

Observatorio socio económico
Situación de las Microempresas en Huaycán

ASPEM – ADEC-ATC

30/12/2010

Eco. Julio H. Gamero Requena

Índice temático

- Presentación
- Propuesta metodológica para la implementación del observatorio socio económico de Huaycán
- Resultados de la encuesta aplicada a Mypes de Huaycán
 - Características generales
 - La condición de género
 - Crisis económica e impacto en las mypes
 - Conductores de las Mypes: por condición de pobreza
 - Competitividad y acuerdos de libre comercio
 - Percepción de la Asociatividad
 - La Institucionalidad pública
 - Manejo ambiental
 - Conclusiones
 - Anexos

Índice de Gráficos

1. Distribución de las Mypes por actividad económica (%)
2. Número de trabajadores en las Mypes por actividad económica
3. Trabajadores remunerados y no remunerados en las Mypes, por actividad económica
4. Trabajadores remunerados y no remunerados en las Mypes, por sexo
5. Participación del empleo en las mypes, por condición de género y actividad económica
6. Distribución de las Mypes por nivel de ventas (nuevos soles)
7. Mypes: monto invertido en la producción, por actividad económica (nuevos soles)
8. Mypes: Porcentaje de sus ventas destinada a mercados locales
9. Mypes: Nivel de ventas y mercado de destino
10. Rentabilidad de ventas (ganancias/ ventas) de las Mypes, por actividad económica
11. Rentabilidad de Mypes por nivel de ventas
12. Participación de hombres y mujeres como conductores de las Mypes, por actividad económica
13. Participación de hombres y mujeres como conductores de las Mypes, por nivel de ventas
14. Distribución de los conductores de microempresa, por condición de género, en situación de pobreza
15. Mypes: Variación % (2009/ 2008) en ingresos, gastos y número de trabajadores
16. Distribución de los conductores de Mypes por condición de pobreza (NBI)
17. Distribución de los conductores de Mypes por condición de pobreza (NBI), por actividad económica
18. Limitaciones que afectan desempeño de la Mype
19. Percepción de los precios de productos importados, por actividad económica
20. ¿Qué porcentaje es más alto el precio de los productos importados?
21. ¿Qué porcentaje es más bajo el precio de los productos importados?
22. Percepción de la calidad de los productos importados, por actividad económica
23. Percepción de los conductores de Mypes del TLC Perú - EEUU
24. Oportunidades y amenazas percibidas por los conductores de las Mypes
25. Conductores de las Mypes, experiencia de asociatividad por actividad económica
26. Identificación de la experiencia asociativa, por actividad económica
27. Conductores de las Mypes, razones de la no asociatividad
28. ¿Registrado en REMYPE?

29. ¿Conoce la Ley Mype?
30. Referencias al contenido de la Ley Mype
31. Ventajas percibidas de la Ley Mype
32. Participación en programas de apoyo a las Mypes
33. Identificación del programa de apoyo a la mype en que han participado
34. Tipo de Capacitación recibida por las Mypes, por actividad económica
35. Tipo de Asistencia Técnica recibida por las Mypes, por actividad económica
36. Mypes: generación de residuos sólidos o desechos, por actividad económica
37. Mypes: ingreso adicional por residuos sólidos o desechos generados, por actividad económica

Presentación

Como parte de las actividades del proyecto liderado por ASPEM y ADEC – ATC, *Huaycán hacia el Emprendimiento*, concentrado en la promoción de las Mypes de Huaycán, se tiene previsto la operación de un Observatorio socio económico con el objetivo de incorporar, en forma sistemática, el seguimiento al desenvolvimiento económico de las microempresas de transformación de dicha comunidad. Ello permite, igualmente, tomar conocimiento de la dinámica de ingresos y empleo.

Una herramienta básica para dicho propósito era la aplicación de una encuesta a las microempresas de Huaycán. Ello se concretó en setiembre de 2010. El presente documento da cuenta de la metodología empleada para el levantamiento de dicha encuesta y de los resultados y análisis de las respuestas de los conductores de las Mypes.

Este es un primer esfuerzo, que da cuenta del estado de las Mypes, de las percepciones de sus conductores, de la participación de las mujeres y de la presencia de la institucionalidad estatal promotora de las microempresas en dicha comunidad.

Se tiene previsto una nueva aplicación de esta encuesta en setiembre de 2011. Ello permitirá un contraste con la medición inicial, facilitando el seguimiento a los avances del proyecto y a la evolución de la situación de los microempresarios.

Esta iniciativa es, también, una herramienta a disposición de los microempresarios de Huaycán, en dos direcciones. La primera, como un medio que identificando problemas en el entorno y en la gestión les permita afrontarlos y mejorar el desempeño de sus negocios. Segundo, los resultados de la encuesta constituyen un medio para entablar un diálogo con las autoridades locales y sectoriales con el objeto de afinar el diseño de los programas hacia las Mypes y de acercar los programas estatales a la comunidad de Huaycán.

Se agradece a los microempresarios y microempresarias por su apoyo a la realización de la encuesta.

Propuesta metodológica para la implementación del observatorio socio económico de Huaycán

1. OBJETIVOS DEL OBSERVATORIO

a. Objetivo general

Analizar el comportamiento y el impacto de la actividad económica de las unidades económicas de Huaycán en la vida de las personas; especialmente de las y los conductores de unidades productivas, a partir de la evolución de las principales variables vinculadas con la economía, ingresos, precios.

b. Objetivos específicos

- Generar información primaria de las variables de interés del observatorio (economía, ingresos, perspectivas) en la comunidad de Huaycán.
- Analizar la información primaria generada con el funcionamiento del observatorio.

2. ÁMBITO DEL OBSERVATORIO

El ámbito de cobertura del observatorio comprenderá la comunidad de Huaycán ubicada en el distrito de Ate en la provincia y región de Lima.

3. DIMENSIONES DEL OBSERVATORIO

Concentrado en el análisis de la dimensión económica de las unidades económicas de la localidad lo que facilitará la recolección, también, información básica del conductor de la unidad económica: edad, sexo, nivel educativo.

En el siguiente cuadro, se presenta las variables e indicadores que se trabajarán en la dimensión económica.

Variables e indicadores de la dimensión económica

- a) Datos generales de las unidades económicas encuestadas
 - i. Es personal natural o persona jurídica
 - ii. En caso sea persona jurídica, indicar la forma de constitución de la empresa: EIRL, SRL, SAC, SA.
 - iii. Denominación o Razón social

- iv. Nombre del entrevistado
- v. Número de RUC
- vi. Dirección del establecimiento
- vii. Teléfono de contacto
- viii. Correo electrónico
- ix. Año de inicio de sus actividades

Información sobre los canales de distribución de los productos vendidos por las unidades económicas:

- Indicar si vende en el mercado interno y/o exporta. Indicar el porcentaje de ellas, en valor o en unidades
- Especificar cuál de las siguientes actividades realiza la empresa: 1) vende a consumidores directos, 2) vende a minoristas (tiendas, almacenes, supermercados, boutiques, entre otros que venden directamente a los consumidores y 3) vende a mayoristas
- Nombre, denominación o Razón social de los principales (05) clientes a los que las empresas venden el producto (sólo en caso de que se venda a minoristas y/o mayoristas)

b) Características de los productos que las unidades económicas encuestadas elaboran

- i. Principal materia prima usada para la fabricación de los productos terminados. En el caso de las bodegas, la pregunta se orientará a los principales productos con los que se abastece
- ii. Características del proceso productivo (si es intensivo en mano de obra, maquinaria con la que cuentan las empresas)

c) Información anual sobre los principales indicadores económicos registrados por cada una de las unidades económicas encuestadas para el periodo 2008 – 2009

- i. Volumen total de la producción
- ii. Capacidad instalada para la producción
- iii. Valor total de las ventas (se distingue mercado interno de exportaciones)
- iv. Principales categorías de los productos vendidos en el mercado interno (en porcentaje del total)
- v. Nivel de empleo (promedio de trabajadores empleados al final de cada periodo, distinguiendo asalariados de TFNR)
- vi. Remuneración promedio mensual
- vii. Utilidad neta anual

d) Información general sobre el desempeño económico de las empresas durante los primeros meses de 2010

- i. Considera que este año finalizará con un mayor volumen de ventas que el año pasado

- ii. Los precios de venta de sus productos se han incrementado, mantenido o reducido en el presente año en comparación con el año anterior. Especificar el porcentaje aproximado de reducción o incremento
- iii. En caso los precios hayan variado señalar la principal causa de ello: 1) variación en los costos de los insumos, 2) variación en la calidad de los productos, 3) otras (precisar)

e) Perspectivas económicas de las unidades económicas en el mediano plazo

- i. Principales factores que la unidad económica considera que afectan su desempeño económico. Algunas alternativas:
 - a. Falta de financiamiento
 - b. Disminución de la demanda
 - c. Presencia de mercadería importada
 - d. Falta de programas de apoyo
 - e. Falta de maquinaria y equipo nuevo
 - f. Escasez de mano de obra
- ii. Percepción general de los productos importados
 - a. Indique de qué país proviene la mayor parte de los productos importados con los que compite
 - b. Percepción de los precios (se ubican por encima, debajo o a niveles similares a los suyos)
 - c. Percepción de la calidad de los productos importados (mejor, igual o de peor calidad que sus productos)
- iii. Perspectivas de los efectos que van a tener los TLC
 - a. Dichos tratados va a incrementar, reducir o no va a generar ningún cambio en su negocio

4. PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO

4.1. Enfoque

Dada la naturaleza de las variables e indicadores a monitorear, el enfoque metodológico del observatorio deberá basarse en el empleo de metodologías y técnicas cuantitativas ya que éstas permiten recoger datos objetivos relativos a las variables de interés a partir de un determinado grupo de unidades económicas.

4.2. Métodos de análisis

Tomando en cuenta las características propuestas para el observatorio, se plantea emplear los siguientes métodos de análisis:

a. Análisis estadístico descriptivo

El análisis estadístico descriptivo consiste en la estimación y presentación de los valores de los indicadores acotados en el punto 3.

b. Análisis multivariado

Los métodos de análisis multivariado son aquellos en los que se analiza la relación entre varias variables independientes y al menos una dependiente. Se propone la utilización de alguna técnica de regresión que indague sobre la causalidad entre los indicadores planteados.

4.3. Informantes

Para la construcción de los indicadores planteados se propone que la fuente de información sea la unidad económica, teniendo como informante al conductor de la misma

4.4. Técnicas

La técnica que se propone para el recojo y procesamiento de la información es la encuesta.

La encuesta tiene como objetivo recoger información rápida y representativa de una población numerosa según las características que se deseen analizar. En el marco del observatorio, la unidad de análisis para la encuesta serán las unidades económicas presentes en la comunidad de Huaycán.

La encuesta propuesta deberá proporcionar información representativa a nivel toda la comunidad de Huaycán. En ese sentido, la encuesta deberá emplear un diseño muestral del tipo probabilístico el cual considerará como marco muestral al conjunto de hogares residentes de la comunidad.

Se encuestará a una muestra de 190 mypes (nivel de confianza del 95% y un error muestral de +/- 7.1)

4.5. Elaboración del instrumento

El instrumento a elaborar es el formato de la encuesta. En base a los criterios y variables señalados en el punto 3 se presentará una propuesta de ella en una reunión conjunta entre el equipo consultor y las instituciones solicitantes.

Resultados de la Encuesta aplicada a las Mypes de Huaycán

Características generales

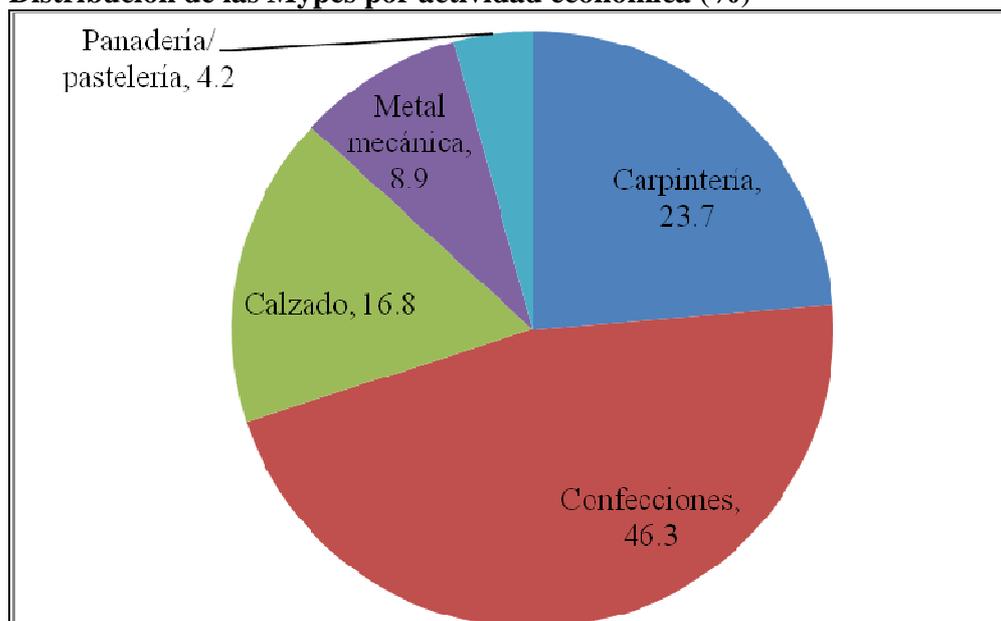
La muestra encuestada de microempresas de producción, en Huaycán durante setiembre del 2010, incluyó a un número de 190, distribuidas en 5 ramas de producción.

De ellas, un 46,3% se encuentran localizadas en la actividad de la industria de confecciones. Le sigue la carpintería, con una participación del 23,7%, la industria del calzado con un 16,8%, la metal mecánica con el 8,9% y la actividad de panadería/pastelería con el 4,2% (ver Gráfico 1).

Salvo las Mypes que están en la actividad de la metal mecánica, en su mayoría se encuentran localizadas en la industria de bienes de consumo.

Gráfico 1

Distribución de las Mypes por actividad económica (%)



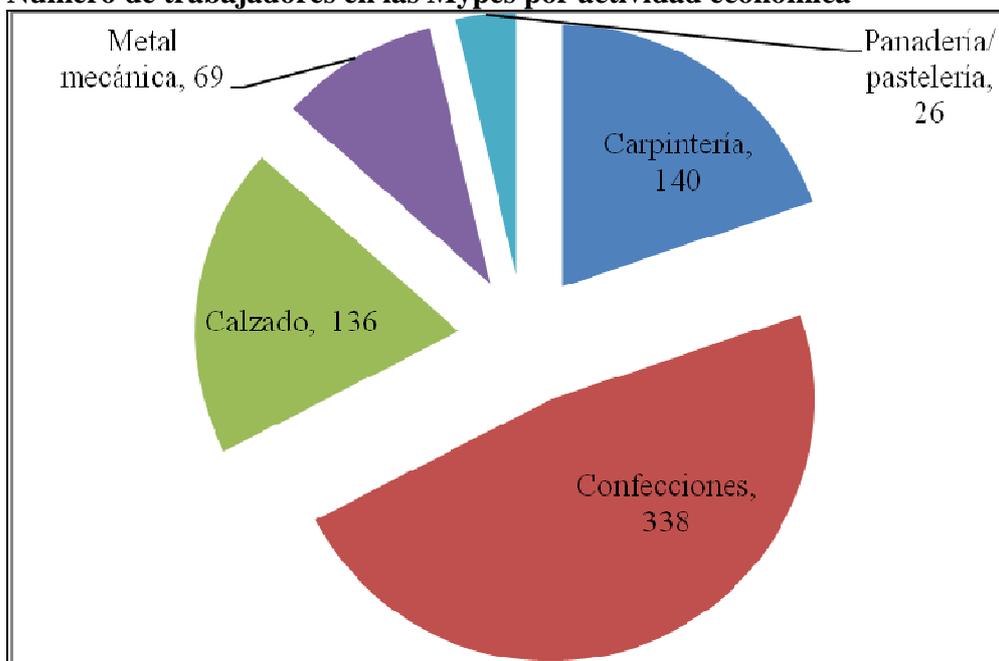
Fuente: ASPeM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010

Elaboración: Propia

En consonancia con la mayor presencia de la industria de confecciones en la muestra encuestada, el número de trabajadores de dicho sector ha sido el más elevado (338 trabajadores remunerados y no remunerados).

Le sigue la industria de carpintería, con una participación de 140 trabajadores, el sector de calzado con 136, el de la metal mecánica con 69 y la actividad de panadería/ pastelería con 26 trabajadores (ver Gráfico 2).

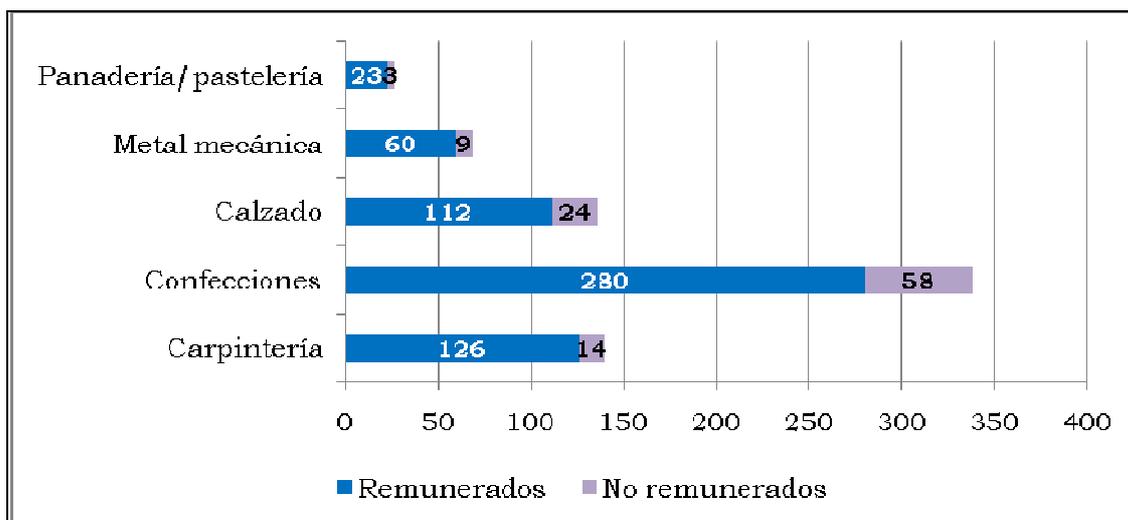
Gráfico 2
Número de trabajadores en las Mypes por actividad económica



Fuente: ASPEM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010
Elaboración: Propia

Si bien el sector de la industria de confecciones cuenta con el mayor número de trabajadores, es también donde se concentran el número más elevado de trabajadores no remunerados (58), que llegan a ser como el 17% del total de su fuerza laboral.

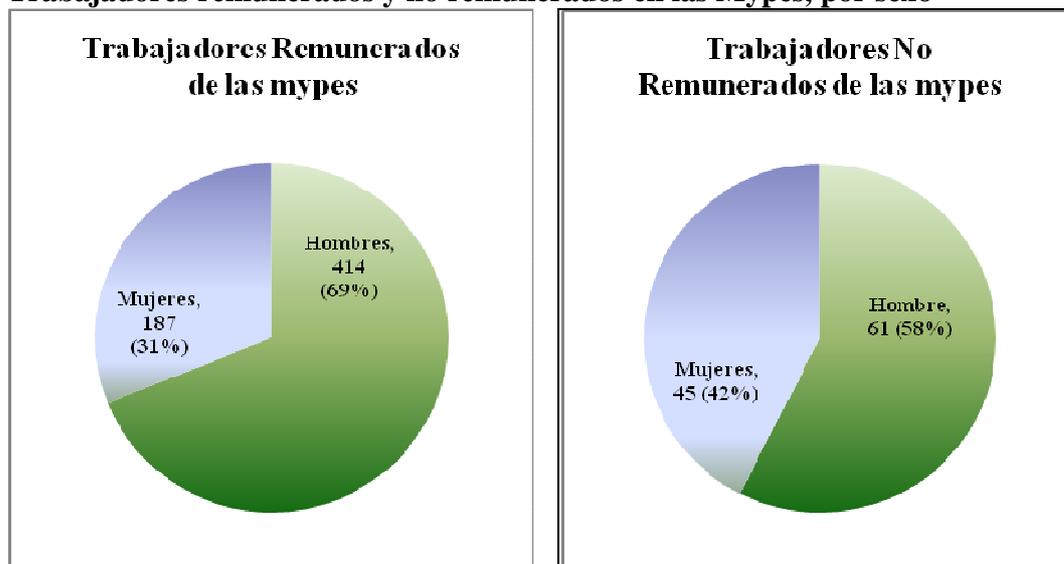
Gráfico 3
Trabajadores remunerados y no remunerados en las Mypes, por actividad económica



Fuente: ASPEM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010
 Elaboración: Propia

Las actividades de calzado y carpintería cuentan, igualmente, con trabajo no remunerado en porcentajes superiores al 10% del empleo identificado.

Gráfico 4
Trabajadores remunerados y no remunerados en las Mypes, por sexo



Fuente: ASPEM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010
 Elaboración: Propia

Una expresión de la precariedad y de la pobreza, en general, es la presencia de trabajo familiar no remunerado en las microempresas. Si estas no quiebran o se mantienen en condiciones de vulnerabilidad es porque apelan a la “descapitalización” de la mano de obra, al no asignarles una retribución económica. Es el trabajo no pagado el que permite la continuidad de labores de la microempresa.

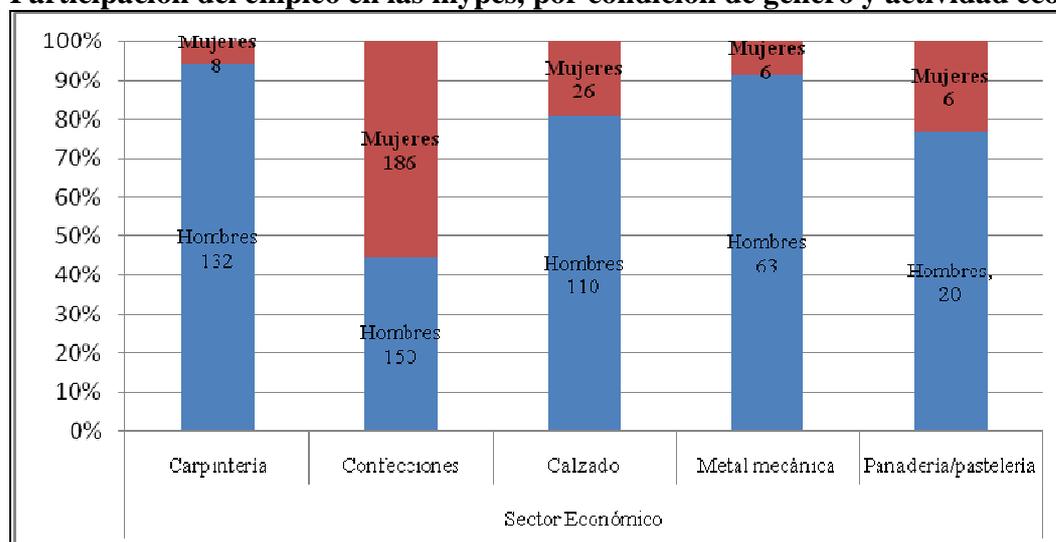
Si se distingue la distribución de hombres y mujeres en las categorías de trabajadores remunerados y no remunerados (ver Gráfico 4), se encuentra que hay una mayor participación de las mujeres bajo condición de no remuneradas, 42%, que en la de remuneradas, 31%. Ello significa que en este segmento de empresas hay una mayor presencia de trabajo no pagado de las mujeres, particularmente en el sector de confecciones.

De otro lado, en términos de la participación de trabajo femenino en las actividades económicas donde tienen presencia las mypes de Huaycán, destaca el sector de confecciones (ver Gráfico 5). En este, más de la mitad de todo el empleo –remunerado y no remunerado- corresponde a personal femenino (186 trabajadores) frente a un menor número de varones (150).

Más aún, la magnitud del trabajo femenino del sector confecciones conlleva a que acabe representando el 80% de todo el empleo femenino encontrado en estos 5 sectores de microempresas.

Por su parte, en el sector del calzado se encuentra el segundo total de presencia femenina (26), explicando casi el 20% del empleo de todo su sector. En términos porcentuales, si bien en el sector de panadería- pastelería se contabiliza un 23% de empleo femenino, en cifras absolutas es un número de 6.

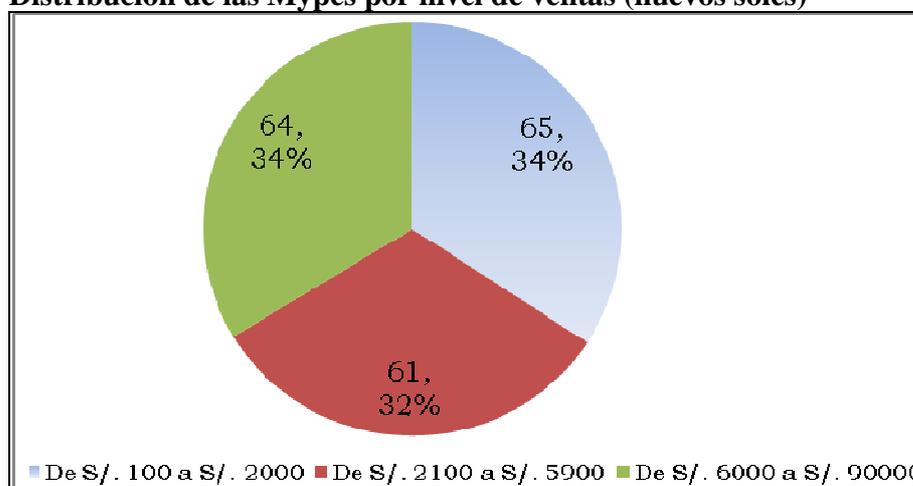
Gráfico 5
Participación del empleo en las mypes, por condición de género y actividad económica



Fuente: ASPPEM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010
Elaboración: Propia

Si se quiere presentar la distribución de las Mypes en función a sus niveles de ventas señalado, la encuesta encuentra, prácticamente, una repartición de a tercios. En el tramo de bajos y “altos” ingresos por ventas, se encuentra un 34% de la presencia de Mypes, respectivamente.

Gráfico 6
Distribución de las Mypes por nivel de ventas (nuevos soles)



Fuente: ASPEM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010

Elaboración: Propia

En el tramo mediano, por su parte, se ha encontrado al 32% de las Mypes encuestadas (ver Gráfico 6).

En relación con el monto invertido en la producción por trabajador¹, distinguiendo la actividad económica, se encuentra que el sector de la panadería/ pastelería acaba registrando la inversión más elevada por dicho concepto.

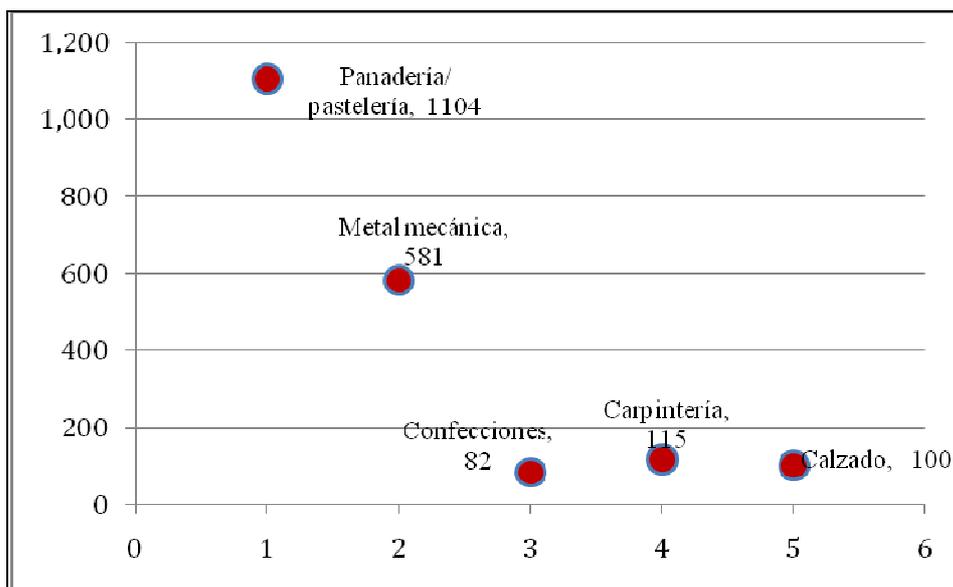
Le sigue la actividad de la metal mecánica (ver Gráfico 7) y, con menos dispersión, se encuentra el monto invertido por trabajador en confecciones, carpintería y calzado.

Dicho indicador sería un proxy de la relación capital/ trabajo y debiera ser un referente de la productividad del trabajo en los sectores respectivos. Se esperaría, igualmente, una relación positiva con el nivel de ventas de la mype.

No obstante, en el caso de la rama de panadería/ pastelería, por ejemplo, habría que tener claridad sobre su nivel de capacidad instalada ociosa ya que está registrando un nivel de inversión superior al del sector de la metal mecánica, del cual se hubiera esperado que liderara este indicador. Es decir, podría haberse incurrido en una “sobre inversión” en el sector de panadería y, ello, al final acabaría afectando la viabilidad de las Mypes del sector.

Gráfico 7
Mypes: monto invertido en la producción, por actividad económica (nuevos soles)

¹ Cifra obtenida de dividir el monto declarado invertido en la producción con el total de trabajadores



Fuente: ASPEM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010
 Elaboración: Propia

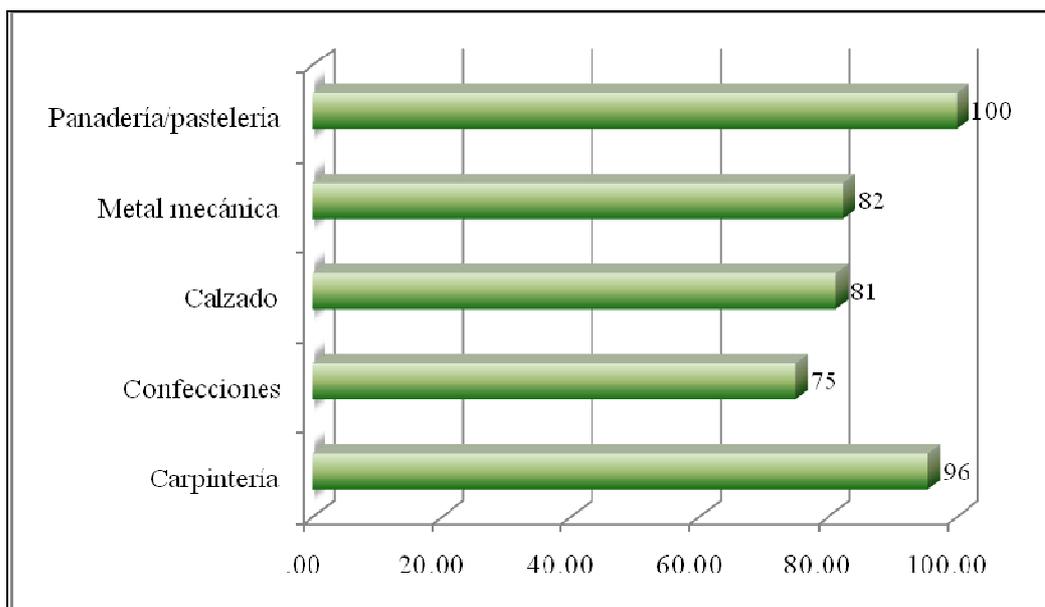
Por un tema de identificar una mayor o menor vulnerabilidad de mercado, es oportuno de precisar el mercado de destino de la producción de las Mypes (ver Gráfico 8). Así, se encuentra lo siguiente.

Las actividades de confecciones, calzado y metal mecánica son quienes cuentan con mayor diversificación de mercados, ya que tienen un menor porcentaje relativo de sus ventas orientadas sólo al mercado local (el más cercano, geográficamente); los sectores como panadería/ pastelería y carpintería están casi concentrados en el mercado local.

Pero, en todos los casos, el mercado local explica no menos de $\frac{3}{4}$ de sus ventas, lo que lo ubica en el principal espacio de realización de la respectiva producción. Ello que puede aparecer como una ventaja, en términos de significar menores costos de distribución por su cercanía, se puede convertir en un elemento de vulnerabilidad, particularmente debido a la, aún, débil demanda local.

La diversificación de mercados, además de significar una estrategia que encara de mejor manera el riesgo de mercado es un indicador del grado de competitividad de la microempresa. Si se intentara clasificar las Mypes en función a sus mercados de destino con la competitividad, ella tendría estrecha vinculación a si sus ventas se concentran en el mercado del entorno local, si se localiza en mercados regionales y, finalmente, si ha llegado a vender en el mercado externo. Este último expresaría un nivel de mayor competitividad para las Mypes.

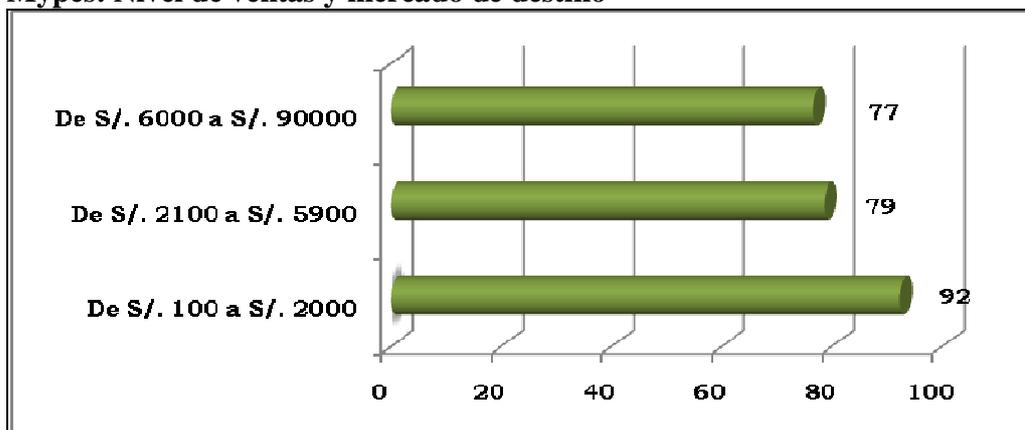
Gráfico 8
Mypes: Porcentaje de sus ventas destinada a mercados locales



Fuente: ASPEM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a Mypes de Huaycán, setiembre 2010
 Elaboración: Propia

Por tramos de ingreso, se observa que en la medida que las empresas van registrando una mayor escala, la diversificación de sus mercados de destino va, igualmente, en aumento. Así, mientras las empresas con menores ventas destinan un 92% de sus ventas en el mercado local, las de mayor venta concentran un 77% en dicho mercado (ver Gráfico 9).

Gráfico 9
Mypes: Nivel de ventas y mercado de destino



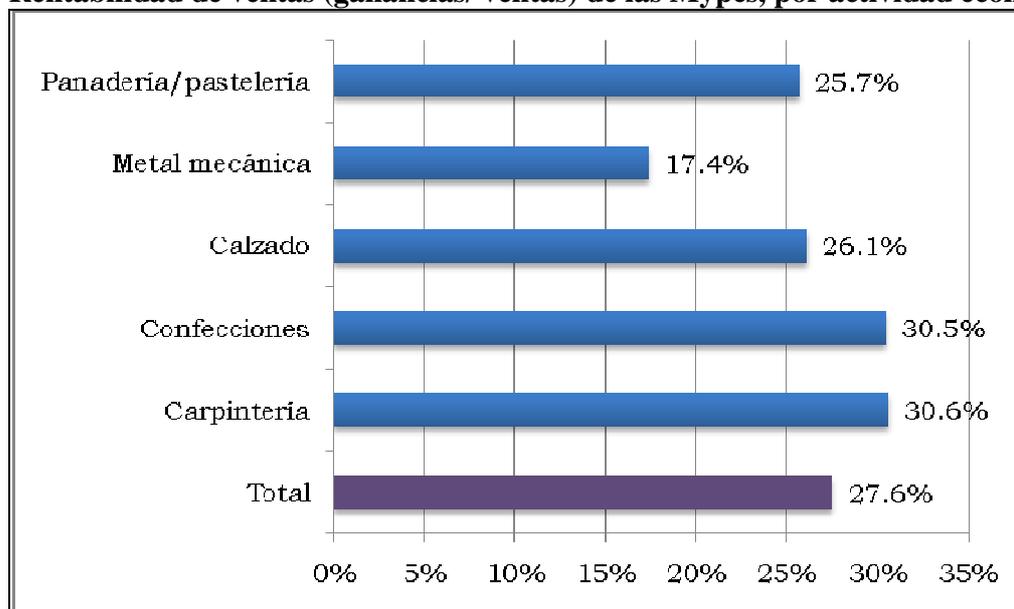
Fuente: ASPEM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010
 Elaboración: Propia

¿Qué tan rentables son las microempresas de Huaycán?

A tenor de lo declarado por los conductores de las mypes, la rentabilidad promedio, obtenida a partir del ratio Ganancias vs. Ventas declaradas (ver Gráfico 10), indicaría que los sectores de confecciones (30,5%) y carpintería (30,6%) tienen un mayor retorno de

ventas. Las mypes de la actividad metal mecánica, por su parte, aparecen, con el menor ratio (17,4%).

Gráfico 10
Rentabilidad de ventas (ganancias/ ventas) de las Mypes, por actividad económica



Fuente: ASPEM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010

Elaboración: Propia

La rentabilidad promedio encontrada asciende al 27,6%. Ello significa que de cada S/ 100 de ventas registradas, S/ 27,6 constituirían el excedente neto del negocio. Ello es importante, ya que permite la reinversión de la mype y con ello, la continuidad de la operación.

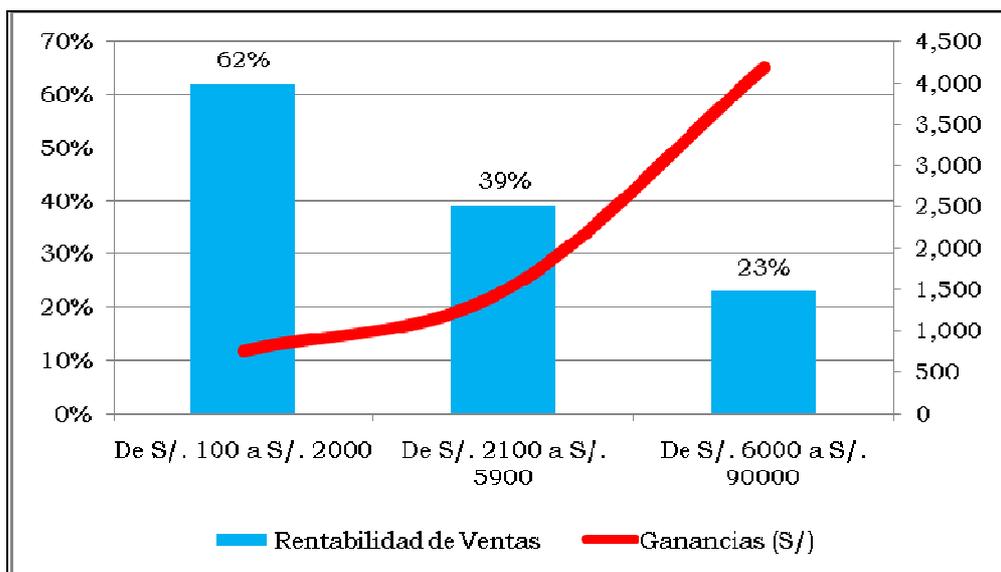
Si se asocia la rentabilidad de ventas con el monto invertido por trabajador en función con la actividad económica de la microempresa (ver, nuevamente, Gráfico 5), no se encuentra una relación directa entre este último indicador con el mayor retorno. Ello merecería una mayor indagación.

De otro lado, de acuerdo con la información registrada, las empresas de menor tamaño² relativo presentaron mayores tasas de rentabilidad.

Pero, en cifras absolutas los montos declarados son, sustantivamente, mayores en las Mypes de mayor nivel de ventas. En este caso, si hay una asociación directa entre tamaño de la mype con el monto absoluto de ganancias declaradas (ver Gráfico 11).

Gráfico 11
Rentabilidad de Mypes por nivel de ventas

² Entendido a partir del mayor monto de ventas.

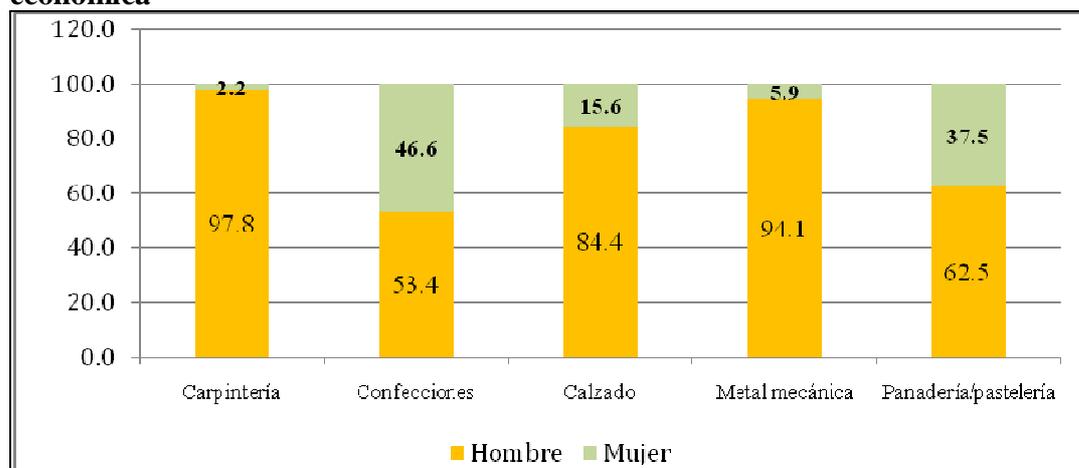


Fuente: ASPEM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010
 Elaboración: Propia

La Condición de género

En todos los sectores económicos, el predominio del varón en su condición de propietario es mayoritario (ver Gráfico 12). En el sector de confecciones es donde hay mayor presencia de personal femenino en condición de propietaria (46,6%). Le sigue el sector de panadería/pastelería con el 37,5%.

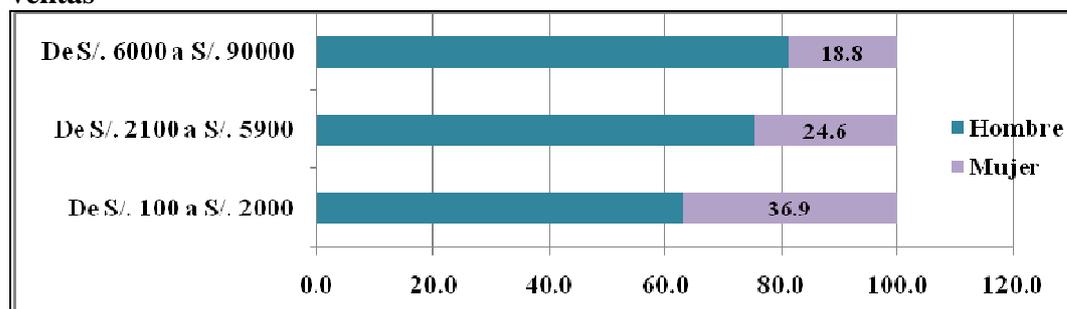
Gráfico 12
Participación de hombres y mujeres como conductores de las Mypes, por actividad económica



Fuente: ASPEM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010
Elaboración: Propia

Por tramos de ventas, la condición propietaria de la mujer va disminuyendo en relación directa con el aumento en el tamaño relativo de la empresa (ver Gráfico 13).

Gráfico 13
Participación de hombres y mujeres como conductores de las Mypes, por nivel de ventas

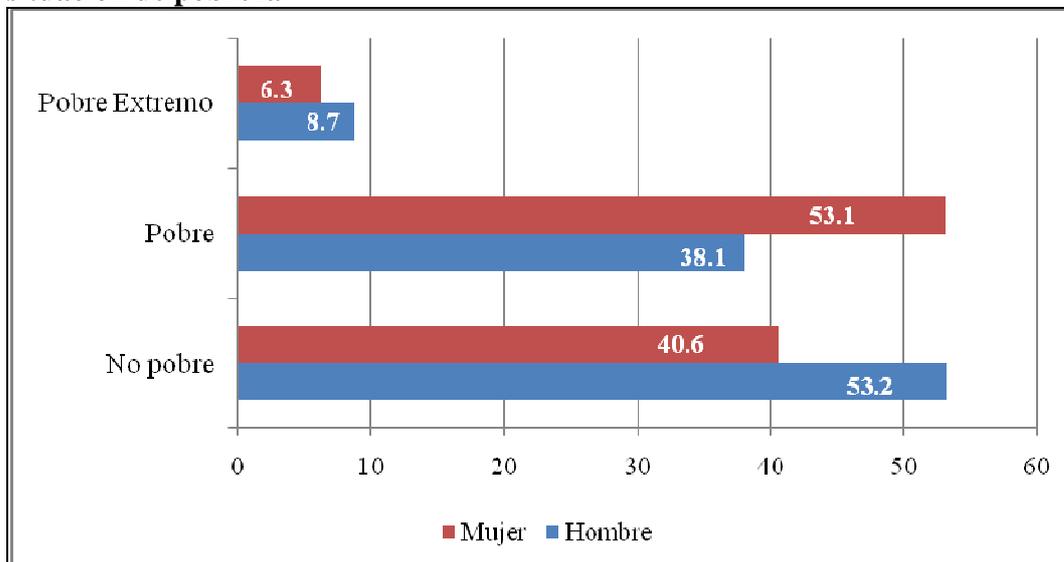


Fuente: ASPEM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010
Elaboración: Propia

Así, en las más mypes de mayor tamaño relativo, su presencia como propietaria no es mayor al 18,8% mientras que en el segmento más pequeño su presencia, en dicha posición, es del 36,9%

Gráfico 14

Distribución de los conductores de microempresa, por condición de género, en situación de pobreza



Fuente: ASPeM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010

Elaboración: Propia

Esa relación inversa que se encuentra entre mujer – propietaria y tamaño relativo de microempresa se refleja en la mayor participación de ellas en condiciones de pobreza y pobreza extrema (ver Gráfico 14).

En general, mientras el 53,2% de los varones – propietarios se encuentran en situación de no pobreza, apenas el 40,6% de las mujeres – propietarias comparten dicha condición. Si bien el 53,1% de las mujeres está calificada en pobreza frente a un 38,1% de los varones; en el caso de la pobreza extrema, los varones son el 8,7% en comparación con el 6,3% de las mujeres.

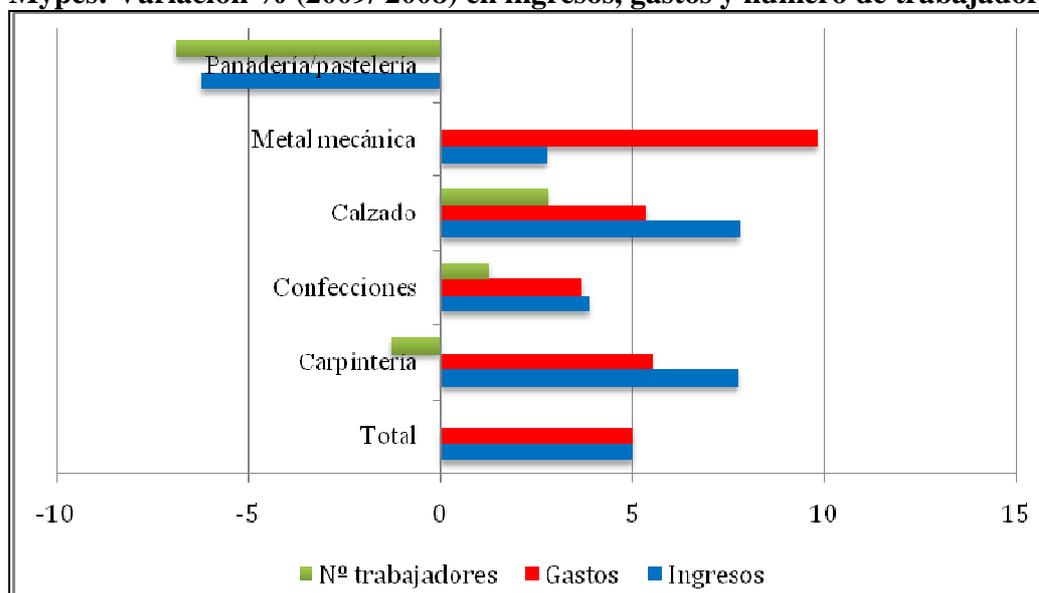
Crisis económica e impacto en Mypes

De acuerdo con la información obtenida, los sectores de carpintería, de calzado y de confecciones habrían sido los menos afectados por la crisis internacional ya que registraron un mayor porcentaje de mejora en los ingresos que aumento en los gastos y –salvo carpintería- aumentaron, a la vez, personal (ver Gráfico 15).

Dicha constatación podría estar explicada por la operación del programa de compras estatales. Si fue así, entonces habría sido funcional a la mype ya que habría permitido resguardarlas del efecto adverso de la crisis internacional.

Gráfico 15

Mypes: Variación % (2009/ 2008) en ingresos, gastos y número de trabajadores



Fuente: ASPeM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010

Elaboración: Propia

Conductores de las Mypes: por condición de pobreza³

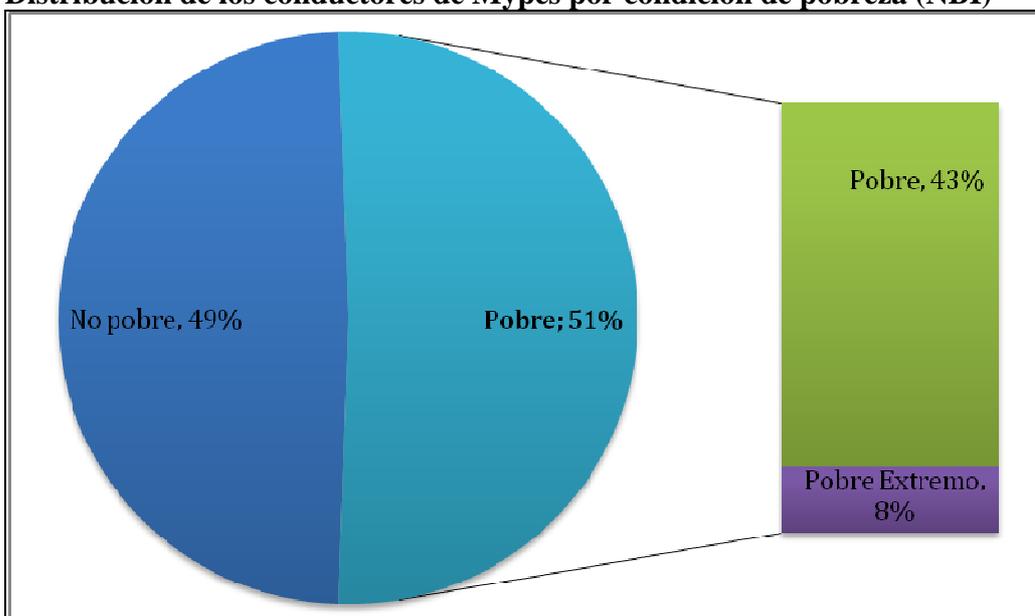
Los conductores de las mypes se dividen entre pobres y no pobres, en consideración con la cantidad de necesidades básicas insatisfechas (NBI) no cubiertas. En condición de pobreza aparecen registrados el 51% de ellos.

Si bien no son metodologías comparables, de acuerdo con el INEI –con la metodología de la línea de pobreza monetaria- en Lima sólo se hallaba el 15,3% en situación de pobreza en el 2009.

Por su parte, los conductores en situación de pobreza extrema serían el 8%. Estos porcentajes resultarían superiores a los consignados en la información del INEI para Lima Metropolitana (0,2%, INEI 2009).

Gráfico 16

Distribución de los conductores de Mypes por condición de pobreza (NBI)



Fuente: ASPEM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010

Elaboración: Propia

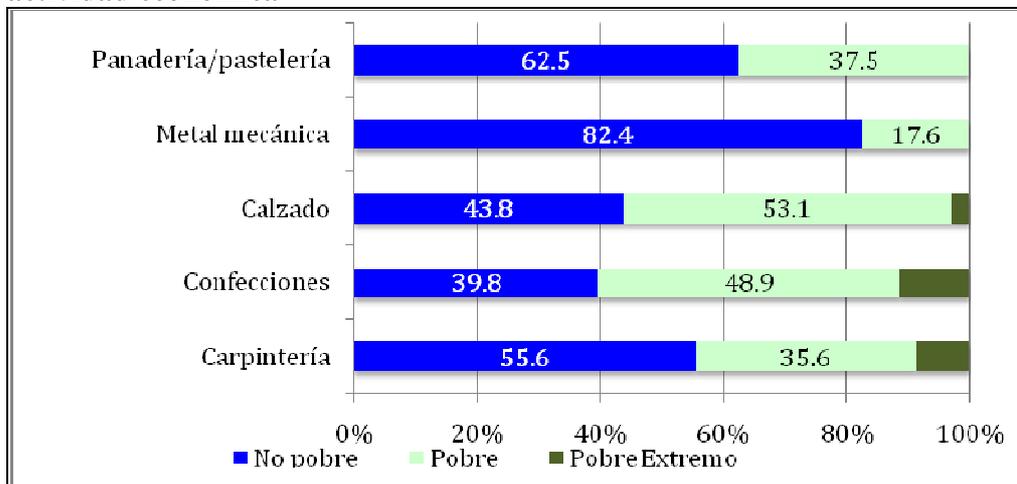
Por sector económico, los conductores de las mypes de la actividad de calzado concentran el mayor porcentaje de pobres (53,1%). En confecciones –donde hay presencia importante de mujeres propietarias- dicha condición afecta al 48,9% de sus conductores (ver Gráfico 17).

En la rama metal mecánica, es donde se encuentran menos conductores en situación de pobreza (82,4% son no pobres).

³ Ver Anexo N° 1, donde se explica la metodología utilizada en la calificación de la pobreza.

Gráfico 17

Distribución de los conductores de Mypes por condición de pobreza (NBI), por actividad económica



Fuente: ASPeM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010

Elaboración: Propia

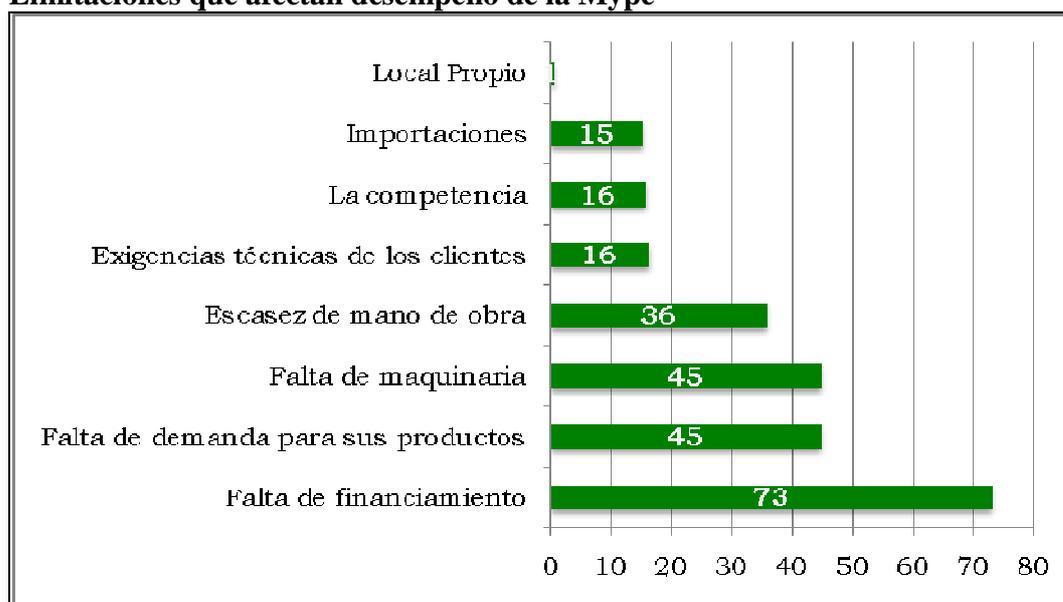
Competitividad y acuerdos de libre comercio

Cuando se inquiriere a los conductores de las Mypes por el factor más importante que afecta el desempeño de su empresa, las respuestas se concentraron en señalar a la falta de financiamiento como *la principal limitante para el desarrollo* de la empresa (ver Gráfico 18).

La mención a las importaciones, la competencia y la falta de demanda están revelando *un problema de mercado*, mientras que la referencia a la maquinaria, la escasez de mano de obra y las exigencias técnicas aparecen como restricciones más críticas y que *pueden afectar la sostenibilidad del negocio*. Estos son aspectos a enfrentar en el mediano y largo plazo frente a un tema de mercado que aparece en el corto plazo.

El tema del mercado, además, se vincularía con el impacto de la crisis económica que, en el caso del país, se habría superado en el 2010.

Gráfico 18
Limitaciones que afectan desempeño de la Mype



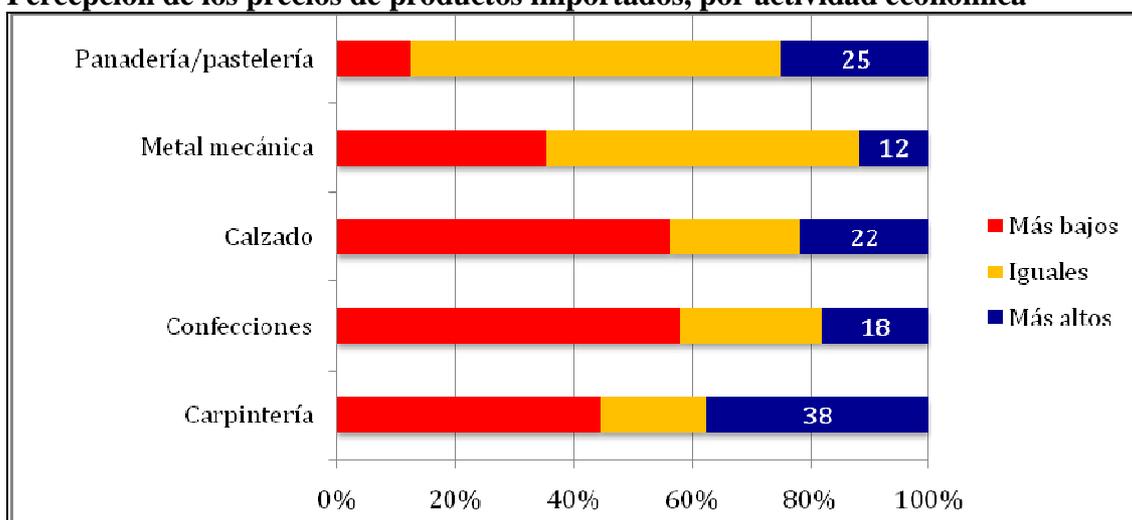
Fuente: ASPPEM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010
Elaboración: Propia

De otro lado, la demanda de financiamiento puede estar sugiriendo que su disponibilidad sea a un menor costo ya que, en general, la oferta del crédito orientado a las mypes ha crecido sustantivamente.

Los acuerdos de libre comercio, la apertura de nuestra economía y la globalización se expresan en un aumento de la competencia mundial.

Los conductores de las Mypes, en forma mayoritaria, respondieron en relación con los productos importados -salvo para la rama metal mecánica y de panadería- que están ingresando con precios más bajos a los producidos por ellos (ver Gráfico 19).

Gráfico 19
Percepción de los precios de productos importados, por actividad económica

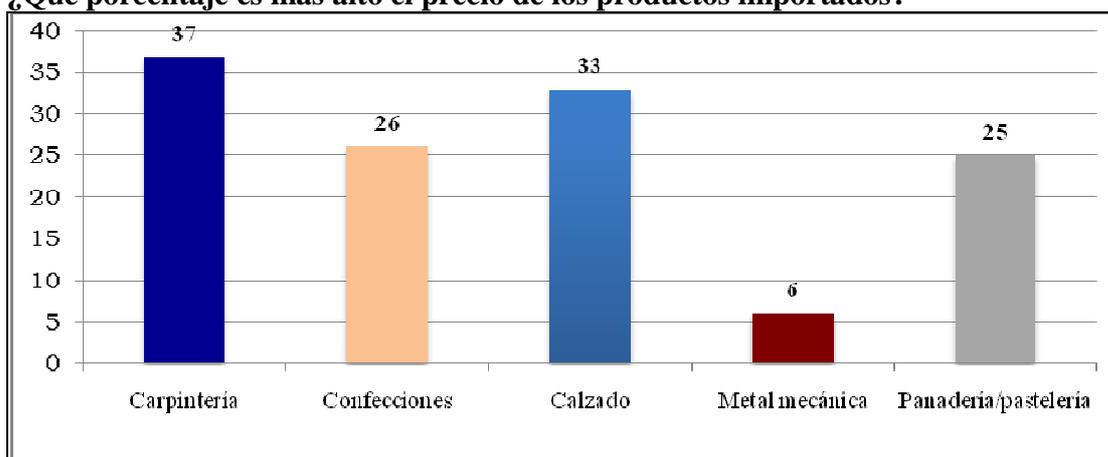


Fuente: ASPEM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010

Elaboración: Propia

Cuando los productos importados ingresan con precios más elevados, los sectores de carpintería y de calzado están señalando que en sus sectores se registran los mayores porcentajes de diferencia, hacia arriba (ver Gráfico 20). Se estarían encontrando, así, con más “protección” debido al mayor precio relativo de lo importado.

Gráfico 20
¿Qué porcentaje es más alto el precio de los productos importados?



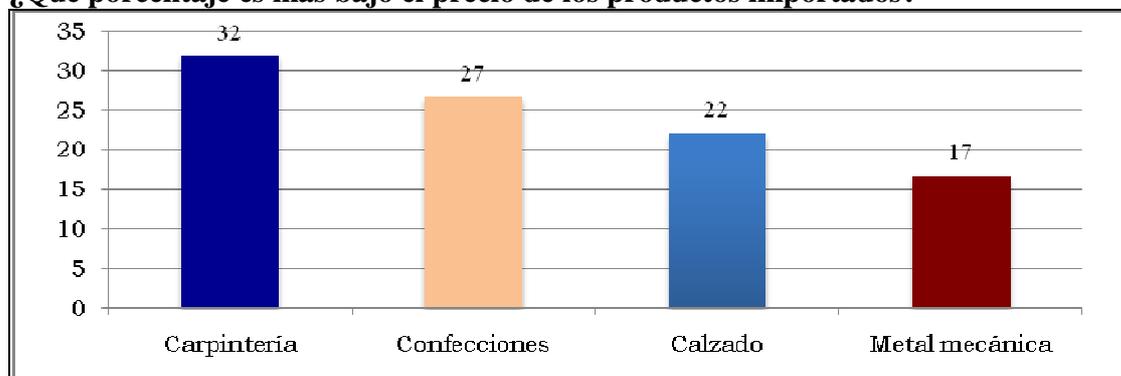
Fuente: ASPEM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010

Elaboración: Propia

En el caso contrario, cuando ingresan con precios más bajos, los sectores de carpintería y de confecciones se encontrarían entre los más afectados (ver Gráfico 21).

Gráfico 21

¿Qué porcentaje es más bajo el precio de los productos importados?



Fuente: ASPEM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010

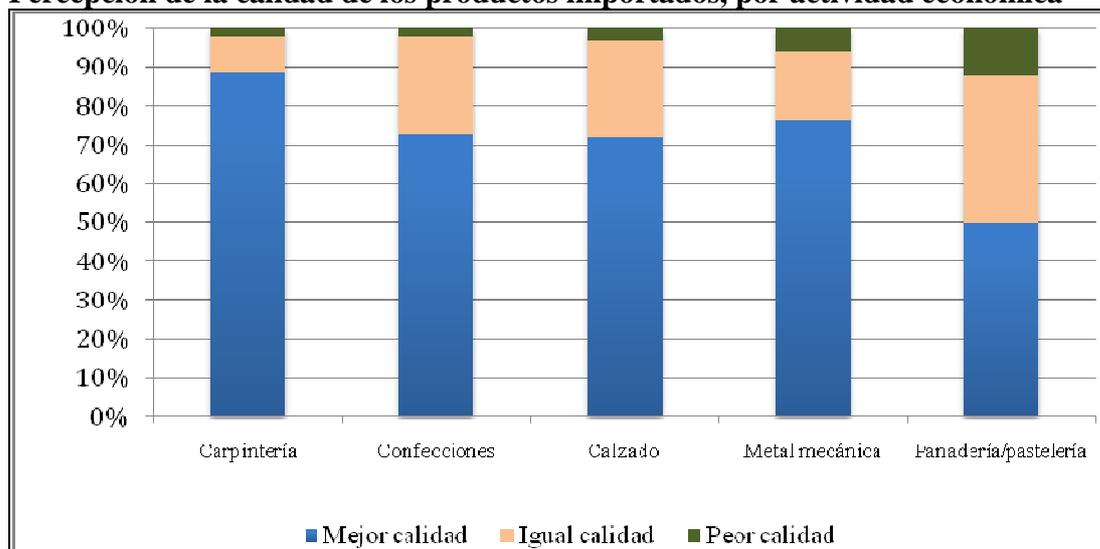
Elaboración: Propia

Salvo en el ramo de panadería/ pastelería, en las otras actividades se percibe que los productos importados que compiten con su producción, sería de mejor calidad (ver Gráfico 22).

Ello incorpora una mayor exigencia de mejora en las unidades económicas si se busca enfrentar, competitivamente, dicha situación. Ello es, también, un espacio para concentrar la asistencia técnica y la capacitación.

Gráfico 22

Percepción de la calidad de los productos importados, por actividad económica

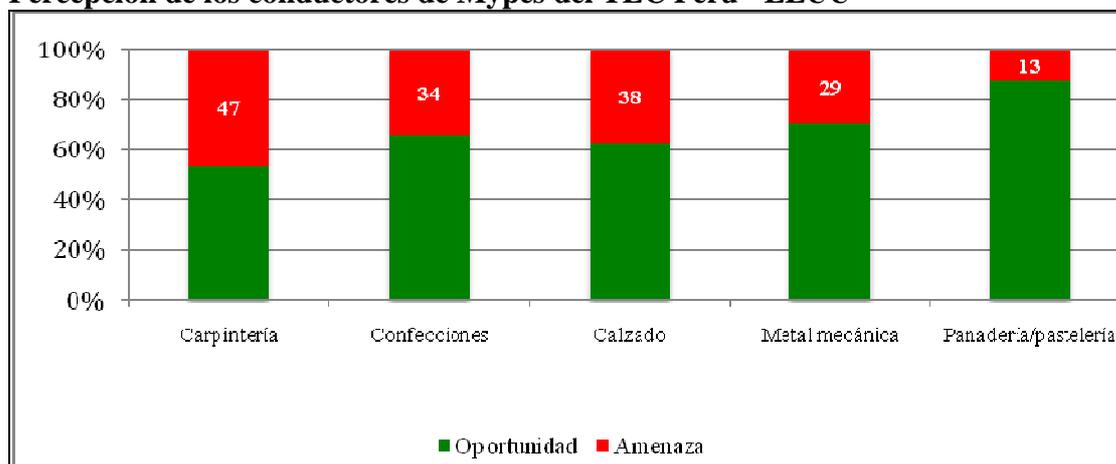


Fuente: ASPEM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010

Elaboración: Propia

En todos los sectores donde se localizan las mypes encuestadas, la percepción de sus conductores sobre el TLC con EEUU, es más de una oportunidad que una amenaza (ver Gráfico 23).

Gráfico 23
Percepción de los conductores de Mypes del TLC Perú - EEUU

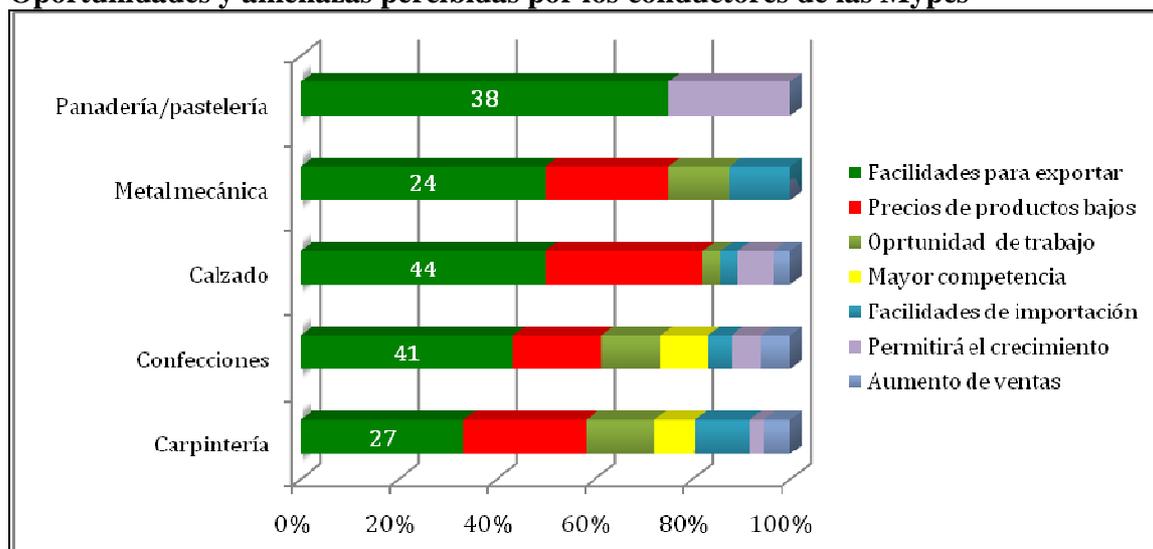


Fuente: ASPEM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010
Elaboración: Propia

Entre las oportunidades, las facilidades para exportar están entre las de mayor mención, seguido de la oportunidad de trabajo (ver Gráfico 24).

Entre las amenazas, aparecen más referidas: la posibilidad de que los productos ingresen a nuestro mercado con precios más bajos y la mayor competencia.

Gráfico 24
Oportunidades y amenazas percibidas por los conductores de las Mypes



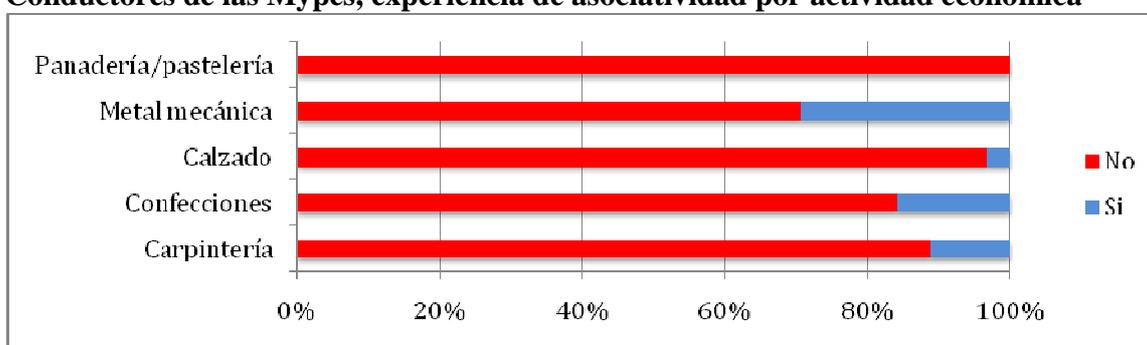
Fuente: ASPEM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010
Elaboración: Propia

Percepción de la Asociatividad

En la teoría de los conglomerados y entre las recomendaciones de política pro microempresa, usualmente, se nombra la condición de asociatividad como un aspecto a destacar. Suele mencionársela como una condición para una mejor inserción en el mercado. Al respecto ¿Qué opinan los microempresarios de Huaycán?

En forma mayoritaria, los conductores de las mypes señalan que, a la fecha, no han tenido dicha experiencia (ver Gráfico 25).

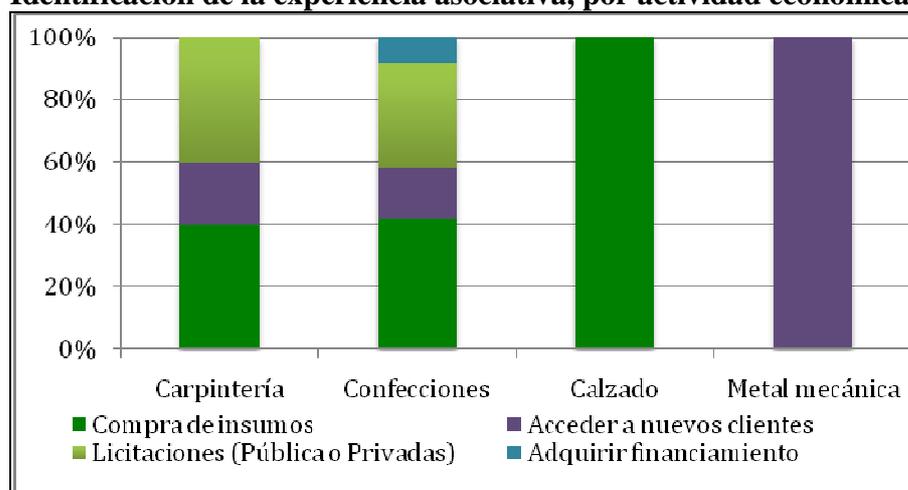
Gráfico 25
Conductores de las Mypes, experiencia de asociatividad por actividad económica



Fuente: ASPeM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010
Elaboración: Propia

En el caso de quienes han tenido alguna experiencia asociativa, el aspecto más referido ha sido su uso para la compra de insumos y para acceder a nuevos clientes (ver Gráfico 26) y en menor medida, para acceder a financiamiento.

Gráfico 26
Identificación de la experiencia asociativa, por actividad económica

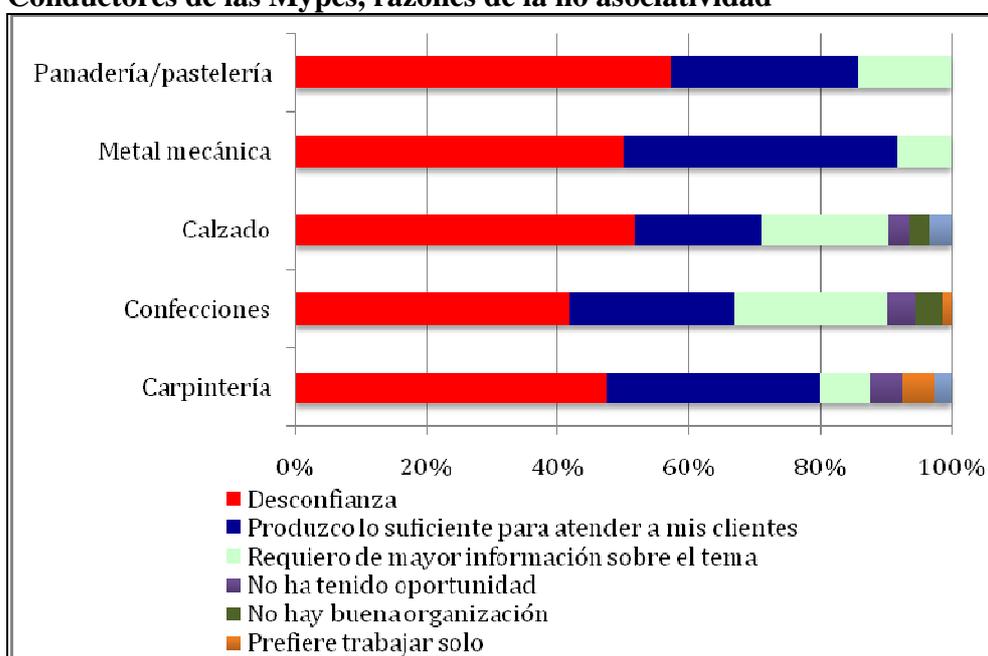


Fuente: ASPeM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010
Elaboración: Propia

La desconfianza con el otro, aparece como la principal razón en no haber emprendido una experiencia de asociatividad (ver Gráfico 27). El asunto que la desconfianza/ confianza es un tema que requiere de experiencia. No se construye a priori. En ese sentido, si los programas de compras estatales incorporaran dicho criterio como condición para participar en ellos, se podría estar contribuyendo a mejorar los niveles de desconfianza registrados en la encuesta en relación con las prácticas asociativas.

Luego, sigue la mención a “produzco lo suficientes para atender a mis clientes” como otra de las razones de no llevar a cabo prácticas asociativas. Esto último podría revelar una satisfacción con el tamaño del negocio.

Gráfico 27
Conductores de las Mypes, razones de la no asociatividad



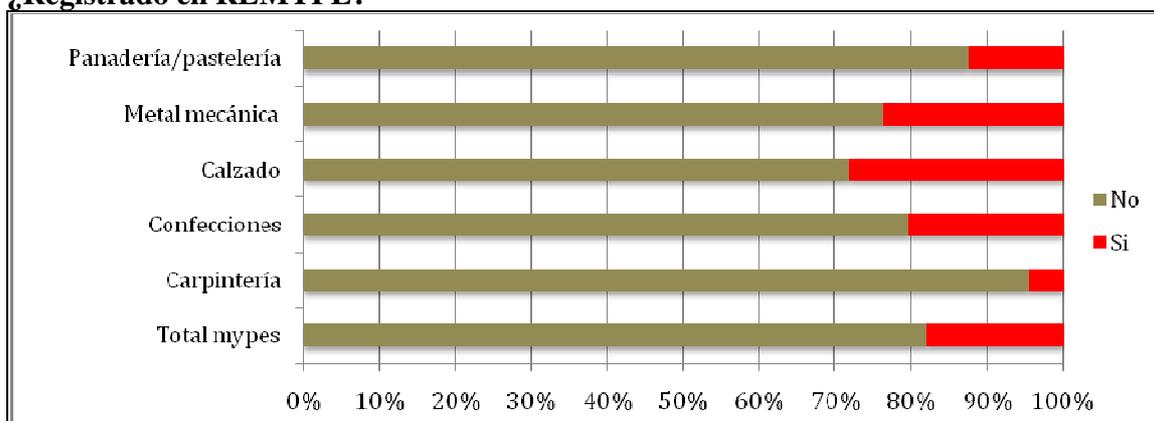
Fuente: ASPEM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010

Elaboración: Propia

La Institucionalidad pública

Entre los conductores de las microempresas de Huaycán, el registro en el REMYPE es una situación minoritaria. En el sector del calzado, metal mecánico y de confecciones es donde se observa el mayor porcentaje de dicho registro (ver Gráfico 28). Ello podría explicarse por la participación en los programas de compras estatales, que incorporan dicho registro como una condición para su participación.

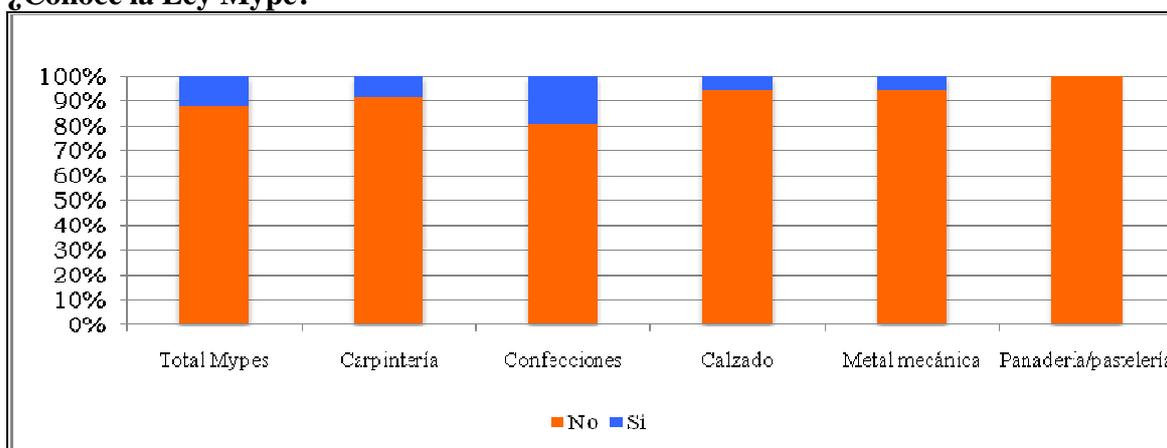
Gráfico 28
¿Registrado en REMYPE?



Fuente: ASPEM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010
Elaboración: Propia

Lo paradójico es que el porcentaje de afiliación al REMYPE es muy superior al conocimiento que se expresa en relación con la Ley Mype (ver Gráfico 29). En todo caso, también, estaría revelando la necesidad de una mayor difusión de dicha normativa.

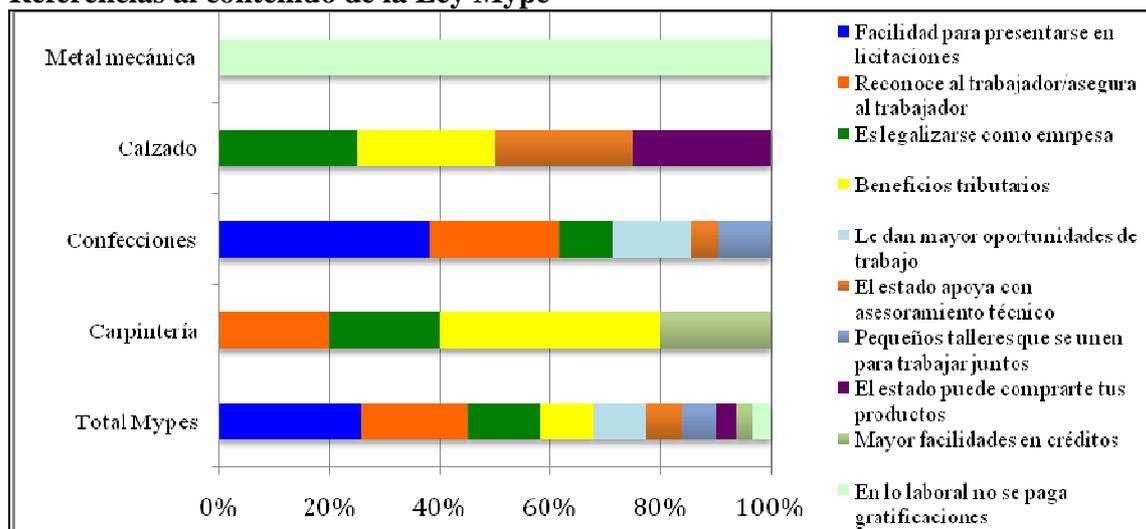
Gráfico 29
¿Conoce la Ley Mype?



Fuente: ASPEM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010
Elaboración: Propia

Entre quienes señalan conocimiento de la Ley Mype (una minoría), la mayor referencia a ella se concentra en la facilidad que brindaría para presentarse a licitaciones, el acceso al régimen laboral especial, la formalidad como empresa y los beneficios tributarios (ver Gráfico 30).

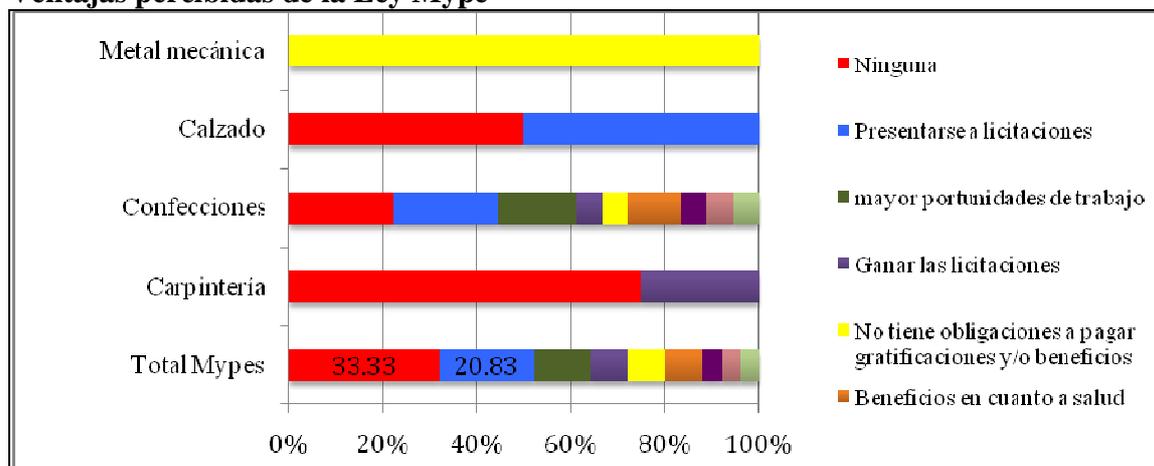
Gráfico 30
Referencias al contenido de la Ley Mype



Fuente: ASPEM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010
Elaboración: Propia

Entre quienes señalan las ventajas de la Ley Mype, la mayor concentración de respuestas está en NINGUNA. Le sigue la referencia a que facilita la presentación a licitaciones y las mayores oportunidades de trabajo. Los aspectos vinculados con el régimen laboral se encuentran entre los de menor referencia

Gráfico 31
Ventajas percibidas de la Ley Mype



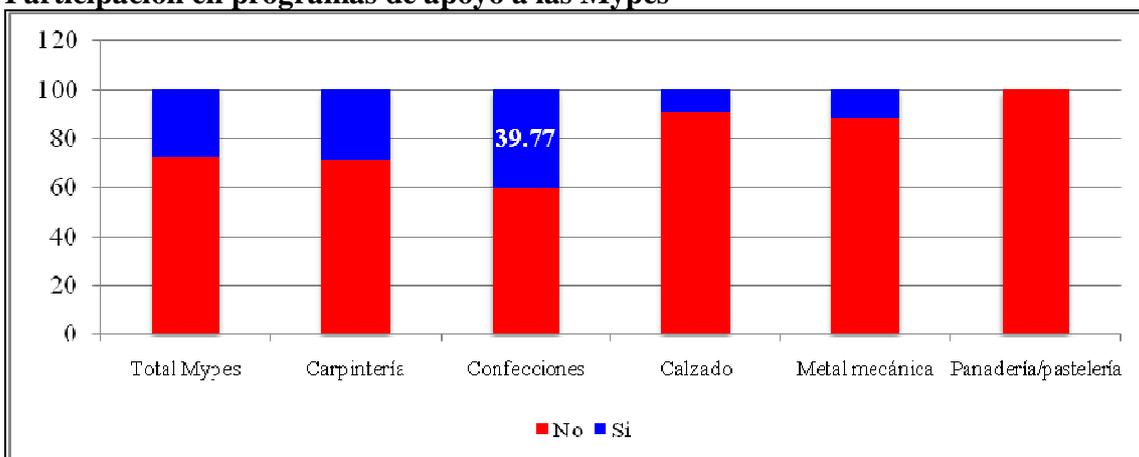
Fuente: ASPEM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010

Elaboración: Propia

Las mypes, mayoritariamente, señalan que no han participado en algún programa de apoyo hacia ellas.

En los sectores como calzado y confecciones, con trayectoria de involucramiento en los programas de compras estatales, si bien expresan una mayor participación, ella no supera el 40% de las respuestas (ver Gráfico 32).

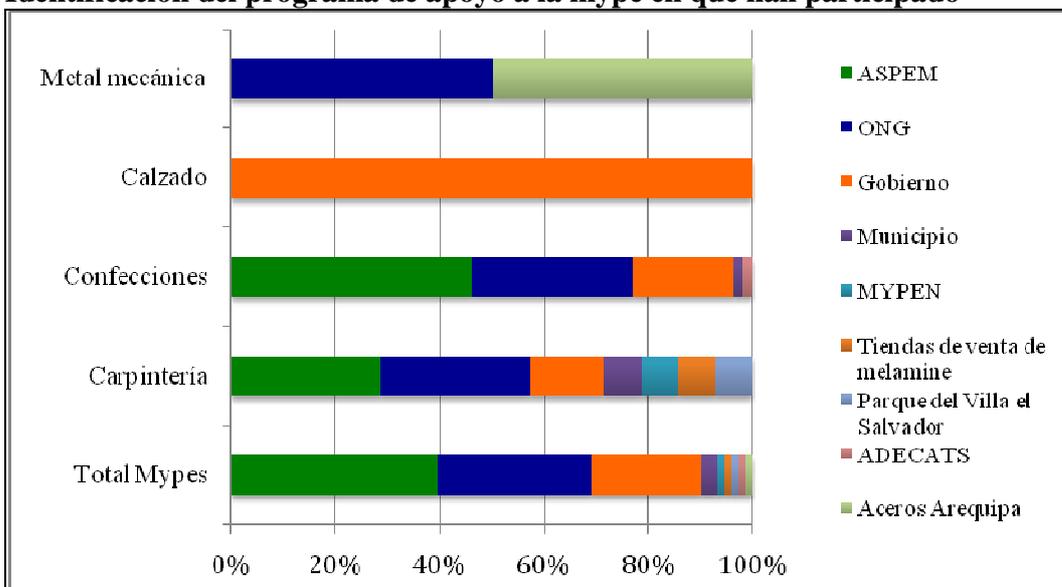
Gráfico 32
Participación en programas de apoyo a las Mypes



Fuente: ASPEM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010

Elaboración: Propia

Gráfico 33
Identificación del programa de apoyo a la mype en que han participado

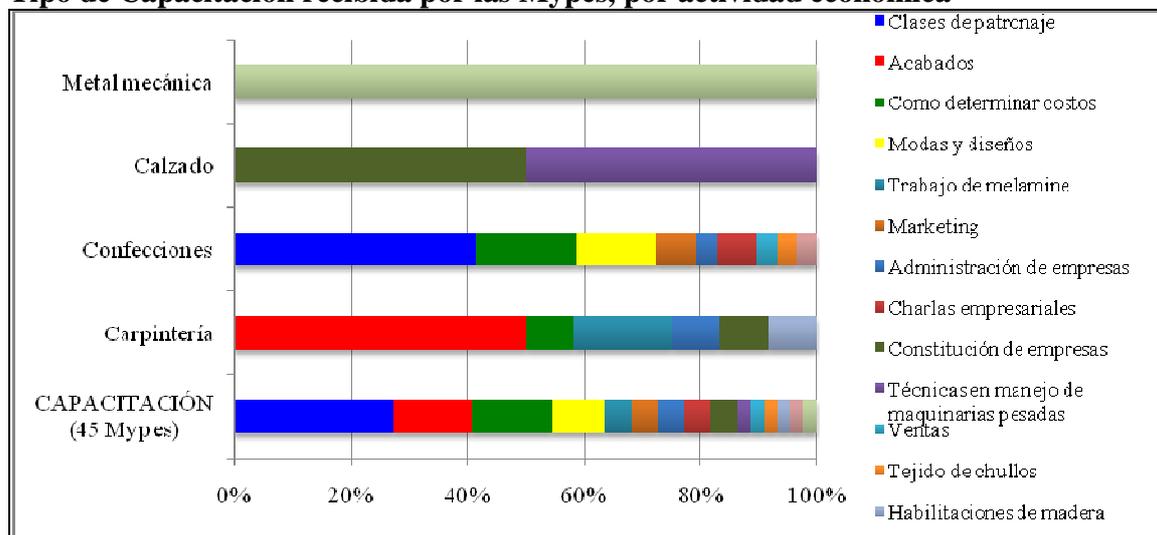


Fuente: ASPEM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010

Elaboración: Propia

De las 45 mypes que señalan haber recibido capacitación, la mayoría se concentra en clases de patronaje, acabados, determinación de costos y modas y diseños (ver Gráfico 34).

Gráfico 34
Tipo de Capacitación recibida por las Mypes, por actividad económica

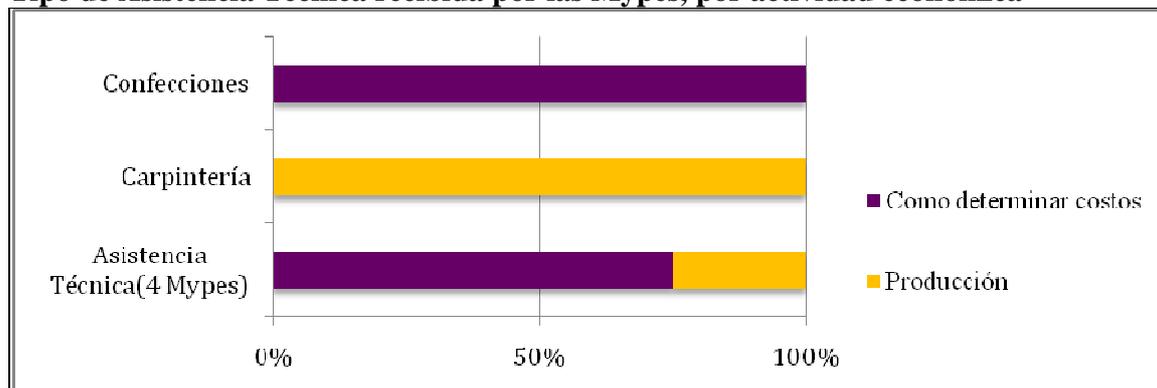


Fuente: ASPEM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010

Elaboración: Propia

Entre las 4 mypes que señalaron haber recibido asistencia técnica, ella se concentró en los ítems referidos con la determinación de costos y la producción.

Gráfico 35
Tipo de Asistencia Técnica recibida por las Mypes, por actividad económica



Fuente: ASPEM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010

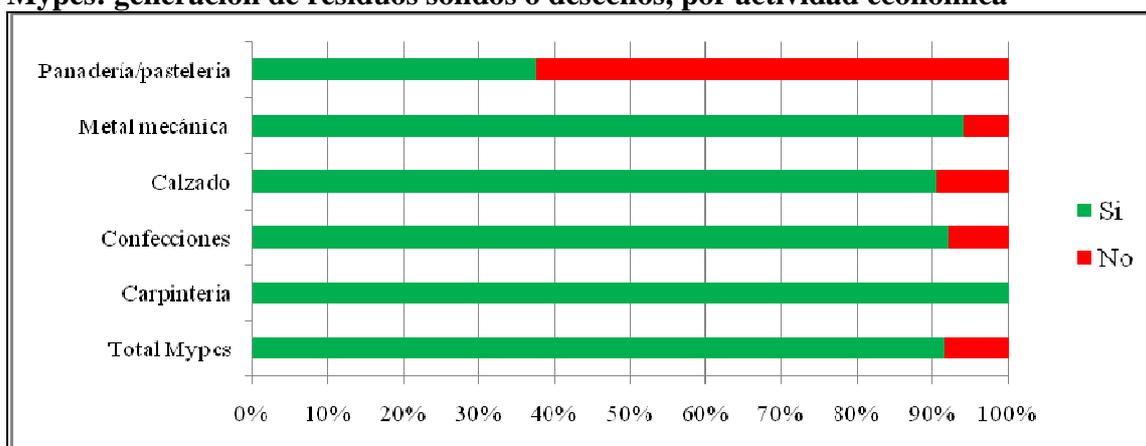
Elaboración: Propia

Manejo ambiental

Más del 90% de las respuestas menciona que su empresa genera residuos sólidos o desechos, salvo en la industria de panadería/ pastelería donde dicho porcentaje es menor al 40% (ver Gráfico 36).

Gráfico 36

Mypes: generación de residuos sólidos o desechos, por actividad económica



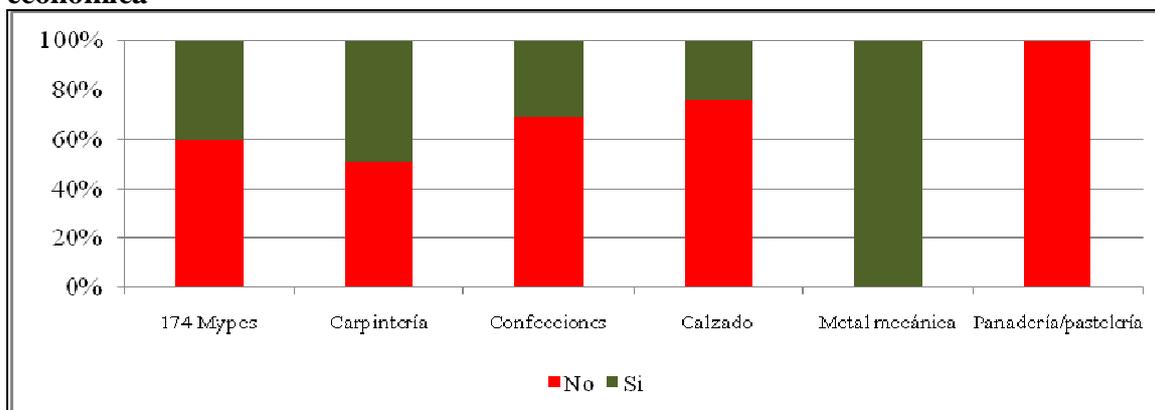
Fuente: ASPeM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010

Elaboración: Propia

Pero la mayoría de los conductores de las microempresas, un 60% de las respuestas, refiere a que los residuos sólidos o desechos –derivados de su actividad principal- no les genera un ingreso adicional.

Gráfico 37

Mypes: ingreso adicional por residuos sólidos o desechos generados, por actividad económica



Fuente: ASPeM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a mypes de Huaycán, setiembre 2010

Elaboración: Propia

En la industria metal mecánica, por el contrario, es unánime la mención a que sí les genera ingresos adicionales. Donde es menos la mención, es entre las mypes de calzado.

Conclusiones

1. El levantamiento de información, concentrado en 190 Mypes del sector productivo en Huaycán ha permitido identificar que existe un mayor número de ellas localizado en la rama de confecciones. Este sector da, igualmente, empleo a un mayor número de mujeres (incluso, explica el 80% de todo el empleo femenino localizado en estas Mypes) pero, a su vez, es el sector que registra una mayor tasa de conductores bajo la línea de pobreza monetaria y un mayor número de trabajo familiar no remunerado.

Siendo esto así, este sector requiere de una mayor atención en términos de provisión de servicios de desarrollo empresarial ya que es el más deficitario en términos de productividad y de generación de suficientes ingresos como para superar la línea de pobreza.

2. Un hecho que se constata es que el mercado local aparece como el principal destino de las ventas de las Mypes encuestadas. Si bien ello podría explicarse por la escala de producción de las empresas, constituye un factor de vulnerabilidad. No es casual que las Mypes con mayor facturación acaben siendo las que cuentan con un mercado más diversificado.

El asunto es que para lograr ello, las Mypes requieren de elevar su nivel de producción, de lograr mejoras en el acabado de sus productos finales y de explorar nuevos mercados. Ello constituye un reto y una estrategia a desarrollar a efectos de disminuir la vulnerabilidad de mercado.

3. Si bien hay una valoración positiva de los acuerdos de libre comercio, en las encuestas se ha expresado con claridad los problemas de competitividad de las Mypes de Huaycán. Un elemento clave en dicho sentido, es la percepción sobre la calidad de los productos importados que les son competencia. Un buen porcentaje ha señalado que ellos son de mejor calidad que los que producen. Si esto es así, la viabilidad y sostenibilidad de las Mypes comprendidas aparece comprometida.

Sería oportuno de identificar, específicamente, qué productos son los que están enfrentando dicho desafío. Ello, para reforzar el mejoramiento de su calidad y competir, así, en mejores condiciones o sí no para reorientar los esfuerzos y recursos hacia rubros en los cuales se tenga mejores oportunidades de competir con lo importado.

4. Hay experiencias exitosas de asociatividad en el campo de la microempresa pero que, en todo caso, hasta el momento no han encontrado terreno fértil de concreción en Huaycán. La encuesta revela muy poca práctica de ella e identifica en la desconfianza el principal factor en su contra.

Esto debiera afrontarse a través de varias vías. Una, mostrando y presentando testimonios de iniciativas exitosas de asociatividad. Si se logra involucrar a los propios empresarios que han conducido dichas experiencias se lograría un impacto mucho

mayor. La otra vía es generando un programa de incentivos que fortalezca la asociatividad entre las Mypes, cuidando de no forzar dicho objetivo, sino vincularlo con mecanismos de mercado. Las experiencias de ventas conjuntas, para atender un mayor volumen solicitado por un proveedor –público o privado- puede ser un buen mecanismo para lograr dicho propósito.

5. En general, la encuesta pone en evidencia un desconocimiento de la Ley Mype y de los beneficios de su aplicación. Ello conlleva a buscar que el Estado, a través del Ministerio de la Producción, incorpore un programa de sensibilización de ella entre los microempresarios de Huaycán. Esto, a su vez, permitiría se difundan el conjunto de programas a disponibilidad del sector.
6. El tema ambiental y de manejo de residuos sólidos, aparece vinculado con microempresas de mayor tamaño relativo y, básicamente, localizadas en la metal mecánica (y, quizás, explicado por su vinculación con una gran empresa). Sin embargo, la gestión de sus residuos sólidos les viene generando algún ingreso adicional.

Sería oportuno de explorar ello con mayor profundidad, con el objeto de tener claridad sobre el beneficio marginal de ello.

Anexo N°1

Construcción del Indicador de Pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI)

1.1 Vivienda hacinada (hacinamiento):

Utiliza la definición tradicional del NBI “hacinamiento”. Es decir, se considera que la vivienda está hacinada si el número miembros por habitación es mayor que 3.

Luego: Vivienda hacinada = 1 si hacinamiento > 3
Vivienda hacinada = 0 si hacinamiento ≤ 3

```
compute  
hacinamiento=NBI_1/NBI_2.  
if ( hacinamiento > 3 ) NN_1=1.  
recode NN_1 (sysmis=0).
```

Nota: el cálculo requiere identificar el número de habitaciones utilizadas para dormir y el número de miembros permanentes del hogar.

1.2 Vivienda con materiales de paredes precarios (vpaprec):

Se considera que las paredes exteriores de la vivienda no han sido construidos con materiales nobles, es decir, si estos son: tapia o madera; quincha, piedra con barro; estera, cartón, calamina, triplex u otro.

Luego: paredes precarias = 1 si materiales utilizados = precarios.
Paredes precarias = 0 si materiales utilizados = no precarios.

```
if ( NBI_5>=3) vpaprec=1.  
recode vpaprec (sysmis =0).
```

Material predominante en paredes es:

1	Ladrillo, bloque de cemento o concreto armado	No precaria =0
2	Piedra con cal o cemento, adobe o tapia	
3	Quincha, Piedra con barro, Madera, Triplex, ladrillo superpuesto, estera, caña, cartón, lata, desecho de maderas, otros materiales similares	Precaria =1

1.3 Vivienda con materiales de pisos precarios (vpipre):

Se considera vivienda inadecuada si el piso a vivienda son de materiales precarios, es decir, si el piso no es de parquet, lámina asfáltica o loseta⁴.

Luego: Pisos precarias = 1 si materiales utilizados = precarios.
Pisos precarias = 0 si materiales utilizados = no precarios.

```
if ( NBI_6>=3) vpiprec=1.  
recode vpiprec (sysmis =0).
```

Material predominante en pisos es:

1	Parquet o madera pulida, láminas asfálticas, vinílicos, losetas, ladrillos	No Precaria = 0
2	Entablados, cemento en bruto	
3	Tierra / Arena	Precaria = 1

```
compute vivprec= vpaprec + vpiprec.  
if ( vivprec>1) NN_2=1.  
recode NN_2 (sysmis =0).
```

1.4 Servicio Higiénico Básico (vmarg):

Se considera vivienda marginal si la vivienda no accede al servicio público de desagüe.

Luego: Vivienda marginal = 1 si dispone de servicio higiénico por red de tubería o pozo séptico
Vivienda marginal = 0 si no tiene al menos un servicio básico

```
if ( NBI_3=2) sinelect=1.
```

Servicios higiénicos conectados a:

1	Red pública, conectado a la vivienda o letrina o pozo séptico	Tiene = 0
---	---	-----------

2	No conectado a la red pública if (sinelect =1) NN_3=1. recode NN_3 (sysmis =0).	No tiene = 1
---	---	--------------

1.5 Inasistencia Escolar (Inasistencia):

Se considera a las viviendas con al menos un niño entre 6 y 12 años que no haya asistido a un establecimiento educativo o que habiéndolo hecho no lo hiciera actualmente; es la variable que generalmente se utilizada para dar cuenta del acceso a educación en la vivienda.

Luego: Inasistencia Escolar = 1 si Inasistencia (de 6 a 12 años) > 1
Inasistencia Escolar = 0 si Inasistencia (de 6 a 12 años) = 1

```
if ( NBI_8 = 1 ) NN_4=1.  
recode NN_4 (sysmis=0).
```

1.6 Nivel Educativo del Jefe del Hogar (veduca_jefe):

El nivel educacional del jefe del hogar es altamente determinante en su probabilidad de competir adecuadamente en el mercado laboral. Mientras menos años de educación haya aprobado un individuo, menores son los ingresos que este posiblemente obtendrá.

Luego: Educación del jefe de hogar = 1 si nivel educativo = no adecuado
Educación del jefe de hogar = 0 si nivel educativo = adecuado

Nivel Educativo del Jefe de Hogar:

1	Ninguno	No Adecuado =1
2	Inicial o pre escolar	
3	Primaria	
4	Secundaria	Adecuado =0
5	Superior no Universitaria	
6	Universitaria	

```
if ( NBI_10 <= 3 ) veduca_jefe=1.  
recode veduca_jefe (sysmis=0).
```

1.7 Personas con Ocupación (Ocupados):

Es el número de personas por persona ocupada en la vivienda.

Luego: Personas por persona ocupada = 1 si Ocupados > 3
 Personas por persona ocupada = 0 si Ocupados <= 3

```
compute
Ocupada=NBI_1/(NBI_1-NBI_9).
recode Ocupada (sysmis=0).
```

```
compute vivocupada= veduca_jefe + Ocupada.
if ( vivocupada >1) NN_5=1.
recode NN_5 (sysmis =0).
```

```
comp puntaje_nbi=NN_1 + NN_2 + NN_3 + NN_4 + NN_5.
recode puntaje_nbi (miss=0).
```

Resultado	Nivel de Pobreza
0	No Pobre
1	Pobre No Extremo
2	Pobres Extremo
3	
4	
5	

Anexo N° 2

Pobreza y condición de género del conductor de la microempresa

		Total	Sector Económico					Ventas		
			Carpintería	Confecciones	Calzado	Metal mecánica	Panadería/pastelería	De S/. 100 a S/. 2000	De S/. 2100 a S/. 5900	De S/. 6000 a S/. 90000
Hombre	Total	126	42	41	27	13	3	34	42	50
	No pobre	53.2	59.5	41.5	48.1	76.9	66.7		52.4	90.0
	Pobre	38.1	31.0	41.5	51.9	23.1	33.3	67.6	47.6	10.0
	Pobre Extremo	8.7	9.5	17.1				32.4		
Mujer	Total	64	3	47	5	4	5	31	19	14
	No pobre	40.6		38.3	20.0	100.0	60.0		68.4	92.9
	Pobre	53.1	100	55.3	60.0		40.0	87.1	31.6	7.1
	Pobre Extremo	6.3		6.4	20.0			12.9		

Anexo N° 3
Ficha de la encuesta aplicada

ENCUESTA A ESTABLECIMIENTOS

Nº de Cuestionario

--

ENCUESTADOR: (PRESENTACION): Buenos días/ tardes, noches mi nombre es ... soy encuestador de ASPEM Nos encontramos levantando información sobre Micro y pequeñas empresas la actividad económica y su establecimiento ha sido elegido al azar, por lo que solicito me brinde las facilidades del caso ya que su opinión es muy importante para nosotros. La información permanecerá en absoluta reserva. ¡Muchas gracias!.

SECCIÓN 1: LOCALIZACIÓN E IDENTIFICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

1.1. LOCALIZACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

A. Dirección del Establecimiento

Nombre de la Avenida, Calle, Jirón, Pasaje, etc.	Puerta Nº	Int.	Etapa/Sector/Grupo	Zona	Lote	Km.	Nombre y Apellidos del Informante (Conductor)	SEXO	
								H	M

1.2. IDENTIFICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

1. Nº de RUC	2. Apellidos y nombre del propietario	SEXO		EDAD
		H	M	

3. Nombre comercial del establecimiento o Razón Social	4. Teléfono	5. Correo electrónico

6. Descripción de la actividad económica principal del establecimiento	7. Año de inicio de actividades	Código CIU

D. Personal de la Encuesta

Nombre y código del Encuestador (a)	Fecha 1era. Visita		Fecha 2da. Visita		Fecha 3era. Visita	
	Día	Mes	Día	Mes	Día	Mes

Código del Digitador (a)	Maquina:		Fecha	
	Día	Mes	Día	Mes

Observaciones:

SECCIÓN 2: INFORMACIONES DE LA EMPRESA - Productoras

1
¿Qué productos produce LA EMPRESA?

1a
¿Cuántas unidades ha producido el último mes?

Unidades	Pro.1	Pro.2	Pro.3.

2
¿Cuántos trabajadores remunerado y no remunerados tiene la ...[EMPRESA]...?

Trabajadores Remunerados	Trabajadores No Remunerados

2a
¿Cuántos son hombres y cuántas son mujeres?

Trabajadores Remunerados		Trabajadores No Remunerados	
Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres

3
Durante los últimos 12 meses, (DESDE)
¿Cuántos meses funcionó la ... [EMPRESA] ..?

Meses

4
En el último mes, a cuánto ascendió el valor que obtuvo su empresa por las ventas de productos?

	Total Ventas	Total Ganancia
Monto Bruto	<input type="text"/>	<input type="text"/>

5
Los productos o servicios que brinda en que mercado lo vende (leer alternativas)

Producto	Servicio
1 Local	1 Local
2 Regional	2 Regional
3 Exportan	3 Exportan

5a
(Si mencionan mas de un punto de venta- ver pregunta 5)

¿Qué porcentaje de su producción lo venden a (mencionar respuesta)

Producto		Servicio	
1 Local	<input type="text"/> %	1 Local	<input type="text"/> %
2 Regional	<input type="text"/> %	2 Regional	<input type="text"/> %
3 Exportan	<input type="text"/> %	3 Exportan	<input type="text"/> %

6
Solo si Exportan
¿Exportan directamente o lo hacen a través de terceros?

- 1 Directamente
- 2 Terceros

7 Vende su productos...
(Mencionar) (MÚLTIPLE)

- 1 Directamente al consumidor (Pasará a pregunta 10)
- 2 Minoristas (tiendas, almacenes supermercados, boutiques)
- 3 Mayoristas
Si mencionaron 2 y 3 pasar a preg.8

8
Me podría mencionar sus 3 principales clientes?

9
¿Qué materia prima utiliza para confeccionar sus productos propios?

9
¿Qué materia prima utiliza para brindar sus servicios?

<p>10 Percepción Ingresos: 2007-08 El ingreso que obtuvo su empresa en el 2008: ¿En que % varió con respecto al 2007? (Si se mantuvo igual poner 0) (Si la variación es positiva anteponga a la cifra el signo +, si es negativa anteponga el -)</p> <p style="text-align: center;"><input type="text"/> %</p>	<p>11 Percepción Gastos: 2007-08 El gasto que realizó su empresa en el 2008: ¿en que % varió con respecto al 2007? (Si se mantuvo igual poner 0) (Si la variación es positiva anteponga a la cifra el signo +, si es negativa anteponga el -)</p> <p style="text-align: center;"><input type="text"/> %</p>	<p>12 Percepción N° trabajadores: 2007-08 El N° de trabajadores que tuvo su empresa en el 2008: ¿en que % varió con respecto al 2007? (Si se mantuvo igual poner 0) (Si la variación es positiva anteponga a la cifra el signo +, si es negativa anteponga el -)</p> <p style="text-align: center;"><input type="text"/> %</p>	<p>13 Percepción Ingresos: 2008-09 El ingreso que obtuvo su empresa en el 2009: ¿en que % varió con respecto al 2008? (Si se mantuvo igual poner 0) (Si la variación es positiva anteponga a la cifra el signo +, si es negativa anteponga el -)</p> <p style="text-align: center;"><input type="text"/> %</p>
<p>14 Percepción Gastos: 2008-09 El gasto que realizó su empresa en el 2009: ¿en que % varió con respecto al 2008? (Si se mantuvo igual poner 0) (Si la variación es positiva anteponga a la cifra el signo +, si es negativa anteponga el -)</p> <p style="text-align: center;"><input type="text"/> %</p>	<p>15 Percepción N° trabajadores: 2008-09 El N° de trabajadores que tuvo su empresa en el 2009: ¿en que % varió con respecto al 2008? (Si se mantuvo igual poner 0) (Si la variación es positiva anteponga a la cifra el signo +, si es negativa anteponga el -)</p> <p style="text-align: center;"><input type="text"/> %</p>	<p>16 ¿Cuál es el monto total que invirtió en la producción? en la adquisición de sus activo? (maquinarias y equipo utilizados,</p> <p style="text-align: center;"><input type="text"/></p>	

ESTACIONALIDAD EN LA PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN O PRESTACIÓN DE SERVICIOS

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
17 Usualmente, en que meses del año su producción, comercialización o prestación de servicios es mayor?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
18 Usualmente, en que meses del año su producción, comercialización o prestación de servicios es menor?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

