



Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de
Manabí Manuel Félix López

ESPAM MFL

**IDENTIFICACIÓN DE LAS MIPYMES EN LA
ZONA URBANA DEL CANTÓN BOLÍVAR**

AUTORES:

ING. EDISON QUEVEDO ZAMBRANO

MG. COLUMBA CONSUELO BRAVO MACÍAS

MG. ALEXANDER PALACIOS ZURITA

ING. JOHANNA ZAMBRANO LOOR

UNIDAD DE EMPRENDIMIENTO

2015

I. RESUMEN

La presente investigación tiene como objeto identificar las Mypimes de la zona urbana del Cantón Bolívar, reconocer los tipos de negocios que cuentan estas, su impacto social, económico, y por último crear precedentes para futuras investigaciones; así como también conocer hacia donde se origina las tendencias empresariales en la incubación de futuros negocios, entregando un informe objetivo e independiente para un mejor entendimiento en las ideas que el emprendedor pueda originar. La muestra fue aleatoria con una proporción de 263 locales, resaltando el objeto de estudio. Las encuestas originadas en la investigación fueron de tipo cerrada contemplando un grupo de aspectos que permitieron reconocer los negocios, además se estructuró en seis partes o variables, como son: organización, caracterización, forma empresarial, social, estructural/operativa, y financiamiento. Como conclusión se determina que las actividades económicas de la zona urbana son netamente comerciales siendo la mayoría de ellas microempresas ya que es el sector mas activo que genera bienes y servicios y cuyos ingresos en la mayoría de los casos son el sustento intrafamiliar. Además queda constituido que las microempresas son el motor de la zona urbana del cantón Bolívar y su influencia está respaldada en la generación de empleos y en el compromiso de crear sociedades dispuestas a dar un valor tangible y rentable.

PALABRAS CABLES: Identificación, Mipymes, clasificación

II. INTRODUCCIÓN

Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas (SRI 2009). El sector de las MIPYMES en el mundo es intensivo en la generación de empleo, son fundamentales en la contribución del Producto Interno Bruto, de cada país, y participan de manera constante en el comercio internacional, VALLE (2014).

En la comunidad europea, las Pymes representan más del 95% de las empresas de la sociedad, concentran más de las dos terceras partes del empleo total; alrededor del 60% en el sector industrial y más del 75% en el sector servicios. En Japón también cumplen un nivel muy importante en la actividad económica, principalmente como subcontratistas, en la producción de partes. BARRERA (2001).

Las pequeñas y medianas empresas, dentro del ámbito empresarial del Ecuador aportan de manera significativa; esto de acuerdo al último Censo Nacional Económico, realizado en el año 2010, en el que se evidencia que de cada 100 establecimientos 99 son categorizados como MIPYME. Información de vital importancia pues son parte del proceso de consolidación del sistema productivo nacional, ya que 3 de cada 4 puestos de trabajo que existen en el país, son formados por MIPYMES.

En la provincia de Manabí y en el cantón Bolívar específicamente, es de igual manera evidenciable el sinnúmero de MIPYME que existen; sin embargo el gobierno local no cuenta con una línea base o inventario respectivamente categorizado sobre la estructura empresarial del cantón, donde se pueda verificar que los negocios existentes cuenten con los requisitos mínimos para ser consideradas como micro, pequeñas o medianas empresas; además que al no estar identificadas, muchas veces influye de manera negativa a los programas de financiamiento o ayuda por parte del estado.

En este sentido es fundamental levantar información o diagnóstico inicial de las MIPYMES existentes en la zona urbana del cantón Bolívar referente a su identificación, características, organización y fuentes de financiamiento, resultados que permitan; conocer los tipos de negocios que cuenta la zona urbana del cantón Bolívar, su impacto social y económico, y por último crear precedentes para futuras investigaciones; conociendo que estos son los motores que dan impulso a la economía local, proveyendo de servicios y productos necesarios a la colectividad, ofreciendo campos de trabajo, y por ende optimizando el bienestar colectivo.

Por último, la identificación de las Mipymes determinará la pertinencia económica de la zona urbana del cantón. Si bien Bolívar es considerada 100% agrícola, también es importante reconocer hacia donde se origina las tendencias empresariales en la incubación de futuros negocios, ya que al entregar un informe objetivo e independiente, el emprendedor tendrá un mejor entendimiento en las ideas que este puede originar.

III. DESARROLLO

Se inició la investigación observando las empresas que se encontraban localizadas en la zona urbana del cantón Bolívar, de manera tal, que se pueda formar un criterio general y preliminar de la situación actual y de la organización que representan, para después verificar el cumplimiento de los requisitos básicos que deben de tener las Mipymes.

Después se realizó el levantamiento de la información, en un recorrido por todos los sectores urbanos del cantón para identificar los lugares en donde se consideraba, existían Mipymes, apreciando las condiciones en las que se encuentran y el sector comercial a los que pertenecen.

Para recoger información del objeto de estudio se utilizó la un formulario de encuesta, que fue diseñado según las recomendaciones que establece Hernández et al, (2009), y se selecciona un tamaño de muestra para su aplicación de alrededor de 263 locales que realizan diferentes actividades económicas en la zona urbana del cantón Bolívar; resaltando que el objeto de estudio estuvo bien definido. La encuesta fue de tipo cerrada (ver anexo 1), contemplando un grupo de aspectos que permitieron reconocer los negocios, además se estructuró en seis partes o variables, como son: organización, caracterización, forma empresarial, social, estructural/operativa, y financiamiento, atendiendo la homogenización de la información que se necesitó.

La aplicación de la herramienta se realizó de manera personalizada con cada uno de los encuestados, dando una explicación detallada de los objetivos de estudio y las posibles respuestas en cada ítem, además se utilizó la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CIIU), para categorizar y sub-categorizar en algunos de los casos las actividades comerciales en los negocios encuestados.

Posteriormente, se organizó al grupo del club de emprendedores de las ESPAM MFL para la realización de las encuestas, los cuales se los capacitó en el mapeo, lugares y días para la realización de estas, además se los

dividió en cinco grupos con un líder respectivamente, cada líder era el responsable en que las encuestas se las realice de forma normal y objetiva, asimismo se escogieron a dos estudiantes que junto a la delegada de la unidad de emprendimiento tabularon la información. En esta fase es donde se pudo identificar y clasificar a los negocios, por lo que se generó un breve diagnóstico de las condiciones en las que se encuentran.

Hay que destacar que esta investigación es netamente descriptiva de carácter informativo donde se analizó e identificó las mipymes del sector, mas no se comparó sus resultados con censos o estudios ya realizados a nivel nacional en ciudades y cantones.

IV. RESULTADOS

Los resultados de la presente investigación son presentados en gráficos para lograr una mejor interpretación de la información relevada, además los criterios utilizados en el análisis de cada gráfico representa el punto de vista del autor y su forma de generar conocimiento. A continuación se detalla parte de la encuesta:

4.1. NIVEL ORGANIZACIONAL

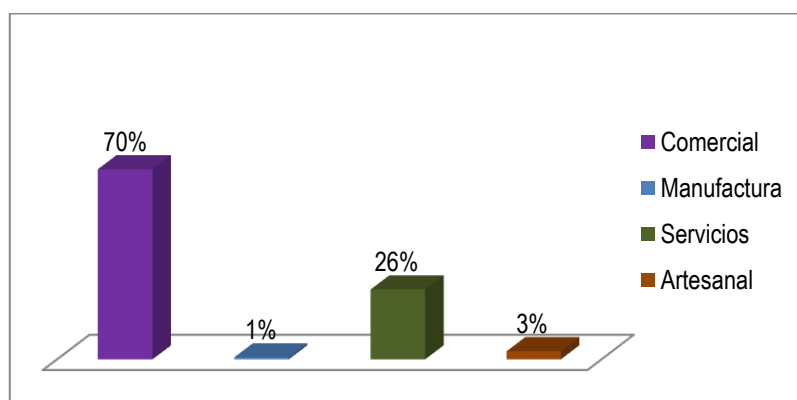


Gráfico 4.1 Tipo de actividad que desarrolla el negocio

Las actividades comerciales en ventas de bienes y productos agrícolas hacen de la zona urbana su mayor fortaleza, tal como se puede observar en el gráfico 1.1 de la totalidad de locales encuestados, el 70% de las actividades económicas del cantón se centraliza en actividades de índole comercial; el

26% corresponde a empresas de servicios; el 3% a actividades artesanales y un 1% se dedica a la manufactura. Además hay que señalar que el sector de servicios ofrece una gran oportunidad de generar ingresos, especialmente porque Bolívar cuenta con dos organizaciones Públicas quien por medio del portal público pueden ofrecer sus servicios.

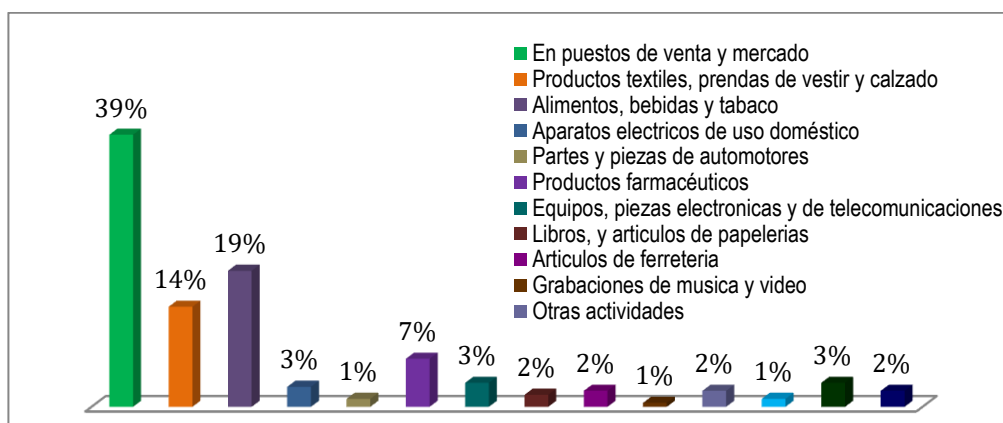


Gráfico 4.1.1 Actividades del tipo comercial

El gráfico 4.1.1 identifica las actividades comerciales encontradas de acuerdo a la lista estipulada en el CIIU en donde el 39% de estas incurren en la venta de diferentes productos en puestos de venta y mercado; el 19% de estos en la venta de alimentos, bebidas y tabaco en puestos especializados; el 14% de los locales comerciales se dedica a la venta de productos textiles, prendas de vestir y calzado; de igual forma encontramos que un 7% de la actividad comercial está dedicada a la venta de productos farmacéuticos; un 3% ofrece a la venta aparatos eléctricos de uso doméstico; al igual que un 3% a la venta de equipos, piezas electrónicas y telecomunicaciones; y otro 3% a la venta y mantenimiento de motocicletas.

De esta manera encontramos que cuatro actividades comerciales del cantón comparten un espacio del 2% en el sector comercial como son: venta de libros y artículos de papelería, artículos de ferretería, materiales agropecuarias y otras actividades; y que solo tres actividades comerciales como la venta de partes y piezas de automotores, venta de grabaciones de música y video y materiales de construcción tienen el 1% del poder del mercado.

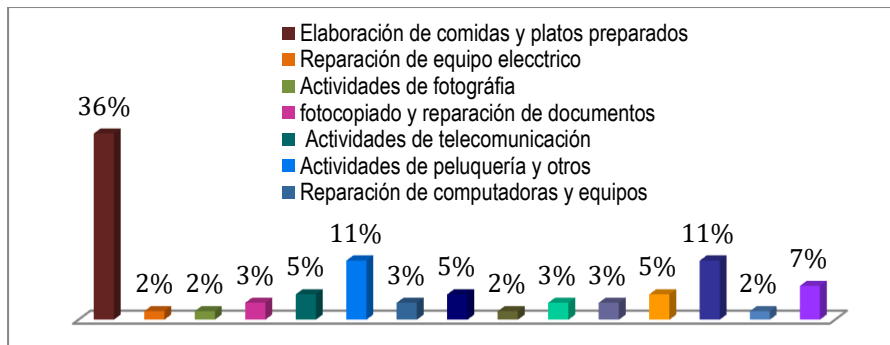


Gráfico 4.1.2 Actividades del tipo servicio

En el ámbito de las actividades económicas dedicadas a ofertar al público diversos servicios, tenemos que el 36% de estas se encuentran en el sector de la elaboración y preparación de comidas y platos preparados; el 11% brindan servicios de peluquería y otros, además de actividades de médicos y odontólogos; el 7% corresponden a actividades veterinarias; el 5% a las actividades de telecomunicación, elaboración de otros productos alimenticios, y actividades de alojamiento para estancias cortas; el servicio de fotocopiado, reparación de computadoras y equipos periféricos, reparación de calzado, artículos de cuero, mantenimiento, reparación de automotores se reflejan con una posesión del mercado del 3% cada una; un 2% ocupan los lugares dedicados a la reparación de equipos eléctricos; al igual que las actividades de servicio de fotografías, la reparación de otros bienes, enseres personales, pompas fúnebres y actividades conexas.

Esta brecha existente de la elaboración y preparación de platos de comidas es muy popular, no solo dentro de la zona urbana del cantón, sino también de la misma provincia, gracias a la buena gastronomía que ha sido reconocida a nivel nacional. Por lo que muchos de estos negocios son de tipo familiar que pasan de generación en generación y que muchas veces es el único sustento familiar.

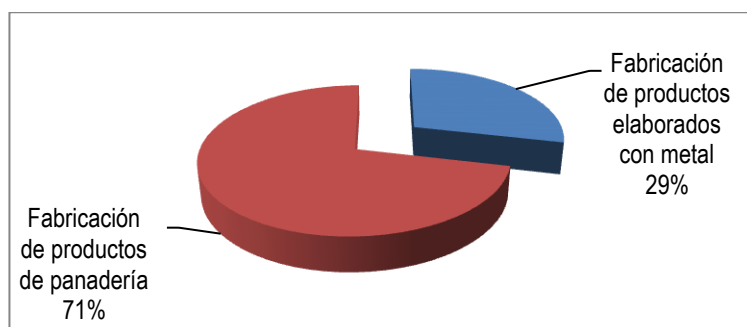


Gráfico 4.1.3 Actividades Artesanales

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta y como se indicaba anteriormente en la clasificación nacional de actividades económicas, en el área artesanal, la zona urbana del cantón Bolívar cuenta en su mayoría con artesanos dirigidos al sector panadero, con el 71% y el 29% a la fabricación de productos elaborados con metal, llámese a estos cerrajeros. Hay que señalar que quienes están en esta clasificación cuentan con el título de maestros artesanos.

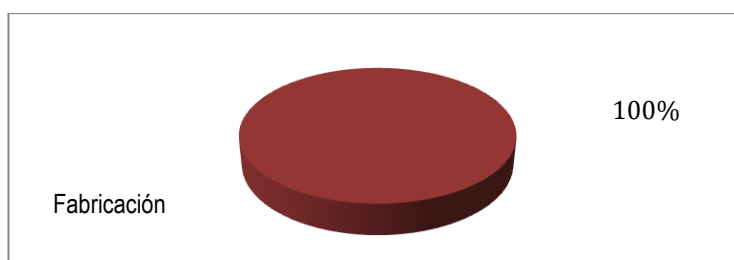


Gráfico 4.1.4 Actividades de Manufactura

Las actividades de manufactura que se encuentran en el cantón son exclusivas en la fabricación de prendas de vestir ocupando el 100% de los encuestados en esta área. En esta actividad manufacturera los encuestados manifestaron que el período de mayor actividad económica son los meses de abril y mayo donde dan comienzo a las clases escolares, además no se encontró personas que maquilen o sean terciarizadores para industrias en la confección de ropas.

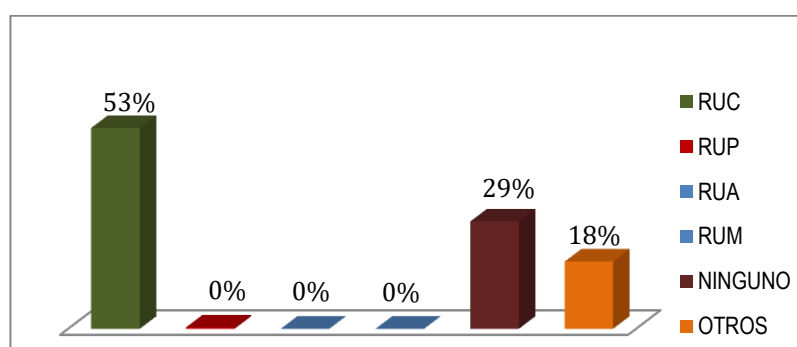


Gráfico 4.1.5 Tipos de registro

En el ámbito del tipo de registro que tienen las empresas que ejercen actividades económicas, se encontraron que el 53% de éstas cuentan con Registro Único de Contribuyentes; el 29% no tienen ningún tipo de registro o documento tributario; el 18% tienen otro tipo de registro como el RISE; en

referencia al Registro Único de Proveedores (RUP), Registro Único Ambiental (RUA) y el Registro Único de Mipymes (RUM), los valores están en 0%.

Estos resultados son muy preocupantes, ya que si bien un poco más del 50% tienen un tipo de registro para declarar sus actividades económicas el 29% no lo tienen, por lo que es importante que el SRI establezca un programa de socialización en la declaración de las actividades económicas del sector comercial.

Por otro lado, el hecho de que ninguno de los encuestados conozca de los beneficios en obtener otros tipos de registro como son el RUP, RUM y RUA, los hace dependiente en la forma y estilo mercantilista antepuesto por la sociedad rural de los pueblos y sus pocas ventajas competitivas.

4.2 EL CRITERIO DE CARACTERIZACIÓN

El criterio de caracterización va dirigido al reconocimiento de los negocios del cantón en base al número de empleados y las ventas anuales aproximadas, de forma tal nos señale cual de las micro, media y pequeñas empresas tienen mayor influencia en la zona:

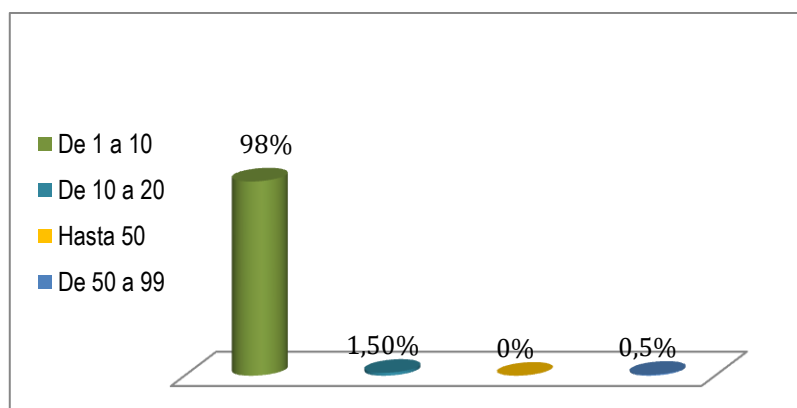


Gráfico 4.2.1 Empleados que laboran en la empresa

Tal como se observa en el gráfico 4.2.1, en la zona urbana del cantón Bolívar el 98% de las empresas tienen entre 1 a 10 trabajadores, identificándolas como microempresas, el 1,5% tiene entre 10 a 20 empleados, consideradas como talleres artesanales; y solo el 0,5% de acuerdo a la cantidad de empleados son pequeñas empresas. Quedando establecido que el predominio del movimiento económico y empresarial de Bolívar está en las

microempresas, de acuerdo a lo estipulado en la Superintendencia de Compañías en referencia a los números de personas que trabajan en las empresas.

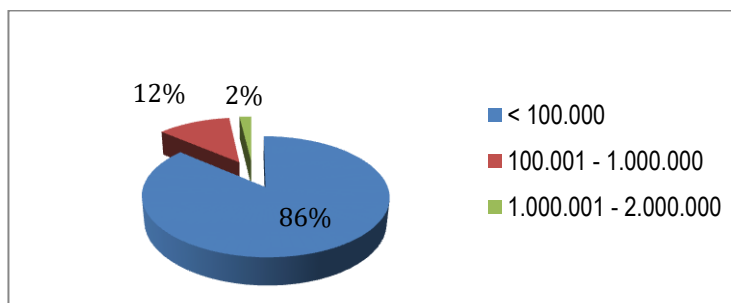


Gráfico 4.2.2 Ventas anuales aproximadas

Como se puede apreciar en el gráfico 4.2.2, el 86% de las ventas anuales aproximadas están por debajo de los \$100.000, el 12% registra ventas entre los \$100.001 y \$1000.000,; y el 2% cifras mayores al millón de dólares. Ahora bien, estos resultados aproximados además de identificar a las Mipymes arrojan una incongruencia en el porcentaje de las microempresas del cantón Bolívar.

El gráfico 4.2.1 evidenció que según el número de trabajadores el 98% de los negocios de la zona urbana del cantón Bolívar son microempresas, sin embargo según las ventas anuales y tal como se refleja en el gráfico 4.2.2 el 86% de ellos se consideraría microempresas.

Hay que señalar que el criterio de ventas está basado en la Clasificación de las PYMES, de acuerdo a la Normativa Implantada por la Comunidad Andina en su Resolución 1260 y la legislación interna vigente antepuesta por la Superintendencia de Compañías en el 2010.

Este resultado es una paradoja entre lo visto y lo que se expone, si bien la mayoría de los negocios de la zona urbana son microempresas, también es importante reconocer que las ventas no reflejan la realidad del status de vida llevado por los propietarios de los negocios, además de la calidad de estos. Esta forma de percepción está basada en el porcentaje del 12% y el 2%, donde nos indica que del universo total, es decir de los 263 locales, 32 de estos generan ventas de más de 100000 dólares y 5 de estos de más de un

millón de dólares, por lo que es importante reconocer si son negocios familiares o de cadenas corporativas.

4.3 CRITERIO EMPRESARIAL

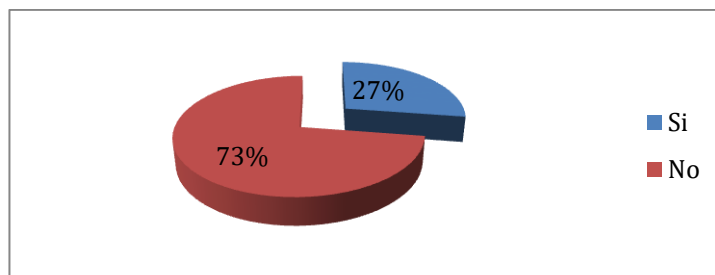


Gráfico 4.3 Plan de negocios

De la totalidad de locales encuestados, el 73% respondió que no cuentan con un plan de negocios como herramienta de apoyo; y el 27% manifestó que si tienen un plan de negocio. Esto muestra la gran necesidad que tienen las microempresas en ser dirigidos hacia emprendimientos que sean sostenible y sustentables, por lo que la necesidad de capacitar y enseñar a los propietarios la elaboración de planes de negocio juega un papel importante para la durabilidad de este.

4.4 ENTORNO SOCIAL

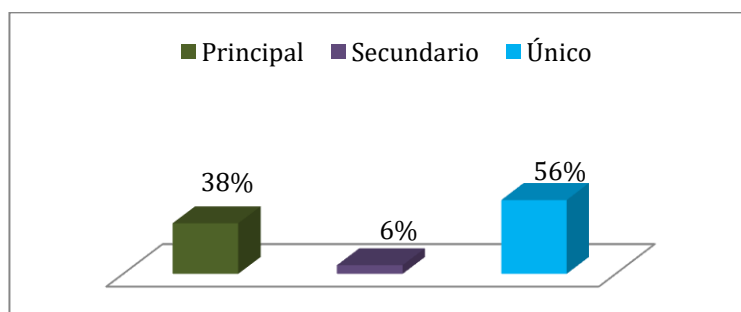


Gráfico 4.4.1 Grado de importancia de los ingresos en el negocio

El grado de importancia de los ingresos que tienen las Mipymes están dirigidos al destino que tienen sus ganancias tal como se muestra en el gráfico 4.4.1, el 56% de los propietarios tienen como único ingreso su negocio, es decir el generado por su actividad económica; el 38% respondieron que la entrada económica originada de la empresa es su fuente principal de ingresos más no la única y solo el 6% considera como ingreso secundario el generado por la empresa.

Estos resultados deja en claro la realidad de las microempresas en función a sus ingresos, ya que para muchos de estos microempresarios su condición de vida depende únicamente en el comportamiento de la oferta y la demanda reflejada a nivel local. Es así que según lo observado, son en las ferias donde existe mayor influencia de personas. Estas ferias se dan todos los sábados, donde la mayoría de la población rural y de acuerdo a sus necesidades realizan sus compras de bienes y servicios.

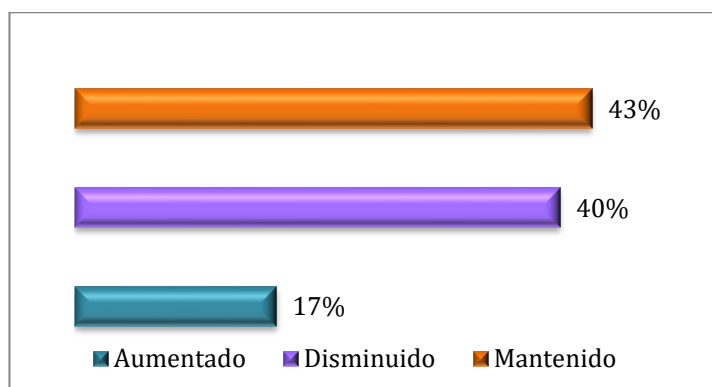


Gráfico 4.4.2 Grado de importancia de los ingresos en el negocio

De la totalidad de encuestados, el 43% afirmó que en relación al año anterior sus ventas se han mantenido; sin embargo el 40% ha tenido una disminución considerable; y solo el 17% de las empresas han incrementado su volumen de ventas.

Estos resultados son productos de la situación económica que atraviesa el país, ya que si bien el 43% de sus ventas se han mantenido, la inflación reflejada en el alza en productos y servicios de primera necesidad, educación, transporte, entre otros tienden a aumentar cada año.

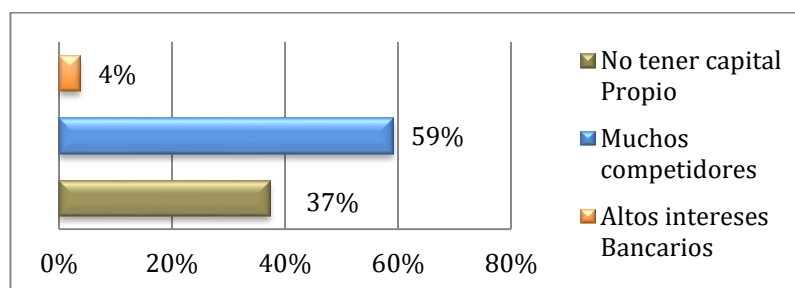


Gráfico 4.4.3 Obstaculo del crecimiento de las Mipymes

Como se apreció en la gráfica anterior, el 40% de los locales encuestados han tenido una disminución en sus ventas; por lo que el 59% de este porcentaje de empresas, manifestaron que la reducción se debe a que existen muchos competidores en la zona; el 37% respondieron en cambio que la razón son los altos interés bancarios; y finalmente el 4% restante manifestó que el problema radica en no tener un capital propio.

4.5 ESTRUCTURAL / OPERATIVA

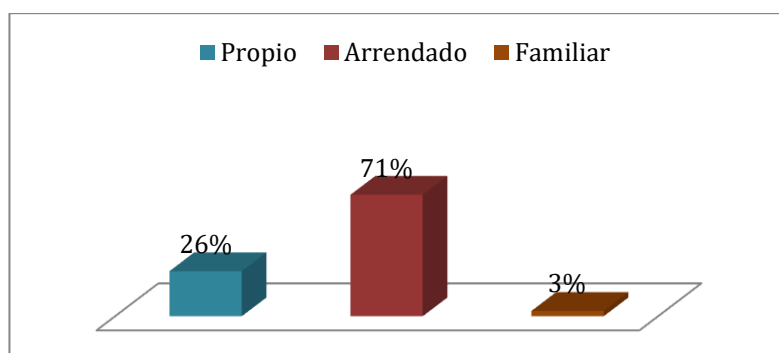


Gráfico 4.5.1 Locales comerciales

En el gráfico 4.5.1, se puede apreciar que el 71% de los locales comerciales funcionan en espacios arrendados; el 26% cuentan con locales propios; y el 3% trabajan en espacios familiares. Es importante reconocer la brecha que se abre a partir del pago de las rentas como parte de la logística de los microempresarios, ya que juega un papel importante, convirtiéndose en cifras claves que influyen en la actividad económica de la zona y la circulación del dinero.

4.6 FINANCIAMIENTO

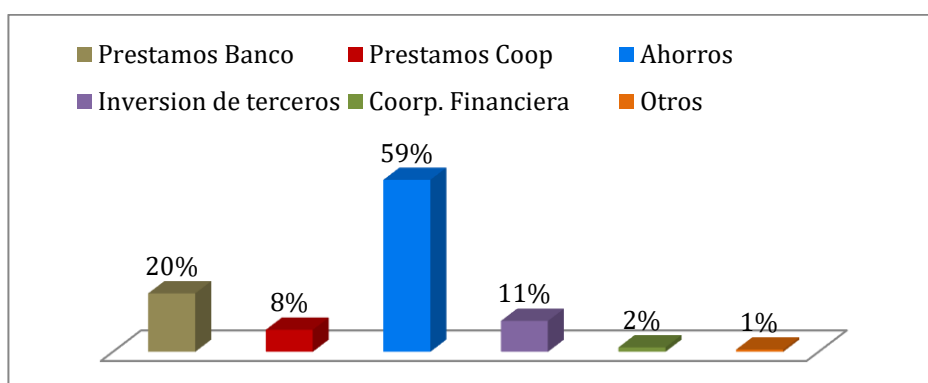


Gráfico 4.6.1 Financiamiento del negocio

El financiamiento obtenido por las empresas al iniciar sus negocios, tal como se aprecia en el gráfico 4.6.1, está distribuido de la siguiente manera: el 59% lo hizo con ahorros es decir capital propio; el 20% se financió con préstamos a bancos; el 11% lo realizó a través de inversión de terceros; un 8% de los encuestados se financió a través de cooperativas de ahorro y crédito; el 2% lo efectuó por medio de la Corporación financiera; y el 1% restante lo hizo a través de otros medios, llámese a estos medios prestamistas de altos intereses.

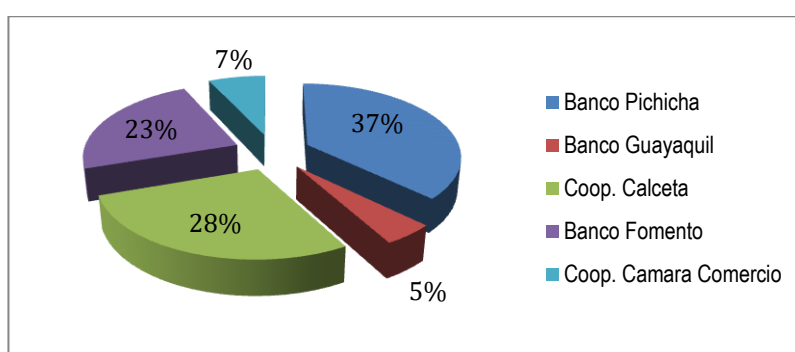


Gráfico 4.6.2 Institución financieras

Como se puede observar en la gráfica 4.6.2, el 37% de los empresarios con créditos financieros tienen al Banco del Pichincha como su filial crediticia; el 28% mantiene deuda con la Cooperativa Calceta; el 23% de estos cuentan con crédito en el Banco Nacional de Fomento; el 7% de los encuestados registran su crédito en la Banco Guayaquil; y solo el 5% en la Cooperativa Cámara de Comercio, identificando así que las personas acuden en un mayor porcentaje a la banca privada como alternativa para acceder a créditos ya sea para iniciar o mejorar sus negocios.

V. CONCLUSIÓN

Las actividades económicas de la zona urbana del cantón Bolívar son netamente comerciales la cual se ve reflejado en la incurrencias de las ventas de diferentes productos, puestos en el mercado y del sector de la elaboración y preparación de comidas, si bien algunos de estos negocios tienen RUC para la declaración de sus impuestos, existen muchos todavía que no poseen

de ningún tipo de registro que avale sus actividades económicas. Además la mayoría de estos negocios se caracterizan como microempresas siendo la parte más activa que genera bienes y servicios, y cuyos ingresos son el sustento intrafamiliar. Si bien este es un aspecto propio de las mipymes la inversión de estos en la mayoría de los casos procede de los ahorros o el capital propio concedido por el grupo familiar.

Estos resultados no se alejan de la realidad nacional y concuerda con los datos expuestos en los censos nacionales de nivel económico dados a nivel macro en las diferentes partes del Ecuador. Además queda constituido que las microempresas son el motor de la zona urbana del cantón Bolívar y su influencia está respaldada en la generación de empleos y en el compromiso de crear sociedades dispuestas a crear un valor tangible y rentable.

BIBLIOGRAFÍA

SRI (Servicio de Rentas Internas) 2009, página web oficial, Mipymes.

Valle, L. 2014. El papel de las Pymes a nivel mundial. (en línea) consultado 07 de agosto 2015. Disponible <https://prezi.com/l2epbh0x-qi2/el-papel-de-las-pymes-a-nivel-mundial/>

INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) 2010. Resultados Censo Nacional Económico.

Barrera, M. 2001, Situación y Desempeño de las PYMES de Ecuador en el Mercado Internacional.

Hernández, J. 2009, Estadística Descriptiva.

CAN (Comunidad Andina de Naciones) 2011. Resolución 1260, Clasificación de las PYMES.

Anexo 1



ENCUESTA PARA CARACTERIZAR LAS MIPYMES DEL CANTÓN BOLÍVAR COORDINACIÓN DE EMPRENIMIENTO ESPAM MFL - 2015

Empresa u organismo:

Dirección:

| ORGANIZACIÓN | | CARACTERIZACIÓN | |
|---|---|---|---|
| <p>1) ¿Cuál es tipo de actividad que desarrolla su negocio?</p> <p>1.1 Comercial: <input type="text"/></p> <p>1.2 Manufactura: <input type="text"/></p> <p>1.3 Servicios <input type="text"/></p> <p>1.4 Artesanal <input type="text"/></p> | <p>2) ¿Cuantos años lleva funcionando su empresa?</p> <p>2.1 De 1 a 2 <input type="checkbox"/> (Pre-incubación)</p> <p>2.2 De 3 a 5 <input type="checkbox"/> (Incubadora)</p> <p>2.3 Mas de 5 <input type="checkbox"/> (Desarrollada)</p> | <p>5) ¿Cuantos empleados laboran en su empresa?</p> <p>5.1 De 1 a 10 <input type="checkbox"/> (microempresa)</p> <p>5.2 De 10 a 20 <input type="checkbox"/> (Talleres Artesanales)</p> <p>5.3 Hasta 50 <input type="checkbox"/> (Pequeña empresa)</p> <p>5.4 De 50 a 99 <input type="checkbox"/> (Mediana empresa)</p> | <p>7) ¿Cuales son las ventas anuales aproximadas que genera su negocio?</p> <p>7.1 (< 100.000) <input type="checkbox"/> (microempresa)</p> <p>7.2 (100.001 - 1.000.000) <input type="checkbox"/> (Talleres artesanales)</p> <p>7.3 (1.000.001 - 2.000.000) <input type="checkbox"/> (Pequeña empresa)</p> |
| <p>3) Su empresa es:</p> <p>3.1 Unipersonal <input type="checkbox"/></p> <p>3.2 Familiar <input type="checkbox"/></p> <p>3.3 Sociedad Anónima <input type="checkbox"/></p> <p>3.4 Derecho Societario <input type="checkbox"/></p> | <p>4) ¿Con que tipo de registro cuenta?</p> <p>4.1 RUC <input type="checkbox"/></p> <p>4.2 RUP <input type="checkbox"/></p> <p>4.3 RUA <input type="checkbox"/></p> <p>4.4 RUM <input type="checkbox"/></p> <p>4.5 NINGUNO <input type="checkbox"/></p> <p>4.6 OTROS <input type="text"/></p> | <p>6) ¿Cuál es la cantidad de hombres y mujeres que laboran en su negocio?</p> <p>6.1 Hombres <input type="text"/></p> <p>6.2 Mujeres <input type="text"/></p> | <p>EMPRESARIAL</p> <p>8a) ¿Su empresa cuenta con un Plan de Negocios? 8b) ¿Su empresa cuenta con un Plan Estratégico?</p> <p>8.1 Si <input type="checkbox"/> 8.1 Si <input type="checkbox"/></p> <p>8.2 No <input type="checkbox"/> 8.2 No <input type="checkbox"/></p> |
| SOCIAL | | FINANCIAMIENTO | |
| <p>9) ¿Cuál es el grado de importancia que tiene los ingresos que genera su negocio?</p> <p>9.1 Principal <input type="checkbox"/> (es el que genera más ingresos que otros que tenga)</p> <p>9.2 Secundario <input type="checkbox"/> (es el segundo ingreso importante que tiene)</p> <p>9.3 Único <input type="checkbox"/> (es el único ingreso que tiene)</p> | <p>12) ¿Cual es su nivel de estudios?</p> <p>12.1 Ninguno <input type="checkbox"/></p> <p>12.2 Primario <input type="checkbox"/></p> <p>12.3 Secundario <input type="checkbox"/></p> <p>12.4 Superior <input type="checkbox"/></p> | <p>13) ¿Ha recibido cursos de capacitación?</p> <p>13.1 Sí <input type="checkbox"/></p> <p>13.2 No <input type="checkbox"/></p> <p>13.a ¿hace cuanto tiempo? <input type="text"/></p> | <p>18) ¿Al iniciar su negocio el financiamiento lo obtuvo por?:</p> <p>18.2 Ahorros (capital propio) <input type="checkbox"/></p> <p>18.1 Préstamos <input type="checkbox"/></p> <p>18.1.1 Bancos <input type="checkbox"/></p> <p>18.1.2 Cooperativas <input type="checkbox"/></p> <p>18.3 Inversión de terceros <input type="checkbox"/></p> <p>18.4 Coop. Financiera <input type="checkbox"/></p> <p>18.5 Otros <input type="text"/></p> |
| <p>10) ¿En relación al año anterior sus ventas han?:</p> <p>10.1 Aumentado <input type="checkbox"/> 10.2 Disminuido <input type="checkbox"/></p> <p>10.3 Mantenido <input type="checkbox"/> <small>SI SU RESPUESTA ES 10.2 AVANCE A PREGUNTA 11; CASO CONTRARIO SALTE A LA 12</small></p> | <p>ESTRUCTURAL /OPERATIVA</p> <p>14) ¿El local en donde funciona su negocio es?:</p> <p>14.1 Propio <input type="checkbox"/> 14.2 Arrendado <input type="checkbox"/> 14.3 Familiar <input type="checkbox"/></p> | | <p>19) ¿Actualmente usted tiene un crédito?</p> <p>19.1 Si <input type="checkbox"/> 19.2 No <input type="checkbox"/></p> <p><small>SI SU RESPUESTA ES 19.1 AVANCE A PREGUNTA 20</small></p> |
| <p>11) ¿Cuál es mayor obstáculo que tiene para crecer?</p> <p>11.1 No tener Capital fijo <input type="checkbox"/></p> <p>11.2 Muchos competidores <input type="checkbox"/></p> <p>11.3 Altos intereses bancarios <input type="checkbox"/></p> | <p><small>PREGUNTA EXCLUSIVA PARA QUIENES LAS RESPUESTAS 5 Y 7 HAYAN SIDO PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA</small></p> <p>15) ¿Su negocio cuenta con equipos informáticos?</p> <p>15.1 Si <input type="checkbox"/> 15.2 No <input type="checkbox"/></p> <p><small>SI SU RESPUESTA ES 15.1 AVANCE A PREGUNTA 16; CASO CONTRARIO SALTE A LA 18</small></p> | | <p>17) ¿Cuenta con acceso a internet?</p> <p>17.1 No <input type="checkbox"/></p> <p>17.2 Sí <input type="checkbox"/></p> |
| <p>20) ¿Cuál es el Banco/Coop. en donde tiene su crédito?</p> <p><input type="text"/></p> | | <p>21) ¿Cuál es la tasa de interes anual de su crédito?</p> <p><input type="text"/></p> | |
| <p>22) ¿Cuál es el plazo de su crédito?</p> <p><input type="text"/></p> | | | |