrir sus gastos cuando ocurre dicha situación. Esto sugiere que el propietario de microempresa va arrastrando deudas cuando se le presenta un déficit en el presupuesto familiar. Y, en efecto, así es, pues más de la mitad de los empresarios (57.4%) estaba endeudado para marzo de 1999. En algunos casos eran deudas contraídas por obligaciones familiares, en otros correspondían a gastos del negocio y, también, deudas por concepto de préstamos en efectivo. Dentro del primer renglón de gastos familiares, los conceptos más usuales eran alimentación (7.9%), vestimenta (3.3%), vivienda (2.5%) y salud (1.4%). Las deudas del negocio estaban relacionadas con la adquisición de materias primas y mercancías (29.6%) y con la compra de maquinarias y equipos (3.8%). El renglón de deuda financiera es el más alto con una proporción de (41.3%).

El endeudamiento de los propietarios de micro y pequeñas empresas es posible porque ocho de cada diez dueños (81.6%) cuentan con facilidades crediticias ofrecidas por otros negocios o personas para gastos que no son de la empresa. Así, cuando los propietarios necesitan dinero para algún gasto personal regularmente utilizan efectivo del negocio (20%), piden un préstamo a fuentes formales e informales de financiamiento (27.4%) o utilizan sus ahorros y los de sus familiares (30.4%).

Algunas diferencias se presentan si analizamos las acciones de los propietarios en función de la inversión del negocio. Una mayor proporción de dueños de empresas con inversión alta (32.4%) utilizan el dinero del negocio para sus gastos personales que los propietarios de empresas de baja capitalización (13%). Estos últimos piden dinero regalado a familiares o amigos, pues canalizar dinero del negocio hacia otros fines implicaría descapitalizar la empresa y, por tanto, su quiebra. Además, entre los dueños de negocios de bajo nivel de inversión muy pocos pueden recurrir a sus ahorros (14%), por tanto éstos empresarios esperan reunir el dinero que necesitan antes de incurrir en gastos personales (16.3%). Los empresarios de negocios con inversiones

más cuantiosas tienen otras opciones: una mayor proporción acude a sus ahorros (28.8%) que aquellos que posponen su gasto hasta ahorrar el dinero (10.6%).

Las fuentes informales de financiamiento como los prestamistas representan la opción de crédito del 10% de los propietarios de negocios de baja inversión, en tanto que sólo el 4.6% de los dueños de negocios con mayor capitalización utilizan este recurso para financiar sus gastos personales.

Como vemos, el presupuesto familiar de los micro y pequeños empresarios se nutre de diferentes fuentes y, cuando no satisface las necesidades familiares, éstos recurren a otros mecanismos para cubrir sus gastos ya sean personales o del negocio endeudándose para amortiguar los períodos de menores ingresos Por tanto, el requerimiento de instrumentos ágiles de financiamiento es una necesidad para este sector de la economía.

g) *Seguridad*

Un elemento innovador de la encuesta de marzo de 1999 es el tema de la seguridad tanto relacionada con el propietario (seguro social, seguro médico y seguro de vida) como con el negocio (seguro empresarial).

Los resultados de la encuesta arrojan que apenas un 6.7% de los propietarios de micro y pequeñas empresas tienen seguro social, pero esta cifra se duplica al 14.2% cuando se les preguntó sobre la tenencia de seguro médico. Entre los propietarios que a la vez que tienen su negocio están trabajando asalariadamente en otra empresa es más usual la tenencia de seguro médico, sea éste privado o del Instituto Dominicano de Seguros Sociales. Esto apunta al hecho de que los dueños de negocios están afiliados a seguros principalmente a través de las empresas donde prestan sus servicios como trabajadores.

En los casos en que el propietario no está incorporado laboralmente a otras actividades, solo uno de cada quince dueños de negocios cuenta con este sistema privado de previsión de salud.

Cuando observamos las empresas por su nivel de inversión, se visualiza un incremento en la tenencia de seguro médico privado en la medida en que la capitalización del negocio es mayor. Así, sólo el 8.5% de los propietarios con negocios que tienen una inversión por debajo de 15 mil pesos pueden acceder a los servicios médicos privados vía un seguro. Esta proporción se triplica (26.4%) cuando los propietarios tienen negocios con un capital mayor de 50 mil pesos.

Algo similar ocurre con la distribución geográfica de los negocios, pues sólo un 5.5% de los dueños de empresas rurales tienen seguro médico privado mientras que

este contrato de servicios médicos es más utilizado en las zonas urbanas, ya sea en Santo Domingo (28.5%) o en las ciudades (12.6%). Por otro lado, el género del propietario no introduce diferencias significativas en la tenencia de seguro médico, aunque podría esperarse que más mujeres que hombres utilicen este servicio pues éstas regularmente son mayores usuarias que los hombres. Las empresas de propiedad conjunta (24.8%) son las que cuentan en mayor proporción con esta previsión de salud en comparación con las empresas de propiedad masculina (15.2%) o de propiedad femenina (11.9%).

La tenencia de seguro de vida es muy reducida, pues sólo un 3.9% de los propietarios señalaron tener este tipo de seguros. Esta previsión social hacia el futuro es más utilizada por los dueños de empresas que ofrecen servicios profesionales e inmobiliarios, que tienen una alta capitalización y que funcionan principalmente en la capital del país.

El año pasado muchas micro y pequeñas empresas sufrieron grandes pérdidas a consecuencia del paso del huracán Georges por territorio dominicano. Estas pérdidas no pudieron ser compensadas en su gran mayoría, pues sólo un 7.8% de los micro y pequeños empresarios tenían su negocio asegurado. Al examinar las características del reducido grupo de empresas que tiene seguro para su negocio notamos que son las que podrían sufrir más pérdidas frente a una eventualidad, pues tienen mayor capital invertido tanto en materias primas y mercancías como en maquinarias y equipos.

En general, los servicios de seguridad personal o empresarial con que cuenta el micro y pequeño empresario son muy reducidos, lo que significa que estos empresarios se encuentran al margen de los mecanismos de seguridad social para enfrentar cualquier eventualidad de salud o del negocio.

B. LA GLOBALIZACIÓN DE LOS MERCADOS

El proceso de globalización está basado en la búsqueda y uso de capacidades más competitivas para generar productos y servicios de mejor calidad y precios a nivel mundial. Este proceso, apoyado en los avances tecnológicos de informática y comunicación, ha transformado el mundo en una "aldea global" donde las distancias y el tiempo cada día influyen menos en la economía mundial. La liberalización e interdependencia del comercio internacional ha generado una mayor competencia en la oferta de bienes y servicios, y ha consolidado la conformación de los diferentes bloques económicos a la vez que ha internacionalizado los mercados financieros.

Dentro de este contexto, en los años de 1990 a 1992 se produjo en el país una reforma en la estructura arancelaria que facilitó el acceso de nuevas mercancías y productos al mercado nacional a través de las importaciones. Este proceso, conjuntamente con el crecimiento sostenido de la economía en los últimos años, se ha traducido en un incremento de la actividad comercial y, por ende, de la competencia.

Los datos obtenidos de la encuesta evidencian un aumento sostenido en el número de empresas durante el período 1996-1999 hasta totalizar 60,507 micro y pequeñas empresas que se han incorporado al sector en el transcurso de ese tiempo. Desglosando por año, encontramos que de 1996 a 1997 se incorporaron 34,319 negocios de menos de 10 trabajadores, en tanto que de 1997 a 1998 iniciaron sus actividades 6,378 microempresas. Durante los doce meses transcurridos entre marzo de 1998 y marzo de 1999 se adicionaron 19,810 empresas. Antes de 1996, es decir durante el período de marzo de 1994 a marzo de 1995, el número de empresas se redujo en más de 25,000 unidades, pues para 1994 había 319,639 negocios y en 1995 había 294,305 micro y pequeñas empresas.

No obstante lo anterior, el proceso de apertura comercial ha sido percibido por muchas asociaciones y grupos empresariales representantes del sector de la micro y pequeña empresa como un obstáculo más que como un desafío. Razones históricas y culturales subyacen detrás de esta percepción. Por un lado, el gran proteccionismo a la industria local (aunque las leyes de incentivo y protección favorecían exclusivamente a la mediana y gran empresa) y, por otro lado, la poca tradición exportadora de los micro y pequeños empresarios. Muestra de ello es que sólo una ínfima parte de los dueños de estos negocios tiene relaciones directas con el extranjero para importar sus materias primas y mercancías (2%) o para exportar sus productos (1.7%).

En la coyuntura actual, la internacionalización de los mercados es un proceso irreversible que presenta grandes desafíos para el sector de las micro y pequeñas empresas, y frente al cual éstas tienen ventajas y desventajas. Los acuerdos comerciales suscritos por el país ofrecen a los micro y pequeños empresarios la posibilidad de acceder a nuevos mercados, especialmente en el área del Caribe y Centroamérica.

Ahora, ¿qué implicaciones tiene este proceso para los dueños de micro y pequeñas empresas nacionales? Esta inquietud nos motivó a incluir dentro de la encuesta de marzo de este año algunas preguntas que nos permitieran conocer la percepción que tienen los empresarios sobre la situación de su negocio y de negocios como el suyo a partir del proceso de apertura aduanera que ha permitido que más productos del extranjero se comercialicen a nivel local.

Tres de cada cuatro dueños tienen una actitud positiva ante esta situación. Unos consideran que después de las mencionadas reformas arancelarias su situación está mejor (15.8%), en tanto que para un importante grupo (60.6%) está igual. Sólo un 23.6% de los entrevistados respondió que sus negocios están peores que antes de la apertura comercial. Pero es necesario desagregar estos datos por los diferentes subsectores para entender las razones detrás de estas respuestas.

Gráfico I.3

Lo primero que se evidencia es que la presencia de más productos extranjeros en el mercado local no ha tenido el mismo impacto en todas las empresas. Así, cuatro de cada diez negocios de metalmecánica (38.8%) consideran que están mejor, pues han experimentado un incremento en sus actividades como por ejemplo los negocios de hacer rejas y verjas. Esto se relaciona con un incremento del sector de la construcción y de la necesidad de protección ante los crecientes niveles de violencia. Por el contrario, la mitad de las empresas de confección de ropa (50.2%) consideran que sus negocios están peores que antes de la apertura comercial.

Esta percepción se ratifica ante la mayor oferta de ropa y textiles importados a precios más asequibles, lo que contribuye a que los clientes compren la ropa hecha en vez de mandarla a confeccionar a la medida, reduciéndose la clientela para modistas y sastres. No obstante, una reducida proporción de negocios de confección de ropa

(12.2%) consideran que sus empresas están en mejor situación, pues tienen más disponibilidad y variedad de materias primas para la confección de sus trabajos. Esto permite competir en calidad con la ropa importada y captar una clientela más exigente que viajaba al exterior a comprar ropa hecha.

Por su parte, el comercio está en mejores condiciones después de la apertura aduanera según declararon sus propietarios. Seis de cada diez negocios (60.1%) dedicados al comercio al por mayor de mercancías atraviesan una mejor situación en tanto que a un 12.5% de los detallistas les ocurre lo mismo. Más de la mitad de los dueños de empresas de comercio al detalle (59.7%) no experimentaron cambios con el proceso de apertura comercial. Estos comerciantes minoristas se dedican a la compra y venta de mercancías indistintamente de que el producto sea nacional o extranjero.

Por el contrario, muchos comerciantes adujeron que sus ventas se han incrementado porque ofrecen a la clientela una mayor variedad de productos y, en muchos casos, de mejor calidad. El crecimiento económico de los últimos años ha generado también un incremento en el consumo. Además, los hábitos de consumo se hacen cada vez más homogéneos e internacionales lo que facilita la venta de las mercancías extranjeras. Los medios masivos de comunicación y el estrecho contacto con más de un millón de dominicanos que residen en el extranjero mantienen actualizados a los consumidores locales sobre nuevos productos y hábitos de consumo.

La naturaleza de la actividad que realiza el negocio y los nichos de mercado que atiende la empresa inciden en la percepción del propietario frente al proceso de apertura comercial. Pocos dueños de negocios dedicados a ofrecer servicios (10.8%) consideraron que su situación actual es peor, lo que es comprensible pues los servicios no son transables. De hecho, un tercio de los propietarios (32.6%) que ofrecen servicios técnicos o profesionales consideraron que sus negocios estaban en mejor situación en el momento de la encuesta.

Además, las condiciones actuales de mayor competencia han generado que el propietario agregue valor a su relación con el cliente. Tal es el caso de los colmados. La fuerte competencia dentro del negocio de expendio de alimentos y bebidas ha hecho que los dueños de colmados incorporen una nueva estrategia de mercado: el servicio a domicilio. Esto le permite captar una clientela que no quiere o no puede movilizarse, ofreciéndole la facilidad de llevarle la mercancía a la casa sin ningún costo adicional. En adición a esto, muchos dueños de colmados otorgan facilidades crediticias a sus clientes. Esto permite mantener una clientela supeditada al crédito del negocio, lo que implica un nicho de mercado cautivo.

Esta estrategia mercadológica ha permitido a muchos colmados competir con los supermercados en el ámbito donde tienen más ventajas comparativas (conocimiento,

contacto y servicio personalizado y directo con la clientela), pues no pueden competir en cuanto a precio y ofertas. Así, no sólo comercializan los productos sino que también ofrecen un servicio personalizado con la entrega de los mismos.

Otro factor que incide también en la situación de los negocios ante la mayor oferta de productos extranjeros en el mercado local son los niveles de inversión de las empresas. Los negocios que tienen poca inversión no perciben cambios en su situación en la mayoría de los casos, mientras que las empresas con capital más cuantioso se enfrentan a modificaciones de su situación en ambas direcciones. Poco más del 60% de los negocios de inversión baja y media mantienen la misma situación en esta coyuntura, mientras que a una proporción menor (43.5%) de empresas con una inversión por encima de RD$50 mil pesos le ocurre lo mismo.

Por un lado, entre aquellos que consideraron que están peor, independientemente del monto invertido, se encuentra alrededor de un quinto de todos los negocios. Del otro lado, entre los que están mejor, es mayor la proporción de negocios con inversiones más cuantiosas (27.4%) que las proporciones de las empresas con una inversión baja (9.9%) y de inversión media (17.9%).

Estas variaciones en las percepciones de los propietarios con relación a la internacionalización de los mercados, en función de los niveles de inversión de las micro y pequeñas empresas, se corresponden con la reducida capacidad que tienen este tipo de negocios para introducir los cambios productivos y tecnológicos requeridos para competir con los productos extranjeros, además de que las dificultades de acceso a financiamientos acordes a sus necesidades limita dicha renovación empresarial.

En ese mismo tenor, las microempresas operan regularmente en mercados muy competitivos, principalmente aquellas que funcionan en las zonas urbanas. Por tanto, las condiciones del mercado tienden a provocar más cambios en las empresas que están ubicadas en centros urbanos que entre las que están en áreas rurales y, por ende, son menos los negocios de ciudades que pueden abstraerse a los efectos de la apertura comercial.

En ese sentido, más empresas de las zonas urbanas han experimentado cambios en su situación que sus homólogas de las áreas rurales. Tres cuartas partes de los negocios que funcionan en aldeas y campos del país (74.5%) dicen que mantienen una situación igual que antes de la apertura comercial, en tanto que una menor proporción de propietarios de empresas ubicadas en Santo Domingo (46.9%) o en las ciudades (54.3%) tienen la misma percepción.

Las razones aducidas por los propietarios para explicar la percepción que tienen sobre la situación de sus negocios fueron muy variadas. Entre aquellos que consideraron que sus negocios están ahora en mejor situación, las razones señaladas estaban

relacionadas con la calidad de los productos, las preferencias de los consumidores por productos extranjeros, las facilidades actuales para comprar mercancías y que el incremento de la competencia obliga a mejorar la calidad. Los salones de belleza y los colmados son típicos representantes de este grupo.

Por el contrario, aquellos que señalaron que sus negocios estaban en peores condiciones (23.6%) consideraron que la competencia ha sido dañina para sus empresas, que el mercado está saturado de mercancías, que los productos han aumentado de precios y que las ventas han disminuido significativamente. Los sastres y modistas se encuentran entre este grupo de empresas.

Entre ambos extremos están los que piensan que sus negocios continúan en igual condición. Para éstos, la apertura comercial no afecta ese tipo de negocios o venden productos muy específicos que no tienen competencia extranjera ("vendo sólo mercancía criolla"). En algunos negocios de servicios y de manufactura, tales como escuelas, cuidado de niños, riferos y abre sanes, entre otros, la presencia de más productos extranjeros en el mercado no los ha afectado de manera notoria, pues el tipo de actividades que realizan no son transferibles.

Además de preguntarle al propietario sobre su percepción de la situación de los negocios similares al suyo y sobre el porqué de su respuesta, quisimos también indagar qué planes tendría en caso de que su negocio se encontrara en mejor, igual o peor situación.

Algunos propietarios dijeron no tener ningún plan para el negocio, independientemente de cómo juzgaran la situación actual. Esta fue la respuesta de un quinto de los propietarios (20.7%) que respondieron estar en mejores condiciones, de casi la mitad (49.6%) de los que consideraron que están en igual situación y del 35.6% de los que dijeron estar en peores condiciones.

Los planes identificados por los dueños de negocios que perciben este proceso como positivo están relacionados con la expansión del negocio, la adquisición de nuevos productos y el desarrollo de estrategias de mercadeo y publicidad.

La mitad de los propietarios que consideran sus negocios en igual situación, planean continuar y mejorar sus actividades, adquirir una mayor variedad de productos, cambiar de localización y solicitar financiamiento para capital de trabajo, mientras que la otra mitad no tiene ningún plan para el negocio.

Dieciséis de cada cien propietarios que calificaron su situación como peor que antes, piensan cambiar de actividad, buscar un empleo remunerado o quitar el negocio. Otros (21.4%) tienen interés en mejorarlo, en tanto que más de un tercio (35.6%) no tiene ningún plan para reactivar su empresa.

Es interesante señalar que ninguna de las respuestas registró la intención de exportar productos y mercancías al extranjero entre los propietarios de negocios manufactureros. Esto se corresponde con una actitud pasiva hacia la exportación y ratifica la idea de que los micro y pequeños empresarios dominicanos viven de espaldas a las ventajas del mercado exterior.

Además, se pueden identificar otras desventajas para las micro y pequeñas empresas en este proceso de globalización. Una de ellas son los bajos niveles tecnológicos y, en muchos casos, rudimentarios que restringen la eficiencia interna de la empresa y la calidad de los productos.

Analicemos las informaciones suministradas por los empresarios como estimaciones del monto invertido en tecnología (maquinarias y equipos). Más de un tercio de los negocios (38.1%) tienen equipos y maquinarias valorados en menos de RD$1,500 pesos, mientras que un 15% de los empresarios valoró sus equipos entre RD$1,501 y RD$5,000 pesos. Otro grupo de los empresarios (25.4%) estimó el valor de sus equipos y maquinarias entre RD$5,001 y RD$20,000 pesos, en tanto que para el quinto restante (21.5%) la inversión en tecnología sobrepasa de los RD$20,000 pesos.

Este amplio abanico de valores ratifica que todas las empresas no están en similares condiciones tecnológicas, por lo que es necesario relacionar el monto invertido en maquinarias y equipos con la actividad que realiza el negocio. Así, observamos que la proporción de negocios dedicados a la producción de alimentos y bebidas (78.6%) y a la confección de ropa (48.8%) con montos invertidos por debajo de RD$5,000 pesos, es mucho mayor que la proporción de empresas madereras (17.5%) o de metalmecánica (4.5%) con inversiones similares. Tenemos que considerar que los equipos para elaborar productos de madera o de metal son más costosos que los requeridos para producir alimentos o ropas, pero también es preciso reconocer que esas empresas pueden tener mejor equipamiento tecnológico para hacer productos terminados de mejor calidad y, por tanto, estar en mejores condiciones de competir en el mercado.

Estas cifras ratifican la existencia de tecnologías rudimentarias y, en muchos casos, obsoletas, lo que representa una gran barrera para competir en el mercado con productos extranjeros, regularmente elaborados con tecnologías más sofisticadas, con diseños y presentaciones atractivas y a costos inferiores por la producción en escala y la eficiencia del proceso productivo, entre otras razones.

Pero la inversión en tecnología no es suficiente para competir en condiciones equitativas en la actualidad. Las micro y pequeñas empresas necesitan una estrategia de gestión tecnológica que incluya conocimientos, información y la toma de decisiones oportunas para ser más competitivas. Además, la baja formación académica tanto de

propietarios como de trabajadores constituye también un obstáculo para la inserción en el proceso de desarrollo. Esta realidad es tan dramática que casi la mitad de los dueños de empresas apenas han cursado hasta el nivel primario y un tercio de los trabajadores que laboran en este tipo de empresas también están en similar condición.

Las diferencias que caracterizan el sector microempresarial se convierten en un cedazo natural para segregar estas empresas hacia la internacionalización de los mercados. No todas podrán incorporarse a nuevos mercados internacionales convirtiéndose en micro y pequeñas empresas de exportación. Las empresas de acumulación son las más llamadas a jugar este papel, mientras que, por el contrario, las empresas de subsistencia seguirán atendiendo sus reducidos y más pobres mercados inmediatos.

Las condiciones en que operan las micro y pequeñas empresas de acumulación representan ventajas comparativas para poder atender nuevos mercados. Elaborar productos para otras empresas, mercancías con características especializadas o que exijan una terminación menos mecanizada, son tareas de este tipo de empresas.

Como vemos, este proceso presenta grandes oportunidades y desafíos para los empresarios, pero a la vez exige el mejoramiento en la calidad de los productos y servicios para poder competir adecuadamente. Además, estas empresas deben buscar modalidades de alianzas estratégicas que les permitan asociarse y acometer unidas las diferentes tareas de producción, distribución y comercialización de sus productos y mercancías. Uno de los mecanismos es la asociatividad, entendida como un mecanismo de cooperación entre las empresas que permite la participación de éstas en la búsqueda de un objetivo común, pero manteniendo su independencia jurídica y gerencial. La conformación de grupos de asociatividad o consorciación entre negocios del mismo subsector permitirá satisfacer las demandas de mayores volúmenes de productos y mercancías que muchas veces los negocios no están en capacidad de atender individualmente.

C. SERVICIOS FINANCIEROS

Uno de los obstáculos más evidentes que tienen las micro y pequeñas empresas —investigado ampliamente en nuestras encuestas— es el acceso al mercado formal de financiamiento. Pocas micro y pequeñas empresas han podido satisfacer sus necesidades de financiamiento a través de las instituciones formales de crédito. Por tanto, la provisión de adecuados servicios financieros al sector constituye uno de los elementos fundamentales que inciden en el desarrollo de estas unidades económicas. Estos servicios financieros incluyen tanto los productos de ahorro (cuentas de ahorro y certificados a plazo fijo) como los productos de crédito (préstamos en general, tarjetas de crédito, líneas de crédito, etc.). En nuestra encuesta de marzo de 1999 indagamos acerca del uso que hacen los micro y pequeños empresarios de este tipo de servicios, y a continuación presentamos una síntesis de nuestros hallazgos.

Regularmente, son las instituciones informales de financiamiento, tales como los familiares y amigos y los prestamistas, las que constituyen las principales opciones del empresario en la búsqueda de recursos financieros. Aun cuando son pocos los negocios que han accedido al crédito formal, ya sea a través de bancos y financieras (4.5%) o de programas e instituciones de microfinanciamiento impulsados principalmente por las ONG (4.3%), es relevante analizar las características de ambos programas.

Existen claras diferencias entre las instituciones financieras formales o tradicionales (como los bancos) y las instituciones que ofrecen crédito a las microempresas (como las ONG). Estas diferencias son notorias en la metodología crediticia, las garantías, los montos y los plazos, así como en la diversificación de los productos.

La evaluación crediticia de las instituciones bancarias se apoya principalmente en las informaciones proporcionadas por el cliente o empresario para validar su posición económica y la tenencia de garantías, mientras que las instituciones sin fines de lucro (ONG) que atienden a las microempresas evalúan el carácter de la persona, su capacidad de repago y la situación económica de la empresa.

Además, las ONG trabajan intensivamente "construyendo" la historia empresarial y crediticia del propietario del negocio, lo que implica que los oficiales de crédito (empleados que evalúan y verifican la solicitud de crédito) tienen que desplazarse hasta los mismos negocios para recopilar las informaciones necesarias a diferencia de las instituciones bancarias donde el cliente es quien debe depositar la documentación que le es requerida. Por tanto, el costo unitario del otorgamiento del

préstamo es mayor cuando se utiliza la metodología de las ONG que cuando los bancos o financieras realizan las evaluaciones de crédito.

Las garantías constituyen un rasgo diferenciador entre las instituciones bancarias y las ONG que atienden al sector microempresarial. Una de las principales razones aducidas por los banqueros es que la ausencia de garantías reales o la falta de documentación para comprobar la existencia de dicha garantía constituye una de las mayores limitaciones para incursionar en la provisión de servicios financieros al sector de las microempresas. Una de las alternativas que han utilizado las ONG para salvar este obstáculo es el uso de las garantías de los grupos solidarios, que compensan la falta de garantías y activos individuales y, a su vez, constituyen un compromiso de cada uno de los miembros del grupo solidario sobre el préstamo concedido.

Además, no sólo la ausencia de garantías constituye un obstáculo. En muchos casos, las limitaciones para comprobar la existencia y tenencia de una garantía impiden que las instituciones bancarias consideren dicha garantía como aceptable. Corroborando lo anterior, sólo la mitad de los dueños de negocios que declararon ser propietarios de los locales donde funciona la empresa tienen título de propiedad.

Otra diferencia existente entre ambas instituciones radica en su cartera de préstamos. Regularmente la banca formal otorga préstamos por montos mayores que las ONG financieras del sector microempresarial y con un vencimiento más tardío, pues sus plazos son mayores. Además, la banca comercial ofrece una gama más amplia de productos crediticios (préstamos personales, empresariales, para vivienda, líneas de crédito, etc.) que los ofrecidos por las ONG, donde hay menos diversificación de los servicios financieros.

El recuadro I.1 presenta un resumen de la documentación solicitada por los bancos para conceder préstamos, ya sea a título personal o empresarial. Como vemos, las condiciones en que operan la mayoría de las microempresas las excluye del financiamiento bancario, ya que no están constituidas formalmente, no llevan registros de sus operaciones ni tienen sistema de contabilidad, no están integradas al sistema financiero formal pues no tienen cuentas bancarias ni de ahorro, etc.

Al analizar las informaciones del crédito en efectivo recibido por los propietarios en los 12 meses previos a la encuesta, encontramos que sólo dos de cada cinco empresarios (19.5%) obtuvo dinero en calidad de préstamo, mientras que el restante 80.5% no recibió préstamos en efectivo. De este último grupo, el 4.5% recibió facilidades crediticias de los bancos y financieras, mientras que una proporción similar (4.3%) lo hizo a través de las ONG que tienen programas de microcrédito. Las fuentes informales de crédito, tales como prestamistas y familiares y amigos, fueron los principales proveedores de dinero en efectivo para los micro y pequeños y negocios, con una participación de 5.3% y 4.7% respectivamente.

Recuadro 1.1

Resumen de la Documentación Solicitada por los Bancos para Conceder Préstamos

				Personales	Empresariales
Requisitos Generales				❑ Llenar la solicitud de préstamo ❑ Cédula de identidad ❑ Estados financieros personales ❑ Certificación de ingresos o declaración jurada ❑ Balance de cuentas bancarias	❑ Carta de solicitud de crédito ❑ Documentos constitutivos de la empresa ❑ Estados financieros
GARANTIA	SOLIDARIA	FISICA		❑ Certificación de ingresos, o patente, o declaración jurada de ingresos. ❑ Cédula de identidad ❑ Estados financieros personales	❑ Certificación de ingresos, o patente, o declaración jurada de ingresos ❑ Cédula de identidad ❑ Estados financieros personales
GARANTIA	SOLIDARIA	MORAL		❑ Documentos constitutivos de la empresa ❑ Estados financieros	❑ Documentos constitutivos de la empresa ❑ Estados financieros
GARANTIA	HIPOTECCARIA	ADQUIS.		❑ Certificado de título duplicado del dueño y plano catastral ❑ Contrato de opción de compra ❑ Documentos constitutivos de la empresa que vende	❑ Certificado de título duplicado del dueño y plano catastral ❑ Contrato de opción de compra ❑ Documentos constitutivos de la empresa que vende
GARANTIA	HIPOTECCARIA	CONSTR.		❑ Certificado de título duplicado del dueño ❑ Planos y presupuesto detallado de la construcción ❑ Tarjeta de inspección de Obras Públicas	❑ Certificado de título duplicado del dueño ❑ Planos y presupuesto detallado de la construcción ❑ Tarjeta de inspección de Obras Públicas
GARANTIA	HIPOTECCARIA	C. HIP Y R. DEUDA		❑ Certificado de título duplicado del dueño ❑ Copias de las facturas o estado de cuanta de las deudas	❑ Certificado de título duplicado del dueño ❑ Copias de las facturas o estado de cuanta de las deudas
GARANTIA	PRENDARIA	INVERSION LIQUIDA		❑ Certificado financiero original ❑ Cesión de crédito firmada por el cliente ❑ Entrada cruzada ❑ Pagaré firmado por el cliente ❑ Registro del crédito	❑ Certificado financiero original
GARANTIA	PRENDARIA	VEHICULOS	NUEVOS	❑ Cotización de la empresa vendedora Endoso de póliza de seguro full a favor del banco por el monto de la deuda	❑ Cotización de la empresa vendedora ❑ Endoso de póliza de seguro full a favor del banco por el monto de la deuda
GARANTIA	PRENDARIA	VEHICULOS	USADOS	❑ Dos cotizaciones de dealers reconocidos ❑ Original de la matrícula ❑ Endoso de póliza de seguro full a favor del banco por el monto de la deuda	❑ Dos cotizaciones de dealers reconocidos ❑ Original de la matrícula ❑ Endoso de póliza de seguro full a favor del banco por el monto de la deuda
GARANTIA	PRENDARIA	MAQUINARIAS	NUEVAS	❑ Cotización de la empresa vendedora ❑ Endoso de póliza de seguro full a favor del banco por el monto del avalúo	❑ Cotización de la empresa vendedora ❑ Endoso de póliza de seguro full a favor del banco por el monto del avalúo
GARANTIA	PRENDARIA	MAQUINARIAS	USADAS	❑ Avalúo de la máquina ❑ Endoso de póliza de seguro full a favor del banco por el monto del avalúo	❑ Avalúo de la máquina ❑ Endoso de póliza de seguro full a favor del banco por el monto del avalúo

Aún más, si analizamos las características de las empresas que obtuvieron crédito de la banca formal, se observa que éstas, en su mayoría: a) forman parte del grupo de inversión alta, es decir, tienen ventas promedio superiores a los RD$40,000 pesos mensuales; b) han cumplido los requerimientos legales para su constitución como empresa; c) tienen mayor tiempo en operación; y d) en su mayoría son propiedad de hombres.

Las informaciones revelan también que aquellos propietarios que obtuvieron crédito son en su mayoría usuarios de los servicios bancarios de cuentas corrientes y de cuentas de ahorro, en una proporción del 55.6% y 70.6%, respectivamente. Esto indica que la relación establecida entre los propietarios de micro y pequeñas empresas y el sistema financiero formal a través de estos instrumentos bancarios permite a la institución financiera obtener informaciones del manejo que hace el dueño del negocio de estas cuentas, lo que facilita a ésta su evaluación y, por ende, el otorgamiento del crédito.

Se ha observado que en los últimos años las diferencias entre el sector financiero formal y las instituciones de apoyo financiero a las micro y pequeñas empresas se han reducido pues gradualmente este tipo de instituciones comienzan a atender las necesidades de los micro y pequeños empresarios, ya sea a través de mayores facilidades para conseguir préstamos personales y empresariales, o vía el otorgamiento de las tarjetas de crédito como un mecanismo de financiamiento de las necesidades personales o del negocio del individuo.

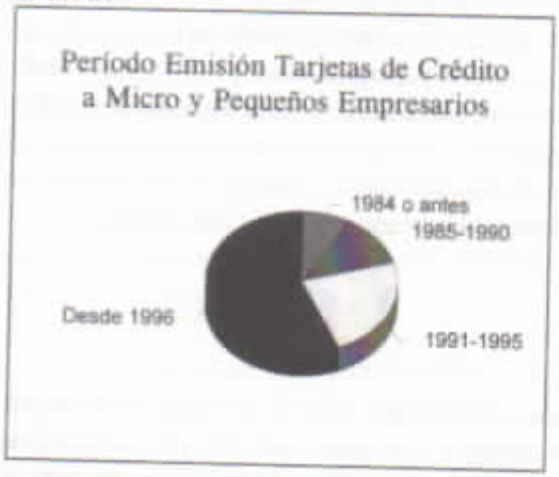
Trece de cada cien propietarios son usuarios de tarjetas de crédito otorgadas por los diferentes bancos. Desglosando las informaciones de cuándo obtuvieron sus tarjetas de crédito encontramos que uno de cada diez (7.8%) ha tenido tarjeta de crédito desde antes de 1984. En el período de 1985 a 1990, que se caracterizó por la incorporación de nuevos bancos comerciales y por una profunda crisis bancaria producto del colapso de 7 bancos,[5] el número de tarjetas de crédito otorgados a los micro y pequeños empresarios se incrementó en un 12.4 por ciento, mientras que un 23.2% obtuvo su tarjeta en el quinquenio 1991-1995.

La estrategia bancaria de incrementar el financiamiento al consumo se evidencia en cómo aumentaron sustancialmente el número de empresarios que obtuvieron tarjetas de crédito a partir de 1996, pues más de la mitad (56.6%) de los propietarios de micro y pequeñas empresas que tienen tarjetas de crédito las consiguieron a partir de esa fecha.

---

[5]Ver Andrés Dauhajre, hijo et al, *El Programa. Programa Macroeconómico de Mediano Plazo para la República Dominicana: 1996-2000*, Fundación Economía y Desarrollo, Santo Domingo, 1996.

Gráfico 1.4



Al desagregar las informaciones de tenencia de tarjetas de crédito por género del propietario del negocio, se observa que una mayor proporción de negocios de propiedad mixta de hombres y mujeres (27%) o de propiedad masculina (17.3%) tienen disponible este instrumento para poder financiar sus gastos del negocio o personales, mientras que sólo el 8% de las unidades propiedad de mujeres cuentan con tarjeta de crédito. Asimismo, también se observa una concentración en Santo Domingo (32.7%) de usuarios de tarjetas de crédito dentro del sector microempresarial, frente a un 7.8% en las zonas urbanas del interior y un 3.3% en las zonas rurales.

Y aunque sólo poco más de uno de cada diez dueños de negocios tiene en la actualidad tarjeta de crédito, se vislumbra un incremento en la tenencia de este instrumento bancario porque el aumento de la competencia en los mercados financieros está impulsando a las instituciones de la banca formal a buscar nuevos mercados crediticios dentro del sector de las micro y pequeñas empresas que antes no eran su objeto de atención.

Otro aspecto importante a considerar en los servicios financieros por parte de las instituciones formales de crédito son las provisiones establecidas en previsión de pérdidas en los préstamos que establecen las normas prudenciales, sean éstos comerciales o de consumo. Así, aquellos préstamos clasificados como comerciales tienen que estar avalados por documentación legal de la empresa, el historial crediticio del cliente, así como la existencia de garantías reales. Estos requerimientos automáticamente son excluyentes para la mayoría de las micro y pequeñas empresas por sus características propias. Actualmente, dos bancos de desarrollo (Banco de la Pequeña Empresa y Banco ADEMI) prestan al sector considerando estos créditos como préstamos empresariales, aunque esto signifique una mayor provisión de fondos por el riesgo, debido a la ausencia de documentaciones legales y contables, así como de informaciones crediticias que permitan verificar el historial de crédito del individuo.

En adición a esto, en muchos casos es prácticamente imposible diferenciar entre el negocio y el hogar pues existe una estrecha relación entre las microempresas y la economía doméstica, ya sea a través del flujo de dinero de una a otra sin establecer controles previos. Muchas veces un familiar enfermo constituye la quiebra del negocio o el envío de una remesa al hogar del propietario permite la adquisición de mercancías o materias primas para la empresa.

Más aún, las investigaciones realizadas en el año 1997 sobre el tema de las migraciones y el flujo de remesas en las micro y pequeñas empresas, permitieron constatar que un quinto de los hogares de micro y pequeños empresarios (21.8%) recibían envíos de dinero de sus familiares en el extranjero, principalmente a aquellos dueños de negocios de menor nivel económico. Esto permitía el mantenimiento en operación de muchas empresas de baja rentabilidad, pero a través de las cuales sus propietarios generan ingresos que contribuyen al sostenimiento de sus familias[6].

1. Uso de Servicios Bancarios

En adición al financiamiento de sus operaciones para la compra de materias primas y mercancías o la adquisición de equipos y maquinarias, los propietarios de micro y pequeñas empresas hacen uso de otros servicios financieros, entre los que se encuentran las cuentas de ahorro y los certificados a plazo fijo.

Tradicionalmente, se ha considerado que el sector de los micro y pequeños empresarios necesita primordialmente los servicios de financiamiento para sus negocios y se han dejado de lado los servicios de ahorro. No obstante, las condiciones de inestabilidad financiera con que operan estas empresas hacen del ahorro un servicio necesario para su crecimiento y desarrollo. De esta manera, el empresario puede reservar los excedentes de liquidez para inversiones futuras, ya sea en el incremento de su inventario o en la adquisición de nuevos equipos y maquinarias. También le permite un mejor manejo de su liquidez en función a la estacionalidad en el flujo de caja del negocio.Asimismo, estas reservas permiten que el empresario haga frente a cualquier tipo de eventualidad que se le presente, sea ésta personal, familiar o del negocio, sin afectar el flujo de caja de la empresa. Regularmente, son las instituciones reguladas, como los bancos, las asociaciones de ahorros y préstamos y las financieras, las únicas que están autorizadas a captar ahorros del público.

La información sobre el uso de servicios bancarios de cuentas de ahorro y certificados a plazo fijo es indicativa de la capacidad de ahorro de una persona, aún cuando ésta no está supeditada a la tenencia de estos instrumentos bancarios, pues sabemos que se puede ahorrar fuera de los bancos.

De los 1,159 empresarios entrevistados, poco más de un tercio (37.2%) tienen cuentas de ahorro. En este renglón también se evidencian las diferencias por género, pues 4 de cada diez hombres (43.8%) tienen cuentas de ahorro mientras que una proporción menor de mujeres (31.8%) hace uso de ese servicio bancario. La concen-

---

[6]Marina Ortiz, *Microempresas, Migración y Remesas en la República Dominicana 1996-1997*. FondoMicro, Santo Domingo, 1997.

tración de los servicios bancarios en las zonas urbanas también se nota en la encuesta de marzo de 1999, pues más de la mitad de los empresarios residentes en Santo Domingo (53.7%) tienen cuentas de ahorro, frente a uno de cada cuatro en las zonas rurales (24.5%).

Por otro lado, es muy reducida la cantidad de empresarios que tienen sus ahorros en certificados a plazo fijo (2.5%). Este pequeño grupo está conformado en su mayoría por propietarios de empresas de inversión por encima de RD$50,000 pesos, que residen en centros urbanos y que se dedican principalmente a actividades de servicios.

Otro servicio bancario que puede ser un indicador del manejo financiero del negocio es el uso de cuentas corrientes por parte de los dueños de micro y pequeñas empresas. Una reducida cantidad de propietarios (17.5%) maneja sus fondos a través de cuentas corrientes, siendo dentro del subsector de comercio al por mayor donde más propietarios (80.4%) utilizan este instrumento bancario. Al igual que en los productos bancarios anteriores (cuentas de ahorro y certificados a plazo fijo) las mujeres usan menos las cuentas corrientes (9.8%) que los hombres propietarios (24.7%), siendo los dueños de empresas mixtas los mayores usuarios (32.7%).

No podemos desligar el análisis de género y la utilización de servicios bancarios del contexto femenino en general. Está ampliamente demostrado que los hombres tienen un mayor nivel de ingresos que las mujeres. Además, las encuestas de FondoMicro validan este dato con relación a la capacidad de generación de ingresos de las mujeres propietarias, pues sus negocios tiene una menor inversión, menores ventas y, por ende, menores ganancias que las empresas de propiedad masculina.

Otro aspecto de interés es que el ahorro es una práctica más usual entre los empresarios con mayores niveles de riqueza (cuantificada a partir de la inversión en materias primas y mercancías y en equipos y maquinarias). Los propietarios de empresas con una inversión mayor a los cincuenta mil pesos tienen más cuentas de ahorro (64.9%), cuentas corrientes (52.4%) y certificados a plazo fijo (7.6%) que aquellos que tienen inversiones de menor cuantía.

Otro instrumento bancario que están utilizando los micro y pequeños empresarios son las tarjetas de retiro en efectivo. Y, aunque sean pocos los usuarios dentro del sector (7.4%), esto indica la creciente incorporación de tecnologías modernas de operación financiera para el manejo de sus ahorros o recursos financieros.

No obstante, son pocas las micro y pequeñas empresas que utilizan las tarjetas de crédito como mecanismo de venta a crédito de sus productos y mercancías. Apenas un 4.7% de los negocios utilizan este servicio que permite a las empresas vender a crédito sin tener referencias previas del comprador, ya que las informaciones

crediticias son avaladas por la institución emisora de la tarjeta y ésta última es la que asume el riesgo crediticio.

Los empresarios que cobran a sus clientes con tarjetas de crédito regularmente son también usuarios de las mismas. En adición, éstos negocios están ubicados en zonas comerciales y casi todos en Santo Domingo. También éste grupo de empresas principalmente y forman parte del grupo de inversión alta.

2. Crédito

En adición al crédito en efectivo otorgado por diferentes fuentes a los micro y pequeños empresarios, también éstos disponen del financiamiento de sus materias primas y mercancías vía los suplidores. Así, el 45.2% de los dueños de negocios adquiere en estas condiciones sus materiales o productos, mientras que el restante 54.8% paga sus compras inmediatamente o al contado.

Los menores niveles de intermediación propician el uso de estas facilidades crediticias por parte de los propietarios, ya que siete de cada diez empresarios (69.3%) que adquieren sus materias primas y mercancías directamente con los productores tienen la facilidad de comprar a crédito, mientras que sólo un tercio (32.2%) de los que compran a detallistas pueden pagar más tarde sus compras. En los subsectores de comercio (64.9%) y de servicios (43.7%) es más usual comprar a crédito que al contado. Por el contrario, la mayoría de los negocios del subsector de confección de ropa (83.8%) tienen que pagar inmediatamente por la adquisición de sus materias primas.

Una de las causas de desequilibrio administrativo y financiero de estos negocios podría estar relacionada con la desproporción existente entre la adquisición de materias primas y mercancías a crédito y las facilidades crediticias otorgadas por los propietarios a sus clientes. Tres de cada cuatro dueños (76.6%) venden a crédito sus productos y mercancías, teniendo que financiar sus operaciones mientras recuperan sus cuentas por cobrar, y menos de la mitad (45.2%) puede adquirir a crédito los materiales y productos que necesita como capital de trabajo.

Una visión más global de la empresa permite combinar las empresas según la utilización de financiamiento en efectivo y las compras a crédito, para así diferenciar aquellas empresas que recibieron algún tipo de facilidad crediticia y las que operaron sin préstamos de ningún tipo. Más de la mitad de las empresas (54.1%) operaron con financiamiento en los doce meses previos a la encuesta, ya sea por financiamiento en efectivo y del suplidor (10.7%), sólo del suplidor (34.2%) o sólo en efectivo (9.2%).

Descomponiendo las informaciones crediticias según los niveles de inversión del

negocio se ratifica un mayor acceso a cualquier forma de financiamiento por parte de las empresas con inversiones más cuantiosas, pues sólo una de cada cuatro (27.5%) no accedió a alguna forma de financiamiento. Los suplidores atendieron a casi dos terceras partes de estas empresas (63.4%) y, por otro lado, un 31.4% obtuvo crédito en efectivo. Otras (22.2%) consiguieron facilidades crediticias en ambas modalidades: en mercancías y en efectivo.

La situación difiere en el caso de las empresas de baja inversión, pues más de la mitad (56.5%) no accedieron a ningún tipo de crédito. La mayor provisión de crédito a estas empresas fue otorgada por los suplidores (33.8%) y muy pocas (5.8%) pudieron obtener crédito en efectivo y en mercancías y materias primas.

Por otro lado, las empresas unipersonales son las menos atendidas en cuanto a los servicios financieros, pues 59 de cada100 negocios no recibieron crédito de ningún tipo. Esta proporción se reduce a un 38.2% en el caso de las empresas de dos personas y a un 27.2% cuando el negocio tiene cuatro o más trabajadores.

Regularmente los propietarios de micro y pequeñas empresas requieren servicios financieros para dinamizar sus negocios, ya sea financiando la adquisición de materias primas y mercancías o a través de pequeñas inversiones en maquinarias y equipos o en el local donde funciona el negocio. Además el propietario solicita crédito para consumo con el interés de cubrir el costo de obligaciones familiares o personales.

De acuerdo con lo anterior, dos de cada tres empresarios (65.7%) utilizaron el crédito recibido para comprar materias primas y mercancías para sus negocios, en tanto que un 12.2% de los empresarios incorporó tecnología con la adquisición de maquinarias y equipos. Realizar inversiones en el local fue la prioridad del 13% de los dueños de negocios que recibieron crédito, mientras que un 2.1% utilizó el dinero para gastos del negocio. Otro grupo (6.9%) realizó gastos personales con el crédito en efectivo que recibió en los 12 meses previos a la encuesta.

Dado que el financiamiento puede ser vital para el negocio, indagamos sobre el interés de los propietarios en solicitar crédito en los próximos doce meses. Sólo un tercio de los encuestados señaló que tiene intención de solicitar algún tipo de crédito, mientras que el restante 66.3% señaló que no piensa obtener financiamiento.

Las razones señaladas por los empresarios son diversas, pero podemos agruparlas en tres categorías principales: los que no trabajan con crédito (27.1%), los que tienen o no necesitan crédito (41%) y los que se censuran como posibles sujetos de crédito (25.1%). En este último grupo se encuentran los que consideran que no pueden realizar negocios con los bancos, ya sea por su condición de pobres o por la dimensión de sus negocios, se autodescalifican para recibir un crédito.

Además, muchos empresarios no piensan solicitar crédito pues las condiciones en que pueden acceder al mismo muchas veces son desfavorables. Pocos tienen acceso a las fuentes formales de financiamiento y el crédito de las fuentes informales (prestamistas) implican un costo excesivamente alto.

En definitiva, si el micro y pequeño empresario pudiera tener mayor acceso al sistema financiero formal sus posibilidades de crecimiento se incrementarían, y en los momentos actuales de apertura comercial hay muchos acápites en donde el empresario requerirá financiamiento para estar acorde a las condiciones del mercado.

Por su parte, los bancos comerciales señalan que los costos de administración de los créditos pequeños son muy altos, ya que son invariables independientemente del monto del préstamo. En adición, las solicitudes de créditos de los micro y pequeños empresarios en su mayoría no cumplen con los requerimientos bancarios y carecen de garantías o éstas no pueden ser comprobables.

Otro ingrediente que dificulta el acceso del micro y pequeño empresario a las fuentes formales de financiamiento es el alto porcentaje de inestabilidad de estas empresas, pues casi un tercio de las mismas cierran cada año. Además, la metodología crediticia de los bancos comerciales y las normas prudenciales de calificación de cartera no se adecuan a la situación de las micro y pequeñas empresas, como explicamos previamente.

No obstante, la apertura de los mercados financieros incrementará la competencia entre los bancos y se incrementará la búsqueda de nuevos nichos de mercado en este importante segmento de la economía.

SEGUNDA PARTE

EL ENFOQUE COMERCIAL DE LAS MICROFINANZAS EN LA REPÚBLICA DOMINICANA

Por
Jeffrey Poyo
y
Marina Ortiz

viene
Empre
empres
mismas

353,00
ilustrar
número
(621,2
tasa ne
empres

pues in
particip
estimad

de emp
econom
1,010,7
Poblac
de zona
encuem
quinto

y autón

EL ENFOQUE COMERCIAL DE LAS MICROFINANZAS EN LA REPUBLICA DOMINICANA

A. ANTECEDENTES

Desde 1992, el Fondo para el Financiamiento de la Microempresa (FondoMicro) viene realizando anualmente la Encuesta Nacional de Microempresas y Pequeñas Empresas en la República Dominicana, analizando las diversas características de estas empresas, sus condiciones dinámicas relacionadas a la apertura y desaparición de las mismas, así como su participación dentro de la economía nacional.

La encuesta realizada en el mes de marzo de 1999 indica que existen más de 353,000 empresas a nivel nacional. Una muestra de la dinámica del sector se puede ilustrar al notar que durante el período 1992 a 1999 se ha creado casi dos veces ese número de negocios (645,060) y ha dejado de funcionar casi la misma cantidad (621,236) de estas unidades. Con relación al año pasado, el sector experimentó una tasa neta de crecimiento del 5.94%, lo que representa un aumento de casi 20,000 empresas adicionales.

Las micro y pequeñas empresas son la principal fuente de empleos en el país, pues incorporan más de un millón de dominicanos al proceso productivo, teniendo una participación del 29% de la Población Económicamente Activa. En adición, se ha estimado que el sector contribuye con el 23% del PIB.

La importancia del segmento de la micro y pequeña empresa en la generación de empleos queda evidenciada comparándolo con los principales sectores de la economía dominicana. Los micronegocios de 1 a 50 trabajadores generan empleo para 1,010,736 personas, lo que representa el 34% de la población ocupada entre la Población Económicamente Activa. Por el otro lado, en todo el país operan 44 parques de zonas francas donde funcionan 474 empresas, en las cuales 195,193 personas encuentran la forma de ganarse el sustento con su trabajo, lo que representa apenas un quinto del empleo generado por las micro y pequeñas empresas a nivel nacional.

Asimismo, la suma de la nómina del gobierno central, del sector descentralizado y autónomo, y la de los ayuntamientos asciende a 324,239 empleados públicos para el

período octubre 1997-septiembre 1998[1]. Esa cantidad de empleos sólo representa un 32% de la fuerza laboral ocupada en negocios propios o ajenos de las micro y pequeñas empresas.

Una rama muy significativa de la actividad económica es la agricultura y la pesca. A ella se dedica un poco más de medio millón de personas (416,246) en todo el territorio nacional. No obstante, los empleos generados por las actividades agrícolas y pesqueras sólo representan el 41% de la ocupación laboral de las microempresas y pequeñas empresas, compuesta por los propietarios y empleados de las mismas.

Las micro y pequeñas empresas presentan diferentes niveles de desarrollo acorde a su potencial de generación de empleo y a la capacidad de las empresas de generar un ingreso estable para sus propietarios y empleados. En base a estas diferencias se pueden clasificar estas unidades económicas en empresas de subsistencia (53%) —que apenas generan los ingresos mínimos para sus propietarios y los trabajadores, y representan una opción al desempleo—, en empresas de acumulación lenta (39%) y de acumulación acelerada (8%), que expanden significativamente el empleo y tienen un crecimiento sostenido en activos y capital.

Indistintamente del nivel de desarrollo de las empresas, estos negocios constituyen iniciativas empresariales de los propietarios que le reportan ganancias muchas veces más cuantiosas que un salario en el sector público o privado, por lo que son pocos (12%) los dueños de empresas que dejarían su negocio por un trabajo asalariado. Además, estas empresas funcionan en mercados altamente competitivos y se han desarrollado al margen de políticas estatales proteccionistas.

Diversos estudios de FondoMicro han ratificado la importancia de la provisión de servicios financieros para la expansión del sector de las micro y pequeñas empresas, pues el crédito es una herramienta que acompaña el crecimiento del negocio en concordancia con los planes y la gestión del empresario. Las instituciones especializadas en proveer servicios financieros a la micro y pequeña empresa tienen sus orígenes a comienzos de la década de los ochenta, y son, hoy en día, de las más avanzadas en América Latina, tomando en consideración el número de instituciones en el mercado y su desarrollo institucional. A pesar de esto, las encuestas anuales de FondoMicro confirman que la penetración de la oferta de servicios financieros, en general, y del crédito, en particular, dentro del segmento de la micro y pequeña empresa es todavía sumamente limitada.

---

[1]Informaciones publicadas por el Banco Central en su *Encuesta Nacional de Gastos e Ingresos de los Hogares. Octubre 1997-Septiembre1998. Tomo III. Indicadores Sociales*, Santo Domingo, julio 1999.

El presente estudio tiene como objetivo analizar las diversas fuerzas que han influenciado el desarrollo de las microfinanzas en la República Dominicana durante la última década y las principales tendencias hacia el futuro. Describe las tendencias recientes con respecto a la movilización del capital privado hacia este sector, y la urgente necesidad de profundizar este proceso para lograr una cobertura más amplia de los servicios financieros hacia este segmento del empresariado nacional.

La primera sección describirá la forma en que la reforma financiera, que han venido implementando las autoridades monetarias, está contribuyendo en forma directa a mejorar el acceso por parte de la micro y pequeña empresa a los servicios del sistema financiero regulado. La siguiente describirá a grandes rasgos las principales características del desarrollo de las instituciones especializadas en atender a la micro y pequeña empresa. La cuarta sección describirá el efecto del aumento en los niveles de competencia que vienen enfrentando las instituciones especializadas en microfinanzas y las fuerzas que promueven la innovación y transformación institucional. El enfoque comercial de las microfinanzas se describirá en la siguiente sección, enfatizando la importancia que tiene la atracción del capital privado para el desarrollo económico y social de este sector de la economía nacional. La última resumirá las principales conclusiones de este artículo.

B. LA REFORMA FINANCIERA Y LA MICROEMPRESA

Desde comienzos de la década de 1990, el sistema financiero dominicano ha venido desarrollando un importante proceso de transformación estructural como resultado de la implementación de las reformas financieras por parte de las Autoridades Monetarias del país. La motivación para su implementación fue sin dudas la traumática experiencia vivida a finales de la década de los ochenta y comienzos del noventa con la quiebra de un importante número de instituciones financieras a raíz de una crisis en este sector. Los principales elementos de esta reforma han sido la eliminación de restricciones a la libertad en la fijación de precios, el fortalecimiento de la supervisión prudencial de las instituciones de intermediación financiera, y la reducción de diversos tipos de impuestos al sistema bancario como son el encaje legal, el crédito dirigido y las patentes sobre las transacciones financieras. Una de las reformas más importantes ha sido la transformación de un sistema bancario con instituciones altamente especializadas hacia un modelo de banca múltiple.

Antes de la implementación de las reformas, el sistema financiero exhibía una estructura dual, con instituciones bancarias sujetas a una estructura de regulación económica sumamente pesada pero sin prácticamente ninguna supervisión prudencial, a la par con un enorme número de financieras no reguladas.[2] El déficit del sector público generaba una desviación del crédito bancario hacia el sector público, y el alza de las tasas de inflación interna e inestabilidad en la tasa de cambio significaba que los topes a las tasas de interés fijadas por el Banco Central generaban una estructura de tasas de interés altamente negativas. El incentivo hacia la evasión de la regulación impuesta por el Banco Central, llevó al surgimiento de un mercado financiero no regulado mediante la creación de instituciones financieras operando bajo el código de comercio. Según informaciones de la Fundación Economía y Desarrollo, el número

[2]Por regulación económica se entiende un marco regulatorio con el objetivo principal de controlar la fijación de precios en el mercado y la canalización de los recursos hacia sectores específicos. Las regulaciones del Banco Central de la República Dominicana fijaba los precios de los instrumentos financieros y los márgenes financieros. En adición, mediante líneas de crédito altamente subsidiados dirigidos a sectore específicos de la economía (turismo, agricultura, etc.), tasas de encaje diferenciadas, y topes a las carteras de los bancos para sectores considerados de poca prioridad, el Banco Central intentaba controlar la canalizacion del crédito en la economía, divorciado generalmente de la dinámica de precios y rentabilidades relativas.

de financieras no reguladas aumentó de 306 en 1979 a 650 en 1987.[3] En adición durante este mismo período las Autoridades Monetarias autorizaron la apertura de un gran número de bancos comerciales. Entre 1980 y 1988 el número de bancos comerciales aumentó de 5 a 23.

Es importante reconocer que la imposición de una regulación económica bajo las condiciones macroeconómicas existentes en el momento y dada la estructura del sistema financiero nacional, generó ineludiblemente un severo racionamiento del acceso al crédito de los micro y pequeños empresarios. La estrategia de negocios, tecnología crediticia y disposición hacia el riesgo de una institución financiera está altamente condicionada al nivel de competencia y a la estructura de regulación económica y prudencial. Como producto de la regulación y la demanda del financiamiento del sector público, los bancos confrontaban un exceso de demanda de crédito, socavando de esta manera cualquier incentivo para la exploración de nuevos nichos de mercado o de innovaciones de importancia. El resultado fue un severo racionamiento del acceso al crédito por parte del empresario pequeño y mediano, más aún del microempresario.

El racionamiento del acceso al crédito conllevó una mayor concentración del poder económico en manos de los empresarios que obtuvieron crédito, limitando la competencia en el mercado de productos y contribuyendo a un proceso de mayor concentración del ingreso nacional. El surgimiento de las financieras no reguladas fue una respuesta natural del mercado al estricto racionamiento del crédito existente en el sistema bancario generado por la estructura de regulación impuesta por el Banco Central. Las financieras no reguladas vinieron a llenar un importante vacío en el segmento del crédito de consumo personal y de la pequeña y mediana empresa.

Uno de los resultados más visibles del proceso de reforma del sector financiero ha sido el proceso natural de consolidación institucional del sector. Con el proceso de flexibilización de las regulaciones económicas y el fortalecimiento de las normas prudenciales, las financieras fueron incorporadas a la normativa que regulaba las operaciones de la banca comercial y de desarrollo, y su ventaja regulatoria[4] desapareció. Como resultado de la crisis financiera a finales de la década pasada, cierres voluntarios, fusiones y conversiones, el número de bancos comerciales se ha reducido a solamente 14 para finales de 1998. Asimismo, el número de financieras en el

---

[3]Andrés Dauhajre, hijo, Jaime Aristy Escuder, et.al., *El Programa: Programa Macroeconómico de Mediano Plazo para la República Dominicana: 1996-2000*, Fundación Economía y Desarrollo, Santo Domingo, 1996.

[4]Estas instituciones contaban con una ventaja regulatoria ya que como operaban bajo el código de comercio y no la Ley de Bancos y no estaban sujetas a la gran cantidad de regulaciones prudenciales que de hecho limitaban la flexibilidad para los bancos e imponían un costo de transacción significativo a los bancos regulados.

mercado se ha visto reducida a 100 según informaciones de la Superintendencia de Bancos. Pero, lejos de llevar a una mayor concentración, este proceso de consolidación y fortalecimiento institucional es acompañado por una importante profundización de los servicios financieros entre la población que tradicionalmente había sido excluida del mismo.

Durante el período más intenso de represión financiera del sistema bancario nacional, la razón del M_2 al PIB cayó de un 26,4% en 1986 a un 18,1% en 1990.[5] Durante este período la inestabilidad en la tasa de cambio y de precios internos causó que la estructura de tasas de interés en el sistema bancario se tornara negativa en términos reales, ocasionando una desintermediación financiera en el sistema bancario regulado. El surgimiento de las financieras no reguladas absorbió parte del ahorro que se escapaba del impuesto inflacionario y parte de dicho ahorro nacional alimentó la demanda de dólares en la medida en que cayó la demanda por la moneda nacional. La desintermediación experimentada en el sistema bancario nacional, conjuntamente con el aumento en la demanda de crédito por parte del sector público para cubrir los crecientes déficit presupuestarios, contribuyó a un racionamiento del crédito más severo y a la pérdida del acceso al crédito por parte hasta de los empresarios de tamaño medio.

Recuadro II.1

Relación del M_2/PIB en América Latina	
Panamá	78.10%
Estados Unidos	62.10%
Bolivia	47.80%
El Salvador	46.40%
Chile	45.80%
Uruguay	44.30%
Perú	39.90%
Honduras	38.90%
República Dominicana	**31.80%**
Brasil	30.70%
Paraguay	30.10%
Haití	29.50%
Argentina	28.70%
México	28.30%
Guatemala	22.80%
Venezuela	19.00%

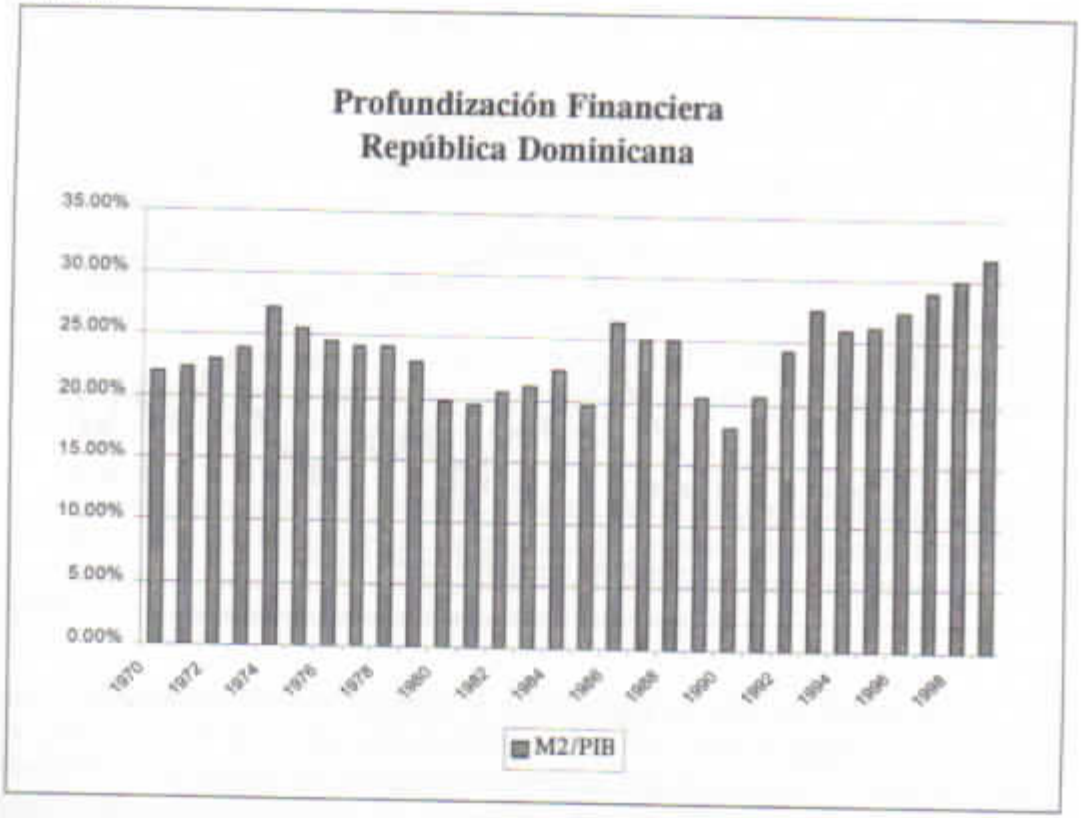
A partir de la implementación de las medidas de la reforma financiera entre 1990 y 1999, la razón del M_2/PIB ha venido aumentando en forma sostenida. Entre 1990 y 1998 la razón del M_2/PIB aumentó del 18.1% al 31.8%. La liberalización de las tasas de interés por parte de las Autoridades Monetarias, a comienzos de la década, y la estabilidad en la tasa de cambio y en los precios internos generó una caída en el nivel de las tasas de interés nominales pero un aumento en el nivel de las tasas de interés reales. La demanda de dinero por parte de los depositantes dominicanos creció más rápidamente que el ingreso nacional, generando

[5] El M_2 representa el valor total del efectivo en manos de público, cuentas corrientes, ahorros, depósitos a plazo y certificados financieros en el sistema bancario nacional. La relación entre el M_2 y el PIB es una medida relativamente sencilla de la importancia del tamaño relativo del sistema monetario en la economía. Para un tratamiento más completo de este concepto vease: Ronald I. McKinnon, "Dinero y Capital en el Desarrollo Económico", CEMLA, México D.F., 1974.

un aumento en la razón del M_2/PIB. Este proceso de profundización financiera, conjuntamente con una caída en la demanda de crédito del sector público, permitió una reducción en la situación de racionamiento del crédito en el mercado bancario dominicano, lo cual ha tenido un efecto positivo sobre el acceso al crédito por parte del sector empresarial y consumidor.

Como se observa en el recuadro II.1, todavía los niveles de profundización financiera en la República Dominicana permanecen a niveles muy reducidos en comparación con otros países de América Latina, pero el progreso obtenido durante la última década es innegable.

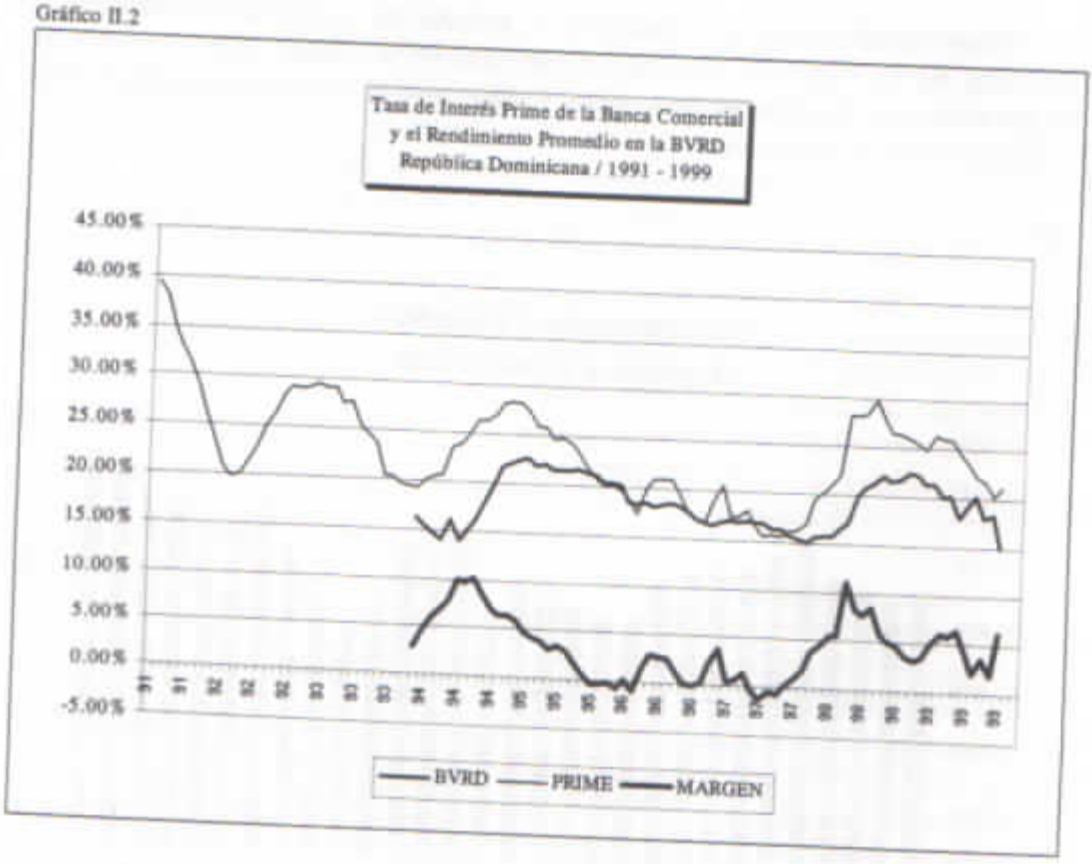
Gráfico II.1



El crecimiento y desarrollo de la Bolsa de Valores de la República Dominicana (BVRD) ha creado una alternativa al financiamiento bancario, proporcionando un mecanismo de intermediación directa con los inversionistas individuales e institucionales. Acudiendo directamente a la Bolsa de Valores de la República Dominicana (BVRD) para captar recursos de inversionistas, reducen su demanda por préstamos bancarios. Hasta hace unos cinco años, el mercado tradicional de los bancos múltiples lo constituían los grandes y medianos empresarios, pero al abrirse nuevas alternativas de financiamiento a través de la BVRD, los márgenes financieros de la banca en este

segmento del mercado se han visto presionados. Como se puede apreciar en el gráfico II.2, las tasas de interés en los préstamos bancarios y las tasas de rendimiento promedio ponderado en la BVRD tienden a igualarse, lo cual es un resultado esperado de la competencia entre el mercado bancario y de capitales.

Gráfico II.2



En la medida en que las regulaciones económicas han sido eliminadas y las necesidades de financiamiento del sector público consolidado se han reducido, el sistema bancario ha experimentado un aumento sustancial en los niveles de liquidez. Estas fuerzas del mercado son las responsables de que los bancos comerciales estén incursionando cada vez más en el segmento del crédito de consumo y en el sector empresarial de la pequeña empresa, y, eventualmente, hasta en el de la microempresa.

El aumento en el nivel de competencia en el mercado bancario nacional se evidencia por una caída de los márgenes financieros en los segmentos tradicionales que venía sirviendo la banca, y por la introducción de nuevos productos y servicios, así como por la expansión de la banca hacia nuevos nichos de mercado. Por ejemplo, las tarjetas de crédito y débito han experimentado una explosión en el mercado nacional; las condiciones mínimas para acceder a estos productos se han reducido en forma

dramática durante los últimos cinco años; los bancos múltiples han reenfocado sus negocios hacia la banca personal expandiendo sus puntos de distribución en supermercados y pequeñas oficinas dedicadas a la banca personal.

A pesar de que existe una clara tendencia de parte del sistema bancario a profundizar su atención hacia la micro y pequeña empresa, la encuesta realizada por FondoMicro en 1999 entre los propietarios de micro y pequeños negocios, indica que únicamente un 4.5% de éstos recibieron un préstamo de un banco o financiera. A pesar de esto, el 57.4% de los mismos reportaron que tienen actualmente alguna forma de deuda, lo cual indica claramente que las fuentes informales de crédito representan todavía la fuente de crédito más importante para este segmento del empresariado.

Al analizar el uso de los servicios bancarios se presentan algunos aspectos relevantes. Poco más de un tercio de los propietarios tienen cuentas de ahorro, siendo los hombres mayores usuarios que las mujeres dueñas de negocios. A la vez, se evidencia una concentración urbana en la tenencia de este instrumento de ahorro que está relacionada con el costo de transacción que implica trasladarse desde una zona rural hasta una zona urbana para poder ahorrar en una agencia bancaria. El uso de cuentas corrientes, por su parte, se asocia con los mayores volúmenes de operaciones de los negocios, siendo los comerciantes mayoristas los principales usuarios de este instrumento bancario dentro del sector de las micro y las pequeñas empresas, para el manejo de su flujo de caja. En el caso de los certificados financieros, éstos son poco utilizados por los micro y pequeños empresarios, los cuales muchas veces prefieren invertir sus excedentes en sus propios negocios.

Como era de esperarse, se pudo constatar que el uso de los servicios bancarios guarda relación con los niveles de riqueza de las empresas, pues las que tienen mayor capitalización, ventas y ganancias, además de que regularmente operan en zonas urbanas, son las principales usuarias de estos servicios.

Una alternativa a la utilización de servicios bancarios de depósito y crédito para los micro y pequeños empresarios es el juego del san. Datos recogidos en las encuestas de FondoMicro indican que más de la mitad de los propietarios (53.7%) juegan sanes de manera regular. Dos de cada tres dueños juegan sanes por debajo de RD$2,000 pesos y una tercera parte juega por montos que sobrepasan los RD$2,000 pesos y pueden llegar incluso hasta RD$20,000 pesos en un período de seis meses. Estas informaciones ratifican la capacidad de ahorro de los empresarios y el uso de instrumentos alternativos de financiamiento de sus necesidades, sean de tipo personal o empresarial.

La experiencia dominicana claramente demuestra que las décadas de experimentación con programas de crédito dirigido y altamente subsidiados, bajo un esquema de represión del sistema financiero nacional, contribuyeron significativamente a limitar

el acceso por parte de la micro y pequeña empresa a los servicios del sistema bancario. La política sectorial de liberalización de los precios en el sistema financiero y la promoción de mayor competencia han logrado mejorar los servicios financieros para este sector, acorde con las reformas implementadas por las Autoridades Monetarias a partir de la década de los noventa que han reducido el racionamiento del crédito en el mercado.

La primera generación de reformas del sector financiero ha tenido un importante impacto en mejorar el acceso de la micro y pequeña empresa a los servicios del sistema financiero. A pesar de esto, todavía existen barreras que obstaculizan una mayor integración de parte este sector empresarial a estos servicios, como por ejemplo: la falta de integración de las cooperativas de ahorro y crédito al sistema de regulación y supervisión prudencial existente, normas de clasificación del riesgo de la cartera de préstamos que ponderan excesivamente la formalización a costa de la experiencia de pago y tecnología de crédito de las intermediarias especializadas. Además, todavía existen programas y políticas sectoriales que están en contradicción con la dirección general y filosofía de la reforma financiera que vienen implementando las Autoridades Monetarias desde comienzos de la década de los noventa. Es importante señalar que las Autoridades Monetarias actuales han mostrado un activo interés y reconocimiento de estas dificultades y están tomando medidas de política para solucionarlos.

Finalmente, es importante reconocer que la integración de la micro y pequeña empresa al sistema financiero formal y su desarrollo económico y social, no sólo están condicionados a las reformas propias del sector financiero, sino que existen un sinnúmero de impedimentos fuera del sistema financiero que representan obstáculos importantes. Serias distorsiones en la definición de los derechos de propiedad, inexistencia de un marco legal y regulatorio en los diversos sectores productivos, un sistema legal deficiente, servicios públicos inestables y excesivamente caros, debilidades serias en el sistema de educación y salud pública, son algunas de las áreas críticas donde sólo el Estado puede proveer una solución equitativa.

Es importante reconocer que las deficiencias en estos servicios públicos tienen un efecto altamente regresivo con respecto a la distribución del ingreso nacional, porque son precisamente los sectores de ingresos medios y bajos los que más dependen de los servicios que provee el sector público. Las grandes empresas y los sectores de ingresos medios y altos solucionan estas deficiencias con inversiones propias que el micro y pequeño empresario no está en condición de afrontar. En la medida que el Estado invierte sus escasos recursos del presupuesto nacional para suplir servicios comerciales que el sector privado ya está ofreciendo, en esa misma medida deja de invertir recursos en proveer otros que el sector privado no puede ofrecer, lo cual acarrea un costo económico y de oportunidad muy elevado para el sector de la micro y la pequeña empresa.

C. EL DESARROLLO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA Y LOS SERVICIOS FINANCIEROS ESPECIALIZADOS

La importancia del microcrédito como un instrumento para desarrollar el potencial productivo y la generación de ingresos en la población pobre empieza a tomar un gran impulso en la República Dominicana y en América Latina en general, a partir de la década de los ochenta. El sistema bancario nacional permanecía atrapado en una compleja telaraña de represión financiera descrita anteriormente, que representaba un importante desincentivo para la expansión de los servicios bancarios hacia los segmentos de la mediana y pequeña empresa, y sobre todo hacia la microempresa. Como resultado, los programas de apoyo internacional para la microempresa fueron canalizados principalmente a través de las asociaciones sin fines de lucro.

A pesar de que en esa década no había sido todavía cuantificado el tamaño relativo del sector de la micro y pequeña empresa, por simple observación se podía dilucidar que era relativamente importante como proporción de la actividad económica en el país. La demanda potencial por servicios financieros de este sector era muy importante, y también lo eran los recursos financieros internacionales disponibles, pero no existía una estructura institucional apropiada para canalizarlos.

Esto tuvo como resultado que algunos programas de apoyo internacional para la microempresa fueran especializados para apoyar el desarrollo institucional y proveer recursos crediticios que serían canalizados, principalmente, a través de las asociaciones sin fines de lucro. Durante los siguientes 10 años estas organizaciones que habían comenzado sus labores con programas de carácter social, paulatinamente fueron incorporando programas de crédito microempresarial. Durante este período, las cooperativas especializadas en ofrecer servicios financieros también expandieron sus servicios hacia la micro y pequeña empresa, principalmente en el ámbito rural del país. La canalización de donaciones y créditos subsidiados así como también la falta de competencia en este segmento del mercado facilitó el desarrollo de un grupo de las ONG dedicadas a servir a la microempresa nacional.

Durante los últimos ocho años, el Fondo para el Financiamiento de la Microempresa (FondoMicro) ha venido jugando un papel importante en el desarrollo institucional de las organizaciones dedicadas al financiamiento de la micro y pequeña empresa. El apoyo de FondoMicro se ha focalizado en tres vertientes principales:

investigaciones del mercado de la micro y pequeña empresa, asistencia técnica y capacitación, y canalización de líneas de crédito a estas instituciones. La labor de FondoMicro ha logrado una mejoría sustancial en los índices de gestión de estas intermediarias, ampliando las alternativas de financiamiento para el micro y pequeño empresario. Al introducir elementos de disciplina del mercado, el usuario de los servicios se ha beneficiado con una reducción de los márgenes financieros y de la eficiencia operativa de estas organizaciones. En adición, el fortalecimiento institucional y el efecto de demostración del programa de crédito de FondoMicro ha permitido una diversificación de las fuentes proveedoras de fondos a estas instituciones. Aunque algunas de estas intermediarias todavía siguen presentando una situación de dependencia de recursos donados y de créditos subsidiados, las instituciones más importantes han logrado diversificar sus fuentes de fondos, incluyendo algunos préstamos comerciales de instituciones financieras internacionales.

La preocupación de seguir contribuyendo a la profundización en el acceso a los servicios financieros por parte de la micro y pequeña empresa motivó que en 1996 FondoMicro tomara la iniciativa de fundar un Banco de Desarrollo especializado en atender a ese sector. Poco tiempo después, la ONG Ademi decidió también fundar un banco de desarrollo llamado Banco Ademi.

Para finales de 1998 había dos bancos de desarrollo especializados en atender al mercado de la micro y pequeña empresa: 2 Bancos de Desarrollo; 10 ONG con programas de microcrédito; y 13 Cooperativas de Ahorro y Crédito. La cartera agregada de estas intermediarias suma unos RD$1,137 millones y atienden aproximadamente a unos 100 mil clientes.[6]

Regularmente, son las instituciones informales de financiamiento, tales como los familiares y amigos, y los prestamistas, quienes constituyen las principales opciones del empresario en la búsqueda de recursos financieros. A pesar del crecimiento en la industria de microfinanzas, la encuesta de FondoMicro en 1999 sugiere que únicamente un 4.3% de los pequeños y microempresarios han recibido financiamiento de estas intermediarias.

El obstáculo más importante que confrontan los pequeños, y muy especialmente los microempresarios, con relación al acceso a los servicios financieros está relacionada con los altos costos de transacción para una intermediaria financiera en atender préstamos de un monto tan reducido. La falta de información contable y financiera, la integración de la economía del hogar con la empresa, el pequeño tamaño y falta de garantías reales, todo

---

[6]Es importante apuntar que no todos estos clientes son micros y pequeños empresarios, porque las cooperativas de ahorro y crédito ofrecen servicios financieros a hogares que son principalmente asalariados. En adición, es probable que se esté contabilizando muchos micro y pequeños empresarios que han tomado financiamiento de varias instituciones a la vez.

conspira para aumentar significativamente los costos de transacción limitando su acceso a servicios financieros institucionales.

Las encuestas de FondoMicro confirman que las ONG y las cooperativas de ahorro y crédito atienden a un segmento del mercado de la micro y pequeña empresa de menores ingresos que otros programas similares en los bancos. El 3.3% de las empresas con activos por debajo de RD$15,000 pesos obtuvo crédito de las ONG y las cooperativas, mientras que sólo el 0.6% de estas empresas consiguió financiamiento en un banco o financiera. Regularmente las empresas atendidas por el sistema bancario formal son negocios con una inversión superior a RD$50,000 pesos mensuales, mayores montos de ventas y, por tanto, de ganancias. Además, el 22% de las que están constituidas legalmente accedieron a un crédito, mientras que sólo el 3.6% de las que funcionan como negocios individuales y el 4.7% de las empresas familiares pudieron financiarse con créditos bancarios.

Las instituciones exitosas especializadas en microfinanzas han desarrollado una tecnología de crédito que permite un efectivo análisis y administración del riesgo crediticio. Empero, es importante reconocer que los costos de operación en este segmento del mercado empresarial son significativamente más elevados que en otros nichos, lo cual requiere de tasas de interés más elevadas para poder cubrir los costos de transacción y generar una rentabilidad competitiva.

En muchos países en América Latina, así como también en la República Dominicana, se ha experimentado con fondos de garantía como un instrumento para profundizar el acceso de la micro y pequeña empresa a los servicios financieros. El fondo de garantía es un instrumento atractivo porque teóricamente ofrece una solución de bajo costo al problema de acceso al crédito. Desafortunadamente, la experiencia con este instrumento para expandir los servicios crediticios hacia la micro y pequeña empresa, lleva ineludiblemente a la conclusión de que estos esfuerzos han sido un rotundo fracaso. Un examen de las principales características de la tecnología de crédito de las instituciones de microfinanzas exitosas, nos da la respuesta del porqué el concepto del fondo de garantía no ha tenido los resultados esperados.

La administración efectiva de una cartera de crédito microempresarial requiere de un uso intensivo de información que sólo se puede obtener estando muy cerca de la clientela meta. El fondo de garantía sólo resuelve uno de los supuestos obstáculos del acceso del pequeño y microempresario a los servicios crediticios de las instituciones bancarias: la falta de garantías reales. En realidad, el obstáculo más importante está vinculado a los costos de transacción que son altos por la poca información crediticia del prestatario. En ese sentido, el fondo de garantía no contribuye en lo más mínimo a resolver el problema de información. Por el contrario, contribuye a aumentarlo al introducir serios problemas de toma de riesgos adicionales por parte de las intermediarias financieras, en la medida que consideran que están transfiriendo el riesgo al fondo de

garantías. En muchos países estos fondos simplemente representan un subsidio encubierto del Estado.

El capital o patrimonio propio de las instituciones de microfinanzas representan el mejor "fondo de garantía" que existe, porque representa la "reserva técnica", que al estar dentro de la institución con la tecnología de crédito y capacidad necesaria para el análisis de los riesgos, no introduce distorsiones a las decisiones de crédito que tienen el efecto de aumentar el riesgo, como en el caso de los fondos de garantías tradicionales. Una institución de microfinanzas que no tiene como elemento principal de su misión institucional el objetivo de la protección y el crecimiento del valor real de su patrimonio institucional, es una institución que no puede tener, por definición, una administración del crédito prudente y equilibrada.

D. COMPETENCIA, INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN INSTITUCIONAL

Uno de los productos de crédito de mayor crecimiento en el mercado bancario durante los últimos años han sido las tarjetas de débito y crédito. La gran demanda que ha tenido la tarjeta de crédito refleja en parte las enormes dificultades confrontadas en el mercado dominicano con la aceptación del cheque personal. A pesar de que las tasas de interés que se cobran en la mayoría de las tarjetas en el mercado son relativamente altas, tomando en consideración los estándares internacionales, la competencia y mayor transparencia en el mercado irá forzando una reducción de las mismas. Además, muchos consumidores simplemente utilizan la tarjeta como un instrumento de transacción y no de financiamiento dado que pagan completo el saldo adeudado mensualmente.

Por otro lado, esta tecnología electrónica le permite a los bancos reducir sensiblemente los costos de transacción de atender préstamos cada vez de menor monto. Como era lógico, la colocación de este producto estuvo inicialmente dirigido a los empleados asalariados de nivel medio y alto, dado que es un producto para financiar el consumo, y los costos de verificar niveles salariales son relativamente bajos. En la medida en que los bancos iban penetrando los segmentos de menores ingresos, al reducir los requerimientos mínimos de ingresos mensuales, era evidente que una importante proporción de la población económicamente activa que labora en el segmento de la micro y pequeña empresa iba a poder acceder a este instrumento financiero.

Como señalamos anteriormente, existen en el país más 353,000 micro y pequeños empresarios, que representan un segmento del mercado con gran potencial económico, los cuales en muchos casos reportan niveles de ingresos y capacidad de pago más elevados que el de los asalariados. Evidentemente, la evaluación del nivel de los ingresos de esta clientela es más difícil porque no se cuenta con un salario fijo, pero representa un mercado potencial muy significativo, que todas las instituciones bancarias tienen interés en explorar.

A pesar de que la tarjeta de crédito ha sido diseñado principalmente para financiar gastos de consumo, como instrumento crediticio que es, representa un interesante sustituto del microcrédito tradicional. El pequeño o microempresario puede utilizarlo tanto para financiar sus compras de consumo como para surtir su empresa de inventario. De hecho, en la economía norteamericana la tarjeta de crédito es el producto más utilizado por la micro y pequeña empresa para financiar su capital de trabajo.

Con la intención de investigar con mayor profundidad la expansión de los servicios de la banca múltiple hacia el segmento de la micro y pequeña empresa, se investigaron algunos de estos aspectos en la encuesta anual de 1999. Los resultados de esta encuesta confirman la penetración hacia este segmento del mercado por parte de la banca múltiple. Los resultados de la encuesta indican que trece de cada cien empresarios son usuarios de tarjetas de crédito. Como se puede observar en el recuadro II.2, aproximadamente un 20% de los tarjetahabientes venían utilizando este servicio desde antes de 1994, mientras que casi un 57% lo había obtenido durante los últimos cuatro años.

Al desagregar las informaciones de tenencia de tarjetas de crédito por género del propietario, se observa que una mayor proporción de negocios de propiedad mixta de hombres y mujeres (27.0%) o de propiedad masculina (17.3%) tienen disponible este instrumento para poder financiar sus gastos del negocio o personales, mientras que sólo el 8% de las unidades propiedad de mujeres cuentan con tarjeta de crédito. Asimismo, también se observa una concentración en Santo Domingo (32.7%) de usuarios de tarjetas de crédito dentro del sector microempresarial, frente a un 7.8% en las zonas urbanas del interior y un 3.3% en las zonas rurales.

Recuadro II.2

Distribución por Fecha de Emisión de Tarjetas de Crédito	
Antes de 1984	7.8%
Entre 1985 y 1990	12.4%
Entre 1991 y 1995	23.3%
1996 o después	56.7%
TOTAL	100.0%

Un importante indicador de que la banca múltiple está penetrando hacia segmentos de la población microempresarial cada vez más pobres, se puede apreciar en el siguiente cuadro. Como se puede observar, de aquellos microempresarios que obtuvieron su tarjeta de crédito antes de 1984, el 100% se situaban entre aquellos de capitalización alta. Aún en el período 1991 a 1995 un 77.3% se podían catalogar de inversión alta, y solamente un 7.7% se clasifican en el nivel de capitalización baja.

En cambio, de aquellos que obtuvieron acceso a una tarjeta de crédito a partir del año 1996, aproximadamente un 20% se clasificaban como microempresas con un bajo nivel de capitalización, mientras que solamente un 58% se podían clasificar como de alto nivel de capitalización. Estos datos confirman en efecto que la banca múltiple está penetrando cada vez más profundamente en el mercado de la microempresa. Y aunque sólo poco más de uno de cada diez dueños de negocios tiene en la actualidad tarjeta de crédito se vislumbra un incremento en la tenencia de este instrumento bancario porque el aumento de la competencia en los mercados financieros está impulsando a las instituciones de la banca formal a buscar nuevos mercados crediticios dentro del sector de las micro y pequeñas empresas que antes no eran su objeto de atención.

La reciente introducción en el mercado financiero dominicano de dos servicios de

información crediticia: Centro de Información Crediticio de las Américas (CICLA) y Data Crédito, son una importante innovación que contribuirá a reducir significativamente los costos de información en el mercado crediticio y robustecer la calidad de las carteras de las diversas instituciones financieras en el mercado. Esta innovación no solo está contribuyendo a mejorar la calidad de la cartera de las instituciones bancarias en su mercado actual, sino que contribuirá a reducir las barreras de entrada de la banca hacia los nichos de mercado tradicionalmente dominados por las ONG, cooperativas de ahorro y crédito y bancos especializados en atender a la micro y pequeña empresa.

Tabla II.1
Año de Emisión de Tarjetas de Crédito
por Niveles de Capitalización[a] de la Empresa
Distribución Porcentual

Niveles de capitalización[a]	1984 o antes	1985-1990	1991-1995	1996 y después	Total
Baja[b]	-	-	7.7	19.6	13.3
Media[c]	-	26.1	15.1	22.4	19.9
Alta[d]	100.0	73.9	77.3	58.1	66.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

[a] Los niveles de capitalización se estiman en base a la inversión existente en el negocio en maquinaria y equipos, y en materia prima e inventarios de mercancía. La tasa de cambio del dólar era de RD$16.18.
[b] La inversión Baja representa aquella empresas con una inversión total equivalente a RD$15,000 o menos.
[c] La inversión Media incluye aquellas empresas con una inversión total equivalente entre RD$15,001 y RD$50,000.
[d] La inversión Alta incluye aquella empresas con una inversión total por más de RD$50,000.

Las barreras principales para los bancos acceder a estos segmentos del mercado son el costo de la información y la tecnología de crédito especializada que ha sido requerida para atenderlos. La gran mayoría de las instituciones de microfinanzas en el país todavía no están integradas ni utilizan los servicios de los buró de crédito y, por tanto, el historial crediticio de su clientela tampoco les está disponible. En la medida en que la utilización de estos servicios se generalice y el historial de estos microempresarios sea integrado a las bases de datos de empresas que ofrecen la información crediticia, los costos de atender a este segmento del mercado se verán reducidos drásticamente, y así también las barreras de entrada a este nicho del mercado por parte de otras instituciones bancarias.

Tal como se observa dentro del sistema bancario, el fortalecimiento y crecimiento de las instituciones especializadas en atender a la micro y pequeña empresa han mejorado las condiciones competitivas dentro de este nicho del mercado financiero, beneficiando directamente a estos empresarios. El desarrollo y consolidación de un pequeño número de ONG y bancos de desarrollo especializados en atender a la micro y pequeña empresa

ha ampliado la oferta de alternativas de servicios de crédito principalmente. Como se observa en la tabla II.2, durante los últimos cinco años la competencia entre estas intermediarias ha llevado a una mayor transparencia en la fijación de los precios y a una caída en las tasas de interés efectivas cobradas en este segmento del mercado empresarial. El crecimiento sostenido en este mercado ha generado un importante aumento en los indicadores de eficiencia operativa como producto de economías de escala, y la competencia ha presionado los márgenes financieros.

Los indicadores de eficiencia operativa promedio de las dos ONG más importantes en el mercado se ha reducido de un promedio del 25.7% en 1994 a 13.2% en 1998, presionado por el margen financiero que se ha reducido en casi diez puntos porcentuales durante este mismo período.

Tabla II.2
República Dominicana
Indicadores Financieros Seleccionados
Instituciones de Microfinanzas
1994-1998

	1994	1995	1996	1997	1998
COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO - 13[a]					
Rendimiento Sobre Cartera	32.1	31.6	37.8	28.6	28.1
Margen Financiero	18.7	18.3	22.5	17.0	16.1
Eficiencia Operativa	9.0	11.4	11.1	10.0	9.5
ONG FINANCIERAS - 2[b]					
Rendimiento Sobre Cartera	50.5	50.6	48.6	35.8	43.6
Margen Financiero	31.5	29.3	33.6	29.5	21.9
Eficiencia Operativa	25.7	20.5	20.8	19.2	13.2

[a] Indicadores de las instituciones afiliadas a la Asociación de Instituciones Rurales de Ahorro y Crédito (AIRAC).
[b] Estos indicadores resumen la situación de dos de las ONG especializadas en microfinanzas. Datos no publicados del Fondo para el Financiamiento de la Microempresa (FondoMicro).

Las mismas tendencias se pueden observar claramente entre las cooperativas de ahorro y crédito afiliadas a la Asociación de Instituciones Rurales de Ahorro y Crédito (AIRAC). Después de experimentar un deterioro en el índice de eficiencia operativa durante 1995 por inversiones significativas en sus estructuras operativas y expansión física, los indicadores de eficiencia han mostrado una tendencia hacia la baja de un 11.4% en 1995 a un 9.4% en 1998. Asimismo, el margen financiero se ha visto reducido del 18.7% en 1994 a un 16.1% en 1998.

Es importante reconocer que los costos de transacción asumidos por estas intermediarias son significativamente más elevados que en otros nichos del mercado

empresarial. Aunque muchas organizaciones sin fines de lucro iniciaron programas de crédito microempresarial, existe una tendencia clara de que un pequeño grupo de instituciones líderes en el mercado vayan consolidando y aumentando su participación en el mercado. Aquellos con una misión institucional menos definida y que mantienen una gran diversificación de actividades tendrán mayores dificultades en un mercado más competitivo. El crecimiento de la competencia en el mercado financiero nacional cada vez más requerirá de un proceso de consolidación institucional, tal como se viene observando en el sistema bancario nacional. Dicho proceso ya es evidente en el segmento de cooperativas de ahorro y crédito con importantes fusiones institucionales voluntarias en años recientes, pero entre las ONG todavía este proceso no ha comenzado.

A diferencia de los bancos y las cooperativas de ahorro y crédito, las ONG sufren de dos importantes problemas estructurales que se volverán más notorios con el aumento de la competencia en este mercado: las dificultades de movilizar capital patrimonial y su prohibición legal de captar depósitos del público. Al ser instituciones sin fines de lucro, su capital patrimonial depende de las donaciones externas o de la retención de los excedentes operativos anualmente.

A falta de una estructura de propiedad definida, las ONG financieras deberían mantener niveles de solvencia sustancialmente superiores a los de los bancos y cooperativas de ahorro y crédito, por ejemplo. Una vez llegado a este límite, su crecimiento futuro estaría necesariamente limitado a la movilización de depósitos, o a un nivel de rentabilidad muy elevado que permita una capitalización anual igual o superior a sus niveles de crecimiento proyectado. Igualmente, la dificultad de movilizar capital de riesgo adicional rápidamente en un momento de crisis, las coloca en una situación de clara desventaja.

Asimismo, la incapacidad de movilizar ahorros del público implica un costo promedio de captación de fondos más alto para estas ONG que el promedio de las demás instituciones financieras en el mercado. Con el aumento progresivo de la competencia en el mercado de las microfinanzas, esta debilidad se irá convirtiendo poco a poco en una amenaza competitiva.

E. ENFOQUE COMERCIAL DE LAS MICROFINANZAS

Al cabo de más de 15 años de experiencia con la provisión de servicios crediticios dirigidos a la micro y pequeña empresa, financiados exclusivamente con donaciones y créditos subsidiados, es evidente que para lograr una cobertura significativamente mayor será necesario atraer capital del sector privado, bajo condiciones comerciales de mercado. Las donaciones y subsidios jugaron un papel importante en la capitalización y el desarrollo de la estructura institucional durante un período en que el sistema financiero nacional estaba atascado en una profunda represión financiera, pero la oferta de estos recursos se ha visto reducida significativamente en los últimos años.

Con el proceso de reforma financiera, las anteriores restricciones sobre el sistema bancario nacional han desaparecido, y el aumento de la competencia está forzando a las instituciones especializadas en microfinanzas a una transformación de su estructura institucional y de su filosofía operativa, reduciendo a un mínimo su dependencia de recursos subsidiados y donaciones.[7] La creación del Banco de la Pequeña Empresa S.A., y posteriormente la transformación de la ONG Ademi en un Banco de Desarrollo, son los primeros indicios de este proceso.

El elemento determinante que permitirá la atracción del capital privado hacia este segmento del sector empresarial será la existencia de instituciones financieras solventes y rentables, operando bajo principios comerciales. La expansión por parte de instituciones financieras con un enfoque comercial, motivados por las oportunidades de aumentar su rentabilidad ofreciendo servicios al segmento de la micro y pequeña empresa, se denomina como *el enfoque comercial de las microfinanzas*.

Mas allá del sector bancario, una de las primeras experiencias en la República Dominicana y en el mundo de la incursión hacia el mercado bursátil por parte de instituciones especializadas en las microfinanzas, ha sido la venta de papel comercial por parte de FondoMicro. Confrontando un aumento sustancial en la demanda de crédito por parte de las instituciones especializadas en microfinanzas, en el mes de abril de 1999,

---

[7]Es importante reconocer que, a diferencia de las ONG Financieras, las Cooperativas de Ahorro y Crédito han venido operando sin subsidios ni donaciones externas, financiando sus operaciones de crédito mediante la captación del ahorro voluntario a tasas de interés del mercado. La estructura institucional de la ONG no permite la captación de ahorros directamente del público.

FondoMicro emitió papel comercial en la Bolsa de Valores de la República Dominicana por un valor equivalente a unos RD$10 millones entre más de 50 inversionistas individuales e institucionales. Siguiendo los requisitos estrictos de transparencia de información, se le provee a dichos inversionistas de un prospecto con información básica de la institución. Así mismo, los estados financieros auditados y gerenciales son publicados y también puestos en el sitio del Web de la Institución.

La exitosa gestión de FondoMicro y de las instituciones especializadas en microfinanzas del sector privado durante la última década, ofrece condiciones requeridas de rentabilidad y solidez. Esta experiencia ha demostrado que los rendimientos en este segmento del mercado son superiores a otros, y mediante la utilización de una tecnología de crédito especializada, los riesgos son relativamente bajos en comparación con otros segmentos de la economía nacional. La experiencia reciente en otras regiones del mundo (Asia, Africa y América Latina), indican que el segmento de la micro y pequeña empresa es más robusto frente a una crisis económica o un desastre natural que otros segmentos del empresariado, lo cual sugiere que es también una forma muy efectiva de diversificar los riesgos dentro de una cartera de inversiones.[8] Los inversionistas individuales e institucionales que han invertido en estos instrumentos financieros, no sólo están recibiendo una tasa de rendimiento altamente competitiva en el mercado bursátil, sino que están contribuyendo en forma directa con el desarrollo económico y social de un segmento de la población que tradicionalmente ha sido excluido del sistema financiero nacional.

La micro y pequeña empresa es un segmento del sector privado muy dinámico, competitivo y emprendedor que requiere acceso a servicios eficientes del sector financiero bajo condiciones de mercado para poder maximizar su potencial productivo, generar empleos y contribuir a una mejoría sustancial en la distribución del ingreso nacional. La experiencia durante los últimos diez años claramente demuestra que su desarrollo futuro está íntimamente ligado al acceso a servicios financieros competitivos, bajo un esquema de economía de mercado, y la clave para seguir mejorando las condiciones y el acceso a estos servicios hacia el futuro es la atracción del capital privado. Como se ha venido observando a través del proceso de reforma y liberalización del sector financiero nacional, la canalización de recursos financieros hacia este segmento de la economía está basado en las oportunidades económicas reales y tasas de rendimiento competitivas. Definitivamente, el desarrollo económico y social de la micro y pequeña empresa hacia el futuro, y su contribución a la mejora en la distribución económica nacional, estará determinado en parte por el éxito en atraer capital privado, y no mediante programas de crédito dirigido y subsidiados por el Estado o por donantes externos.

---

[8]Véase: Geetha Nagarajan, "Microfinance in the Wake of Natural Disasters: Challenges and Opportunities", Development Alternatives, Inc. Bethesda, June 1998; y Karen Doyle, "Microfinance in the Wake of Conflict: Challenges and Opportunities", Development Alternatives, Inc., Bethesda, June 1998.

CONCLUSIONES

La reforma financiera que se viene ejecutando en la República Dominicana desde comienzos de la presente década está mostrando resultados positivos en lo que tiene que ver con un aumento en los niveles de competencia, profundización financiera, caída en los márgenes de intermediación y eficiencia operativa. Esto se debe principalmente a las reformas estructurales y a la estabilidad macroeconómica que ha devuelto confianza al ahorrante dominicano en el sistema financiero nacional, fortaleciendo la demanda del peso dominicano. La experiencia en la República Dominicana durante los últimos 10 años ha demostrado que la política económica más acertada para ampliar la cobertura del sistema financiero hacia la micro, pequeña y mediana empresa ha sido la reforma del sector financiero y la promoción de la competencia sana en dicho mercado. La expansión del sistema financiero hacia la micro y pequeña empresa ha sido significativa durante los últimos 10 años, pero la última encuesta anual de FondoMicro demuestra que todavía hay mucho camino por recorrer.

República Dominicana tiene una de las industrias de microfinanzas más desarrolladas en toda América Latina. Las donaciones y subsidios del exterior en la capitalización institucional y transferencia tecnológica contribuyeron en su momento con este desarrollo institucional. La competencia en el mercado de las microfinanzas ha aumentado significativamente durante los últimos cinco años, mejorando significativamente los índices de gestión de estas instituciones especializadas. Al igual que en el sistema bancario nacional, estas instituciones confrontan la urgente necesidad de innovación, consolidación y posiblemente hasta de una transformación institucional.

A pesar de los grandes logros con respecto a la integración de la micro y pequeña empresa en el sistema financiero regulado como producto del proceso de reforma financiera y desarrollo institucional de entidades especializadas en microfinanzas, las encuestas de FondoMicro confirman que todavía queda mucho trabajo pendiente de realización. La profundización en la atención de la micro y pequeña empresa, requerirá en el futuro de la movilización del capital privado. Mediante la emisión de papel comercial en la BVRD, FondoMicro viene fortaleciendo los vínculos financieros entre el sistema financiero doméstico y el sector de la micro y pequeña empresa. Este enfoque comercial de las microfinanzas es la única forma de cara al futuro en que se logrará una cobertura significativa del sector de la micro y pequeña empresa.

Finalmente, es importante recordar que el micro y pequeño empresario es sobre todo *un empresario*. Estos empresarios han logrado lanzarse, sobrevivir y crecer dentro

del contexto de un mercado altamente competitivo, efectivamente, sin ninguna barrera de entrada. La ilustración más fehaciente de esta realidad es la dinámica anual en cuanto a la creación y desaparición de empresas que se recoge en las encuestas anuales de FondoMicro. Estos empresarios requieren de servicios financieros eficientes, oportunos y sobre todo sostenibles en el tiempo. Mejorar el acceso a los servicios financieros, sólo resuelve uno de los muchos obstáculos que enfrentan. La forma más efectiva de lograr una cobertura significativamente mayor del sistema financiero, es mediante la promoción de un mercado financiero estable, altamente competitivo e innovador. Durante los últimos diez años ha habido una importante transferencia de beneficios reales a la micro y pequeña empresa, producto de la reducción en los márgenes financieros y aumentos en la eficiencia operativa del sistema financiero nacional.

APÉNDICE
A LA
PRIMERA PARTE

I
ANEXO METODOLÓGICO
DEFINICIONES Y
ASPECTOS METODOLÓGICOS

II
ANEXO ESTADÍSTICO
COMPENDIO DE TABLAS
COMPLEMENTARIAS

I
ANEXO METODOLÓGICO
DEFINICIONES Y ASPECTOS METODOLÓGICOS

DEFINICIONES Y ASPECTOS METODOLÓGICOS

1. Definiciones

—*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.

—*Trabajadores permanentes*: son todas aquellas personas empleadas o dedicadas total o parcialmente al negocio, incluyendo al propietario, independientemente de que reciban o no remuneración por el trabajo realizado.

—*Trabajadores a tiempo parcial*: son trabajadores permanentes que laboran menos de 30 horas a la semana o una parte del horario de operación semanal de la empresa.

—*Trabajadores temporeros*: son personas contratadas coyunturalmente para trabajar por un período determinado.

—*Empresas preexistentes*: son aquellas unidades que se encontraban funcio nando en marzo de 1998 en un área censal determinada y que son propiedad de un miembro del hogar, y las cuales continúan operando en condiciones similares para marzo de 1999.

—*Empresas nuevas*: son aquellas que no funcionaban en marzo de 1998, que iniciaron sus operaciones durante el período de referencia y que se encontraban funcionando en marzo de 1999.

—*Empresas desaparecidas*: son aquellos negocios que estaban funcionando en marzo de 1998, pero que por alguna razón en marzo de 1999 no estaban realizando la misma actividad[1] o pertenecían a un hogar diferente.

---

[1]Se consideró que dos actividades económicas son similares cuando pertenecen a la misma categoría en la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU) a cuatro dígitos, Revisión 3.

—*Empresas de ciclo corto*: son aquellas que se formaron, funcionaron y desaparecieron entre marzo de 1998 y marzo de 1999.

—*Empresas móviles*: son aquellos negocios que operan sin un local fijo y que en muchas ocasiones tienen un carácter itinerante.

—*Período de referencia*: El estudio abarca un período de un año comprendido entre marzo de 1998 y febrero de 1999. Todas las empresas que inician o finalizan sus operaciones durante ese período, así como aquellas que continúan funcionando, son registradas y se les da seguimiento durante el período en cuestión.

2. Diseño muestral

En marzo de 1999 se visitaron la mitad de los mismos segmentos seleccionados para la submuestra de 1998 teniendo como referencia el marco muestral de la encuesta de 1992 y se incluyeron treinta segmentos nunca antes visitados. Dicha selección se realizó mediante el método del muestreo aleatorio estratificado y, previa visita de reconocimiento, se procedió a la actualización cartográfica de aquellas áreas censales que lo ameritaban.

La muestra se dividió en tres estratos de acuerdo a su concentración poblacional: Santo Domingo, ciudades y resto del país. Santo Domingo se consideró de manera particular por su importancia económica y demográfica. Ciudades incluyen las cabeceras de provincia y las zonas urbanas del interior del país, mientras que el resto del país comprende lugares y parajes de la zona rural con menor densidad poblacional.

La muestra estuvo compuesta por 60 áreas en todo el territorio nacional. En Santo Domingo, dada la concentración poblacional, se seleccionaron 20 áreas que constituyeron el 33.3% del total de la muestra. En las ciudades y demás zonas urbanas del interior del país se seleccionaron 19 áreas, lo que representaba el 31.7%; y el 35% restante estaba ubicado en el resto del país, en donde se localizaron las 21 áreas que completaban la muestra.

En las áreas seleccionadas se realizó un censo que registra todos los hogares y negocios del segmento. Esto permitió detectar aquellas empresas que estaban funcionando al momento de la entrevista (preexistentes), aquellas que iniciaron sus operaciones a partir de marzo de 1998 (nuevas), así como las empresas que habían cerrado en el período de referencia (desaparecidas). Cuando en un hogar había más de una empresa, éstas se clasificaron en principal y secundaria. Las empresas principales son aquellas que aportan la mayor parte del ingreso del hogar del propietario.

3. Recolección de la información

En la primera semana de marzo, un equipo de alta calificación, conformado por un supervisor general, tres supervisores de equipo, nueve encuestadores y un cartógrafo, recibieron entrenamiento sobre la metodología de trabajo y la aplicación de los diferentes cuestionarios que se utilizarían en la encuesta. El trabajo de campo se realizó del 8 al 26 de marzo, iniciando en Santo Domingo y saliendo luego a las demás áreas seleccionadas en todo el territorio nacional.

En la recolección de la información se utilizaron los siguientes instrumentos: 1) el cuestionario de recorrido de ruta, en donde se registraron las informaciones básicas de cada uno de los hogares visitados; 2) el cuestionario de empresas existentes, que recoge los datos de las empresas que estaban operando al momento de la encuesta; 3) el cuestionario de empresas desaparecidas, que recopila las informaciones de aquellas empresas que habían dejado de operar en el período de marzo de 1998 a marzo de 1999.

Tabla A-I.1
Distribución de la Muestra
Número de Áreas, Hogares Visitados, Población y Empresas
Distribución porcentual

Estrato	Número de áreas	Hogares visitados	Población	Número de empresas
Santo Domingo	20	2,642	6,392	555
Ciudades	19	2,688	8,369	511
Resto del País	21	2,325	7,001	401
Total	60	7,655	21,762	1,467

Durante el recorrido de las áreas seleccionadas en el ámbito nacional, se visitaron 7,655 hogares en donde se registró una población de 21,762 personas. Además, se identificaron 1,467 empresas, de las cuales, 1,278 eran principales y 189 secundarias. En cuanto a las empresas visitadas, en Santo Domingo se registraron 555 empresas, en las ciudades 511 y 401 en las zonas rurales.

4. Resultados de la muestra

Aunque en el recorrido de las áreas o segmentos se registraban todas las actividades de producción, comercio o servicio que correspondían al criterio de microempresa y pequeña empresa, sólo se recolectaban las informaciones de las empresas principales. Por tal razón, en Santo Domingo se entrevistaron 507 negocios, de los cuales 388 eran preexistentes y 119 abrieron sus puertas después de marzo de

1998. En las ciudades se obtuvo informaciones de 453 empresas, distribuidas en 323 unidades preexistentes y 130 empresas nuevas. En las zonas rurales del país se encontraron 214 negocios que continuaban funcionando y estaban previamente registrados y 104 nuevos negocios, para totalizar 318 empresas en ese estrato.

Tabla A-I.2
Empresas Preexistentes, Nuevas y Desaparecidas
Resultados de la Muestra Marzo 1998-Marzo 1999

Empresas	Total	Santo Domingo	Ciudades	Resto del País
Existentes en Marzo 1998	**1197**	**480**	**423**	**294**
Móviles	38	13	14	11
No Móviles	1159	467	409	283
Existentes en Marzo 1999	**1278**	**507**	**453**	**318**
Preexistentes	925	388	323	214
Móviles	38	13	14	11
No Móviles	887	375	309	203
Nuevas	353	119	130	104
Móviles	14	7	2	5
No Móviles	339	112	128	99
Desaparecidas	272	92	100	80
Móviles	0	0	0	0
No Móviles	272	92	100	80
Ciclo Corto No Móviles	39	9	13	17
Tasa Bruta de Creación de Empresas*	34.12%	25.91%	34.47%	40.99%
Tasa Bruta de Desaparición Empresas*	28.18%	21.63%	27.63%	34.28%
Tasa Neta de Cambio de Empresas*	5.94%	4.28%	6.85%	6.71%

*El cálculo de estas tasas excluye las empresas móviles.

Además se pudo obtener informaciones de 272 empresas que habían dejado de funcionar en el período marzo de 1998 a marzo de 1999. De éstas, el mayor número se registró en las zonas urbanas del interior del país (100) mientras que Santo Domingo y el resto del país fueron testigo de un menor cierre de negocios, 92 y 80 respectivamente.

5. Resultados en la población

Para la expansión de los resultados de la muestra a la población total de microempresas y pequeñas empresas en el país, se aplicaron las tasas de creación y

desaparición de empresas en cada estrato al total de empresas encontradas el año pasado en dicho estrato.

—*Tasas de creación de empresas*. La tasa bruta de creación de empresas se estima a partir del total de empresas nuevas no-móviles y de ciclo corto no-móviles detectadas en marzo de 1999, dividido por el total de empresas no-móviles existentes en marzo de 1998. Según puede observarse en la Tabla **A-1.2**, la tasa bruta de creación de empresas para todo el país fue de 34.12%. Las zonas rurales registraron la tasa de creación de empresas más alta con un 40.99%. La tasa de creación de empresas en Santo Domingo fue de 25.91%, mientras que en las zonas urbanas del interior fue de 34.47%.

—*Tasas de desaparición de empresas*. La tasa bruta de desaparición de empresas se calcula dividiendo el total de empresas desaparecidas no-móviles y las de ciclo corto no-móviles, detectadas en marzo de 1999, entre el total de empresas no-móviles de marzo de 1998 en el estrato correspondiente. La tasa bruta de desaparición de empresas para todo el país fue de 28.18%. Las tasas brutas de desaparición para los diferentes estratos geográficos fueron las siguientes: 21.63% en Santo Domingo, 27.63% en ciudades y 34.28% en el resto del país.

—*Tasa neta de cambio en el número de empresas*. La tasa neta de cambio en el número de empresas es el resultado de dos componentes: a) la diferencia entre el cambio neto en el número de empresas nuevas y desaparecidas, y b) las empresas preexistentes, es decir las que existían en marzo de 1998. La tasa neta promedio a escala nacional fue de 5.94%. Las zonas urbanas del interior registraron la mayor tasa neta de crecimiento con un 6.85%, siendo más reducida dicha tasa en las zonas rurales (6.71%) y en Santo Domingo (4.28%).

Para estimar el número de empresas nuevas entre marzo de 1998 y marzo de 1999, a partir de la muestra, se aplica la tasa bruta de creación de empresas por estrato al número de microempresas y pequeñas empresas registradas en marzo de 1998. Igual procedimiento se realiza con la tasa bruta de desaparición para la estimación del número de empresas desaparecidas en el período de referencia.

Las estimaciones del número de empresas no incluyen las unidades de móviles, dado que cuando se visitan los segmentos no se puede determinar si las empresas móviles han dejado de funcionar o no se encontraban en su lugar de operación al momento del trabajo en el segmento. Esto implica que de incluirse éstas, el número de microempresas sería mayor ya que muchos propietarios operan sus negocios deambulando por las calles y caminos o transportando sus materiales y mercancía, como son los casos de los buhoneros y motoconchistas (transporte de pasajeros), entre otros.

II
ANEXO ESTADÍSTICO
COMPENDIO DE TABLAS COMPLEMENTARIAS

Emp

Exis
Exis
Cam
ma
Nuev
Desa
Tasa
Tasa
Tasa

Tipo

Relac
Propi
No p
Pagad
Apren

Relac
Famil

Géner
Mujer

Jorna
Tiemp
Tempo

Emple
Menor

* Empe

Tabla I.1
Cambio en el Número de Empresas y
Tasas de Creación y Desaparición de Empresas
por Estrato
Marzo 1998-Marzo 1999

Empresas	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Existentes en marzo 1998	111,253	93,911	128,350	333,515
Existentes en marzo 1999	116,018	100,340	136,967	353,325
Cambios entre marzo 1998 - marzo 1999	4,765	6,429	8,617	19,811
Nuevas	28,826	32,375	52,610	113,811
Desaparecidas	24,061	25,946	43,993	94,000
Tasa bruta de creación	25.91%	34.47%	40.99%	34.12%
Tasa bruta de desaparición	21.63%	27.63%	34.28%	28.18%
Tasa neta de cambio	4.28%	6.85%	6.71%	5.94%

Tabla I.2
Composición del Empleo
por Categorías de Trabajadores
Distribución Porcentual

Tipo de Trabajadores	Porcentaje de Empresas*	Participación Empleo Total
Relación laboral		
Propietarios	95.9	42.7
No pagados	31.6	20.7
Pagados	25.4	33.4
Aprendices	3.4	3.2
Relación de parentesco		
Familiares	40.6	24.5
Género		
Mujeres	69.4	41.6
Jornada de trabajo		
Tiempo Parcial	15.4	10.1
Temporeros	2.2	1.7
Empleo infantil		
Menores de 15 años	12.4	6.8

* Empresas que tienen en su fuerza laboral este tipo de trabajadores.

Tabla I.3
Empresas Preexistentes
Dinámica del Empleo por Actividad Económica
Marzo 1998 - Marzo 1999
Distribución Porcentual

Dinámica	Manufacturas	Comercio	Servicio	Total
Contracción	11.2	13.4	9.2	11.9
No Cambio	75.1	70.0	77.5	73.1
Expansión	13.6	16.6	13.4	15.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.4
Empresas Preexistentes
Dinámica del Empleo por Genero del Propietario
Marzo 1998 - Marzo 1999
Distribución Porcentual

Dinámica	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Contracción	9.1	14.7	13.1	11.9
No Cambio	79.9	67.8	62.0	73.1
Expansión	11.0	17.5	24.8	15.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.5
Empresas Preexistentes
Dinámica del Empleo por Número de Trabajadores de la Empresa
Marzo 1998 - 1999
Distribución Porcentual

Dinámica	1	2	3	4 y más	Total
Contracción	-	28.8	48.6	60.6	25.8
No Cambio	74.6	46.4	26.5	21.7	50.3
Expansión	25.4	24.8	24.9	17.7	23.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.6
Empresas Preexistentes
Dinámica del empleo por Localización de las Empresas
Marzo 1998 - Marzo 1999
Distribución Porcentual

Dinámica	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Contracción	13.6	11.1	11.0	11.9
No Cambio	70.0	79.8	70.7	73.1
Expansión	16.5	9.1	18.2	15.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.7
Empresas Preexistentes
Dinámica del Empleo por
Demanda y Fuente de Crédito de la Empresa
Marzo 1998 - Marzo 1999
Distribución Porcentual

Dinámica	Suplidor y efectivo	Suplidor y no efectivo	Efectivo y no suplidor	No crédito	Total
Contracción	7.6	14.1	13.9	10.3	11.7
No Cambio	72.7	69.2	69.3	77.1	73.0
Expansión	19.7	16.7	16.8	12.6	15.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.8
Empresas Preexistentes
Dinámica del Empleo por
Nivel de Capitalización de la Empresa
Distribución Porcentual

Dinámica	Inversión Baja	Inversión Media	Inversión Alta	Total
Contracción	8.5	11.5	17.9	11.6
No Cambio	79.6	70.6	64.2	73.6
Expansión	12.0	17.9	17.9	14.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla 1.9

Principales Características de las Empresas Preexistentes, Nuevas y Desaparecidas

Distribución Porcentual

	Preexistentes	Nuevas	Desaparecidas
Localización			
Santo Domingo	35.2	27.0	27.1
Ciudades	28.3	28.6	28.5
Resto del país	36.5	44.4	44.4
Total	100.0	100.0	100.0
Género			
Mujer	47.1	62.9	61.7
Hombre	43.6	31.5	34.7
Conjunta	9.3	5.6	3.5
Total	100.0	100.0	100.0
Trabajadores			
1	40.0	50.1	63.1
2	27.8	29.7	22.5
3	14.1	11.6	6.7
4	6.5	4.8	3.5
5	3.6	1.4	2.5
6 a 10	4.7	2.1	1.0
1 a 50	3.3	0.3	0.7
Total	100.0	100.0	100.0
Actividad			
Manufactura	22.3	31.6	25.9
Comercio	49.0	41.5	41.5
Servicios	28.8	26.9	32.5
Total	100.0	100.0	100.0

Tabla 1.10

Actividad de la Empresa por Localización de las Empresas

Distribución Porcentual

Actividad	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Manufactura	20.1	27.2	27.4	24.9
Comercio	40.0	44.4	54.4	46.8
Servicios	39.8	28.5	18.2	28.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.11
Actividad de la Empresa por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Actividad	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Manufactura	31.9	23.4	8.1	26.5
Comercio	40.3	53.4	68.5	47.9
Servicios	27.7	23.2	23.4	25.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.12
Rama de Actividad de la Empresa
por Número de Trabajadores
Distribución Porcentual

Actividad	1	2	3	4 y más	Total
Producción de Alimentos y Bebidas	20.4	13.8	8.6	9.0	15.2
Confección de Ropa	7.0	3.1	2.7	2.9	4.7
Elaboración de Productos de Madera	2.0	2.3	1.6	3.8	2.3
Elaboración de Productos de Metal	1.0	1.0	2.7	4.7	1.8
Otras Manufacturas	0.9	2.1	4.4	6.2	2.5
Venta y Reparación de Vehículos Automotores	2.9	3.0	9.6	4.8	4.1
Comercio al Por Mayor	-	0.8	0.5	3.4	0.8
Comercio al Por Menor	36.9	56.3	47.4	31.9	43.0
Hoteles y Restaurantes	2.6	4.1	6.9	7.6	4.4
Actividades Inmobiliarias y Empresariales	1.2	2.3	3.3	7.3	2.7
Otros Servicios	25.2	11.2	12.0	18.4	18.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.13
Rama de Actividad de la Empresa
por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Actividad	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Producción de Alimentos y Bebidas	25.0	5.4	1.8	15.2
Confección de Ropa	6.5	3.1	0.9	4.7
Elaboración de Productos de Madera	-	5.6	0.9	2.3
Elaboración de Productos de Metal	0.1	4.2	0.9	1.8
Otras Manufacturas	0.3	5.1	3.6	2.5
Venta y Reparación de Vehículos Automotores	0.8	8.6	2.7	4.1
Comercio al Por Mayor	-	1.8	0.9	0.8
Comercio al Por Menor	39.5	42.9	64.9	43.0
Hoteles y Restaurantes	3.9	4.6	6.2	4.4
Actividades Inmobiliarias y Empresariales	0.8	4.6	5.4	2.7
Otros Servicios	22.9	14.0	11.8	18.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.14
Rama de Actividad de la Empresa por Localización
Distribución Porcentual

Actividad	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Producción de Alimentos y Bebidas	8.3	15.0	19.2	14.4
Confección de Ropa	4.1	6.8	2.8	4.4
Elaboración de Productos de Madera	1.6	2.6	2.2	2.1
Elaboración de Productos de Metal	2.2	0.7	1.9	1.6
Otras Manufacturas	3.9	2.0	1.3	2.3
Venta y Reparación de Vehículos Automotores	3.6	4.9	5.0	4.5
Comercio al Por Mayor	2.6	1.1		1.2
Comercio al Por Menor	33.9	38.4	49.4	41.2
Hoteles y Restaurantes	4.7	5.1	5.3	5.1
Actividades Inmobiliarias y Empresariales	7.3	2.9	0.6	3.5
Otros Servicios	27.8	20.5	12.3	19.7
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Total
15.2
4.7
2.3
1.8
2.5
4.1
0.8
43.0
4.4
2.7
18.4
100.0

Total
14.4
4.4
2.1
1.6
2.3
4.5
1.2
41.2
5.1
3.5
19.7
100.0

Tabla I.15

Rama de Actividad de la Empresa por Nivel de Inversión

Distribución Porcentual

Actividad	Inversión baja	Inversión media	Inversión alta	Total
Producción de Alimentos y Bebidas	25.1	3.5	3.3	15.9
Confección de Ropa	6.0	4.8	2.2	4.9
Elaboración de Productos de Madera	1.2	4.3	4.0	2.4
Elaboración de Productos de Metal	0.9	4.3	2.2	1.8
Otras Manufacturas	1.9	1.7	4.9	2.6
Venta y Reparación de Vehículos Automotores	4.0	3.8	5.6	4.3
Comercio al Por Mayor	-	0.4	3.0	0.8
Comercio al Por Menor	38.9	48.7	46.3	42.5
Hoteles y Restaurantes	3.3	5.6	6.0	4.4
Actividades Inmobiliarias y Empresariales	1.0	2.7	5.3	2.3
Otros Servicios	17.8	20.1	17.2	18.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.16

Rama de Actividad de la Empresa por Años de Funcionamiento

Distribución Porcentual

Actividad	Menos de 3 años	De 3 a 10 años	Más de 10 años	Total
Producción de Alimentos y Bebidas	23.4	11.1	8.4	15.6
Confección de Ropa	2.4	4.1	11.4	4.7
Elaboración de Productos de Madera	1.7	2.6	3.3	2.4
Elaboración de Productos de Metal	0.6	2.0	3.4	1.7
Otras Manufacturas	2.4	3.0	2.1	2.6
Venta y Reparación de Vehículos Automotores	4.4	4.2	4.2	4.3
Comercio al Por Mayor	0.9	1.0	0.9	0.9
Comercio al Por Menor	40.8	44.8	42.7	42.8
Hoteles y Restaurantes	4.1	5.2	3.4	4.4
Actividades Inmobiliarias y Empresariales	1.9	1.9	4.3	2.3
Otros Servicios	17.3	20.1	15.9	18.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.17
Número de Trabajadores por Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Trabajadores	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
1	50.5	35.5	48.5	42.8
2	23.8	35.5	19.6	28.4
3	10.2	16.1	11.7	13.4
4 y más	15.5	12.9	20.1	15.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.18
Número de Trabajadores
por Nivel de Capitalización en la Empresa
Distribución Porcentual

Trabajadores	Inversión baja	Inversión media	Inversión alta	Total
1	61.2	34.6	14.3	45.3
2	25.7	30.5	30.4	27.7
3	8.9	20.3	18.6	13.3
4 y más	4.2	14.6	36.7	13.7
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.19
Número de Trabajadores
por Años de Funcionamiento
Distribución Porcentual

Trabajadores	Menos de 3 años	De 3 a 10 años	Más de 10 años	Total
1	46.4	40.2	45.9	43.8
2	29.2	31.0	19.6	28.2
3	15.2	12.6	13.0	13.8
4 y más	9.1	16.2	21.5	14.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.20
Número de Trabajadores
por Localización de las Empresas
Distribución Porcentual

Trabajadores	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
1 a 5	86.0	96.4	97.2	93.6
6 a 10	9.3	2.6	1.0	4.0
11 a 50	4.7	1.0	1.7	2.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.21
Número de Trabajadores
por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Trabajadores	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
1	56.4	33.0	6.1	42.8
2 a 5	42.1	57.3	73.1	50.8
6 a 10	1.2	6.1	11.8	4.0
11 a 5	0.3	3.6	9.0	2.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.22

Número de Trabajadores por Rama de Actividad de la Empresa

Distribución Porcentual

Trabajadores	Producción de alimentos y bebidas	Confección de ropa	Elaboración de productos de madera	Elaboración de productos de metal	Otras manufacturas	Venta y reparac. vehículos de motor	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Hoteles y restaurantes	Activid. inmobiliarias y empresariales	Otros servicios	Total
1	57.5	63.8	37.1	23.8	14.8	29.7	-	36.7	25.1	18.8	58.6	42.8
2	25.7	18.9	28.1	16.0	23.4	20.9	27.6	37.1	26.7	23.9	17.3	28.4
3	7.6	7.9	9.5	20.3	23.5	31.4	8.9	14.8	21.4	16.3	8.8	13.4
4 y más	9.2	9.4	25.3	39.9	38.2	17.9	63.5	11.4	26.9	41.1	15.4	15.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.23
Tamaño de la Empresa por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Trabajadores	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
1	56.4	33.0	6.4	2.8
2	25.0	29.5	43.8	28.4
3	10.4	18.2	9.0	13.5
4 y más	8.1	19.3	41.1	15.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.24
Tipo de Sociedad de las Empresas
por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Tipo	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Individual	97.2	91.3	4.6	87.1
Sociedad Familiar	1.8	2.9	77.5	8.6
Otros	1.1	5.8	17.9	4.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.25
Tipo de Sociedad de las Empresas
por Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Tipo	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Individual	93.0	83.7	87.6	87.1
Sociedad Familiar	4.7	12.1	5.9	8.5
Otros	2.3	4.2	6.6	4.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.26
Tipo de Sociedad por Localización
Distribución Porcentual

Tipo	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Individual	76.5	91.8	91.7	87.1
Sociedad Familiar	12.4	6.4	7.2	8.5
Otros	11.1	1.9	1.1	4.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.27
Tipo de Sociedad por Nivel de Capitalización en la Empresa
Distribución Porcentual

Tipo	Inversión baja	Inversión media	Inversión alta	Total
Individual	94.9	82.8	73.0	87.5
Sociedad Familiar	4.4	14.2	15.0	8.7
Otros	0.7	3.0	12.1	3.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.28

Tipo de Sociedad por Rama de Actividad de la Empresa

Distribución Porcentual

Tipo	Producción de alimentos y bebidas	Confec-ción de ropa	Elabora-ción de productos de madera	Elabora-ción de productos de metal	Otras manufac-turas	Venta y reparac. vehículos de motor	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Hoteles y restau-rantes	Activid. inmobi-liarias y empre-sariales	Otros servicios	Total
Individual	96.1	96.5	85.9	100.0	67.3	94.2	58.2	83.2	89.0	67.2	90.2	87.1
Familiar	2.9	1.7	7.0	-	22.8	1.9	-	13.3	11.0	6.0	4.7	8.5
Otros	0.9	1.7	7.0	-	9.9	3.9	41.8	3.4	-	26.8	5.2	4.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.29
Tipo de Sociedad por Años de Funcionamiento
Distribución Porcentual

Tipo	Menos de 3 años	De 3 a 10 años	Más de 10 años	Total
Individual	87.7	85.8	91.8	87.7
Sociedad Familiar	8.7	10.1	5.5	8.7
Otros	3.5	4.1	2.7	3.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.30
Años de Funcionamiento de las Empresas
por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Años	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Menos de 3 Años	46.2	34.3	38.2	40.8
De 3 a 10 Años	38.1	44.2	47.9	41.3
Más de 10 Años	15.6	21.5	13.9	17.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.31
Años de Funcionamiento de las Empresas
por Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Años	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Menos de 3 Años	46.2	39.4	38.3	41.0
De 3 a 10 Años	34.7	42.6	44.5	40.9
Más de 10 Años	19.1	18.0	17.2	18.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.32
Años de Funcionamiento
por Rama de Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Años	Producción de alimentos y bebidas	Confec-ción de ropa	Elabora-ción de productos de madera	Elabora-ción de productos de metal	Otras manufac-turas	Venta y reparac. vehículos de motor	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Hoteles y restau-rantes	Activid. inmobi-liarias y empre-sariales	Otros servicios	Total
Menos de 3 Años	61.2	21.1	29.2	13.9	38.0	42.1	41.4	39.1	38.1	33.5	39.0	41.0
De 3 a 10 Años	29.1	35.5	45.3	49.5	47.3	40.2	42.0	42.9	47.9	32.8	45.2	40.9
Más de 10 Años	9.7	43.4	25.4	36.6	14.7	17.1	6.6	18.1	14.0	33.7	15.8	18.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.33
Años de Funcionamiento por Localización
Distribución Porcentual

Años	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Menos de 3 Años	33.3	44.3	44.0	41.0
De 3 a 10 Años	44.3	36.8	41.5	40.9
Más de 10 Años	22.4	18.9	14.4	18.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.34
Años de Funcionamiento
por Nivel de Capitalización en la Empresa
Distribución Porcentual

Años	Inversión baja	Inversión media	Inversión alta	Total
Menos de 3 Años	47.8	39.2	27.6	41.7
De 3 a 10 Años	36.9	38.9	45.8	39.2
Más de 10 Años	15.3	21.8	26.6	19.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.35
Propiedad del Local de la Empresa
por Género del Propietario de las Empresas
Distribución Porcentual

Propiedad	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Propio	60.0	50.5	56.2	56.0
Alquilado	27.8	35.3	33.3	31.2
Otros	12.2	14.3	10.5	12.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.36
Propiedad del Local de la Empresa
por Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Propiedad	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Propio	58.9	57.9	49.1	56.0
Alquilado	26.7	29.9	38.6	31.2
Otros	14.4	12.3	12.3	12.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.37
Propiedad del Local de la Empresa
por Localización de la Empresa
Distribución Porcentual

Propiedad	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Propio	33.7	54.3	73.1	56.0
Alquilado	56.9	30.7	13.1	31.2
Otros	9.4	15.0	13.8	12.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.38
Propiedad del Local de la Empresa
por Ubicación de la Empresa
Distribución Porcentual

Propiedad	Zona Residencial	Zona Comercial	Otros	Total
Propio	64.4	29.3	8.7	56.0
Alquilado	25.6	63.9	1.8	31.2
Otros	9.9	6.8	89.4	12.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.39
Propiedad del Local de la Empresa
por Número de Trabajadores
Distribución Porcentual

Propiedad	1	2	3	4 y más	Total
Propio	58.9	51.8	49.0	61.7	56.0
Alquilado	25.6	35.4	37.8	33.4	31.2
Otros	15.5	12.1	3.2	4.8	12.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.40
Propiedad del Local de la Empresa
por Rama de Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Propiedad	Producción de alimentos y bebidas	Confec-ción de ropa	Elabora-ción de productos de madera	Elabora-ción de productos de metal	Otras manufac-turas	Venta y reparac. vehículos de motor	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Hoteles y restau-rantes	Activid. inmobi-liarias y empre-sariales	Otros servicios	Total
Propio	62.1	57.2	61.6	55.9	41.6	48.9	9.8	59.6	57.5	71.6	44.0	56.0
Alquilado	21.8	37.7	21.2	17.9	48.9	26.9	90.2	29.0	29.7	25.3	42.5	31.2
Otros	16.1	5.1	17.2	26.2	9.6	24.2	-	11.4	12.8	3.1	13.5	12.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.41
Propiedad del Local de la Empresa
por Nivel de Inversión en la Empresa
Distribución Porcentual

Propiedad	Inversión baja	Inversión media	Inversión alta	Total
Propio	58.9	59.9	47.3	56.4
Alquilado	22.5	30.2	47.9	29.8
Otros	18.6	10.0	4.1	3.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.42
Propiedad del Local de la Empresa
por Años de Funcionamiento
Distribución Porcentual

Propiedad	Menos de 3 años	De 3 a 10 años	Más de 10 años	Total
Propio	53.5	51.3	68.0	55.3
Alquilado	31.0	34.4	24.8	31.2
Otros	15.4	14.3	7.2	13.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.43
Principales Suplidores por Actividad de las Empresas
Distribución Porcentual

Suplidores	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Productores	4.0	6.2	2.8	4.8
Mayoristas	31.8	61.2	41.4	48.4
Detallistas	56.1	26.6	25.9	34.4
No Tiene que Comprar	7.8	1.9	27.3	9.9
Otros	0.3	4.0	2.5	2.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.44
Principales Suplidores por
Número de Trabajadores de las Empresas
Distribución Porcentual

Suplidores	1	2	3	4 y más	Total
Productores	4.0	3.8	4.5	9.3	4.8
Mayoristas	33.8	56.8	60.5	64.2	48.4
Detallistas	46.1	29.5	25.4	17.0	34.4
No Tiene que Comprar	15.0	6.6	6.7	3.9	9.9
Otros	1.1	3.4	2.9	5.6	2.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.45
Principales Suplidores por
Género del Propietario de la Empresa
Distribución Porcentual

Suplidores	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Productores	4.3	5.5	4.8	4.8
Mayoristas	37.9	58.8	66.1	48.4
Detallistas	44.3	25.8	11.5	34.4
No Tiene que Comprar	10.9	8.7	8.7	9.9
Otros	2.7	1.2	8.9	2.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.46
Principales Suplidores por
Localización de la Empresa
Distribución Porcentual

Suplidores	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Productores	4.3	4.8	5.1	4.8
Mayoristas	55.2	49.5	42.8	48.4
Detallistas	20.4	30.9	46.7	34.4
No Tiene que Comprar	12.2	14.4	5.1	9.9
Otros	7.9	0.5	0.4	2.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.47

Principales Suplidores por Rama de Actividad

Distribución Porcentual

Suplidores	Producción de alimentos y bebidas	Confección de ropa	Elaboración de productos de madera	Elaboración de productos de metal	Otras manufacturas	Venta y reparac. vehículos de motor	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Hoteles y restaurantes	Activid. inmobiliarias y empresariales	Otros servicios	Total
Productores	5.2	-	3.6	8.5	-	3.8	21.8	6.2	-	3.3	3.5	4.8
Mayoristas	17.2	39.0	72.4	40.0	71.1	37.4	66.9	63.4	76.7	22.8	35.7	48.4
Detallistas	74.2	35.4	20.5	42.8	19.1	45.6	-	25.2	23.3	45.2	24.0	34.4
No Tiene que Comprar	3.4	25.6	3.6	8.7	6.5	11.3	-	1.1	-	28.7	33.5	9.9
Otros	-	-	-	-	3.3	1.9	11.3	4.1	-	-	3.4	2.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.48
Principales Suplidores por Nivel de Inversión en la Empresa
Distribución Porcentual

Suplidor	Inversión baja	Inversión media	Inversión alta	Total
Productores	4.9	2.6	5.9	4.7
Mayoristas	30.4	72.3	72.4	48.1
Detallistas	50.6	20.3	10.7	35.6
No Tiene que Comprar	13.3	4.8	4.5	9.7
Otros	0.7	-	6.4	1.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.49
Principales Suplidores por Años de Funcionamiento
Distribución Porcentual

Suplidor	Menos de 3 años	De 3 a 10 años	Más de 10 años	Total
Productores	5.0	4.4	5.4	4.8
Mayoristas	41.3	54.0	51.9	48.3
Detallistas	41.8	28.5	31.3	34.6
No Tiene que Comprar	9.1	0.4	9.6	10.0
Otros	2.2	2.7	1.8	2.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.50
Forma de Compra de Materias Primas y Mercancías
por Principales Suplidores de la Empresa
Distribución Porcentual

Forma de Compra	Productores	Mayoristas	Detallistas	Otros	Total
Al Contado	30.7	45.8	67.8	53.8	54.8
A Crédito	69.3	54.2	32.2	46.2	45.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.51
Forma de Compra de Materias Primas y Mercancías
por Localización de la Empresa
Distribución Porcentual

Forma de Compra	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Al Contado	51.1	59.4	54.3	54.8
A Crédito	48.9	40.6	45.7	45.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.52
Forma de Compra de Materias Primas y Mercancías
por Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Forma de Compra	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Al Contado	67.6	48.0	54.5	54.8
A Crédito	32.4	52.0	45.5	45.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.53
Forma de Compra de Materias Primas y Mercancías
por Género del Propietario de la Empresa
Distribución Porcentual

Forma de Compra	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Al Contado	58.8	50.3	51.3	54.8
A Crédito	41.2	49.7	48.7	45.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.54
Forma de Compra de Materias Primas y Mercancías
por Número de Trabajadores de la Empresa
Distribución Porcentual

Forma de Compra	1	2	3	4 y más	Total
Al Contado	66.8	48.1	49.7	39.4	54.8
A Crédito	33.2	51.9	50.3	60.6	45.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.55
Forma de Compra de Materias Primas y Mercancías
por Rama de Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Forma de Compra	Producción de alimentos y bebidas	Confección de ropa	Elaboración de productos de madera	Elaboración de productos de metal	Otras manufacturas	Venta y reparac. vehículos de motor	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Hoteles y restaurantes	Activid. inmobiliarias y empresariales	Otros servicios	Total
Al Contado	65.4	83.8	67.6	56.5	64.5	55.9	22.5	47.7	54.7	60.3	53.7	54.8
A Crédito	34.6	16.2	32.4	43.5	35.5	44.1	77.5	52.3	45.3	39.7	46.3	45.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.56
Forma de Compra de Materias Primas y Mercancías
por Nivel de Inversión en la Empresa
Distribución Porcentual

Forma de Compra	Inversión baja	Inversión media	Inversión alta	Total
Al Contado	66.1	50.6	36.4	55.9
A Crédito	33.9	49.4	63.6	44.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.57
Forma de Compra de Materias Primas y Mercancías
por Años de Funcionamiento
Distribución Porcentual

Forma de Compra	Menos de 3 años	De 3 a 10 años	Más de 10 años	Total
Al Contado	59.6	52.9	52.3	55.6
A Crédito	40.4	47.1	47.7	44.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.58
Principales Clientes de la Empresa
por Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Clientes	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Individuos del Barrio	53.4	77.5	70.5	69.3
Individuos de Otros Barrios	27.5	16.2	25.4	21.6
Empresas	15.6	4.4	2.8	7.0
Individuos o Empresas del Extranjero	3.2	1.3	1.0	1.7
Otros	0.3	0.6	0.3	0.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.59
Principales Clientes de la Empresa
por Rama de Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Clientes	Producción de alimentos y bebidas	Confección de ropa	Elaboración de productos de madera	Elaboración de productos de metal	Otras manufacturas	Venta y reparac. vehículos de motor	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Hoteles y restaurantes	Activid. inmobiliarias y empresariales	Otros servicios	Total
Individuos del Barrio	67.1	49.1	27.2	21.5	19.3	58.9	-	80.7	81.7	12.5	75.8	69.3
Individuos de Otros Barrios	24.6	39.0	31.5	17.9	28.5	27.9	40.5	14.6	18.3	68.4	21.2	21.6
Empresas	6.8	10.2	34.3	52.2	39.1	7.5	29.7	3.6	-	12.7	2.2	7.0
Individuos o Empresas del Extranjero	1.5	1.7	7.0	8.5	9.9	3.8	29.7	0.5	-	3.2	0.9	1.7
Otros	-	-	-	-	3.3	1.9	-	0.5	-	-	3.2	0.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.60
Principales Clientes de la Empresa
por Localización de la Empresa
Distribución Porcentual

Clientes	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Individuos del Barrio	59.3	62.9	80.8	69.3
Individuos de Otros Barrios	25.5	29.2	13.4	21.6
Empresas	11.1	6.6	4.3	7.0
Individuos o Empresas del Extranjero	3.0	1.3	1.1	1.7
Otros	1.1	-	0.4	0.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.61
Principales Clientes de la Empresa
por Ubicación de la Empresa
Distribución Porcentual

Clientes	Zona Residencial	Zona Comercial	Móvil	Total
Individuos del Barrio	73.9	47.4	91.5	71.5
Individuos de Otros Barrios	16.9	36.8	8.5	18.9
Empresas	6.9	10.6	-	7.1
Individuos o Empresas del Extranjero	1.6	-	-	1.4
Otros	0.6	5.3	-	1.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.62
Principales Clientes de la Empresa
por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Clientes	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Individuos del Barrio	76.8	59.1	70.3	69.3
Individuos de Otros Barrios	21.0	22.4	20.8	21.6
Empresas	1.7	14.8	4.0	7.0
Individuos o Empresas del Extranjero	0.4	3.0	4.0	1.7
Otros	0.2	0.8	1.0	0.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.63
Principales Clientes de la Empresa
por Número de Trabajadores de la Empresa
Distribución Porcentual

Clientes	1	2	3	4 y más	Total
Individuos del Barrio	75.6	71.8	68.7	45.8	69.3
Individuos de Otros Barrios	20.7	20.5	22.9	25.0	21.6
Empresas	2.3	6.3	7.3	22.1	7.0
Individuos o Empresas del Extranjero	1.0	0.8	0.6	6.6	1.7
Otros	0.4	0.5	0.6	0.6	0.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.64
Principales Clientes de la Empresa
por Nivel de Capitalización de la Empresa
Distribución Porcentual

Clientes	Inversión baja	Inversión media	Inversión alta	Total
Individuos del Barrio	74.9	73.0	51.5	69.2
Individuos de Otros Barrios	20.6	19.6	25.9	21.6
Empresas	3.1	5.7	18.1	7.0
Individuos o Empresas del Extranjero	1.0	0.9	4.1	1.7
Otros	0.4	0.9	0.4	0.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.65
Ventas a Crédito por Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Ventas	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Vende a Crédito	69.2	84.0	70.4	76.6
No Vende a Crédito	30.8	16.0	29.6	23.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.66
Ventas a Crédito por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Ventas	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Vende a Crédito	76.1	77.2	77.7	76.6
No Vende a Crédito	23.9	22.8	22.3	23.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.67
Ventas a Crédito por Localización de la Empresa
Distribución Porcentual

Ventas	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Vende a Crédito	72.9	76.0	79.7	76.6
No Vende a Crédito	27.1	24.0	20.3	23.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.68
Ventas a Crédito por Nivel de Capitalización de la Empresa
Distribución Porcentual

Ventas	Inversión baja	Inversión media	Inversión alta	Total
Vende a Crédito	72.1	84.7	82.5	76.9
No Vende a Crédito	27.9	15.3	17.5	23.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.69
Ventas a Crédito por Principales Clientes de la Empresa
Distribución Porcentual

Ventas	Individuos del barrio	Individuos de otros barrios	Empresas	Individuos empresa del extranjero	Otros	Total
Vende a Crédito	78.0	71.7	78.9	81.5	34.0	76.6
No Vende a Crédito	22.0	28.3	21.1	18.5	66.0	23.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.70
Ventas a Crédito
por Número de Trabajadores de la Empresa
Distribución Porcentual

Ventas	1	2	3	4 y más	Total
Vende a Crédito	74.0	80.2	75.8	78.2	76.6
No Vende a Crédito	26.0	19.8	24.2	21.8	23.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.71
Nivel de Capitalización en la Empresa
por Localización de las Empresas
Distribución Porcentual

Nivel	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Inversión Baja	38.2	58.2	70.2	57.7
Inversión Media	19.3	20.2	19.1	19.4
Inversión Alta	42.5	21.6	10.7	22.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.72
Nivel de Capitalización en la Empresa
por Género del Propietario de la Empresa
Distribución Porcentual

Nivel	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Inversión Baja	76.6	38.3	28.8	57.7
Inversión Media	13.8	24.9	29.8	19.4
Inversión Alta	9.6	36.8	41.4	22.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla 1.73
Nivel de Capitalización
por Rama de Actividad de las Empresas
Distribución Porcentual

Nivel	Producción de alimentos y bebidas	Confección de ropa	Elaboración de productos de madera	Elaboración de productos de metal	Otras manufacturas	Venta y reparac. vehículos de motor	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Hoteles y restaurantes	Activid. inmobiliarias y empresariales	Otros servicios	Total
Inversión Baja	90.9	70.4	27.8	27.2	43.2	53.3	-	52.8	43.7	25.6	56.6	57.7
Inversión Media	4.3	19.2	34.2	45.6	13.0	17.3	11.3	22.3	25.1	22.3	21.6	19.4
Inversión Alta	4.7	10.4	38.0	27.2	43.8	29.4	88.7	24.9	31.2	52.2	21.8	22.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.74
Nivel de Capitalización en la Empresa
por Actividad de las Empresas
Distribución Porcentual

Nivel	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Inversión Baja	73.1	52.0	51.5	57.7
Inversión Media	13.1	21.7	22.2	19.4
Inversión Alta	13.8	26.4	26.3	22.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.75
Nivel de Capitalización en la Empresa
por Número de Trabajadores de la Empresa
Distribución Porcentual

Nivel	1	2	3	4 y más	Total
Inversión Baja	77.9	53.5	38.5	17.8	57.7
Inversión Media	14.9	21.4	29.6	20.8	19.4
Inversión Alta	7.2	25.1	31.9	61.4	22.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.76
Monto Invertido en la Empresa
por Localización de las Empresas
Distribución Porcentual

Monto	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
RD$1,500 ó Menos	15.0	21.3	28.6	22.7
De RD$1,501 a RD$5,000	11.6	19.3	20.2	17.5
De RD$5,001 a RD$20,000	17.4	24.6	25.6	23.0
De RD$20,001 a RD$100,000	26.0	25.1	22.9	24.4
De RD$100,001 a RD$500,000	20.8	7.9	2.3	9.2
Más de RD$500,000	9.2	1.8	0.4	3.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Table I.77
Monto Invertido en la Empresa
por Género del Propietario de la Empresa
Distribución Porcentual

Monto	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
RD$1,500 ó Menos	33.7	10.9	8.2	22.7
De RD$1,501 a RD$5,000	23.3	12.8	3.2	17.5
De RD$5,001 a RD$20,000	24.6	21.3	20.5	23.0
De RD$20,001 a RD$100,000	13.7	34.9	43.5	24.4
De RD$100,001 a RD$500,000	3.9	15.0	14.9	9.2
Más de RD$500,000	0.8	5.2	9.6	3.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.78
Monto Invertido en la Empresa
por Actividad de las Empresas
Distribución Porcentual

Monto	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
RD$1,500 ó Menos	25.9	21.4	21.5	22.7
De RD$1,501 a RD$5,000	26.3	16.8	9.2	17.5
De RD$5,001 a RD$20,000	24.5	18.9	29.0	23.0
De RD$20,001 a RD$100,000	14.0	29.6	26.1	24.4
De RD$100,001 a RD$500,000	7.1	9.5	10.8	9.2
Más de RD$500,000	2.2	3.8	3.5	3.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.79
Monto Invertido en la Empresa
por Rama de Actividad de las Empresas
Distribución Porcentual

Monto	Producción de alimentos y bebidas	Confección de ropa	Elaboración de productos de madera	Elaboración de productos de metal	Otras manufacturas	Venta y reparac. vehículos de motor	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Hoteles y restaurantes	Activid. inmobiliarias y empresariales	Otros servicios	Total
RD$1,500 ó menos	35.6	29.0	3.6	-	-	36.0	-	20.3	-	7.4	28.5	22.7
De RD$1,501 a RD$5,000	38.1	12.0	13.9	-	10.1	15.4	-	17.2	3.9	3.8	11.1	17.5
De RD$5,001 a RD$20,000	18.3	34.6	10.3	45.2	42.8	7.8	-	20.4	57.1	25.6	22.7	23.0
De RD$20,001 a RD$100,000	4.3	15.7	58.1	45.4	6.6	19.3	22.2	30.8	23.5	33.4	25.7	24.4
De RD$100,001 a RD$500,000	2.1	8.6	10.6	9.4	30.4	9.8	22.2	9.2	11.7	18.6	9.6	9.2
Más de RD$500,000	1.6	-	3.6	-	10.1	11.9	55.6	2.0	3.9	11.3	2.4	3.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.80
Monto Invertido en la Empresa
por Número de Trabajadores de la Empresa
Distribución Porcentual

Monto	1	2	3	4 y más	Total
RD$1,500 ó Menos	33.7	18.9	13.1	3.1	22.7
De RD$1,501 a RD$5,000	25.3	14.9	9.3	5.0	17.5
De RD$5,001 a RD$20,000	24.3	25.5	23.0	13.4	23.0
De RD$20,001 a RD$100,000	14.6	28.7	38.6	34.5	24.4
De RD$100,001 a RD$500,000	2.1	10.5	13.4	25.8	9.2
Más de RD$500,000	-	1.6	2.6	18.3	3.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.81
Género del Propietario
por Localización de las Empresas
Distribución Porcentual

Género	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Mujer	42.4	54.1	56.4	51.5
Hombre	43.3	41.0	37.4	40.2
Conjunta	14.3	4.9	6.2	8.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.82
Género del Propietario
por Nivel de Capitalización de las Empresas
Distribución Porcentual

Género	Inversión baja	Inversión media	Inversión alta	Total
Mujer	69.9	37.3	22.1	52.6
Hombre	26.1	50.3	63.3	39.3
Conjunta	4.0	12.4	14.7	8.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.83
Edad del Propietario por Localización
Distribución Porcentual

Edad	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
15 a 24	5.6	6.4	7.2	6.5
25 a 34	25.4	29.8	24.3	26.2
35 a 44	34.5	28.5	27.2	29.7
45 a 54	17.4	19.1	22.8	20.1
55 a 64	11.0	10.6	9.8	10.4
65 ó Más	6.1	5.6	8.7	7.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.84
Edad del Propietario
por Actividad de las Empresas
Distribución Porcentual

Edad	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
15 a 24	7.1	5.2	8.3	6.5
25 a 34	26.6	21.3	35.1	26.2
35 a 44	28.7	30.0	30.2	29.7
45 a 54	21.8	23.1	12.7	20.1
55 a 64	8.5	12.4	8.4	10.4
65 ó Más	7.1	7.9	5.3	7.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.85
Edad del Propietario
por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Edad	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
15 a 24	7.0	6.0	5.7	6.5
25 a 34	29.2	22.0	27.5	26.2
35 a 44	27.3	32.7	31.0	29.7
45 a 54	20.9	18.8	21.5	20.1
55 a 64	8.1	13.4	10.6	10.4
65 ó Más	7.6	7.0	3.7	7.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.86
Edad del Propietario
por Nivel de Inversión en la Empresa
Distribución Porcentual

Edad	Inversión baja	Inversión media	Inversión alta	Total
15 a 24	9.4	3.9	3.0	6.9
25 a 34	26.9	28.9	25.1	26.9
35 a 44	24.4	31.0	40.3	29.3
45 a 54	20.2	21.6	15.4	19.3
55 a 64	9.8	9.8	12.8	10.5
65 ó Más	9.4	4.8	3.4	7.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.87
Edad del Propietario
por Años de Funcionamiento de la Empresa
Distribución Porcentual

Edad	Menos de 3 años	De 3 a 10 años	Más de 10 años	Total
15 a 24	11.1	4.8	0.5	6.7
25 a 34	33.5	26.3	11.3	26.6
35 a 44	25.1	35.8	24.9	29.4
45 a 54	16.0	18.1	33.6	20.0
55 a 64	9.2	7.8	18.1	10.3
65 ó Más	5.0	7.2	11.6	7.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.88
Nivel Educativo del Propietario
por Localización de la Empresa
Distribución Porcentual

Nivel Educativo	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Sin Educación Formal	3.6	6.0	11.8	7.7
Educación Primaria	23.1	44.1	56.8	43.2
Terminó Educación Primaria	8.8	10.6	3.3	7.1
Educación Secundaria	17.6	15.8	18.5	17.4
Terminó Educación Secundaria/ Vocacional	11.1	2.0	5.5	9.3
Educación Universitaria	35.2	11.4	4.1	15.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.89
Nivel Educativo del Propietario
por Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Nivel Educativo	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Sin Educación Formal	7.5	9.4	4.6	7.7
Educación Primaria	44.7	49.1	30.0	43.2
Terminó Educación Primaria	7.6	6.6	7.3	7.1
Educación Secundaria	22.7	14.8	16.7	17.4
Terminó Educación Secundaria/Vocacional	8.5	8.4	11.8	9.3
Educación Universitaria	8.9	11.7	29.5	15.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.90
Nivel Educativo del Propietario
por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Nivel Educativo	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Sin Educación Formal	8.3	6.3	10.0	7.7
Educación Primaria	47.9	38.5	34.4	43.2
Terminó Educación Primaria	6.1	8.4	6.8	7.1
Educación Secundaria	18.0	18.6	8.4	17.4
Terminó Educación Secundaria/Vocacional	9.3	10.2	4.8	9.3
Educación Universitaria	10.4	18.0	35.5	15.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.91
Nivel Académico del Propietario
por Rama de Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Nivel	Producción de alimentos y bebidas	Confección de ropa	Elaboración de productos de madera	Elaboración de productos de metal	Otras manufacturas	Venta y reparac. vehículos de motor	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Hoteles y restaurantes	Activid. inmobiliarias y empresariales	Otros servicios	Total
Sin Educación Formal	11.8	6.2	7.7	9.7	-	-	-	13.2	11.2	-	1.7	7.7
Educación Primaria	57.0	33.5	49.4	9.0	9.5	37.3	8.9	51.1	42.0	11.7	30.1	43.2
Terminó Educación Primaria	3.5	13.6	21.8	8.5	9.9	8.0	-	-	6.6	15.5	6.6	7.1
Educación Secundaria	21.2	22.1	8.0	21.3	38.7	27.1	27.0	13.4	13.9	8.8	18.6	17.4
Terminó Educación Secundaria/ Vocaciónal	5.5	17.0	3.6	21.5	6.5	9.7	18.4	8.0	5.8	2.9	14.5	9.3
Educación Universitaria	1.0	13.8	7.3	39.7	29.3	10.1	45.7	11.2	9.6	65.4	28.5	15.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.92
Nivel Académico del Propietario
por Tamaño de las Empresas
Distribución Porcentual

Nivel académico	1	2	3	4 y más	Total
Sin Educación Formal	7.2	9.6	9.0	4.2	7.7
Educación Primaria	50.0	46.0	36.6	23.7	43.2
Terminó Educación Primaria	8.0	6.5	4.6	7.6	7.1
Educación Secundaria	20.0	16.3	18.3	11.2	17.4
Terminó Educación Secundaria/Vocacional	7.1	11.0	11.0	10.8	9.3
Educación Universitaria	7.7	10.6	20.5	42.4	15.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.93
Nivel Académico del Propietario
por Nivel de Inversión en la Empresa
Distribución Porcentual

Nivel	Inversión baja	Inversión media	Inversión alta	Total
Sin Educación Formal	10.9	6.5	1.2	7.9
Educación Primaria	53.2	33.7	29.0	43.9
Terminó Educación Primaria	7.0	7.5	6.6	7.0
Educación Secundaria	17.1	25.9	14.2	18.2
Terminó Educación Secundaria/Vocacional	6.7	12.8	13.2	9.3
Educación Universitaria	5.2	13.5	35.9	13.7
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.94
Nivel Académico del Propietario
por Años de Funcionamiento
Distribución Porcentual

Nivel	Menos de 3 años	De 3 a 10 años	Más de 10 años	Total
Sin Educación Formal	6.7	9.3	8.1	8.0
Educación Primaria	47.0	38.4	46.9	43.5
Terminó Educación Primaria	6.6	5.6	11.0	7.0
Educación Secundaria	18.0	22.2	7.9	17.9
Terminó Educación Secundaria/Vocacional	8.6	9.3	10.1	9.1
Educación Universitaria	13.1	15.2	16.0	14.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

...s	Total
...2	7.7
...7	43.2
...6	7.1
...2	17.4
...8	9.3
...4	15.4
...0	100.0

	Total
	7.9
	43.9
	7.0
	18.2
	9.3
	13.7
	100.0

	Total
	8.0
	43.5
	7.0
	17.9
	9.1
	14.5
	100.0

Tabla I.95
Actividad del Propietario antes de Iniciar el Negocio
por Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Actividad	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Propietario de Negocio	23.5	29.8	26.5	27.3
Propietario y Empleado	3.2	5.9	2.2	4.3
Empleado de Microempresa	20.4	13.7	23.9	18.0
Empleado de Otra Fuente	24.4	27.7	26.3	26.5
Estudiante	3.5	2.2	5.4	3.4
Hogar	24.7	19.1	14.7	19.6
Desempleado	0.3	1.4	0.9	1.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.96
Actividad del Propietario antes de Iniciar el Negocio
por Género del Propietario de las Empresas
Distribución Porcentual

Actividad	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Propietario de Negocio	27.6	27.6	23.7	27.3
Propietario y Empleado	2.9	5.9	4.9	4.3
Empleado de Microempresa	11.1	28.4	13.1	18.0
Empleado de Otra Fuente	19.2	34.7	34.5	26.5
Estudiante	4.3	2.4	2.0	3.4
Hogar	33.6	0.4	20.6	19.6
Desempleado	1.3	0.6	1.0	1.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.97
Actividad del Propietario antes de Iniciar el Negocio
por Número de Trabajadores
Distribución Porcentual

Actividad	1	2	3	4 y más	Total
Propietario de Negocio	26.6	23.6	32.6	31.9	27.3
Propietario y Empleado	3.4	5.8	5.0	3.3	4.3
Empleado de Microempresa	14.8	17.0	19.2	28.7	18.0
Empleado de Otra Fuente	25.9	27.8	26.0	26.0	26.5
Estudiante	4.8	2.0	4.5	0.6	3.4
Hogar	22.9	23.2	11.7	9.5	19.6
Desempleado	1.6	0.6	1.1	-	1.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.98

Actividad del Propietario antes de Iniciar el Negocio
por Rama de Actividad de la Empresa

Distribución Porcentual

Actividad	Producción de alimentos y bebidas	Confección de ropa	Elaboración de productos de madera	Elaboración de productos de metal	Otras manufacturas	Venta y reparac. vehículos de motor	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Hoteles y restaurantes	Activid. inmobiliarias y empresariales	Otros servicios	Total
Propietario de Negocio	27.0	20.4	7.0	12.8	29.9	34.2	45.4	29.1	33.5	35.4	23.7	27.3
Propietario y Empleado	4.4	1.7	3.5	-	-	9.3	-	5.7	3.6	3.2	1.7	4.3
Empleado de Microempresa	11.4	22.1	58.5	38.4	26.8	19.0	36.5	12.7	11.2	22.8	27.0	18.0
Empleado de Otra Fuente	19.7	23.7	31.0	39.9	39.9	26.3	18.1	28.1	22.3	32.3	26.4	26.5
Estudiante	1.9	10.3	-	4.4	3.4	11.3	-	1.4	-	-	7.4	3.4
Hogar	35.1	21.8	-	4.5	-	-	-	21.3	29.4	6.4	12.5	19.6
Desempleado	0 .5	-	-	-	-	-	-	1.6	-	-	1.3	1.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0 •	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.99
Actividad del Propietario antes de Iniciar el Negocio
por Localización de la Empresa
Distribución Porcentual

Actividad	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Propietario de Negocio	28.6	26.1	27.3	27.3
Propietario y Empleado	2.0	4.8	5.5	4.3
Empleado de Microempresa	23.8	24.0	9.8	18.0
Empleado de Otra Fuente	30.8	23.2	25.8	26.5
Estudiante	3.6	4.3	2.5	3.4
Hogar	10.4	17.1	27.6	19.6
Desempleado	0.8	0.5	1.5	1.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Table I.100
Actividad del Propietario antes de Iniciar el Negocio
por Nivel de Inversión en la Empresa
Distribución Porcentual

Actividad	Inversión baja	Inversión media	Inversión alta	Total
Propietario de Negocio	24.8	27.1	32.0	26.9
Propietario y Empleado	3.2	6.0	3.4	3.8
Empleado de Microempresa	13.0	24.5	24.7	17.9
Empleado de Otra Fuente	25.6	26.2	32.3	27.2
Estudiante	3.9	4.0	1.9	3.5
Hogar	28.2	12.2	4.2	19.7
Desempleado	1.3	-	1.5	1.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.101
Actividad del Propietario antes de Iniciar el Negocio
por Años de Funcionamiento
Distribución Porcentual

Actividad	Menos de 3 años	De 3 a 10 años	Más de 10 años	Total
Propietario de Negocio	27.4	28.0	24.9	27.2
Propietario y Empleado	7.0	3.5	-	4.3
Empleado de Microempresa	15.0	19.7	21.3	18.0
Empleado de Otra Fuente	23.5	28.0	26.8	25.9
Estudiante	2.1	4.1	5.2	3.5
Hogar	23.6	16.3	20.1	20.1
Desempleado	1.4	0.4	1.8	1.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.102
Residencia del Propietario
por Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Reside en	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Negocio	77.4	63.0	53.9	64.6
Otra Localización	22.6	37.0	46.1	35.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.103
Residencia del Propietario
por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Reside en	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Negocio	81.4	45.1	50.7	64.6
Otra Localización	18.6	54.9	49.3	35.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.104
Residencia del Propietario por
Número de Trabajadores de la Empresa
Distribución Porcentual

Reside en	1	2	3	4 y más	Total
Negocio	79.5	58.0	56.3	41.1	64.6
Otra Localización	20.5	42.0	43.7	58.9	35.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.105
Residencia del Propietario
por Localización de la Empresa
Distribución Porcentual

Reside en	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Negocio	44.9	67.4	76.8	64.6
Otra Localización	55.1	32.6	23.2	35.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.106
Residencia del Propietario
por Rama de Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Actividad	Producción de alimentos y bebidas	Confec-ción de ropa	Elabora-ción de productos de madera	Elabora-ción de productos de metal	Otras manufac-turas	Venta y reparac. vehículos de motor	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Hoteles y restau-rantes	Activid. inmobi-liarias y empre-sariales	Otros servicios	Total
Negocio	84.4	91.4	58.1	60.8	35.2	42.1	18.1	65.9	40.1	23.4	61.4	64.6
Otra Localización	15.6	8.6	41.9	39.2	64.8	57.9	81.9	34.1	59.9	76.6	38.6	35.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.107
Residencia del Propietario
por Nivel de Inversión en la Empresa
Distribución Porcentual

Reside en	Inversión baja	Inversión media	Inversión alta	Total
Negocio	80.9	60.7	34.3	66.3
Otra Localización	19.1	39.3	65.7	33.7
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.108
Residencia del Propietario
por Años de Funcionamiento
Distribución Porcentual

Reside en	Menos de 3 años	De 3 a 10 años	Más de 10 años	Total
Negocio	70.6	59.9	64.4	65.2
Otra Localización	29.4	40.1	35.6	34.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.109
Jefatura del Hogar
por Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Jefatura	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Propietario	55.5	68.7	61.7	63.4
Otro Miembro	44.5	31.3	38.3	36.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.110
Jefatura del Hogar
por Localización de la Empresa
Distribución Porcentual

Jefatura	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Propietario	71.4	59.9	60.1	63.4
Otro Miembro	28.6	40.1	39.9	36.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.111
Jefatura de Hogar por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Jefatura	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Propietario	45.3	87.9	61.5	63.4
Otro Miembro	54.7	12.1	38.5	36.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.112
Jefatura del Hogar
por Número de Trabajadores de las Empresas
Distribución Porcentual

Jefatura	1	2	3	4 y más	Total
Propietario	54.5	66.8	69.5	77.6	63.4
Otro Miembro	45.5	33.2	30.5	22.4	36.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.113
Jefatura del Hogar por Estado Civil del Propietario
Distribución Porcentual

Jefatura	Soltero(a)	Casado(a)	Unido(a)	Divorciado(a) Separado(a)	Viudo(a)	Total
Propietario	18.3	65.5	56.2	85.4	98.0	63.4
Otro Miembro	81.7	34.5	43.8	14.6	2.0	36.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.114
Otros Ingresos Regulares del Propietario
Distribución Porcentual

Fuente	Recibe	No Recibe	Total
Remesas/Regalos Extranjero	15.8	84.2	100.0
Aportes Familia/Amigos	17.2	82.8	100.0
Otro Negocio	39.4	60.6	100.0
Sueldos y Salarios	43.8	56.2	100.0
Agricultura	18.0	82.0	100.0

Tabla I.115
Principal Fuente de Ingreso
por Jefatura del Hogar del Propietario
Distribución Porcentual

Fuente	Propietario	Otro Miembro	Total
Este Negocio	65.1	22.3	49.3
Salarios	12.9	39.8	22.8
Otro Negocio	9.5	19.9	13.3
Otros	12.5	18.0	14.5
Total	100.0	100.0	100.0

Tabla I.116
Principal Fuente de Ingreso del Hogar del Propietario
por Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Fuente	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Este Negocio	45.5	53.0	46.5	49.3
Salarios	29.7	19.1	22.3	22.8
Otro Negocio	10.3	10.8	21.1	3.3
Otros	14.5	17.1	9.4	14.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.117
Principal Fuente de Ingreso del Hogar del Propietario
por Número de Trabajadores de la Empresa
Distribución Porcentual

Fuente	1	2	3	4 y más	Total
Este Negocio	33.9	54.9	66.6	70.5	49.3
Salarios	30.7	18.2	17.5	12.3	22.8
Otro Negocio	16.5	11.5	9.1	11.2	13.3
Otros	18.9	15.5	6.8	5.9	14.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.118
Principal Fuente de Ingreso del Hogar del Propietario
por Edad del Propietario de la Empresa
Distribución Porcentual

Fuente	15 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	65 ó más	Total
Este Negocio	29.5	40.8	57.1	55.6	55.3	42.7	49.4
Salarios	29.5	27.3	23.2	21.5	17.8	10.0	22.8
Otro Negocio	30.7	17.6	9.8	10.5	7.8	10.7	13.3
Otros	10.4	14.2	10.0	12.4	19.2	36.6	14.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.119
Principal Fuente de Ingreso del Hogar del Propietario
por Rama de Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Actividad	Producción de alimentos y bebidas	Confección de ropa	Elaboración de productos de madera	Elaboración de productos de metal	Otras manufacturas	Venta y reparac. vehículos de motor	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Hoteles y restaurantes	Activid. inmobiliarias y empresariales	Otros servicios	Total
Este Negocio	28.9	44.1	96.4	87.0	80.5	52.5	70.3	52.7	71.2	61.3	38.9	49.3
Salarios	36.4	34.3	3.6	13.0	13.0	24.6	-	19.0	7.6	14.2	26.7	22.8
Otro Negocio	13.0	11.6	-	-	6.6	5.9	19.6	11.1	17.3	24.5	22.5	13.3
Otros	21.6	10.1	-	-	-	17.1	10.1	17.2	3.9	-	11.9	14.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.120
Principal Fuente de Ingreso del Hogar del Propietario
por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Fuente	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Este Negocio	31.4	71.1	64.2	49.3
Salarios	34.0	9.3	13.3	22.8
Otro Negocio	15.1	12.4	6.3	13.3
Otros	19.5	7.3	16.1	14.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.121
Principal Fuente de Ingreso del Hogar del Propietario
por Localización
Distribución Porcentual

Fuente	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Este Negocio	61.2	50.8	40.6	49.3
Salarios	19.8	28.8	20.7	22.8
Otro Negocio	10.9	12.4	15.6	13.3
Otros	8.0	8.1	23.2	14.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.122
Principal Fuente de Ingreso del Hogar del Propietario
por Nivel de Inversión en la Empresa
Distribución Porcentual

Fuente	Inversión baja	Inversión media	Inversión alta	Total
Este Negocio	34.7	62.7	76.9	49.4
Salarios	30.7	14.2	10.1	23.0
Otro Negocio	14.3	12.3	8.3	12.6
Otros	20.3	10.8	4.6	15.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.123
Principal Fuente de Ingreso del Hogar del Propietario
por Años de Funcionamiento
Distribución Porcentual

Fuente	Menos de 3 años	De 3 a 10 años	Más de 10 años	Total
Este Negocio	34.5	56.0	70.9	49.8
Salarios	26.5	21.6	15.5	22.6
Otro Negocio	16.9	13.6	5.0	13.4
Otros	22.0	8.7	8.6	14.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.124
Trimestres de Mayor Gasto
por Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Trimestres	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Enero-Marzo	60.9	44.4	68.5	54.7
Abril-Junio	10.0	11.3	2.7	9.1
Julio-Septiembre	14.6	16.7	9.6	14.5
Octubre-Diciembre	14.4	27.6	19.2	21.7
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.125
Trimestres de Mayor Gasto
por Número de Trabajadores
Distribución Porcentual

Trimestres	1	2	3	4 y más	Total
Enero-Marzo	54.3	55.9	54.1	54.1	54.7
Abril-Junio	10.8	11.3	3.9	2.9	9.1
Julio-Septiembre	18.0	15.4	2.0	14.3	14.5
Octubre-Diciembre	16.9	17.5	40.0	28.7	21.7
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.126
Trimestres de Mayor Gasto
por Rama de Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Trimestres	Producción de alimentos y bebidas	Confección de ropa	Elaboración de productos de madera	Elaboración de productos de metal	Otras manufacturas	Venta y reparac. vehículos de motor	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Hoteles y restaurantes	Activid. inmobiliarias y empresariales	Otros servicios	Total
Enero-Marzo	65.2	41.8	60.2	65.8	78.0	22.6	-	47.4	57.5	71.5	69.4	54.7
Abril-Junio	9.2	20.8	-	-	-	-	100.0	12.1	-	-	3.4	9.1
Julio-Septiembre	12.2	24.8	-	17.1	11.2	16.5	-	16.8	-	-	11.9	14.5
Octubre-Diciembre	13.4	12.7	39.8	17.1	10.8	60.8	-	23.7	42.5	28.5	15.3	21.7
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.127
Trimestres de Mayor Gasto
por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Trimestres	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Enero-Marzo	55.7	53.1	54.4	54.7
Abril-Junio	10.2	8.3	5.9	9.1
Julio-Septiembre	16.4	10.7	17.9	14.5
Octubre-Diciembre	17.7	27.9	21.8	21.7
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.128
Trimestres de Mayor Gasto
por Localización
Distribución Porcentual

Trimestres	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Enero-Marzo	60.6	56.0	49.3	54.7
Abril-Junio	7.3	8.8	10.7	9.1
Julio-Septiembre	12.8	14.3	16.0	14.5
Octubre-Diciembre	19.3	20.9	24.0	21.7
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.129
Trimestres de Mayor Gasto
por Nivel de Inversión en la Empresa
Distribución Porcentual

Trimestres	Inversión baja	Inversión media	Inversión alta	Total
Enero-Marzo	55.8	56.0	51.0	55.1
Abril-Junio	11.8	5.7	3.8	9.2
Julio-Septiembre	13.7	15.5	15.1	14.3
Octubre-Diciembre	18.8	22.8	30.1	21.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.130
Trimestres de Mayor Gasto
por Años de Funcionamiento
Distribución Porcentual

Trimestres	Menos de 3 años	De 3 a 10 años	Más de 10 años	Total
Enero-Marzo	54.1	63.6	43.2	55.2
Abril-Junio	13.3	4.8	7.9	8.9
Julio-Septiembre	14.7	11.9	16.7	14.1
Octubre-Diciembre	17.9	19.7	32.3	21.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.131
Ventas Mensuales
por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Monto	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Menos de $2,000	35.0	7.2	10.0	22.1
De $2,000 a $5,000	23.8	14.5	6.7	18.7
De $5,001 a $10,000	18.4	14.6	6.7	16.0
De $10,001 a $20,000	13.6	21.2	26.6	17.7
De $20,001 a $50,000	6.5	21.5	27.0	14.1
Más de $50,000	2.6	21.0	23.0	11.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla 1.132
Ventas Mensuales por
Rama de Actividad de las Empresas
Distribución Porcentual

Monto	Producción de alimentos y bebidas	Confec-ción de ropa	Elabora-ción de productos de madera	Elabora-ción de productos de metal	Otras manufac-turas	Venta y reparac. vehículos de motor	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Hoteles y restau-rantes	Activid. inmobi-liarias y empre-sariales	Otros servicios	Total
Menos de $2,000	57.5	31.9	-	-	-	18.4	-	15.6	6.1	13.9	17.1	22.1
De $2,000 a $5,000	17.2	27.7	18.3	4.8	14.2	28.8	-	17.5	6.1	23.3	24.0	18.7
De $5,001 a $10,000	7.9	18.3	25.7	23.6	28.1	18.9	-	13.0	16.5	14.1	26.5	16.0
De $10,001 a $20,000	9.0	12.1	26.1	33.8	14.2	6.3	-	20.4	41.8	4.9	17.3	17.7
De $20,001 a $50,000	3.2	8.0	18.4	14.3	21.8	14.9	10.9	19.3	14.8	14.6	11.0	14.1
Más de $50,000	5.3	2.1	11.5	23.6	21.8	12.7	89.1	14.1	14.7	29.2	4.1	11.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.133
Ventas Mensuales
por Actividad de las Empresas
Distribución Porcentual

Monto	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Menos de $2,000	39.6	15.5	15.0	22.1
De $2,000 a $5,000	17.9	18.2	20.8	18.7
De $5,001 a $10,000	13.9	13.3	23.8	16.0
De $10,001 a $20,000	13.0	18.8	20.7	17.7
De $20,001 a $50,000	7.6	18.8	11.9	14.1
Más de $50,000	8.0	15.3	7.9	11.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.134
Ventas Mensuales
por Localización de las Empresas
Distribución Porcentual

Monto	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Menos de $2,000	10.3	23.6	28.5	22.1
De $2,000 a $5,000	12.6	16.9	23.8	18.7
De $5,001 a $10,000	15.2	17.2	15.6	16.0
De $10,001 a $20,000	18.5	16.9	17.6	17.7
De $20,001 a $50,000	19.2	14.5	10.5	14.1
Más de $50,000	24.2	10.9	3.9	11.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.135
Ventas Mensuales por
Número de Trabajadores de las Empresas
Distribución Porcentual

Monto	1	2	3	4 y más	Total
Menos de $2,000	35.1	14.1	13.2	5.3	22.1
De $2,000 a $5,000	26.9	15.6	12.1	5.4	18.7
De $5,001 a $10,000	17.4	16.0	13.4	13.9	16.0
De $10,001 a $20,000	11.5	25.3	23.7	15.3	17.7
De $20,001 a $50,000	7.1	17.6	25.8	16.9	14.1
Más de $50,000	2.0	11.3	11.8	43.3	11.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.136
Ventas Mensuales por
Nivel Educativo del Propietario de las Empresas
Distribución Porcentual

Monto	Sin Educación Formal	Educación Primaria	Terminó Educación Primaria	Educación Secundaria	Terminó Educación Secundaria/ Vocaciónal	Educación Universitaria	Total
Menos de $2,000	32.2	30.5	15.0	19.3	11.4	3.5	22.2
De $2,000 a $5,000	22.5	23.5	13.9	16.9	14.3	9.6	18.9
De $5,001 a $10,000	12.8	15.4	16.4	18.6	22.8	11.7	16.1
De $10,001 a $20,000	22.6	12.6	33.0	21.0	18.9	19.3	17.9
De $20,001 a $50,000	6.5	12.4	11.5	14.6	14.4	23.8	13.9
Más de $50,000	3.3	5.5	10.2	9.7	18.1	32.1	11.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.137
Ventas Mensuales por
Demanda y Principal Fuente de Crédito Recibido
Distribución Porcentual

Monto	No recibió	Familiares y amigos	Presta-mistas	Bancos/ financieras	ONG	Gobierno	Otras	Total
Menos de $2,000	24.5	34.4	13.7	-	7.9	-	-	22.2
De $2,000 a $5,000	20.8	12.2	10.9	1.9	19.4	-	19.7	18.9
De $5,001 a $10,000	16.5	8.1	21.4	9.5	21.2	-	-	16.2
De $10,001 a $20,000	17.1	22.4	24.6	19.2	17.8	-	20.4	17.8
De $20,001 a $50,000	12.0	4.1	26.2	34.5	10.0	25.1	40.1	13.6
Más de $50,000	9.1	18.8	3.2	35.0	23.7	74.9	19.7	11.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.138
Ventas Mensuales por
Nivel de Capitalización de la Empresa
Distribución Porcentual

Monto	Inversión baja	Inversión media	Inversión alta	Total
Menos de $2,000	37.1	1.0	0.8	22.0
De $2,000 a $5,000	27.9	11.5	3.3	19.2
De $5,001 a $10,000	18.7	21.2	4.9	16.1
De $10,001 a $20,000	13.0	42.5	11.6	18.3
De $20,001 a $50,000	2.7	21.3	35.0	13.6
Más de $50,000	0.7	2.5	44.4	10.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.139
Ventas Mensuales por Trabajador
por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Venta en salarios mínimos	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
1 ó Menos	39.7	12.6	16.6	27.2
De 1 a 2	20.0	11.7	10.0	15.9
De 2 a 3	11.7	11.7	10.0	11.6
De 3 a 5	10.8	16.6	10.1	13.0
De 5 a 10	12.7	20.8	34.8	17.7
Más de 10	5.0	26.6	18.4	14.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.140
Ventas Mensuales por Trabajador
por Actividad de las Empresas
Distribución Porcentual

Venta en salarios mínimos	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
1 ó Menos	45.3	20.5	19.7	27.2
De 1 a 2	19.2	13.1	18.0	15.9
De 2 a 3	8.9	11.1	15.7	11.6
De 3 a 5	8.2	13.7	17.3	13.0
De 5 a 10	13.7	19.1	19.3	17.7
Más de 10	4.8	22.5	10.0	14.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.141
Ventas Mensuales por Trabajador
Por Rama de Actividad de las Empresas
Distribución Porcentual

Ventas en salarios mínimos	Producción de alimentos y bebidas	Confección de ropa	Elaboración de productos de madera	Elaboración de productos de metal	Otras manufacturas	Venta y reparac. vehículos de motor	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Hoteles y restaurantes	Activid. inmobiliarias y empresariales	Otros servicios	Total
1 ó Menos	62.2	35.8	10.9	9.7	6.9	36.9	-	19.3	2.3	18.3	21.6	27.2
De 1 a 2	16.1	32.1	11.3	18.6	24.6	18.9	-	12.8	8.3	18.9	20.2	15.9
De 2 a 3	4.8	10.0	25.9	24.0	7.3	8.2	-	11.5	8.1	9.6	18.1	11.6
De 3 a 5	4.7	6.0	3.8	28.4	25.1	4.3	-	14.9	29.4	14.3	14.8	13.0
De 5 a 10	9.0	16.1	33.0	14.3	21.9	12.7	10.9	19.9	31.2	19.5	16.5	17.7
Más de 10	3.1	-	15.1	5.0	14.4	19.0	89.1	21.6	10.6	19.5	8.9	14.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.142
Ventas Mensuales por Trabajador
por Localización de las Empresas
Distribución Porcentual

Venta en salarios mínimos	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
1 ó Menos	14.6	26.0	35.9	27.2
De 1 a 2	11.9	18.4	16.8	15.9
De 2 a 3	10.3	7.9	14.8	11.6
De 3 a 5	14.9	13.3	11.7	13.0
De 5 a 10	23.5	18.1	13.7	17.7
Más de 10	24.8	16.3	7.0	14.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.143
Ventas Mensuales por Trabajador
por Número de Trabajadores de las Empresas
Distribución Porcentual

Venta en salarios mínimos	1	2	3	4 y más	Total
1 ó Menos	33.1	23.2	25.3	18.0	27.2
De 1 a 2	16.1	16.0	13.4	17.9	15.9
De 2 a 3	12.9	8.1	13.3	12.6	11.6
De 3 a 5	11.5	15.8	16.5	8.7	13.0
De 5 a 10	14.5	20.7	19.6	19.7	17.7
Más de 10	11.9	16.3	11.8	23.1	14.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.144
Ventas Mensuales por Trabajador por
Nivel de Capitalización de la Empresa
Distribución Porcentual

Venta en salarios mínimos	Inversión baja	Inversión media	Inversión alta	Total
1 o Menos	43.2	7.3	2.1	27.0
De 1 a 2	20.3	14.4	5.8	15.9
De 2 a 3	13.4	14.4	7.0	12.1
De 3 a 5	11.3	21.7	11.5	13.3
De 5 a 10	9.4	30.5	29.0	17.8
Más de 10	2.4	11.7	44.7	13.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.145
Ganancia de la Empresa
por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Monto	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Menos de $2,000	60.2	16.5	20.2	39.9
De $2,000 a $5,000	25.7	32.9	30.4	28.9
De $5,001 a $10,000	10.3	26.0	24.5	17.6
De $10,001 a $20,000	3.2	13.6	10.4	7.9
De $20,001 a $50,000	0.4	9.4	6.6	4.4
Más de $50,000	0.2	1.7	7.9	1.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.146
Ganancia de la Empresa
por Actividad de las Empresas
Distribución Porcentual

Monto	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Menos de $2,000	52.5	34.5	36.0	39.9
De $2,000 a $5,000	21.0	31.6	32.9	28.9
De $5,001 a $10,000	15.7	17.8	19.2	17.6
De $10,001 a $20,000	6.1	9.3	7.1	7.9
De $20,001 a $50,000	3.4	5.6	3.2	4.4
Más de $50,000	1.4	1.2	1.6	1.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.147
Ganancia de la Empresa
por Rama de Actividad de las Empresas
Distribución Porcentual

Monto	Producción de alimentos y bebidas	Confec-ción de ropa	Elabora-ción de productos de madera	Elabora-ción de productos de metal	Otras manufac-turas	Venta y reparac. vehículos de motor	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Hoteles y restau-rantes	Activid. inmobi-liarias y empre-sariales	Otros servicios	Total
Menos de $2,000	72.5	48.6	-	-	7.1	44.7	-	34.3	17.3	27.8	40.7	39.9
De $2,000 a $5,000	14.2	25.8	43.7	27.7	33.0	24.8	-	32.8	34.9	9.4	35.0	28.9
De $5,001 a $10,000	7.2	19.3	40.0	49.8	22.3	14.1	10.9	18.3	32.7	23.9	15.9	17.6
De $10,001 a $20,000	3.9	6.4	8.1	16.7	11.3	4.7	33.5	9.3	12.6	9.7	5.7	7.9
De $20,001 a $50,000	1.6	-	4.2	5.8	18.8	9.3	33.5	4.7	2.5	19.5	1.6	4.4
Más de $50,000	0.6	-	4.2	-	7.4	2.3	22.2	0.7	-	9.7	1.1	1.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.148
Ganancia de la Empresa
por Edad del Propietario de las Empresas
Distribución Porcentual

Monto	15 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	65 ó más	Total
Menos de $2,000	56.4	38.8	30.8	39.9	39.0	68.5	40.0
De $2,000 a $5,000	28.7	27.7	28.0	34.8	30.5	17.8	28.8
De $5,001 a $10,000	6.7	20.2	24.1	12.6	17.0	5.5	17.6
De $10,001 a $20,000	4.1	6.3	10.6	7.8	8.6	5.5	7.9
De $20,001 a $50,000	1.4	5.9	4.6	4.0	3.8	2.8	4.4
Más de $50,000	2.7	1.1	1.9	1.0	1.0	-	1.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.149
Ganancia de la Empresa
por Localización de las Empresas
Distribución Porcentual

Monto	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Menos de $2,000	23.6	37.0	51.2	39.9
De $2,000 a $5,000	21.4	30.5	32.3	28.9
De $5,001 a $10,000	23.6	21.3	11.7	17.6
De $10,001 a $20,000	16.6	5.9	4.0	7.9
De $20,001 a $50,000	11.1	3.9	0.8	4.4
Más de $50,000	3.7	1.3	-	1.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.150
Ganancia de la Empresa
por Número de Trabajadores de las Empresas
Distribución Porcentual

Monto	1	2	3	4 y más	Total
Menos de $2,000	57.2	29.7	32.2	8.8	39.9
De $2,000 a $5,000	28.1	36.5	22.4	22.0	28.9
De $5,001 a $10,000	11.6	21.8	27.4	19.2	17.6
De $10,001 a $20,000	3.1	7.9	9.1	23.7	7.9
De $20,001 a $50,000	-	3.8	7.6	18.0	4.4
Más de $50,000	-	0.3	1.4	8.3	1.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.151
Ganancia de la Empresa
por Nivel de Capitalización de la Empresa
Distribución Porcentual

Monto	Inversión baja	Inversión media	Inversión alta	Total
Menos de $2,000	62.3	11.5	2.3	39.7
De $2,000 a $5,000	29.5	50.2	12.1	29.5
De $5,001 a $10,000	6.6	31.8	34.0	17.3
De $10,001 a $20,000	1.5	5.4	26.6	7.7
De $20,001 a $50,000	0.2	1.1	19.1	4.5
Más de $50,000	-	-	6.0	1.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.152
Ganancia de la Empresa
por Ubicación de las Empresas
Distribución Porcentual

Monto	Zona residencial	Zona comercial	Móvil	Total
Menos de $2,000	39.5	7.2	58.4	37.2
De $2,000 a $5,000	27.8	24.8	33.1	27.8
De $5,001 a $10,000	18.9	21.5	8.5	18.7
De $10,001 a $20,000	10.1	17.9	-	10.4
De $20,001 a $50,000	3.4	21.4	-	4.9
Más de $50,000	0.4	7.2	-	1.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.153
Ganancia de la Empresa
por Residencia del Propietario de las Empresas
Distribución Porcentual

Monto	Negocio	Otra localización	Total
Menos de $2,000	52.2	14.3	39.9
De $2,000 a $5,000	26.8	33.3	28.9
De $5,001 a $10,000	14.2	24.5	17.6
De $10,001 a $20,000	5.3	13.2	7.9
De $20,001 a $50,000	1.4	10.6	4.4
Más de $50,000	-	4.1	1.3
Total	100.0	100.0	100.0

Tabla I.154

Deudas del Negocio por Rama Actividad de la Empresa

Distribución Porcentual

Deudas	Producción de alimentos y bebidas	Confección de ropa	Elaboración de productos de madera	Elaboración de productos de metal	Otras manufacturas	Venta y reparac. vehículos de motor	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Hoteles y restaurantes	Activid. inmobiliarias y empresariales	Otros servicios	Total
Tiene Deudas	53.3	56.0	44.9	43.2	60.9	67.5	89.9	61.0	54.8	64.3	51.3	57.4
No Tiene Deudas	46.7	44.0	55.1	56.8	39.1	32.5	10.1	39.0	45.2	35.7	48.7	42.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.155
Deudas del Negocio por Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Deudas	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Tiene Deudas	53.1	62.0	53.1	57.4
No Tiene Deudas	46.9	38.0	46.9	42.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.156
Deudas del Negocio por Número de Trabajadores
Distribución Porcentual

Deudas	1	2	3	4 y más	Total
Tiene Deudas	49.7	61.4	59.2	71.8	57.4
No Tiene Deudas	50.3	38.6	40.8	28.2	42.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.157
Deudas del Negocio por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Deudas	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Tiene Deudas	53.3	60.7	67.9	57.4
No Tiene Deudas	46.7	39.3	32.1	42.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.158
Deudas del Negocio por Localización
Distribución Porcentual

Deudas	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Tiene Deudas	57.1	57.5	57.5	57.4
No Tiene Deudas	42.9	42.5	42.5	42.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.159
Deudas del Negocio por Nivel de Inversión en la Empresa
Distribución Porcentual

Deudas	Inversión Baja	Inversión Media	Inversión Alta	Total
Tiene Deudas	51.1	56.2	75.3	57.5
No Tiene Deudas	48.9	43.8	24.7	42.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.160
Deudas del Negocio por Año de Funcionamiento
Distribución Porcentual

Deudas	Menos de 3 años	De 3 a 10 años	Más de 10 años	Total
Tiene Deudas	57.7	52.7	65.2	57.0
No Tiene Deudas	42.3	47.3	34.8	43.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.161
Monto Total de la Deuda por Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Monto	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Menos de $2,000	45.1	28.4	20.9	31.0
De $2,000 a $5,000	25.2	19.0	31.9	23.6
De $5,001 a $10,000	11.9	14.1	16.7	14.1
De $10,001 a $20,000	2.8	14.9	12.9	11.3
De $20,001 a $50,000	6.9	11.0	5.9	8.8
Más de $50,000	8.0	12.5	11.7	11.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.162

Monto Total de la Deuda por Rama Actividad de la Empresa

Distribución Porcentual

Monto	Producción de alimentos y bebidas	Confec-ción de ropa	Elabora-ción de productos de madera	Elabora-ción de productos de metal	Otras manufac-turas	Venta y reparac. vehículos de motor	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Hoteles y restau-rantes	Activid. inmobi-liarias y empre-sariales	Otros servicios	Total
Menos de $2,000	56.2	47.0	38.6	-	10.2	19.6	-	30.3	13.9	-	26.1	31.0
De $2,000 a $5,000	27.1	15.4	15.0	59.5	21.0	20.2	-	19.4	42.5	32.5	29.0	23.6
De $5,001 a $10,000	6.9	18.8	22.7	30.1	10.6	14.1	-	14.5	18.2	-	19.1	14.1
De $10,001 a $20,000	-	3.2	-	-	20.8	17.0	22.2	14.5	7.4	11.3	14.5	11.3
De $20,001 a $50,000	3.0	12.5	8.0	10.4	16.2	20.2	-	10.3	7.4	5.5	5.6	8.8
Más de $50,000	6.8	3.1	15.7	-	21.3	8.7	77.8	11.0	10.6	50.7	5.6	11.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.163
Monto Total de la Deuda por Número de Trabajadores
Distribución Porcentual

Monto	1	2	3	4 y más	Total
Menos de $2,000	48.6	26.5	19.3	7.1	31.0
De $2,000 a $5,000	25.7	25.0	21.7	17.7	23.6
De $5,001 a $10,000	9.7	16.4	16.4	18.7	14.1
De $10,001 a $20,000	6.6	13.1	17.5	14.1	11.3
De $20,001 a $50,000	6.4	10.2	8.7	11.9	8.8
Más de $50,000	3.0	8.8	16.5	30.5	11.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.164
Monto Total de la Deuda por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Monto	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Menos de $2,000	44.8	15.8	23.5	31.0
De $2,000 a $5,000	26.3	22.0	15.7	23.6
De $5,001 a $10,000	14.1	15.5	8.1	14.1
De $10,001 a $20,000	6.5	16.7	13.9	11.3
De $20,001 a $50,000	4.4	12.8	14.6	8.8
Más de $50,000	3.9	17.2	24.2	11.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.165
Monto Total de la Deuda por Localización
Distribución Porcentual

Monto	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Menos de $2,000	16.4	30.1	41.1	31.0
De $2,000 a $5,000	18.6	27.0	24.5	23.6
De $5,001 a $10,000	16.9	13.8	12.6	14.1
De $10,001 a $20,000	13.1	9.7	11.3	11.3
De $20,001 a $50,000	13.7	10.2	4.6	8.8
Más de $50,000	21.3	9.2	6.0	11.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

y más	Total
7.1	31.0
17.7	23.6
18.7	14.1
14.1	11.3
11.9	8.8
30.5	11.2
100.0	100.0

ta	Total
.5	31.0
.7	23.6
.1	14.1
.9	11.3
.6	8.8
.2	11.2
.0	100.0

to ás	Total
.1	31.0
.5	23.6
.6	14.1
.3	11.3
.6	8.8
.0	11.2
.0	100.0

Tabla I.166
Monto Total de la Deuda
por Nivel de Inversión en la Empresa
Distribución Porcentual

Monto	Inversión Baja	Inversión Media	Inversión Alta	Total
Menos de $2,000	53.8	14.2	3.2	31.9
De $2,000 a $5,000	27.8	29.2	11.3	23.3
De $5,001 a $10,000	10.2	29.9	11.3	14.2
De $10,001 a $20,000	4.9	15.1	18.3	10.6
De $20,001 a $50,000	2.4	8.3	20.1	8.6
Más de $50,000	0.9	3.3	35.8	11.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.167
Monto Total de la Deuda por Año de Funcionamiento
Distribución Porcentual

Monto	Menos de 3 años	De 3 a 10 años	Más de 10 años	Total
Menos de $2,000	39.0	23.2	29.4	31.2
De $2,000 a $5,000	25.1	24.1	20.3	23.7
De $5,001 a $10,000	13.4	14.9	15.5	14.4
De $10,001 a $20,000	9.8	13.1	10.3	11.1
De $20,001 a $50,000	4.8	11.5	11.1	8.6
Más de $50,000	7.8	13.2	13.3	11.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.168
Deuda Financiera por Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Monto	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Menos de $2,000	41.5	25.7	17.6	27.6
De $2,000 a $5,000	23.6	24.6	28.4	25.3
De $5,001 a $10,000	9.6	10.0	19.1	12.2
De $10,001 a $20,000	3.7	16.7	8.2	11.2
De $20,001 a $50,000	6.0	12.5	12.1	10.7
Más de $50,000	15.6	10.7	14.5	12.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.169

Deuda Financiera por Rama de Actividad de la Empresa

Distribución Porcentual

Monto	Producción de alimentos y bebidas	Confección de ropa	Elaboración de productos de madera	Elaboración de productos de metal	Otras manufacturas	Venta y reparac. vehículos de motor	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Hoteles y restaurantes	Activid. inmobiliarias y empresariales	Otros servicios	Total
Menos de $2,000	55.9	30.0	49.4	-	-	38.1	-	24.9	-	-	24.8	27.6
De $2,000 a $5,000	21.9	-	24.7	39.5	45.0	22.9	-	25.1	41.0	33.2	24.9	25.3
De $5,001 a $10,000	6.1	20.1	-	60.5	-	8.0	-	10.3	16.7	-	23.5	12.2
De $10,001 a $20,000	-	10.2	-	-	18.5	23.2	-	16.3	16.9	-	8.2	11.2
De $20,001 a $50,000	4.1	29.7	-	-	-	7.8	50.0	12.3	16.9	8.2	11.9	10.7
Más de $50,000	12.0	9.9	25.8	-	36.5	-	50.0	11.0	8.5	58.7	6.8	12.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.170
Deuda Financiera por Número de Trabajadores
Distribución Porcentual

Monto	1	2	3	4 y más	Total
Menos de $2,000	44.2	26.0	12.6	5.1	27.6
De $2,000 a $5,000	29.7	26.0	16.8	21.2	25.3
De $5,001 a $10,000	5.2	13.6	23.6	16.8	12.2
De $10,001 a $20,000	6.6	12.5	17.0	14.9	11.2
De $20,001 a $50,000	8.2	14.9	8.6	11.9	10.7
Más de $50,000	6.0	7.0	21.4	30.1	12.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.171
Deuda Financiera por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Monto	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Menos de $2,000	39.0	19.1	3.4	27.6
De $2,000 a $5,000	28.8	22.4	19.3	25.3
De $5,001 a $10,000	12.7	12.8	6.8	12.2
De $10,001 a $20,000	5.4	17.2	16.3	11.2
De $20,001 a $50,000	7.3	11.3	27.1	10.7
Más de $50,000	6.7	17.3	27.2	12.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.172
Deuda Financiera por Localización
Distribución Porcentual

Monto	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Menos de $2,000	13.0	30.0	37.1	27.6
De $2,000 a $5,000	17.0	30.0	28.6	25.3
De $5,001 a $10,000	19.0	7.8	10.0	12.2
De $10,001 a $20,000	12.0	7.8	12.9	11.2
De $20,001 a $50,000	15.0	15.6	4.3	10.7
Más de $50,000	24.0	8.9	7.1	12.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.173
Deuda Financiera por Nivel de Inversión en la Empresa
Distribución Porcentual

Monto	Inversión Baja	Inversión Media	Inversión Alta	Total
Menos de $2,000	48.6	13.2	2.1	27.7
De $2,000 a $5,000	32.3	39.6	9.1	26.1
De $5,001 a $10,000	7.7	26.5	10.4	11.8
De $10,001 a $20,000	5.6	13.2	15.5	10.1
De $20,001 a $50,000	3.9	5.7	24.8	10.9
Más de $50,000	2.0	1.9	38.1	13.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.174
Deuda Financiera por Año de Funcionamiento
Distribución Porcentual

Monto	Menos de 3 años	De 3 a 10 años	Más de 10 años	Total
Menos de $2,000	38.7	23.9	18.4	28.2
De $2,000 a $5,000	25.8	24.6	26.5	25.5
De $5,001 a $10,000	9.2	14.9	11.0	11.8
De $10,001 a $20,000	8.4	12.4	11.9	10.8
De $20,001 a $50,000	5.9	13.4	14.8	10.9
Más de $50,000	11.9	10.9	17.4	12.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.175
Deudas para Vivienda por Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Monto	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Menos de $2,000	40.5	72.6	57.4	60.9
De $2,000 a $5,000	-	-	9.3	4.4
De $5,001 a $10,000	39.2	9.0	14.4	17.3
De $10,001 a $20,000		13.9	-	4.3
Más de $50,000	20.3	9.0	14.4	13.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.176
Deudas para Vivienda por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Monto	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Menos de $2,000	75.3	41.5	100.0	60.9
De $2,000 a $5,000	-	8.5	-	4.4
De $5,001 a $10,000	12.1	25.0	-	17.3
De $10,001 a $20,000	-	8.2	-	4.3
Más de $50,000	12.6	16.7	-	13.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.177
Deudas para Mobiliario por Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Monto	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Menos de $2,000	51.9	31.2	33.3	40.1
De $2,000 a $5,000	40.5	36.6	44.4	40.3
De $5,001 a $10,000	7.5	32.2	22.3	19.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.178
Deudas para Mobiliario por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Monto	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Menos de $2,000	45.0	31.6	38.8	40.1
De $2,000 a $5,000	45.0	36.4	20.0	40.3
De $5,001 a $10,000	10.0	32.0	41.2	19.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.179
Deudas para Mobiliario por
Nivel de Inversión en la Empresa
Distribución Porcentual

Monto	Inversión Baja	Inversión Media	Inversión Alta	Total
Menos de $2,000	52.0	15.4	20.4	42.1
De $2,000 a $5,000	32.5	53.6	59.9	39.0
De $5,001 a $10,000	15.5	31.0	19.7	18.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.180
Deudas para Maquinarias/Equipos
por Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Monto	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Menos de $2,000	19.7	10.2	23.8	18.9
De $2,000 a $5,000	40.1	10.2	46.6	34.1
De $5,001 a $10,000	19.7	39.5	17.4	24.8
De $10,001 a $20,000	-	9.9	-	3.1
De $20,001 a $50,000	20.4	30.2	-	12.7
Más de $50,000	-	-	12.1	6.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.181
Deudas para Maquinarias/Equipos
por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Monto	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Menos de $2,000	45.7	-	20.0	18.9
De $2,000 a $5,000	44.9	24.8	40.0	34.1
De $5,001 a $10,000	9.3	36.9	20.0	24.8
De $10,001 a $20,000	-	6.2	-	3.1
De $20,001 a $50,000	-	25.6	-	12.7
Más de $50,000	-	6.4	20.0	6.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.182
Deudas para Materia Prima por Número de Trabajadores
Distribución Porcentual

Monto	1	2	3	4 y más	Total
Menos de $2,000	52.4	29.3	23.1	1.8	28.4
De $2,000 a $5,000	15.5	17.3	27.9	18.9	18.9
De $5,001 a $10,000	8.6	16.2	23.0	27.5	17.8
De $10,001 a $20,000	15.2	18.6	11.7	5.0	13.6
De $20,001 a $50,000	8.4	12.0	4.7	17.4	11.0
Más de $50,000	6.6	9.5	-	29.3	10.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.183
Deudas para Materia Prima por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Monto	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Menos de $2,000	43.9	19.2	17.0	28.4
De $2,000 a $5,000	19.6	18.6	17.3	18.9
De $5,001 a $10,000	21.6	14.9	17.6	17.8
De $10,001 a $20,000	8.9	16.4	17.0	13.6
De $20,001 a $50,000	3.9	15.1	17.3	11.0
Más de $50,000	2.0	15.9	13.9	10.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.184
Deudas para Materia Prima por Localización
Distribución Porcentual

Monto	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Menos de $2,000	14.3	27.2	38.6	28.4
De $2,000 a $5,000	18.6	18.5	19.3	18.9
De $5,001 a $10,000	18.6	19.8	15.8	17.8
De $10,001 a $20,000	11.4	14.8	14.0	13.6
De $20,001 a $50,000	18.6	7.4	8.8	11.0
Más de $50,000	18.6	12.3	3.5	10.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.185
Deudas para Materia Prima
por Nivel de Inversión en la Empresa
Distribución Porcentual

Monto	Inversión Baja	Inversión Media	Inversión Alta	Total
Menos de $2,000	67.9	27.6	7.8	29.5
De $2,000 a $5,000	18.9	24.6	14.1	18.2
De $5,001 a $10,000	10.3	27.4	15.9	17.5
De $10,001 a $20,000	2.9	13.1	20.8	13.9
De $20,001 a $50,000	-	7.2	19.4	10.8
Más de $50,000	-	-	22.0	10.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.186
Deudas de Alimentos por Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Monto	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Menos de $2,000	83.1	61.7	87.1	80.6
De $2,000 a $5,000	11.3	23.2	12.9	14.0
De $5,001 a $10,000	5.6	15.1	5.5	
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.187
Deudas de Alimentos por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Monto	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Menos de $2,000	83.0	72.7	100.0	80.6
De $2,000 a $5,000	12.8	18.4	-	14.0
De $5,001 a $10,000	4.2	8.9	-	5.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.188
Deudas para Educación por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Monto	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Menos de $2,000	80.3	75.0	100.0	82.0
De $2,000 a $5,000	19.7	25.0	-	18.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.189
Deudas para Vestimenta por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Monto	Mujer	Hombre	Total
Menos de $2,000	89.3	100.0	89.7
De $2,000 a $5,000	10.7	-	10.3
Total	100.0	100.0	100.0

Total
80.6
14.0
100.0

Total
80.6
14.0
5.5
100.0

Total
82.0
18.0
100.0

Total
89.7
10.3
100.0

Tabla I.190
Empresas Desaparecidas
Actividad de la Empresa por Localización de las Empresas
Distribución Porcentual

Actividad	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Manufactura	19.8	23.9	35.1	28.0
Comercio	40.6	42.5	39.2	40.5
Servicios	39.6	33.6	25.8	31.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.191
Empresas Desaparecidas
Actividad por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Actividad	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Manufactura	37.5	11.6	27.3	28.8
Comercio	33.9	56.4	54.4	41.8
Servicios	28.6	32.0	18.3	29.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.192
Empresas Desaparecidas
Número de Trabajadores por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Trabajadores	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
1	76.8	49.5	36.1	66.7
2	14.2	32.4	27.0	20.5
3	4.3	7.8	18.3	5.9
4 y más	4.7	10.4	18.6	7.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.193
Empresas Desaparecidas
Número de Trabajadores por Localización
Distribución Porcentual

Trabajadores	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
1	55.8	71.4	68.1	66.4
2	22.1	17.1	22.3	20.8
3	9.1	5.7	4.3	5.7
4 y más	13.0	5.7	5.3	7.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.194
Empresas Desaparecidas
Demanda y Principal Fuente de Crédito Recibido
Marzo 1997 - Febrero 1998
por Número de Trabajadores de la Empresa
Distribución Porcentual

Fuente	1	2	3	4 y más	Total
No Recibió Crédito	74.5	64.4	52.8	45.7	66.8
Crédito en Efectivo	9.3	13.4	11.9	20.5	11.8
Crédito en Mercancías	16.2	22.2	35.3	33.8	21.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.195
Empresas Desaparecidas
Razón de Cierre por Actividad de las Empresas
Distribución Porcentual

Razón	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Baja Rentabilidad	9.1	17.3	26.8	17.4
Problemas de Mercado	27.1	12.8	7.4	15.9
Problemas de Crédito	5.5	17.2	16.7	13.4
Problemas Funcionamiento	19.2	11.6	8.3	13.1
Problemas Servicios Públicos	6.4	0.7	3.2	3.2
Razones Personales	11.8	15.8	16.5	14.7
Tuvo Mejor Oportunidad	4.6	1.5	3.1	2.9
Mudanza	16.4	16.5	13.7	15.7
Otros	-	6.6	4.3	3.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.196
Empresas Desaparecidas
Razón de Cierre por Localización
Distribución Porcentual

Razón	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Baja Rentabilidad	15.0	18.6	17.9	17.4
Problemas de Mercado	10.0	15.5	19.0	15.9
Problemas de Crédito	16.2	11.3	13.1	13.4
Problemas Funcionamiento	15.0	11.3	13.1	13.1
Problemas Servicios Públicos	5.0	3.1	2.4	3.2
Razones Personales	8.7	14.4	17.9	14.7
Tuvo Mejor Oportunidad	2.5	6.2	1.2	2.9
Mudanza	18.7	15.5	14.3	15.7
Otros	8.7	4.1	1.2	3.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.199
Empresas Desaparecidas
Razón de Cierre por Número de Trabajadores la Empresa
Distribución Porcentual

Razón	1	2	3	4 y más	Total
Baja Rentabilidad	19.1	14.0	5.0	16.9	17.0
Problemas de Mercado	13.7	16.6	29.6	28.6	16.3
Problemas de Crédito	16.5	11.0	5.2	4.3	13.8
Problemas Funcionamiento	16.4	4.2	5.0	12.4	12.8
Problemas Servicios Públicos	4.2	2.7	-	-	3.3
Razones Personales	15.0	16.8	14.7	12.4	15.1
Tuvo Mejor Oportunidad	2.8	5.6	-	-	3.0
Mudanza	9.1	26.2	40.5	16.8	15.2
Otros	3.2	2.9	-	8.6	3.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.200
Empresas Desaparecidas
Razón de Cierre por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Razón	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Baja Rentabilidad	16.3	19.3	10.3	17.0
Problemas de Mercado	17.6	14.5	-	16.1
Problemas de Crédito	13.2	15.5	9.9	13.8
Problemas Funcionamiento	12.3	13.5	30.1	13.2
Problemas Servicios Públicos	3.6	3.0	-	3.3
Razones Personales	17.9	10.9	-	15.2
Tuvo Mejor Oportunidad	2.8	2.9	-	2.7
Mudanza	12.7	17.5	49.7	15.3
Otros	3.7	3.0	-	3.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.201
Empresas Desaparecidas
Ocupación Actual del Propietario
por Actividad de las Empresas
Distribución Porcentual

Ocupación	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Tiene un Negocio	25.6	42.2	36.9	35.4
Empleado	24.4	15.3	16.7	18.6
Ama de Casa	46.3	31.1	35.2	37.1
Desempleado/Trabajo Ocasional	-	6.8	6.6	4.5
Estudiante	-	0.8	-	0.3
Otros	3.7	3.9	4.6	4.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.202
Empresas Desaparecidas
Ocupación Actual del Propietario
por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Ocupación	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Tiene un Negocio	30.2	40.4	79.8	34.6
Empleado	13.2	33.0	20.2	19.1
Ama de Casa	53.8	4.3	-	38.1
Desempleado/Trabajo Ocasional	-	14.3	-	4.0
Estudiante	0.5	-	-	0.3
Otros	2.3	8.0	-	3.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.203

Empresas Desaparecidas

Ocupación Actual del Propietario por Razón de Cierre de las Empresas

Distribución Porcentual

Ocupación	Baja Renta-bilidad	Problemas Mercado	Problemas Crédito	Problemas Funciona-	Problemas Servicios Públicos	Razones Personales mientos	Tuvo Mejor Oportu-nidad	Mudanza	Otros	Total
Tiene un Negocio	20.9	36.9	20.8	32.1	-	20.7	22.2	82.7	69.9	35.1
Empleado	28.5	20.3	22.4	18.5	11.2	12.1	55.6	8.7	-	18.8
Ama de Casa	47.0	35.3	43.3	40.5	77.3	54.6	22.2	2.2	19.8	37.5
Desempleado/Trabajo Ocasional	3.7	7.5	-	8.9	-	2.1	-	4.2	-	4.1
Estudiante	-	-	2.4	-	-	-	-	-	-	0.3
Otros	-	-	11.2	-	11.5	10.5	-	2.3	10.3	4.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Actividad	Manufactura	Comercio	Servicios	Total

Actividad	Manufactura	Comercio	Servicios	Total

Actividad
Propietario de Negocio
Propietario y Empleado
Empleado de Microempresa
Empleado de Otra Fuente
Estudiante
Hogar
Desempleado
Total

Tabla I.204
Empresas Nuevas
Actividad de las Empresas por Localización
Distribución Porcentual

Actividad	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Manufactura	23.5	30.0	37.5	31.6
Comercio	37.0	36.9	47.1	41.5
Servicios	39.5	33.1	15.4	26.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.205
Empresas Nuevas
Actividad de las Empresas por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Actividad	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Manufactura	40.4	26.0	4.7	33.8
Comercio	34.9	51.0	71.0	42.0
Servicios	24.7	23.0	24.3	24.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.206
Empresas Nuevas
Actividad del Propietario antes de Iniciar el Negocio
por Actividad de las Empresas
Distribución Porcentual

Actividad	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Propietario de Negocio	23.7	28.5	28.8	26.9
Propietario y Empleado	5.4	10.7	2.3	6.9
Empleado de Microempresa	15.1	7.7	25.9	14.6
Empleado de Otra Fuente	19.7	27.2	21.7	23.4
Estudiante	1.5	1.2	3.4	1.9
Hogar	33.7	23.4	14.5	24.8
Desempleado	0.8	1.3	3.4	1.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.207
Empresas Nuevas
Actividad del Propietario antes de Iniciar el Negocio
por Genero del Propietario de la Empresa
Distribución Porcentual

Actividad	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Propietario de Negocio	24.2	32.1	30.1	26.9
Propietario y Empleado	5.8	7.8	14.7	6.9
Empleado de Microempresa	9.2	26.6	10.2	14.6
Empleado de Otra Fuente	18.8	30.9	34.9	23.4
Estudiante	2.9	-	-	1.9
Hogar	37.0	1.7	10.1	24.8
Desempleado	2.1	0.9	-	1.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.208
Empresas Nuevas
Principal Fuente de Crédito para Iniciar el Negocio
por Localización de las Empresas
Distribución Porcentual

Fuente	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Ahorros Propios o de Familiares	74.4	74.1	77.3	75.7
Préstamo de Familiares o Amigos	1.3	6.3	8.0	6.0
Prestamistas	1.3	4.5	-	1.7
Banco y Financieras	6.4	2.7	1.1	2.8
Organizaciones No Gubernamentales	-	0.9	-	0.3
Suplidor	1.3	2.7	4.5	3.2
No Necesitó	9.0	7.1	9.1	8.5
Otros	6.4	1.8	-	2.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.209
Empresas Nuevas
Número de Trabajadores por Actividad de las Empresas
Distribución Porcentual

Trabajadores	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
1	55.0	42.4	56.9	50.1
2	28.6	37.7	17.6	29.7
3	10.1	13.1	11.1	11.6
4 y Más	6.3	6.9	14.5	8.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.210
Empresas Nuevas
Principal Fuente de Crédito para Iniciar el Negocio
por Género del Propietario de las Empresas
Distribución Porcentual

Fuente	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Ahorros Propios o de Familiares	73.5	79.6	79.5	75.7
Préstamo de Familiares o Amigos	7.1	4.6	-	6.0
Prestamistas	1.7	1.9	-	1.7
Banco y Financieras	1.3	4.7	10.2	2.8
Organizaciones No Gubernamentales	-	0.9	-	0.3
Suplidor	3.3	3.7	-	3.2
No Necesitó	11.4	1.8	10.2	8.5
Otros	1.7	2.9	-	2.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.211
Empresas Nuevas
Principal Fuente para Iniciar el Negocio
por Actividad de las Empresas
Distribución Porcentual

Fuente	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Ahorros Propios o de Familiares	76.4	84.0	59.0	75.7
Préstamo de Familiares o Amigos	9.5	4.4	3.5	6.0
Prestamistas	-	1.9	3.6	1.7
Banco y Financieras	0.8	3.2	4.9	2.8
Organizaciones No Gubernamentales	-	0.6	-	0.3
Suplidor	4.7	3.8	-	3.2
No Necesitó	7.0	0.7	25.2	8.5
Otros	1.7	1.3	3.7	2.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.212
Empresas Nuevas
Principal Fuente de Crédito para Iniciar el Negocio
por Número de Trabajadores de las Empresas
Distribución Porcentual

Fuente	1	2	3	4 y más	Total
Ahorros Propios o de Familiares	70.9	80.8	77.6	83.1	75.7
Préstamo de Familiares o Amigos	7.0	4.5	9.8	-	6.0
Prestamistas	2.2	1.8	-	-	1.7
Banco y Financieras	1.7	1.9	7.4	6.8	2.8
Organizaciones No Gubernamentales	-	0.9	-	-	0.3
Suplidor	2.1	6.3	-	3.3	3.2
No Necesitó	15.1	0.9	-	6.7	8.5
Otros	1.1	2.8	5.2	-	2.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.213
Empresas Nuevas
Procedencia de los Ahorros para Iniciar el Negocio
por Localización de las Empresas
Distribución Porcentual

Procedencia	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Salarios	32.8	46.9	38.2	39.6
Negocio Anterior	29.3	9.9	32.4	25.0
Liquidación, Pensión	10.3	6.2	2.9	5.5
Ahorros de Familiares	24.1	30.9	25.0	26.5
Remesas de Familiares o Amigos	3.4	1.2	-	1.1
Otros	-	4.9	1.5	2.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.214
Empresas Nuevas
Procedencia de los Ahorros para Iniciar el Negocio
por Género del Propietario de las Empresas
Distribución Porcentual

Procedencia	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Salarios	34.4	50.6	38.0	39.6
Negocio Anterior	23.0	23.4	55.6	25.0
Liquidación, Pensión	4.1	9.5	-	5.5
Ahorros de Familiares	35.1	12.9	6.4	26.5
Remesas de familiares o amigos	1.8	-	-	1.1
Otros	1.7	3.5	-	2.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.215
Empresas Nuevas
Procedencia de los Ahorros para Iniciar el Negocio
por Número de Trabajadores de las Empresas
Distribución Porcentual

Procedencia	1	2	3	4 y más	Total
Salarios	40.0	36.0	44.8	43.8	39.6
Negocio Anterior	23.7	29.1	16.3	28.1	25.0
Liquidación, Pensión	3.9	7.0	3.2	11.9	5.5
Ahorros de Familiares	27.8	28.0	25.8	16.3	26.5
Remesas de Familiares o Amigos	1.6	-	3.4	-	1.1
Otros	3.1	-	6.5	-	2.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.216
Empresas Nuevas
Procedencia de los Ahorros para Iniciar el Negocio
por Actividad de las Empresas
Distribución Porcentual

Procedencia	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Salarios	34.6	36.0	58.7	39.6
Negocio Anterior	21.1	29.4	21.0	25.0
Liquidación, Pensión	4.3	7.0	4.1	5.5
Ahorros de Familiares	39.9	21.5	14.1	26.5
Remesas de Familiares o Amigos	1.6	-	2.1	1.1
Otros	-	4.6	-	2.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.217

Empresas Nuevas

Principal Fuente para Iniciar el Negocio

por Monto Invertido en las Empresas

Distribución Porcentual

Fuente	RD$1,500 o menos	RD$1,501 a RD$5,000	RD$5,001 a RD$20,000	RD$20,001 a RD$100,000	RD$100,001 a RD$500,000	Más de RD$500,000	Total
Ahorros Propios o de Familiares	68.1	77.3	84.2	79.7	73.2	62.2	75.5
Préstamo de Familiares o Amigos	8.5	4.0	4.4	5.0	-	-	5.5
Prestamistas	0.9	1.3	1.4	3.5	-	-	1.5
Banco y Financieras	-	-	1.4	5.0	20.1	25.2	2.7
Organizaciones No Gubernamentales	-	-	-	1.7	-	-	0.3
Suplidor	6.0	5.4	-	1.7	-	-	3.5
No Necesitó	14.8	10.6	7.1	-	-	12.6	9.0
Otros	1.8	1.4	1.5	3.5	6.8	-	2.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.218
Empresas Nuevas
Monto Invertido en el Negocio
por Actividad de las Empresas
Distribución Porcentual

Monto	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
RD$1,500 ó Menos	37.1	36.3	22.9	33.3
De RD$1,501 a RD$5,000	35.1	19.4	7.2	21.7
De RD$5,001 a RD$20,000	14.8	18.8	33.4	21.0
De RD$20,001 a RD$100,000	9.5	18.7	25.3	17.2
De RD$100,001 a RD$500,000	3.5	3.5	7.4	4.4
Mas de RD$500,000	-	3.4	3.7	2.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.219
Empresas Nuevas
Monto Invertido en el Negocio
por Género del Propietario de la Empresa
Distribución Porcentual

Monto	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
RD$1,500 o Menos	42.3	16.5	18.9	33.3
De RD$1,501 a RD$5,000	25.6	16.6	4.7	21.7
De RD$5,001 a RD$20,000	21.8	21.6	9.7	21.0
De RD$20,001 a RD$100,000	8.5	32.3	37.5	17.2
De RD$100,001 a RD$500,000	1.4	9.0	14.6	4.4
Mas de RD$500,000	0.5	4.0	14.6	2.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.220
Empresas Nuevas
Nivel Inversión en el Negocio
por Genero del Propietario de la Empresa
Distribución Porcentual

Nivel de inversión	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Inversión Baja	85.7	50.7	28.5	71.9
Inversión Media	10.2	18.6	27.9	13.8
Inversión Alta	4.1	30.7	43.6	14.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.221
Empresas Nuevas
Nivel Inversión en el Negocio
por Número de Trabajadores
Distribución Porcentual

Nivel de inversión	1	2	3	4 y más	Total
Inversión Baja	87.2	64.6	51.0	25.8	71.9
Inversión Media	7.2	20.9	20.0	21.8	13.8
Inversión Alta	5.6	14.5	29.0	52.4	14.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.222
Empresas Nuevas
Nivel Inversión en el Negocio
por Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Nivel de inversión	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Inversión Baja	86.1	70.3	55.1	71.9
Inversión Media	3.5	14.0	27.6	13.8
Inversión Alta	10.4	15.7	17.3	14.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.223
Empresas Nuevas
Principal Fuente para Iniciar el Negocio
por Nivel de Inversión en la Empresa
Distribución Porcentual

Fuente	Inversión Baja	Inversión Media	Inversión Alta	Total
Ahorros Propios o de Familiares	74.6	82.4	73.5	75.5
Préstamo de Familiares o Amigos	6.4	6.4	-	5.5
Prestamistas	1.2	2.3	2.0	1.5
Banco y Financieras	0.4	-	16.3	2.7
Organizaciones No Gubernamentales	-	2.2	-	0.3
Suplidor	4.4	2.2	-	3.5
No Necesitó	11.7	2.3	2.1	9.0
Otros	1.2	2.3	6.2	2.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.224
Empresas Nuevas
Nivel Inversión en el Negocio
por Rama de Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Nivel inversión	Producción de alimentos y bebidas	Confec-ción de ropa	Elabora-ción de productos de madera	Elabora-ción de productos de metal	Otras manufac-turas	Venta y reparac. vehículos de motor	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Hoteles y restau-rantes	Activid. inmobi-liarias y empre-sariales	Otros servicios	Total
Inversión Baja	97.5	73.5	26.0	50.8	50.3	68.2	-	71.7	40.1	16.3	62.6	71.9
Inversión Media	1.2	6.7	12.6	49.2	-	12.3	-	14.4	46.2	33.7	22.5	13.8
Inversión Alta	1.2	19.8	61.5	-	49.7	19.4	100.0	14.0	13.7	50.0	14.9	14.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.225
Tenencia de Seguros por Localización de las Empresas
Distribución Porcentual

Seguros	Santo Domingo	Ciudades	Resto del País	Total
Seguro Social	8.3	7.8	4.7	6.7
Seguro Médico Privado	28.5	12.6	5.5	14.2
Seguro de Vida	13.2	3.0	1.8	5.4
Seguro del negocio	19.8	4.9	1.5	7.8

Tabla I.226
Tenencia de Seguros por
Género del Propietario de las Empresas
Distribución Porcentual

Seguros	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Seguro Social	4.8	9.8	3.9	6.7
Seguro Médico Privado	11.9	15.2	24.8	14.2
Seguro de Vida	3.0	7.5	10.1	5.4
Seguro del negocio	3.5	11.1	19.9	7.8

Tabla I.227
Tenencia de Seguros por
Nivel de Inversión de las Empresas
Distribución Porcentual

Seguros	Baja	Media	Alta	Total
Seguro Social	6.0	3.1	10.7	6.7
Seguro Médico Privado	8.5	13.4	26.4	14.2
Seguro de Vida	2.1	3.6	13.3	5.4
Seguro del negocio	1.0	3.6	22.0	7.8

Tabla I.228
Percepción del Propietario de la Situación Actual de la Empresa
por Localización de las Empresas
Distribución Porcentual

Situación	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Mejor	25.7	18.2	7.3	15.8
Igual	46.9	54.3	74.5	60.6
Peor	27.4	27.4	18.2	23.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.229
Percepción del Propietario de la Situación Actual de la Empresa
por Género del propietario de la Empresa
Distribución Porcentual

Situación	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Mejor	11.6	21.1	18.0	15.8
Igual	68.7	50.1	58.6	60.6
Peor	19.7	28.8	23.4	23.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.230
Percepción del Propietario de la Situación Actual de la Empresa
por Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Situación	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Mejor	14.1	14.5	20.2	15.8
Igual	62.0	58.3	63.5	60.6
Peor	23.8	27.2	16.3	23.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.231
Percepción del Propietario de la Situación Actual de la Empresa
por Nivel de Capitalización de la Empresa
Distribución Porcentual

Situación	Inversión baja	Inversión media	Inversión alta	Total
Mejor	9.9	17.9	27.4	15.5
Igual	68.1	61.7	43.5	61.2
Peor	22.0	20.5	29.1	23.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla 1.232
Percepción del Propietario de la Situación Actual de la Empresa
por Rama de Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Situación	Producción de alimentos y bebidas	Confec-ción de ropa	Elabora-ción de productos de madera	Elabora-ción de productos de metal	Otras manufac-turas	Venta y reparac. vehículos de motor	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Hoteles y restau-rantes	Activid. inmobi-liarias y empre-sariales	Otros servicios	Total
Mejor	9.0	12.2	18.1	38.8	29.1	26.1	60.1	12.5	3.7	32.6	22.5	15.8
Igual	75.6	37.6	56.8	52.2	32.3	53.6	10.1	59.7	58.3	46.1	66.8	60.6
Peor	15.4	50.2	25.1	9.0	38.6	20.3	29.7	27.8	38.0	21.3	10.8	23.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.233
Uso de Servicios Financieros de los
Propietarios de Micro y Pequeñas Empresas
Distribución Porcentual

Servicios Financieros	Tiene	No tiene
Cuentas de Ahorros	37.2	62.8
Cuentas Corrientes	17.5	82.5
Certificados a Plazo Fijo	2.5	97.5
Tarjeta de Crédito	13.2	86.8
Tarjeta de Crédito Adicional	3.7	96.3
Tarjeta de Retiro en Efectivo	7.9	92.1

Tabla I.234
Uso de Servicios Financieros
por Localización de las Empresas
Distribución Porcentual

Servicios Financieros	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Cuentas de Ahorros	53.7	39.1	24.5	37.2
Cuentas Corrientes	38.3	12.2	6.6	17.5
Certificados a Plazo Fijo	6.3	1.4	1.7	2.5
Tarjeta de Crédito	32.7	7.8	3.3	13.2
Tarjeta de Crédito Adicional	10.7	1.1	0.7	3.7
Tarjeta de Retiro en Efectivo	19.9	4.1	2.6	7.9

Tabla I.235
Uso de Servicios Financieros por
Género del Propietario de las Empresas
Distribución Porcentual

Servicios Financieros	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Cuentas de Ahorros	31.8	43.8	40.7	37.2
Cuentas Corrientes	9.8	24.7	32.7	17.5
Certificados a Plazo Fijo	1.5	3.0	6.5	2.5
Tarjeta de Crédito	8.0	17.3	27.0	13.2
Tarjeta de Crédito Adicional	3.1	2.7	12.3	3.7
Tarjeta de Retiro en Efectivo	5.3	10.0	14.8	7.9

Tabla I.236
Uso de Servicios Financieros por
Nivel de Inversión de las Empresas
Distribución Porcentual

Servicios Financieros	Baja	Media	Alta	Total
Cuentas de Ahorros	22.5	44.6	64.9	37.2
Cuentas Corrientes	2.3	13.8	52.4	17.5
Certificados a Plazo Fijo	0.3	1.8	7.6	2.5
Tarjeta de Crédito	2.2	12.5	37.0	13.2
Tarjeta de Crédito Adicional	0.9	4.1	7.9	3.7
Tarjeta de Retiro en Efectivo	2.8	6.0	20.9	7.9

Tabla I.237
Períodos de Emisión de Tarjeta de Crédito
por Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Períodos	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
1984 o Antes	-	6.4	13.7	7.8
De 1985 a 1990	13.1	12.8	11.5	12.4
De 1991 a1995	17.5	24.1	24.9	23.2
Desde 1996	69.4	56.7	49.9	56.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.238
Períodos de Emisión de Tarjeta de Crédito
por Número de Trabajadores
Distribución Porcentual

Períodos	1	2	3	4 y más	Total
1984 ó Antes	-	3.1	-	17.1	7.8
De 1985 a1990	15.4	9.2	12.7	13.1	12.4
De 1991 a 1995	14.6	27.5	25.1	22.9	23.2
Desde 1996	70.1	60.3	62.2	46.9	56.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

	Total
	37.2
	17.5
	2.5
	13.2
	3.7
	7.9

	Total
	7.8
	12.4
	23.2
	56.6
	100.0

ás	Total
7.1	7.8
3.1	12.4
2.9	23.2
5.9	56.6
0.0	100.0

Tabla I.239
Períodos de Emisión de Tarjeta de Credito
por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Períodos	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
1984 ó Antes	11.2	6.1	5.3	7.8
De 1985 a 1990	6.7	12.4	25.7	12.4
De 1991 a 1995	20.1	22.9	31.8	23.2
Desde 1996	62.0	58.6	37.1	56.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.240
Períodos de Emisión de Tarjeta de Crédito
por Nivel de Inversión en la Empresa
Distribución Porcentual

Períodos	Inversión Baja	Inversión Media	Inversión Alta	Total
1984 ó Antes	-	-	8.9	6.0
De 1985 a 1990	-	16.7	14.0	12.7
De 1991 a 1995	12.6	16.7	25.4	22.0
Desde 1996	87.4	66.7	51.7	59.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.241
Períodos de Emisión de Tarjeta de Credito
por Localización de la Empresa
Distribución Porcentual

Períodos	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
1984 ó antes	10.5	3.8	-	7.8
De 1985 a1990	15.1	3.8	11.1	12.4
De 1991 a 1995	26.7	19.2	11.1	23.2
Desde 1996	47.7	73.1	77.8	56.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.242
Períodos de Emisión de Tarjeta de Crédito
por Rama de Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Períodos	Producción de alimentos y bebidas	Confec-ción de ropa	Elabora-ción de productos de madera	Elabora-ción de productos de metal	Otras manufac-turas	Venta y reparac. vehículos de motor	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Hoteles y restau-rantes	Activid. inmobi-liarias y empre-sariales	Otros servicios	Total
1984 ó Antes	-	-	-	-	-	9.1	25.0	4.2	-	25.1	13.5	7.8
De 1985 a 1990	-	40.1	-	34.7	-	-	-	16.7	33.5	25.1	3.4	12.4
De 1991 a 1995	28.2	20.4	-	-	16.8	27.9	25.0	23.1	16.8	12.6	29.9	23.2
Desde 1996	71.8	39.5	100.0	65.3	83.2	63.0	50.0	55.9	49.7	37.2	53.3	56.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.243
Crédito en Efectivo Demandado
Por Rama de Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Demanda	Producción de alimentos y bebidas	Confec-ción de ropa	Elabora-ción de productos de madera	Elabora-ción de productos de metal	Otras manufac-turas	Venta y reparac. vehículos de motor	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Hoteles y restau-rantes	Activid. inmobi-liarias y empre-sariales	Otros servicios	Total
Recibió Préstamo	17.6	22.1	20.9	-	22.4	11.4	30.4	22.6	9.9	13.0	18.8	19.5
No Recibió Préstamo	82.4	77.9	79.1	100.0	77.6	88.6	69.6	77.4	90.1	87.0	81.2	80.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.244
Crédito en Efectivo Demandado por Número de Trabajadores
Distribución Porcentual

Demanda	1	2	3	4 y más	Total
Recibió Préstamo	14.5	21.1	19.6	31.4	19.5
No Recibió Préstamo	85.5	78.9	80.4	68.6	80.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.245
Crédito en Efectivo Demandado
por Nivel de Inversión en la Empresa
Distribución Porcentual

Demanda	Inversión Baja	Inversión Media	Inversión Alta	Total
Recibió Préstamo	14.6	19.1	31.5	19.3
No Recibió Préstamo	85.4	80.9	68.5	80.7
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.246
Crédito en Efectivo Demandado por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Demanda	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Recibió Préstamo	17.5	21.4	22.9	19.5
No Recibió Préstamo	82.5	78.6	77.1	80.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.247
Crédito en Efectivo Demandado por Actividad de las Empresas
Distribución Porcentual

Demanda	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Recibió Préstamo	17.9	21.8	16.8	19.5
No Recibió Préstamo	82.1	78.2	83.2	80.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.248
Crédito en Efectivo Demandado por Localización de las Empresas
Distribución Porcentual

Demanda	Santo Domingo	Ciudades país	Resto del	Total
Recibió Préstamo	23.4	20.2	16.3	19.5
No Recibió Préstamo	76.6	79.8	83.7	80.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.249
Crédito en Efectivo Demandado
por Años de Funcionamiento de la Empresa
Distribución Porcentual

Demanda	Menos de 3 años	De 3 a 10 años	Más de 10 años	Total
Recibió Préstamo	19.3	18.5	24.2	19.9
No Recibió Préstamo	80.7	81.5	75.8	80.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.250
Demanda y Principal Fuente del Crédito en Efectivo
Marzo 1998 - Febrero 1999
por Género del Propietario de las Empresas
Distribución Porcentual

Demanda y Fuente	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
No Recibió	82.5	78.6	77.1	80.5
Familiares y Amigos	5.0	4.0	5.0	4.7
Prestamistas	4.7	6.0	5.9	5.3
Bancos y Financieras	2.6	6.9	5.0	4.5
ONG	4.9	3.4	5.0	4.3
Gobierno	-	0.4	2.0	0.3
Otras	0.3	0.6	-	0.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.251
Demanda y Principal Fuente del Crédito en Efectivo
Marzo 1998 - Febrero 1999
por Actividad de las Empresas
Distribución Porcentual

Demanda y Fuente	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
No Recibió	82.1	78.2	83.2	80.5
Familiares y Amigos	5.8	4.6	3.6	4.7
Prestamistas	5.2	5.6	4.8	5.3
Bancos y Financieras	2.6	5.3	4.9	4.5
ONG	3.5	5.6	2.9	4.3
Gobierno	0.6	0.3	-	0.3
Otras	0.3	0.3	0.6	0.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.252
Demanda y Principal Fuente del Crédito en Efectivo
Marzo 1998 - Febrero 1999
por Años de Funcionamiento de la Empresa
Distribución Porcentual

Demanda y Fuente	Menos de 3 años	De 3 a 10 años	Más de 10 años	Total
No recibió	80.7	81.5	75.8	80.1
Familiares y Amigos	7.9	2.5	3.2	4.9
Prestamistas	4.4	4.7	9.0	5.3
Bancos y Financieras	4.0	4.5	5.5	4.5
ONG	2.4	6.2	5.0	4.4
Gobierno	0.2	0.6	-	0.3
Otras	0.4	-	1.4	0.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.253

Demanda y Principal Fuente del Crédito en Efectivo
Marzo 1998 - Febrero 1999
por Número de Trabajadores de la Empresa
Distribución Porcentual

Demanda y fuente	1	2	3	4 y más	Total
No Recibió	85.5	78.9	80.4	68.6	80.5
Familiares y Amigos	3.4	6.4	3.9	5.6	4.7
Prestamistas	5.9	5.1	4.0	5.4	5.3
Bancos y Financieras	1.6	2.8	7.0	13.8	4.5
ONG	3.2	6.2	4.1	4.4	4.3
Gobierno	-	0.6	-	1.1	0.3
Otras	0.4	-	0.6	1.1	0.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.254

Demanda y Principal Fuente del Crédito en Efectivo
Marzo 1998 - Febrero 1999
por Localización de las Empresas
Distribución Porcentual

Demanda y fuente	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
No Recibió	76.6	79.8	83.7	80.5
Familiares y Amigos	5.1	5.7	3.6	4.7
Prestamistas	4.0	5.4	6.2	5.3
Bancos y Financieras	7.6	4.6	2.2	4.5
ONG	5.9	3.3	4.0	4.3
Gobierno	0.3	0.3	0.4	0.3
Otras	0.6	0.8	-	0.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Total
80.5
4.7
5.3
4.5
4.3
0.3
0.4
100.0

Tabla I.255
Demanda y Principal Fuente del Crédito en Efectivo
Marzo 1998 - Febrero 1999
por Tenencia de Cuenta Corriente
Distribución Porcentual

Demanda y fuente	Tiene cuenta corriente	No tiene cuenta corriente	Total
No recibió	71.4	82.2	80.4
Familiares y Amigos	5.3	4.6	4.7
Prestamistas	1.9	6.1	5.4
Bancos y Financieras	14.7	2.4	4.5
ONG	4.3	4.4	4.4
Gobierno	1.4	0.1	0.3
Otras	1.0	0.3	0.4
Total	100.0	100.0	100.0

Total
80.5
4.7
5.3
4.5
4.3
0.3
0.4
100.0

Tabla I.256
Demanda y Principal Fuente del Crédito en Efectivo
Marzo 1998 - Febrero 1999
por Nivel de Inversión en la Empresa
Distribución Porcentual

Demanda y fuente	Inversión baja	Inversión media	Inversión alta	Total
No recibió	85.4	80.9	68.5	80.7
Familiares y Amigos	5.1	2.2	4.5	4.4
Prestamistas	5.5	6.5	3.7	5.3
Bancos y Financieras	0.6	4.4	13.8	4.4
ONG	3.3	4.8	7.5	4.6
Gobierno	-	0.4	1.1	0.3
Otras	-	0.9	0.8	0.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla 1.257
Demanda y Principal Fuente del Crédito en Efectivo
Marzo 1998 - Febrero 1999
por Tenencia de Cuenta de Ahorros
Distribución Porcentual

Demanda y fuente	Tiene cuenta de ahorros	No tiene cuenta de ahorros	Total
No Recibió	76.5	82.8	80.5
Familiares y Amigos	4.8	4.7	4.7
Prestamistas	4.1	6.1	5.4
Bancos y Financieras	8.5	2.1	4.4
ONG	4.6	4.3	4.4
Gobierno	0.9	-	0.3
Otras	0.7	0.1	0.3
Total	100.0	100.0	100.0

Tabla 1.258
Demanda y Principal Fuente del Crédito en Efectivo
Marzo 1998 - Febrero 1999
por Tenencia de Tarjeta de Crédito
Distribución Porcentual

Demanda y fuente	Tiene tarjeta de crédito	No tiene tarjeta de crédito	Total
No Recibió	70.9	81.7	80.4
Familiares y Amigos	3.8	4.8	4.7
Prestamistas	1.3	6.0	5.4
Bancos y Financieras	15.8	2.8	4.5
ONG	6.9	4.0	4.4
Gobierno	0.6	0.3	0.3
Otras	0.6	0.4	0.4
Total	100.0	100.0	100.0

Tabla I.259
Demanda y Principal Fuente del Crédito en Efectivo
por el Nivel Educativo del Propietario
Distribución Porcentual

Demanda y fuente	Sin educación formal	Educación primaria	Terminó educación primaria	Educación secundaria	Terminó educación secundaria/ vocaciónal	Educación universitaria	Total
No Recibió	81.8	83.5	80.6	83.7	74.2	71.3	80.6
Familiares y Amigos	4.1	4.4	8.0	3.6	4.3	4.5	4.5
Prestamistas	6.1	7.3	4.6	3.6	6.0	1.7	5.4
Bancos y Financieras	1.0	2.2	3.4	4.1	2.6	15.8	4.5
ONG	7.0	2.6	2.3	4.6	10.3	4.4	4.3
Gobierno	-	-	-	0.5	1.7	0.6	0.3
Otras	-	-	1.1	-	0.9	1.7	0.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.260

Demanda y Principal Fuente del Crédito en Efectivo
por Edad del Propietario
Distribución Porcentual

Demanda y fuente	15 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	65 ó más	Total
No Recibió	84.4	76.8	78.8	84.2	78.8	89.0	80.5
Familiares y Amigos	6.0	6.5	3.3	3.6	6.1	3.4	4.7
Prestamistas	3.5	6.2	5.4	5.1	7.5	1.1	5.3
Bancos y Financieras	3.7	4.2	6.5	2.4	4.6	3.3	4.5
ONG	2.4	4.8	5.7	3.9	2.2	3.2	4.3
Gobierno	-	0.6	0.3	-	0.8	-	0.3
Otras	-	0.9	-	0.8	-	-	0.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.261

Tabla I.261
Demanda y Principal Fuente del Crédito en Efectivo
Marzo 1998 - Febrero 1999
por Venta Promedio Mensual de la Empresa
Distribución Porcentual

Monto de venta	No recibió	Familiares y amigos	Presta-mistas	Bancos y financieras	ONG	Gobierno	Total
Menos de $2,000	24.5	34.4	13.7	-	7.9	-	22.2
De $2,000 a $5,000	20.8	12.2	10.9	1.9	19.4	-	18.9
De $5,001 a $10,000	16.5	8.1	21.4	9.5	21.2	16.2	
De $10,001 a $20,000	17.1	22.4	24.6	19.2	17.8	17.8	
De $20,001 a $50,000	12.0	4.1	26.2	34.5	10.0	25.1	13.6
Más de $50,000	9.1	18.8	3.2	35.0	23.7	74.9	11.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.262
Fuentes de Financiamiento de la Empresa
Por Rama de Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Fuentes	Producción de alimentos y bebidas	Confec-ción de ropa	Elabora-ción de productos de madera	Elabora-ción de productos de metal	Otras manufac-turas	Venta y reparac. vehículos de motor	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Hoteles y restau-rantes	Activid. inmobi-liarias y empre-sariales	Otros servicios	Total
Suplidor y Efectivo	9.0	4.0	11.1	-	9.7	8.7	-	13.6	2.0	13.8	10.4	10.7
Suplidor y No Efectivo	25.8	12.3	21.3	43.5	25.8	34.2	77.5	38.4	40.1	27.7	36.1	34.2
Efectivo y No Suplidor	9.0	22.7	10.6	-	12.8	4.2	22.5	9.2	7.9	-	8.1	9.2
No Crédito	56.2	61.0	57.1	56.5	51.7	52.9	-	38.9	50.0	58.5	45.4	45.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.263
Fuentes de Financiamiento de la Empresa
por Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Fuentes	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Suplidor y efectivo	7.9	13.0	9.0	10.7
Suplidor y no efectivo	24.6	38.6	36.1	34.2
Efectivo y no suplidor	10.9	9.0	7.3	9.2
No credito	56.6	39.4	47.5	45.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.264
Fuentes de Financiamiento de la Empresa
por Número de Trabajadores de la Empresa
Distribución Porcentual

Fuentes	1	2	3	4 y más	Total
Suplidor y Efectivo	6.4	11.2	13.1	19.3	10.7
Suplidor y No Efectivo	26.7	40.1	36.6	41.3	34.2
Efectivo y No Suplidor	8.1	10.3	7.1	12.1	9.2
No Crédito	58.8	38.3	43.3	27.2	45.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.265
Fuentes de Financiamiento de la Empresa
por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Fuentes	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Suplidor y Efectivo	9.2	12.5	11.6	10.7
Suplidor y No Efectivo	31.6	37.1	37.1	34.2
Efectivo y No Suplidor	9.1	8.9	11.5	9.2
No Crédito	50.1	41.5	39.8	45.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.266
Fuentes de Financiamiento de la Empresa
por Localización de la Empresa
Distribución Porcentual

Fuentes	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Suplidor y Efectivo	13.1	11.0	9.0	10.7
Suplidor y No Efectivo	35.6	28.7	36.7	34.2
Efectivo y No Suplidor	11.3	9.8	7.5	9.2
No Crédito	40.0	50.5	46.8	45.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.267
Fuentes de Financiamiento de la Empresa
por Nivel de Inversión de la Empresa
Distribución Porcentual

Fuentes	Inversión Baja	Inversión Media	Inversión Alta	Total
Suplidor y Efectivo	5.8	11.6	22.2	10.9
Suplidor y No Efectivo	28.0	37.8	41.2	33.1
Efectivo y No Suplidor	9.7	8.1	9.0	9.2
No Crédito	56.5	42.5	27.5	46.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.268
Crédito en Efectivo por Trimestre
por Actividad de las Empresas
Distribución Porcentual

Trimestre	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Enero-Marzo	51.7	42.5	36.0	43.3
Abril-Junio	6.7	6.3	11.9	7.6
Julio-Septiembre	8.9	15.5	6.0	11.9
Octubre-Diciembre	32.7	35.7	46.1	37.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Total
10.7
34.2
9.2
45.9
100.0

Total
10.9
33.1
9.2
46.8
100.0

Total
43.3
7.6
11.9
37.2
100.0

Tabla I.269
Crédito en Efectivo por Trimestre
por Localizacion de la Empresa
Distribución Porcentual

Trimestre	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Enero-Marzo	39.7	37.7	51.1	43.3
Abril-Junio	6.4	7.2	8.9	7.6
Julio-Septiembre	15.4	11.6	8.9	11.9
Octubre-Diciembre	38.5	43.5	31.1	37.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.270
Crédito en Efectivo por Trimestre
por Genero del Propietario de las Empresas
Distribución Porcentual

Trimestre	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Enero-Marzo	41.9	42.9	52.0	43.3
Abril-Junio	5.2	10.0	8.8	7.6
Julio-Septiembre	11.6	12.0	12.9	11.9
Octubre-Diciembre	41.3	35.1	26.2	37.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.271
Monto del Crédito en Efectivo por Número de Trabajadores
Distribución Porcentual

Monto	1	2	3	4 y más	Total
$1,000 ó Menos	24.7	13.5	11.5	1.9	14.4
$1,001 - $3,000	24.7	16.2	17.3	3.6	16.4
$3,001 - $10,000	24.7	35.6	20.1	8.7	26.1
$10,001 - $20,000	11.0	9.7	23.6	31.9	17.0
$20,001 - $50,000	12.4	19.4	11.9	11.5	14.2
Más de $50,000	2.5	5.6	14.9	32.3	11.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.272
Monto del Crédito en Efectivo por Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Monto	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
$1,000 ó Menos	28.1	8.3	13.8	14.4
$1,001 - $3,000	16.5	16.6	15.9	16.4
$3,001 - $10,000	25.2	28.1	22.1	26.1
$10,001 - $20,000	11.8	17.6	21.8	17.0
$20,001 - $50,000	5.1	19.2	12.2	14.2
Más de $50,000	13.3	10.2	14.2	11.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.273
Monto del Crédito en Efectivo por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Monto	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
$1,000 ó Menos	23.2	4.8	12.9	14.4
$1,001 - $3,000	23.8	11.7	-	16.4
$3,001 - $10,000	25.0	23.6	42.9	26.1
$10,001 - $20,000	10.4	24.5	17.4	17.0
$20,001 - $50,000	8.7	19.7	17.8	14.2
Más de $50,000	8.9	15.8	9.0	11.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.274
Monto del Crédito en Efectivo
por Localizacion de la Empresa
Distribución Porcentual

Monto	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
$1,000 ó Menos	5.1	20.5	17.8	14.4
$1,001 - $3,000	7.7	13.7	26.7	16.4
$3,001 - $10,000	24.4	30.1	24.4	26.1
$10,001 - $20,000	20.5	12.3	17.8	17.0
$20,001 - $50,000	19.2	17.8	6.7	14.2
Más de $50,000	23.1	5.5	6.7	11.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.275
Monto del Crédito en Efectivo
por Nivel Educativo del Propietario
Distribución Porcentual

Monto	Sin educación formal	Educación primaria	Terminó educación primaria	Educación secundaria	Terminó educación secundaria/ vocaciónal	Educación universitaria	Total
$1,000 ó Menos	21.9	21.1	30.7	8.3	6.8	4.1	14.6
$1,001 - $3,000	33.3	20.9	12.5	19.2	6.6	8.4	16.7
$3,001 - $10,000	44.8	27.9	12.7	27.6	26.6	12.9	24.9
$10,001 -$20,000	-	13.2	18.7	25.0	26.8	19.1	17.3
$20,001 - $50,000	-	13.5	18.9	14.1	16.5	19.1	14.5
Más de $50,000	-	3.3	6.4	5.7	16.6	36.4	12.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.276
Uso del Crédito en Efectivo por Localización de la Empresa
Distribución Porcentual

Uso Crédito	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Compra Materias Primas y Mercancías	55.4	60.8	80.0	65.7
Compra Maquinarias	13.3	17.6	6.7	12.2
Inversión de Capital	15.7	17.6	6.7	13.0
Gastos del Negocio	6.0	-	-	2.1
Gastos Personales	9.6	4.1	6.7	6.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.277
Uso del Crédito en Efectivo por Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Uso Crédito	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Compra Materias Primas y Mercancías	66.1	77.1	36.6	65.7
Compra Maquinarias	19.4	8.4	13.4	12.2
Inversión de Capital	6.4	10.7	27.0	13.0
Gastos del Negocio	1.7	0.8	5.9	2.1
Gastos Personales	6.4	3.1	17.2	6.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.278
Uso del Crédito en Efectivo por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Uso Crédito	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Compra Materias Primas y Mercancías	67.5	59.3	86.6	65.7
Compra Maquinarias	12.0	15.1	-	12.2
Inversión de Capital	10.3	16.0	13.4	13.0
Gastos del Negocio	2.6	1.9	-	2.1
Gastos Personales	7.6	7.6	-	6.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.279
Uso del Crédito por
Principal Fuente del Crédito en Efectivo

Tabla I.279
Uso del Crédito por
Principal Fuente del Crédito en Efectivo
Marzo 1998 - Febrero 1999
Distribución Porcentual

Uso Crédito	Familiares y amigos	Prestamistas	Bancos y financieras	ONG	Gobierno	Otras fuentes	Total
Compra Materias Primas y Mercancías	65.7	77.7	55.2	65.4	51.1	40.1	65.7
Compra Maquinarias	15.4	8.9	14.3	10.9	-	19.7	12.2
Inversión de Capital	10.3	7.5	16.1	14.6	48.9	40.1	13.0
Gastos del Negocio	3.5	-	3.7	1.9	-	-	2.1
Gastos Personales	5.0	6.0	10.7	7.2	-	-	6.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.280
Uso del Crédito por Número de Trabajadores
Distribución Porcentual

Uso Crédito	1	2	3	4 y más	Total
Compra Materias Primas y Mercancías	67.5	69.1	76.5	52.6	65.7
Compra Maquinarias	6.3	14.7	8.7	19.3	12.2
Inversión de Capital	12.5	13.5	8.8	15.8	13.0
Gastos del Negocio	-	-	3.0	7.2	2.1
Gastos Personales	13.8	2.7	3.0	5.2	6.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.281
Razones para No Solicitar Crédito
por Localización de la Empresa
Distribución Porcentual

Razón	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
No Trabaja con Crédito	25.9	24.8	29.5	27.1
Autocensura al Crédito	14.7	29.6	27.9	25.1
Tiene Crédito	10.7	8.4	6.0	7.9
No Necesita	44.2	30.8	28.4	33.1
Otros	4.6	6.4	8.2	6.7
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.282
Razones para no Solicitar Crédito
por Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Razón	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
No Trabaja con Crédito	20.1	30.9	27.8	27.1
Autocensura al Crédito	32.3	23.8	19.1	25.1
Tiene Crédito	9.7	7.6	6.5	7.9
No Necesita	33.5	29.5	40.2	33.1
Otros	4.4	8.2	6.4	6.7
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

ás	Total
2.6	65.7
9.3	12.2
5.8	13.0
7.2	2.1
5.2	6.9
0.0	100.0

	Total
	27.1
	25.1
	7.9
	33.1
	6.7
	100.0

	Total
	27.1
	25.1
	7.9
	33.1
	6.7
	100.0

Tabla I.283
Razones para no Solicitar Crédito
por el Género del Propietario
Distribución Porcentual

Razón	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
No Trabaja con Crédito	25.5	32.1	19.3	27.1
Autocensura al Crédito	31.6	14.3	23.4	25.1
Tiene Crédito	5.6	10.3	13.9	7.9
No Necesita	29.4	38.6	36.4	33.1
Otros	7.8	4.7	6.9	6.7
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.284
Razones para no Solicitar Crédito
por Tamaño de las Empresas
Distribución Porcentual

Razón	1	2	3	4 y más	Total
No Trabaja con Crédito	27.8	26.3	28.9	24.5	27.1
Autocensura al Crédito	29.1	25.0	19.5	14.4	25.1
Tiene Crédito	4.2	11.5	10.0	12.3	7.9
No Necesita	33.5	27.5	39.5	38.8	33.1
Otros	5.4	9.6	2.0	10.1	6.7
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.285
Interés Crediticio Futuro
por Localización de las Empresas
Distribución Porcentual

Interés	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Tiene Interés	40.3	30.0	31.7	33.7
No Tiene Interés	59.7	70.0	68.3	66.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.286
Interés Crediticio Futuro
por Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Interés	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Tiene Interés	33.3	32.2	37.0	33.7
No Tiene Interés	66.7	67.8	63.0	66.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.287
Interés Crediticio Futuro
por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Interés	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Tiene Interés	28.5	42.6	25.0	33.7
No Tiene Interés	71.5	57.4	75.0	66.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.288
Interés Crediticio Futuro
por Tamaño de la Empresa
Distribución Porcentual

Interés	1	2	3	4 y más	Total
Tiene Interés	29.5	30.5	41.1	45.9	33.7
No Tiene Interés	70.5	69.5	58.9	54.1	66.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.289
Potencial Fuente de Crédito
por Localización de las Empresas
Distribución Porcentual

Fuente	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
No Quiere Préstamos	59.7	70.0	68.3	66.3
Familiares y Amigos	1.5	2.5	2.2	2.1
Prestamistas	1.5	3.1	6.3	4.0
Bancos y Financieras	15.3	6.9	6.3	9.0
ONG	13.2	8.6	8.9	10.0
No Sabe	7.1	6.7	7.0	6.9
Otras Fuentes	1.8	2.2	1.1	1.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.290
Potencial Fuente de Crédito
por Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Fuente	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
No Quiere Préstamos	66.7	67.8	63.0	66.3
Familiares y Amigos	3.8	2.0	0.3	2.1
Prestamistas	4.0	4.3	3.2	4.0
Bancos y Financieras	7.9	7.8	12.6	9.0
ONG	8.5	10.5	10.8	10.0
No Sabe	7.6	5.8	8.4	6.9
Otras Fuentes	1.5	1.7	1.6	1.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.291
Potencial Fuente de Crédito
por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Fuente	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
No Quiere Préstamos	71.5	57.4	75.0	66.3
Familiares y Amigos	2.2	2.3	-	2.1
Prestamistas	5.5	2.3	2.0	4.0
Bancos y Financieras	5.0	14.1	11.4	9.0
ONG	9.6	11.3	6.3	10.0
No Sabe	5.1	10.0	4.2	6.9
Otras Fuentes	1.1	2.5	1.1	1.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.292
Potencial Fuente de Crédito
por Tamaño de la Empresa
Distribución Porcentual

Fuente	1	2	3	4 y más	Total
No Quiere Préstamos	70.5	69.5	58.9	54.1	66.3
Familiares y Amigos	2.7	0.9	1.8	2.9	2.1
Prestamistas	5.4	2.9	4.0	1.8	4.0
Bancos y Financieras	5.5	8.7	13.4	16.7	9.0
ONG	10.5	8.8	11.0	10.0	10.0
No Sabe	4.0	8.1	9.8	11.0	6.9
Otras Fuentes	1.4	1.2	1.2	3.5	1.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.293
Uso del Crédito Futuro
por Localización de las Empresas
Distribución Porcentual

Uso	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
Compra Materias Primas y Mercancías	29.2	25.0	38.4	31.8
Compra Maquinarias	9.5	12.0	7.0	9.1
Inversión de Capital	41.6	40.7	41.9	41.5
Vivienda	13.1	14.8	7.0	11.1
Otros	6.6	7.4	5.8	6.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.294
Uso del Crédito Futuro
por Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Uso	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
Compra Materias Primas y Mercancías	22.2	46.6	16.7	31.8
Compra Maquinarias	14.9	3.8	12.3	9.1
Inversión de capital	40.9	36.4	50.5	41.5
Vivienda	14.9	7.5	13.3	11.1
Otros	7.1	5.7	7.1	6.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.295
Uso del Crédito Futuro
por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Uso	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
Compra Materias Primas y Mercancías	36.3	28.0	28.7	31.8
Compra Maquinarias	6.3	11.3	12.7	9.1
Inversión de capital	37.3	46.8	29.5	41.5
Vivienda	12.7	9.5	12.6	11.1
Otros	7.4	4.4	16.5	6.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.296
Uso del Crédito Futuro
por Potencial Fuente de Crédito
Marzo 1998 - Febrero 1999
Distribución Porcentual

Uso Crédito	Familiares y amigos	Prestamistas	Bancos y financieras	ONG	No sabe	Otras fuentes	Total
Compra Materias Primas y Mercancías	45.7	43.9	26.8	32.3	31.4	10.1	31.8
Compra Maquinarias	3.9	8.0	10.0	8.9	5.9	29.6	9.1
Inversión de capital	46.4	37.9	34.3	38.9	53.2	50.3	41.5
Vivienda	4.0	6.0	18.2	14.4	3.5	5.0	11.1
Otros	-	4.1	10.7	5.6	5.9	5.0	6.5
Total	100	100	100	100	100	100	100

Tabla I.297
Uso del Crédito Futuro
por Tamaño de la Empresa
Distribución Porcentual

Uso	1	2	3	4 y más	Total
Compra Materias Primas y Mercancías	36.0	32.2	32.5	21.9	31.8
Compra Maquinarias	6.7	7.7	11.3	14.0	9.1
Inversión de capital	35.6	40.0	47.7	49.9	41.5
Vivienda	12.9	10.6	5.7	12.9	11.1
Otros	8.7	9.5	2.7	1.3	6.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.298
Monto del Crédito Futuro
por Localización de las Empresas
Distribución Porcentual

Monto	Santo Domingo	Ciudades	Resto del país	Total
$3,000 ó Menos	5.4	6.2	28.0	14.8
$3,001 - $10,000	22.3	19.6	36.6	27.5
$10,001 - $20,000	17.7	23.7	12.2	16.9
$20,001 - $50,000	18.5	25.8	20.7	21.2
Más de $50,000	36.2	24.7	2.4	19.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.299
Monto del Crédito Futuro
por Actividad de la Empresa
Distribución Porcentual

Monto	Manufactura	Comercio	Servicios	Total
$3,000 ó Menos	10.0	23.6	4.8	14.8
$3,001 - $10,000	34.2	23.8	26.8	27.5
$10,001 - $20,000	16.6	14.1	22.1	16.9
$20,001 - $50,000	16.6	23.0	22.8	21.2
Más de $50,000	22.5	15.4	23.5	19.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.300
Monto del Crédito Futuro
por Género del Propietario
Distribución Porcentual

Monto	Mujer	Hombre	Conjunta	Total
$3,000 ó Menos	28.2	2.1	12.8	14.8
$3,001 - $10,000	35.7	21.8	8.9	27.5
$10,001 - $20,000	14.5	18.8	21.1	16.9
$20,001 - $50,000	13.8	28.8	17.7	21.2
Más de $50,000	7.9	28.4	39.6	19.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.301
Monto del Crédito Futuro
por Tamaño de la Empresa
Distribución Porcentual

Monto	1	2	3	4 y más	Total
$3,000 ó Menos	21.9	13.1	15.5	1.4	14.8
$3,001 - $10,000	36.0	30.5	18.9	12.3	27.5
$10,001 - $20,000	19.1	21.5	9.6	12.4	16.9
$20,001 - $50,000	15.8	22.6	33.3	20.5	21.2
Más de $50,000	7.1	12.4	22.7	53.4	19.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabla I.302
Monto del Crédito Futuro
por Potencial Fuente de Crédito
Marzo 1998 - Febrero 1999
Distribución Porcentual

Monto	Familiares y amigos	Prestamistas	Bancos y financieras	ONG	No sabe	Otras fuentes	Total
$3,000 ó Menos	43.2	43.9	1.8	11.1	14.3	14.8	
$3,001 - $10,000	20.3	42.0	14.0	32.0	35.4	15.5	27.5
$10,001 - $20,000	12.1	10.1	20.7	18.4	14.6	20.7	16.9
$20,001 - $50,0000	16.4	4.0	26.2	24.4	22.1	21.4	21.2
Más de $50,000	8.1	37.3	14.2	13.5	42.4	19.6	
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

EQUIPO DE INVESTIGACION

Director de Investigaciones:	Frank Moya Pons
Dirección de la Encuesta:	Marina Ortiz
Supervisor General:	Méjico Angeles Suárez
Supervisores:	Zenaida de los Santos Zoila Dulce Batista Eunice Puello
Encuestadores:	Mercedes Migdalia Beltré Elba De Láncer Arelis Gil Gil Ana Milagros Ramírez José Nicolás Durán Natividad Tejeda Geovanny Moreno
Choferes:	Freddy Antonio Marte Julio Jiménez César Enrique Beltré
Cartografía:	Modesto Amézquita
Crítica y Codificación:	Marina Ortiz Zenaida de los Santos
Digitación:	Juana García

- Cal
  Do
- Bar
  Ger
  y G
- Cab
  la R
- Cely
  Rep
  Dom
- Caba
  de l
  Fond
- Caba
  subse
  Fond
- Moya
  la Re
- Moya
  la Re
- Aristy
  Peque
  Fondo
- Ortiz,
  Carac
  Domi

LISTA DE PUBLICACIONES DE FONDOMICRO

- Cabal, Miguel. 1992. *Microempresas y Pequeñas Empresas en la República Dominicana. Resultados de una Encuesta Nacional*, FondoMicro, Santo Domingo.

- Bartel, Margaret. 1993. *Los Coeficientes Financieros como Herramientas de Gerencia en los Programas de Crédito a la Microempresa. Manual para Directores y Gerentes*, FondoMicro, Santo Domingo.

- Cabal, Miguel. 1993. *Evolución de las Microempresas y Pequeñas Empresas en la República Dominicana, 1992-1993*, FondoMicro, Santo Domingo

- Cely, Patricia. 1993. *Microempresas y Pequeñas Empresas de Mujeres en la República Dominicana. Resultados de una Encuesta Nacional*, FondoMicro, Santo Domingo.

- Cabal, Miguel y Cely, Patricia. 1994. *Demanda de Crédito y Niveles de Desarrollo de las Microempresas y Pequeñas Empresas en la República Dominicana*, FondoMicro, Santo Domingo.

- Cabal, Miguel y Cely, Patricia. 1994. *Microempresas y Pequeñas Empresas en los subsectores de Confección de Ropa y Metalmecánica en Santo Domingo*, FondoMicro, Santo Domingo.

- Moya Pons, Frank y Ortiz, Marina. 1994. *Microempresas y Microempresarios en la República Dominicana, 1993-1994*, FondoMicro, Santo Domingo

- Moya Pons, Frank y Ortiz, Marina. 1995. *Indicadores de las Microempresas en la República Dominicana, 1994-1995*, FondoMicro, Santo Domingo.

- Aristy Escuder, Jaime. 1995. *Ahorro y Producción de las Microempresas y Pequeñas Empresas en la República Dominicana. Un Análisis Econométrico*, FondoMicro, Santo Domingo.

- Ortiz, Marina. 1996. *Perfil de las Microempresas en la República Dominicana y Características de las Microempresas de Santiago, 1995-1996*, FondoMicro, Santo Domingo.

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

- Cely, Patricia. 1996. *Dinámica de las Microempresas y Pequeñas Empresas de Mujeres en la República Dominicana, 1992-1995*, FondoMicro, Santo Domingo.

- Olivares, Mirtha. 1996. *Capacitación y Entrenamiento en la Microempresa Dominicana*, FondoMicro, Santo Domingo.

- Aristy, Esther L. 1996. *Manual de Derecho para Empresarios*, FondoMicro, Santo Domingo.

- Murray, Gerald F. 1996. *El Colmado. Una Exploración Antropológica del Negocio de Comidas y Bebidas en la República Dominicana*, FondoMicro, Santo Domingo.

- Ortiz, Marina. 1997. *Microempresas, Migración y Remesas en la República Dominicana. 1996-1997*, FondoMicro, Santo Domingo.

- Murray, Gerald F. 1997. *El Taller. Un Estudio Antropológico del Uso y Reparación de Automóviles en la República Dominicana*, FondoMicro, Santo Domingo.

- Ortiz, Marina. 1998. *Microempresas y Fuerza Laboral en la República Dominicana. 1997-1998*, FondoMicro, Santo Domingo.

- Dávalos, Mario. 1998. *Las Microempresas: El Coloso Desconocido de las Economías en Desarrollo*, FondoMicro, Santo Domingo.

FondoMicro

Avenida Bolívar 233
Santo Domingo,
República Dominicana
Tel. (809) 534-8141
Fax (809) 534-8038

In the U.S.A.:
FondoMicro, EPS # A-201
P.O. Box 02-5256, Miami, Florida
33102-5256