

Instituto de Investigaciones en Ciencias Económicas



Serie de

Divulgación Económica

**CLIMA EMPRESARIAL EN UN CANTÓN DE BAJO
CRECIMIENTO. EL CASO DE TURRIALBA**

Patricia Cedeño
Ronald Aguilar
Sede del Atlántico
Universidad de Costa Rica

Serie de Divulgación Económica. IICE-03

330.972.865

C389C

Patricia Cedeño y Ronald Aguilar.

Clima empresarial en un cantón de bajo crecimiento. El caso de Turrialba/ Patricia Cedeño, Ronald Aguilar. - San José, C.R. : Instituto de Investigaciones en Ciencias Económicas, UCR, 2009.

33,[9] p. - (Serie de Divulgación Económica)

ISBN 978-9968-824

I. TURRIALBA (CARTAGO,COSTA RICA) -ASPECTOS SOCIOECÓMICOS - ENCUESTAS- 2. EMPRESAS PRIVADAS - TURRIALBA (CARTAGO COSTA RICA) 3.MERCADO LABORAL 4. TURISMO-TURRIALBA (CARTAGO COSTA RICA) 5. COMERCIO-TURRIALBA (CARTAGO COSTA RICA) I. Aguilar, Ronald,coautor. II. Título. III. Serie

Universidad de Costa Rica

© Instituto de Investigaciones en Ciencias Económicas (IICE)

Ciudad Univeristaria "Rodrigo Facio", San José Costa Rica.

Prohibida la reproducción total o parcial. Todos los derechos reservados. Hecho el depósito de ley.

La diagramación de este documento estuvo a cargo del IICE.

Impreso en la Sección de Impresión del SIEDIN, Universidad de Costa Rica, enero 2009.

CLIMA EMPRESARIAL EN UN CANTÓN DE BAJO CRECIMIENTO. EL CASO DE TURRIALBA ¹.

Patricia Cedeño.
Ronald Aguilar.

RESUMEN EJECUTIVO

Este ensayo presenta un informe parcial de los resultados logrados en la investigación “Evaluación del empleo y desempleo y el impacto de la situación socioeconómica del cantón de Turrialba”, la cual estuvo bajo la responsabilidad de los autores en la Sede del Atlántico de la Universidad de Costa Rica. En su diseño e implementación se contó con el apoyo del Instituto de Investigaciones en Ciencias Económicas de la Universidad de Costa Rica.

En la parte primera se analiza en forma descriptiva el entorno socioeconómico del cantón de Turrialba ² en el cual opera su organización empresarial, el objeto de análisis en este ensayo. La región es predominantemente agropecuaria y opera como un centro de servicios y su base industrial es muy limitada. Su infraestructura está concentrada en el Distrito central en el cual se ubica el 47% de su población. Su desarrollo productivo local no está articulado con el modelo de desarrollo del país que basa su orientación en la promoción de exportaciones y de servicios vinculados con el sector externo. El potencial endógeno del cantón está referido a amplias cuencas que generan energía hidroeléctrica y agua potable, suelos fértiles que permiten una gama amplia de producción agropecuaria y sitios turísticos basados en el volcán Turrialba y el sistema montañoso de Talamanca. Además, en los distritos localizados en este sistema montañoso se encuentra localizada una de las mayores concentraciones de población indígena del país.

El cantón de Turrialba tiene una población de 68.510 personas (Censo del 2000), de la cual el 41% se localiza en los centros urbanos de Turrialba y la Suiza. Cuenta con una infraestructura económica y social de importancia, concentrando una infraestructura pública de prestaciones sociales con un hospital regional y 14 centros de atención médica (EBAIS), 10 acueductos y 99 establecimientos educativos (85 escuelas y tres colegios) incluyendo una sede regional

¹ Este artículo constituye un informe parcial del proyecto de investigación “Evaluación del empleo y desempleo y el impacto de la situación socioeconómica del cantón de Turrialba” (VI-510-A5-086), el cual fue aprobado por la Vicerrectoría de Investigación de la Universidad de Costa Rica. El diseño estadístico fue realizado con el apoyo técnico del Lic. Freddy Rojas del Instituto de Investigaciones en Ciencias Económicas de la Universidad de Costa Rica.

² Las coordenadas geográficas medias del cantón de Turrialba están dadas por 09º 47' 14 " latitud norte y 83º 34' 03" longitud oeste. La anchura máxima es de setenta y cinco kilómetros, en dirección noroeste a sureste desde la intersección de la línea imaginaria, límite con la provincia de Limón, en el río Toro Amarillo hasta el cerro Chirripó.

de la Universidad de Costa Rica. Además cuenta con un Centro Agrícola Cantonal, un centro internacional de investigación agropecuaria (CATIE) y cuatro agencias bancarias. Su red vial incluye 74 kilómetros pavimentados y 737 kilómetros de caminos vecinales no pavimentados. Su sector privado comercial es extenso y muy activo en todos los distritos del cantón. Asimismo, el sistema de transporte público permite unir a todos los asentamientos de la región con la excepción de los poblados indígenas dispersos en las montañas del Chirripó.

La región experimenta un muy lento crecimiento económico desde fines del decenio de los ochentas, como resultado del cierre del ferrocarril que comunicaba San José con el puerto de Limón, la crisis cafetalera de los noventas, la disminución de la producción cañera y el cierre de los ingenios azucareros, así como de las políticas macroeconómicas que han desincentivado la producción agropecuaria para el consumo doméstico. Esta situación se ha manifestado en una disminución del bienestar social de los turrialbeños y en una reducción del empleo, situación que ha inducido una migración de su población joven hacia otras regiones del país.

El análisis de la organización empresarial privada del cantón de Turrialba consideró los sectores de manufacturas, comercio, servicios, turismo y empresas agroindustriales localizadas principalmente en su perímetro urbano. La información se obtuvo mediante un cuestionario que se aplicó a los responsables de establecimientos en las áreas del comercio, los servicios, manufacturas y agroindustriales, excluyéndose las actividades agropecuarias.

El estudio consideró un cuestionario incluido en el anexo, de 35 preguntas que permitió levantar información sobre la gestión de negocios en 172 empresas. Los resultados principales de la información levantada muestran la escasa o poca actualización tecnológica de la mayoría de las empresas y negocios, la poca importancia de la capacitación como actividad sustantiva del proceso productivo, el desplazamiento de la mano de obra agrícola del cantón hacia los sectores de comercio y servicios, así como su poca disposición para hacer uso de los servicios públicos con excepción de los servicios financieros bancarios y el recelo para ofrecer información como la que se analiza en este estudio. En cuanto al capital humano, lo más importante es que ha habido un cambio en la distribución del empleo entre el año 2000 y el 2005, resaltando el sector comercio en donde en el año 2000 se empleaba a un 31,63% de la mano de obra de la zona central de Turrialba y para el año 2005, emplea aproximadamente al 40,71% de ésta. Es importante apuntar también que en el sector agrícola ha ocurrido entre el año 2000 y 2005 una reducción del empleo en 12 puntos porcentuales, y un aumento pequeño pero generalizado en el resto de sectores de la economía.

Es conveniente mencionar que la mayoría de las empresas cumple con el requisito de llevar libros contables, y son pocas las empresas encuestadas que no cumplen con esta disposición del Código de Comercio. Asimismo, la gran mayoría de las empresas no quisieron brindar información sobre los ingresos brutos que generaron en el año 2005.

CONTENIDO

I. PROPÓSITO Y ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN.

II. COBERTURA Y SELECCIÓN DE LAS UNIDADES DE ESTUDIO.

III. LA SITUACIÓN SOCIO-ECONOMICA Y BASE ECONOMICA DEL CANTÓN DE TURRIALBA.

I. PROPÓSITO Y ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN.

La investigación fue realizada por los profesores MSc Patricia Cedeño y MSc Ronald Aguilar de la Sede del Atlántico de la Universidad de Costa Rica con el propósito de evaluar la situación socioeconómica del cantón de Turrialba con referencia a un estudio del sector empresarial y sus efectos en la demanda laboral. El trabajo formó parte de un proyecto más amplio que fue realizado por el Instituto de Investigaciones en Ciencias Económicas (IICE) de la Universidad de Costa Rica bajo el nombre de “Diagnóstico y Plan de Acción del Cantón de Turrialba” y coordinado por el economista Dr. Rafael Arias Ramírez.

En la caracterización socioeconómica del cantón los autores contaron con el apoyo del estadístico Luis Oviedo. A su vez el cuestionario fue preparado con la asesoría del MSc Luis Zárate y se utilizó la experiencia de un trabajo previo realizado por la Lic. Rocío Chacón de la Escuela de Economía para caracterizar las MiPymes de los cantones de San Ramón, Naranjo y Grecia³. El diseño estadístico y el manejo electrónico de la información fue realizado por el Lic. Freddy Rojas Rodríguez y la Ing. Isabel Monge del IICE.

Se utilizaron dos cuestionarios: el primero de tipo general fue empleado en la encuesta en los sectores agroindustria, manufactura, comercio y servicios; y el segundo para el nascente sector de turismo. Se señala sin embargo, que el sector agrícola no fue encuestado y se incluyó únicamente a dos empresas agroindustriales localizadas en el área periférica de la ciudad de Turrialba. La encuesta del sector turismo fue coordinada con la Cámara de Turismo de Turrialba, la cual solicitó información específica para los propósitos propios de esta organización, la cual no se analiza en el ensayo.

El cuestionario general⁴ consideró seis componentes: identificación de la empresa o negocio; tecnología (6 preguntas); disposición para la capacitación y preparación de su personal (10 preguntas); expectativas en producción y ventas (3 preguntas); capital humano (8 preguntas); actividades de la empresa o negocio (uso de servicios, destino ventas, canales de comercialización, esfuerzos conjuntos con proveedores y clientes para mejorar procesos, insumos adquiridos en la economía local del cantón, registros contables, factores que afectaron su actividad en el año 2005, y el rango de sus ventas). El cuestionario específico para el sector turismo incluyó un primer componente muy amplio que tenía el propósito de levantar información para identificar la actividad turística y considerando su actividad (hotel/lodge, restaurante/bar, operador de turismo y otros) lo cual consideró 18 preguntas. El resto de componentes es similar al cuestionario general. El trabajo de campo de la encuesta fue realizada con la colaboración de un grupo de estudiantes del Programa de Bachillerato de Dirección de Empresas de la Sede del Atlántico.

³ Respuesta de las PYMES de la región occidente a los cambios en la política económica derivados del proceso de globalización” Lic. Rocío Chacón Proyecto de investigación # 540-A3-151 Universidad de Costa Rica.

⁴ El Cuestionario General y la sección primera del Cuestionario Específico se incluyen en el Anexo.

II. COBERTURA Y SELECCIÓN DE LAS UNIDADES DE ESTUDIO.

El diseño estadístico consideró los recursos financieros asignados por la Dirección de la Sede del Atlántico así como los recursos técnicos de soporte del IICE. Para realizar el trabajo de campo se consideraron las siguientes orientaciones:

- a) En la definición de las firmas del sector de manufacturas se encuestaron todas las empresas identificadas por los autores y localizadas en el área urbana de Turrialba.
- b) El listado de empresas turísticas fue levantado por los asistentes señorita Marcela Bonilla y Manuel González, con información al mes de agosto de 2005. Se agregaron las empresas turísticas que fueron encontradas en el barrido realizado en la zona central de Turrialba.
- c) Se definió una muestra de empresas de los sectores de comercio y servicios. Estos sectores se clasificaron en dos estratos, de acuerdo con el número de empleados (el primero 1 a 9 y el segundo 10 y más). En el estrato 1 se aplicó un diseño muestral y en el estrato 2 se realizó un censo. Se asumió para aquellas empresas que no ofrecieron información sobre el número de empleados, que las mismas corresponden al primer estrato.
- d) Para el sector agroindustrial los investigadores escogieron una muestra por conveniencia, dado que no pudieron obtener los marcos muestrales para dicho sector

La población objeto del estudio son las empresas/ negocios que pertenecen al sector comercio, servicio, manufactura, y turismo, de la zona central de Turrialba, la cual fue delimitada de la siguiente forma: primero, al este: Barrio Cedros y Finca la Isabel; segundo al oeste: Hospital Turrialba; tercero al norte el Distrito de Santa Rosa; y al sur la Sede de la Universidad de Costa Rica. Se definió como unidad de muestreo a la empresa que pertenece a alguno de los sectores mencionados anteriormente en la población de interés.

Para los sectores de comercio y servicios se elaboró un diseño muestral con el fin de escoger una muestra probabilística. Esta tarea se realizó de la siguiente manera:

1. Se tomó la decisión de utilizar los listados de información del sector servicio y comercio como dos poblaciones independientes, con el fin de seleccionar muestras para cada sector. Se tomó tanto el sector servicios como el sector comercio como dos poblaciones de interés (marcos muestrales).
2. Se seleccionaron en cada marco las empresas que tenían el dato de personal inferior a diez.
3. Dado que no se contó con el dato de empleo para todas las empresas, se supuso que todas aquellas que estaban en el listado sin ese valor se tomarían dentro del primer estrato.
4. Dado que no se contaba con todas las observaciones para la variable de interés (el número de personas empleadas), se decidió utilizar la variancia máxima generada por la formula $P*Q$, donde $P=0.5$ y $Q=0.5$ generando un valor de 0.25, para la varianza.
5. Para determinar el tamaño de muestra se aplicó la fórmula de muestreo simple al azar para población finita sin reemplazo.

$$n = \frac{[(Z_{\alpha/2} \sqrt{P*Q} / d)]^2}{1 + 1/N * [(Z_{\alpha/2} \sqrt{P*Q} / d)]^2}$$

- n: Tamaño de la muestra total
 N: Tamaño de la población
 P: Proporción de que el evento de interés ocurra
 Q: Proporción de que el evento de interés no ocurra
 d: Error máximo permisible
 Z: Nivel de confianza (90%)

6. Dado que había una restricción presupuestaria se decidió trabajar con un nivel de confianza de 90% y un error máximo permisible de 10%.
7. Al aplicar la fórmula se obtuvo una muestra teórica de 68 establecimientos para el sector servicio y de 57 para comercio.
8. Este tamaño de muestra se ajustó por los siguientes aspectos:
 - a. Datos faltantes en las variables principales (en ambas sub-poblaciones se aplicó un 30.34%).
 - b. Tasa de no respuesta (30.34%).
 - c. Ajuste por población finita.
9. Obteniendo los siguientes resultados: muestra para sector servicios 90 empresas y 92 para el comercio.
10. Posteriormente se aplicó el muestreo sistemático para seleccionar las unidades muestrales, se utilizó el método sugerido por Lahiri, el cual considera las unidades dispuestas alrededor de un círculo, sea k el entero más cercano a N/n. Se selecciona un número al azar entre 1 y N y tómesese cada K-ésima unidad a partir de ahí y siguiendo el círculo, hasta alcanzar las n unidades deseadas ⁵.

⁵ Cochran William G. “Técnicas de muestreo”, pag.258-259.1987.

Cuadro No. 1 Turrialba: Distribución de las empresas que dieron respuesta a la encuesta según micro, pequeña, mediana y grande por número de trabajadores empleados y clasificación del Ministerio de Economía.

Tamaño de empresa	# de empresas	%
Micro	148	86.0%
Pequeña	19	11.0%
Mediana	4	2.3%
Grande	1	0.6%

*Clasificación según reglamento del MEIC

El trabajo de campo se realizó durante el segundo semestre académico del año 2006. La respuesta efectiva fue de 172 negocios ubicados en el área urbana de Turrialba de un total de 835 firmas identificadas en el diseño estadístico, a saber: dos empresas agroindustriales que se localizan en los límites del área urbana del cantón, 16 operadores turísticos de un total de 27 empresas; así como 4 firmas manufactureras del total de 15 empresas; segundo, 99 comercios (27% del total) y 51 establecimientos de servicios (15% del total).

III. LA SITUACIÓN SOCIO-ECONOMICA Y BASE ECONOMICA DEL CANTÓN DE TURRIALBA ⁶.

Según los datos del Censo Nacional la población del cantón de Turrialba fue de 68.510 personas en el año 2000 y estimaciones recientes indican que la misma aumentó a 72.542 personas en el 2008, concentradas en un 60% en los distritos de Turrialba (46,3%) y la Suiza (13,8%). Estos distritos además de su mayor tamaño poblacional son los únicos que cuentan con centros urbanos, El 61% de la población total reside en la zona rural.

En forma resumida y utilizando información censal para el año 2000 se pueden describir algunas de las características socioeconómicas relevantes del cantón de Turrialba, a saber ⁷:

- Población económicamente activa: un total de 23.556 personas forman la población activa con la siguiente composición: 22.282 ocupados y 1.274 desocupados (1.140 cesantes y 134 buscando trabajo por primera vez).
- Vivienda: un total de 10.018 viviendas con un promedio de 4 personas por vivienda, con la siguiente distribución: Turrialba, 8931; La Suiza, 2310; Santa Teresita, 1500; Santa Rosa, 1362; Pavones, 1199; Tayutic, 1141; Santa Cruz, 1101; Tuis, 804; Tres Equis, 472 y Peralta, 198 viviendas.
- Comunicaciones: un total de 8.765 líneas telefónicas para una densidad de 13 líneas por 100 habitantes.
- Red de vialidad: 64 kilómetros de carretera con pavimento y 737 kilómetros de caminos vecinales no pavimentados. Dispone también de una red de transporte ferrocarrilero en desuso que cruza todo el cantón de oeste a este.

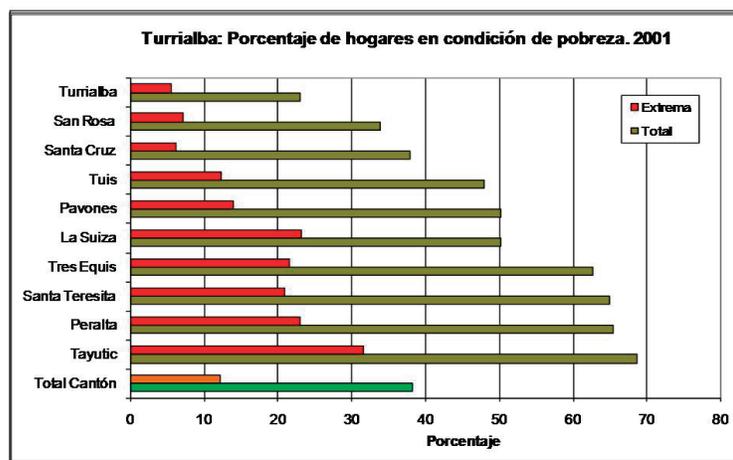
En la parte sureste del cantón y localizadas en los distritos de Tayutic y La Suiza están las reservas indígenas de la etnia Cabécar, denominadas Bajo Chirripó y Alta Chirripó cubriendo una extensión de aproximadamente el 23% del cantón y con una población indígena de 3551 personas, que representa aproximadamente un 5.6% de la población indígena del país y 5.2% de la población del cantón.

El cantón cuenta con 17.302 hogares, los cuales presentaron para el año 2001, un nivel socioeconómico bajo y preocupante en muchos de sus distritos, ya que en la mitad de ellos al menos el 50% de los hogares se hallaba en situación de pobreza. Cuando se considera la condición de estos

⁶ La caracterización socioeconómica de Turrialba fue realizada con el apoyo de Luis Oviedo, investigador del IICE.

⁷ Conferencia "Situación Actual y Perspectivas Futuras del Desarrollo de Turrialba", (2003) Ph.D. Justo Aguilar F.

hogares en relación con el indicador de “Necesidades Básicas Insatisfechas” se tiene que un 43% de los hogares presenta carencias de algún tipo, siendo las de educación e higiene, las que más afectan a los hogares del cantón de Turrialba. También se señala que para el año 2000, uno de cada seis hogares eran jefeados por una mujer.



Según el Índice de Desarrollo Humano estimado por PNUD ⁸, el cantón de Turrialba se ubica en el rango 52-64 entre todos los cantones del país durante el periodo del 2000 a 2005. Dicho índice posiciona a los cantones según el valor obtenido en el índice, siendo la posición número 1 para el cantón con el mayor valor y el puesto 81 para el cantón con el menor desarrollo humano. De esta manera, Turrialba se ubica para el año 2005 en el puesto 64 lo cual quiere decir que pertenece al 20% de los cantones con peor calificación. El índice se compone de tres subíndices (educación, esperanza de vida y bienestar material) y dentro de estos el de bienestar material y el de educación son los componentes del índice que hacen que el cantón se ubique en esa posición.

La tasa de participación laboral de la población turrialbeña para el año 2000 fue relativamente baja (45,6%) al comparársele con el dato nacional. Una de las causas posibles de este bajo nivel de participación laboral se explica por la baja participación de las mujeres en el mercado laboral (21,3%). Asimismo, el desempleo promedio del cantón (5,4%) es mayor al nacional (4,6%), particularmente en los distritos de La Suiza, Peralta, Santa Rosa y Tres Equis.

La base económica del cantón es predominantemente agropecuaria y centrada en un conjunto de actividades principales como el café y la caña de azúcar que atienden el mercado nacional e internacional, así como productos para el consumo doméstico de menor rentabilidad como frijoles, verduras, frutales, leche y derivados como queso, actividades que fueron afectadas sensiblemente en su desarrollo por la falta de políticas de fomento técnico y crédito subsidiado que compensen las incertidumbres propias de estas actividades de producción. De acuerdo con información censal del año 2000, el cantón cuenta con 25.104 propietarios de fincas que operan en actividades agropecuarias, así como con 76 establecimientos industriales que dan trabajo a 766 trabajadores. Además se cuenta con cinco cooperativas (3 son de servicios múltiples) y 45 asociaciones de desarrollo comunal.

⁸ El Índice de Desarrollo Humano es un indicador calculado por el PNUD para los 81 cantones del país.

El cantón dispone de los siguientes servicios

- Servicios municipales: administración de parques, de terminal de buses, de cementerio, de recolección y tratamiento de basura, de mantenimiento vial y tres bibliotecas públicas. Además, la municipalidad ha autorizado 2.238 patentes de negocios en las actividades de industria, comercio, licores y servicios.
- Servicios de agua potable: un total de 10 acueductos.
- Servicios financieros: 4 agencias bancarias (2 del Banco Nacional de Costa Rica, 1 del Banco de Costa Rica y 1 del Banco Popular).
- Servicios de Asistencia Agrícola: 2 agencias del Ministerio de Agricultura y Ganadería y tres centros veterinarios.
- Establecimientos de salud: 1 hospital de la Caja Costarricense del Seguro Social (William Allen) en la ciudad de Turrialba y 14 Ebais distribuidos en siete distritos del cantón. La población residente en los distritos de Tuis y Tayutic son servidos por los Ebais vecinos. Además cuenta con 7 farmacias.
- Centros educativos: un total de 96 instituciones educativas: 8 centros preescolares, 85 escuelas y 3 colegios, 1 centro universitario administrado por la Universidad de Costa Rica y 2 centros de enseñanza especial. La población que asiste a estos centros educativos es la siguiente: 1.354 niños y niñas en establecimientos preescolares, 9.688 niños y jóvenes asistiendo a los centros de I y II ciclo educativo y 3.979 jóvenes en establecimientos del III ciclo educativo.

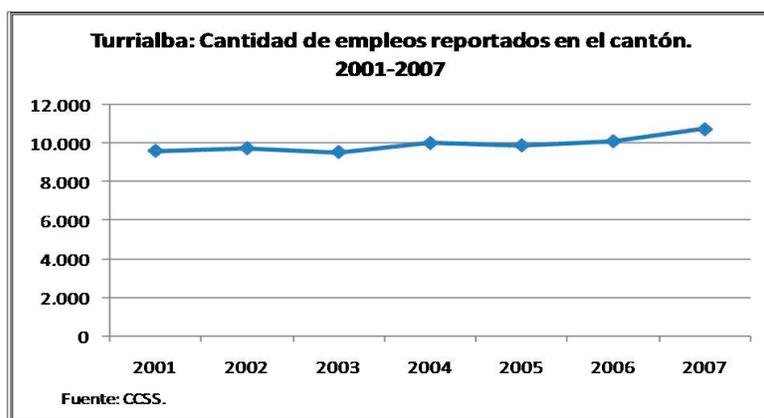
En términos de sus recursos minerales ⁹ el Censo del año 2000 reporta en el sector norte del cantón, un área de mineralización latérico bauxítica (7% de la región), mientras que al sur hay otra zona con mineralización de cobre, oro, hierro, zinc y plata (3% de la región). Además en el cantón se localizan las reservas forestales de Río Macho y Cordillera Central (21% del territorio cantonal), el Parque Chirripó (5%) y la Zona Protectora Barbilla (6%).

La ocupación del cantón al año 2.000 fue de 22.282 personas ocupadas, las cuales se encontraban trabajando en un 35% en actividades agrícolas, un 20% en actividades del sector secundario y un 45% en actividades del sector terciario o servicios. Desde otra perspectiva las ocupaciones no calificadas es de un 38%. Además uno de cada cuatro personas ocupadas realiza sus actividades de manera independiente, es decir, laboran como patronos o por cuenta propia.

La actividad económica en la que se emplean más habitantes del cantón es el cultivo de café (14,1%), seguido de la cría de ganado vacuno (engorde y leche) (4,6%), luego se tiene a los ocupados en actividades de generación y distribución de energía eléctrica (4,3%), además en servicio doméstico (4,3%) y construcción (4,2%). En estas cinco principales actividades se emplea aproximadamente un tercio de la población ocupada del cantón.

⁹ Atlas Cantonal de Costa Rica. IFAM, página 190.

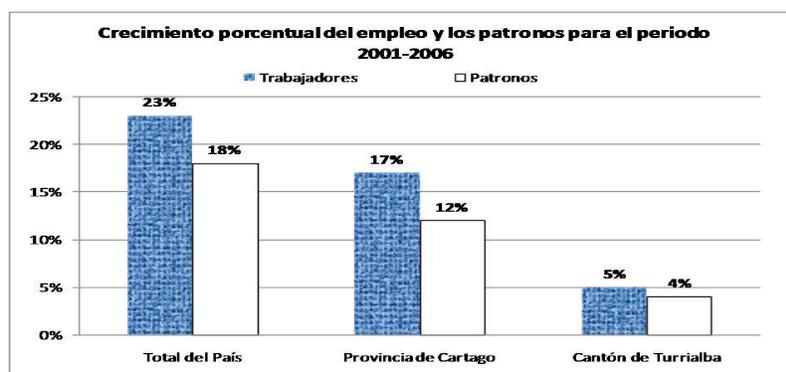
Los datos anteriores reflejan la forma en cómo se distribuía la población ocupada residente en el cantón, sin embargo, no dice si esta corresponde a la generación de empleo directo en el cantón pues el censo no preguntaba sobre el lugar al que debía trasladarse para realizar su trabajo. Una aproximación al empleo formal generado en el cantón se puede obtener a través de los datos de la Caja Costarricense del Seguro Social, mediante el sistema automatizado de planillas el cual asigna a cada trabajador una dirección aproximada de su trabajo mediante la dirección a la cual se envía la orden patronal. De esta manera, mediante el siguiente gráfico puede verse la cantidad de empleos que se dan en el cantón, así como la evolución de estos durante los últimos 6 años.



Tal y como puede observarse en el gráfico anterior el número de empleos en el cantón ha aumentado apenas ligeramente durante el periodo 2001 al 2007, en estos seis años se han generado 1.151 nuevos puestos de trabajo, sin embargo, la mitad de ellos han sido en ocupaciones realizadas de manera independiente, es decir, son trabajadores por “Cuenta Propia” lo cual quiere decir que solo 575 empleos han sido creados por la empresa privada.

El gráfico siguiente muestra que tan diferente es el crecimiento experimentado por el cantón de Turrialba respecto al resto del país y a la provincia a la que pertenece. Como puede apreciarse el crecimiento del cantón está muy por debajo del crecimiento experimentado a nivel de país e incluso a nivel de provincia, esto pone en evidencia lo que se ha dicho anteriormente en el sentido de que el cantón experimenta poco crecimiento económico, lo cual se traduce en escasas fuentes de empleo para su población.

La dinámica del empleo en el cantón ha sufrido transformaciones, ya que para el periodo del 2001 al 2006, Turrialba perdió 831 puestos de trabajo en el sector industrial, los cuales fueron recuperados por el aumento en el sector comercio (563), y el sector transporte (268). Del mismo modo tuvieron un crecimiento importante las actividades del sector construcción y el agrícola, con 222 y 217 nuevos puestos de trabajo generados, respectivamente.



Al igual que lo refleja el índice de desarrollo humano y considerando únicamente la población ocupada el nivel educativo es bajo, aproximadamente dos de cada tres personas ocupadas residentes en el cantón de Turrialba tienen como máximo nivel alcanzado la primaria completa. Siendo que el nivel medio educativo de la población ocupada se ubicaba en el año 2000 en 7,2 años.



En este contexto la base económica cantonal puede ser caracterizada según sectores de la siguiente forma:

- i. *Sector Primario.* Este sector comprende actividades productivas en agricultura y ganadería, que por tradición han constituido la base económica del cantón y provee empleo a un 35% de la fuerza de trabajo cantonal, según datos del Censo del 2000. Por otra parte, de acuerdo con

¹⁰ MIDEPLAN. Plan Maestro . Subregión Turrialba, Cantones Turrialba y Jiménez. Equipo Técnico Región Central. O.P.Cordero y F.Otárola. MIDEPLAN/ 122/ 85/ PR/033/ mimeo. 1984

el Plan Maestro para la Subregión Turrialba, formulado por el Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica de 1984¹⁰, se determinó que la estructura productiva de este sector mostraba desequilibrios importantes debido a su carácter dual con unidades tecnológicas avanzadas y unidades con rezagos tecnológicos significativos. En el sector coexisten grandes unidades productivas con una multitud de unidades pequeñas de baja capacidad productiva y acceso limitado de servicios, lo cual limita el crecimiento sostenido del sector. La adopción del Ajuste estructural como estrategia de desarrollo nacional incidió en un debilitamiento de la institucionalidad agropecuaria del país y en un retardamiento del desarrollo del sector primario en Turrialba, con implicaciones importantes en la generación del empleo y bienestar de los habitantes de las zonas rurales del cantón.

- ii. *Sector Secundario.* Este sector incluye las actividades de manufacturas, provisión de electricidad y agua potable y de la construcción, las cuales ocupan aproximadamente un 21% de la fuerza de trabajo. El Censo reportó para el año 2000, un total de 4.639 trabajadores en este sector en donde la mayor parte de las empresas son de tipo pequeño y cubren actividades muy variadas como las siguientes: preparación de carnes, panadería, productos alimenticios, imprentas, talleres de madera y mueblería, jabonerías, talleres de reparación de vehículos y envasados de frutas, lácteos y productos metálicos. Se incluyen empresas agroindustriales de tamaño grande en actividades del procesamiento del café y caña de azúcar, así como la firma Rawling de Costa Rica que produce bolas de baseball. Adicionalmente Solcaribe empaqueta macadamia para la exportación y genera una ocupación importante. Complementariamente a la actividad manufacturera y de empaque, el subsector de producción de energía (desarrollo hidroeléctrico de “La Angostura”) y de agua potable absorben aproximadamente un 10% (aproximadamente 2000 personas) de la fuerza laboral del cantón.
- iii. *Sector Terciario.* Este sector comprende actividades comerciales, de hotelería, restaurantes, transportes e inmobiliarios, servicios financieros y de administración pública, enseñanza, salud, servicios comunitarios y domésticos y la presencia de organismos internacionales, en las cuales se ubica la mayor proporción (44%) de la fuerza laboral del cantón. En lo fundamental los servicios pueden ser agrupados en dos categorías: primero, servicios de apoyo a la base económica formados por el sector agropecuario y actividades manufactureras y que toman la forma de servicios técnicos, financieros y otros complementarios; segundo servicios para la población, en particular aquellos de tipo gubernamental en los campos de la salud y educación. Adicionalmente se consideran los servicios de investigación, apoyo técnico y educación universitaria agrícola que ofrece el CATIE. Según el Censo 2000, el comercio y las actividades de reparación generaron un empleo importante para 2500 personas. En segundo lugar de importancia las actividades de educación aportaron empleo para 1400 personas, mientras que en tercer y cuarto lugar en importancia se encuentran la administración pública y el sector de transporte y comunicación.

Un rasgo característico de la actividad económica de esta región resulta de comparar la importancia relativa de estos sectores en la generación de empleo. La base económica que comprende las actividades agropecuarias y el sector de servicios son determinantes en la generación del empleo con un 79% del total. Con menor prioridad, el sector secundario genera un 21% del empleo total.

IV. CARACTERIZACIÓN EMPRESARIAL DE TURRIALBA SEGÚN LA ENCUESTA EMPRESAS/NEGOCIOS QUE PERTENECEN AL SECTOR COMERCIO, SERVICIO, MANUFACTURA, TURISMO, CAÑA Y CAFÉ DE LA ZONA CENTRAL DE TURRIALBA.

I. Comercio

Empresas e inicio de actividades. Para el análisis del sector comercio se realizó un muestreo, obteniendo respuesta para 99 empresas. Estas empresas comprenden abarrotes, venta de artículos varios, computación, materiales de oficina, colegios y escuelas, materiales de construcción, preparación y venta de comida, farmacias, librerías, diversas reparaciones y compra ventas, comprende un 58% del total de empresas entrevistadas. En el sector comercio de las empresas de las cuales se obtuvo respuesta en la encuesta el 88% corresponde a microempresas con menos de 10 trabajadores, un 10% corresponde a empresas pequeñas con un número de trabajadores entre 10 y 35, el restante 2% corresponde a empresas dedicadas al comercio que se ubican en la categoría de empresas medianas y poseen entre 35 y 100 trabajadores en sus plantas.

El sector comercio se caracteriza por ser un segmento de la actividad económica del cantón de Turrialba relativamente nuevo, la muestra tomada del mismo nos indica que más de un tercio de las empresas del sector comercio se establecieron en la zona e iniciaron operaciones a partir de la década de los noventas, existiendo un repunte de empresas que iniciaron actividades en el año 2000 y 2006.

Entre la década de los noventas y hasta el 2006 se establecieron en la zona más del 54% de las empresas dedicadas al comercio y tomadas en cuenta en la muestra realizada para la encuesta.

Ubicación. La gran mayoría de las empresas dedicadas al comercio que fueron encuestadas corresponden al distrito de Turrialba, aproximadamente un 96%, el restante 4% corresponde a empresas provenientes de los distritos de Santa Rosa y Tres Equis.

Tecnología. En el análisis sobre la calidad de tecnología realizado por medio de la encuesta, se logró inferir que existe un alto desconocimiento por parte de los empresarios, entrevistados, sobre las capacidades y mejoras a los sistemas productivos y administrativos en relación con sus prácticas tecnológicas actuales. También se determinó que los niveles de inversión en tecnología y las capacidades tecnológicas actualmente instaladas en la región son bajos.

Lo anterior se debe a un desconocimiento por parte de los encuestados sobre lo que podría ser un grado tecnológico óptimo de sus procesos o bien, la relación entre productividad e inversión tecnológica.

Más del 50% de los empresarios encuestados indican tener un nivel satisfactorio de tecnología, a pesar de que no reportan inversiones recientes para actualizar sus procesos de producción o actividades de negocios.

En el cuadro siguiente se observa que el 59,6% de las empresas entrevistadas si reportan que su tecnología, en una escala del 1 al 10(máxima) es satisfactoria pues la califican de más de 7 inclusive.

Cuadro No. 2 Turrialba: Opinión de las empresas encuestadas de sector comercio sobre el grado tecnológico según calificación. (Año 2006)

Calificación del grado de tecnología de 1 a 10 donde 10 es la puntuación máxima		
Calificación	Número de empresas	Porcentajes
Menos de 7	8	8,1%
Más de 7 inclusive	59	59,6%
No aplica	28	28,3%
No sabe no responde	4	4,0%
Total	99	100,0%

Fuente: Sede del Atlántico Universidad de Costa Rica 2006.

Este resultado muestra como los gerentes o dueños de las empresas de la zona central de Turrialba indican tener altos niveles de tecnología, a pesar de operar en un entorno de bajo crecimiento económico.

Cuadro No. 3. Turrialba: Proporción de las empresas encuestadas del sector comercio que han realizado mejoras tecnológicas según tipo de mejora (Año 2006)

Adaptación Tecnológica	# de empresas	Porcentaje
A nivel de proceso de producción	6	6,1%
Para el desarrollo de nuevos productos	4	4,0%
A nivel de proceso de producción y para el desarrollo productos	2	2,0%
El proceso gerencial - administrativo	17	17,2%
Para el desarrollo de nuevos productos y el proceso gerencial	1	1,0%
Ninguna	60	60,6%
NS/NR	9	9,1%
Total	99	100,0%

Fuente: Sede del Atlántico Universidad de Costa Rica 2006.

En el cuadro anterior se observa cómo un 60% de las empresas encuestadas y dedicadas al comercio no han realizado adaptaciones tecnológicas, aspecto que realza el problema de actualización tecnológica y mejora constante de la región y de este sector.

En el cuadro siguiente se puede observar el rezago en investigación y desarrollo que existe en el sector, como también el alto porcentaje de empresas que decidieron no dar una respuesta.

Cuadro No. 4. Turrialba: Proporción de empresas del sector comercio que invierten en innovación según forma de método de adquisición de la innovación.

De forma Sistemática con Investigación y Desarrollo	11,10%
Por medio de compra directa de tecnología	46,46%
Ns/Nr	42,42%

Fuente: Sede del Atlántico Universidad de Costa Rica 2006.

Otra forma de modernización de los procesos es la inversión en innovación. Los datos recabados muestran que la mayoría de las empresas obtienen sus innovaciones por medio de la compra directa de tecnología. El hecho de realizar compras directas de tecnología responde a una necesidad del mercado, en gran medida por la competencia que podría haber en la zona o bien por la reposición de tecnología depreciada.

Diversos economistas entre estos Robert Solow, Robert Lucas, Arnold Harberger y Paul Romer, opinan que el capital y el trabajo no explican totalmente el crecimiento del producto, se requieren factores como la tecnología, entre otros, que fomenten incrementos en los niveles de productividad. En este sentido es claro cómo las inversiones en tecnología y por ende en novedosos procesos productivos podrían ayudar a la región turrialbeña a incrementar su producción y por ende el empleo.

Personal y Capacitación. La capacitación es una forma de adquirir conocimientos que le permiten al empresario contar con personal que puede monitorear sus procesos en la planta y en la comercialización tanto, para resolver problemas como para expandir el negocio. Según información obtenida de las encuestas al sector comercio, 48% de las empresas turrialbeñas de este sector utilizan la capacitación con estos fines

Además se infiere de esta información, que la experimentación es otra forma importante de las empresas para aumentar su conocimiento respecto a sus negocios. Entre las firmas del sector comercio un 62%, emplean este procedimiento para enfrentar sus necesidades por mejorar su información.

Cuadro No. 5. Turrialba: Proporción de empresas encuestadas del sector comercio según forma de adquirir conocimiento.

Forma de adquirir conocimientos	
Capacitándose	47,5%
Experimentando	61,6%
Imitando	19,2%
Observando	47,5%
NS/NR	6,1%

Fuente: Sede del Atlántico Universidad de Costa Rica 2006.

Acceso y uso de Servicios por parte de las firmas. Los servicios a los cuales las firmas tienen acceso y a su vez utilizan para la mejora de su actividad, representan un indicador confiable de cómo el entorno empresarial, competitivo y logístico de la zona central de Turrialba afecta el desempeño de las empresas dedicadas al comercio.

A los gerentes entrevistados se les consultó sobre siete servicios requeridos por los negocios para mejorar su competitividad así como para resolver los problemas propios de su actividad de producción y comercial. Los servicios consultados son los siguientes: bancarios, internet, inteligencia de mercados, pruebas de laboratorio, asesoría en producción, asesoría administrativa y nuevos productos. De los resultados de la encuesta se destaca que mayoritariamente las empresas encuestadas del sector comercio utilizan los servicios financieros de los bancos localizados en Turrialba en un 66%. En segundo lugar, los empresarios encuestados reportaron el uso de servicios de asesoría administrativa, a saber comercio un 34%. Dado que estos servicios incorporan mejoras en la gestión, por lo general conlleva la adopción de nueva tecnología informática y de comercialización. En tercer lugar se encuentra la asesoría productiva, la cual es reportada por las firmas comerciales en un 7% uno de los porcentajes más bajos de todos los sectores analizados en la encuesta.

De manera interesante se infiere de la información anterior, que un 28% de las firmas de este sector reportan acceso a la información a través del uso de internet.

Esta información permite observar que el acceso a los servicios de internet si bien todavía no es generalizado entre las empresas turrialbeñas, una cuarta parte de las firmas en el sector de comercio reportaron acceso al servicio de internet. Ello provoca condiciones para mejorar la información de programas de apoyo a estas empresas en áreas muy diversas que se pueden acomodar a los requerimientos de información.

Se observa a su vez que los servicios bancarios son de los más utilizados por los diversos sectores económicos de la región.

Manejo de libros contables y uso de consultorías externas. El manejo de libros contables es de gran importancia porque todas las empresas tienen la necesidad de llevar un control de sus negociaciones mercantiles y financieras. De esta manera obtendrán mayor productividad y aprovechamiento de su patrimonio. Por otra parte, los servicios aportados por la contabilidad son imprescindibles para

obtener créditos o financiamientos, así como para el pago de impuestos, el orden administrativo y las operaciones legales de la empresa. En el caso del sector comercio el resultado es bastante sorprendente pues un 91% de las empresas dicen llevar libros contables siendo uno de los sectores con mejores resultados en este rubro.

En relación con las consultorías externas, es claro que en el sector comercio son mínimas, y que los esfuerzos de las distintas universidades e instituciones académicas y del sector comercial de la zona por crear lazos de comunicación y trabajo son escasos.

Canales de comercialización. En el sector comercio el canal de comercialización de los productos más utilizado es el llevar el producto directo al consumidor, un 77% de las empresas entrevistadas del sector comercio tienen como principal propósito llevar el producto hasta el consumidor, no obstante existe un porcentaje importante de empresas que tienen intermediarios a los cuales venden los productos.

Cuadro No. 6. Turrialba: Canales de comercialización utilizados por las empresas encuestadas del sector comercio.

Canal de comercialización	# Empresas	Porcentaje
Lleva el producto hasta los consumidores	77	77.8%
Lleva el producto a un intermediario	7	7.1%
Utiliza ambos metodos	11	11.1%
NS/NR	4	4.0%
Total	99	100%

Fuente: Sede del Atlántico Universidad de Costa Rica 2006.

Expectativas sobre ventas y producción. La gran mayoría de las empresas y en casi todos los sectores analizados mantenían expectativas positivas sobre la producción y ventas de sus respectivos negocios. En el caso del comercio las expectativas de un aumento en las ventas correspondían al 81% de las empresas, mientras que únicamente un 4% de las empresas opinaron que estas iban a deteriorarse en el futuro.

Cuadro No. 7. Turrialba: Expectativas sobre la producción y ventas de las empresas encuestadas del sector comercio para el año 2007

Expectativas	# Empresas	Porcentaje
Aumentará	81	81.8%
Disminuirá	4	4.0%
No variará	13	13.1%
NS/NR	1	1.0%
Total	99	100.0%

Fuente: Sede del Atlántico Universidad de Costa Rica 2006.

2. Servicios.

Empresas e inicio de actividades. Para el análisis del sector de servicios se realizó un muestreo, obteniendo respuesta de 51 empresas. Estas empresas comprenden asesoría legal, notariado, clínicas, educación y enseñanza, servicios varios de salud, reparación de electrodomésticos, venta de seguros, electricidad y agua y veterinarias entre otros. Estas empresas de servicios comprenden un 30% del total de empresas entrevistadas efectivas en todo el análisis de Turrialba por medio de la presente encuesta. En el sector servicios de las empresas de las cuales se obtuvo respuesta en la encuesta el 88% corresponde a microempresas con menos de 10 trabajadores, un 10% corresponde a empresas pequeñas con un número de trabajadores entre 10 y 35, el restante 2% corresponde a empresas dedicadas al sector servicio que se ubican en la categoría de empresas medianas y poseen entre 35 y 100 trabajadores en sus plantas.

El sector de servicios se caracteriza por ser un segmento de la actividad económica del cantón de Turrialba relativamente nuevo, la muestra tomada del mismo nos indica que más de la mitad de las empresas del sector servicios que contestaron satisfactoriamente la pregunta sobre la fecha de inicio de operaciones, se han establecido en la zona y han iniciado operaciones a partir de la década de los noventa, existiendo un repunte de empresas que iniciaron actividades a finales de la década de los noventa y durante el año 2003. Durante la década de los noventa y hasta el 2006 se establecieron en la zona más del 61% de las empresas dedicadas a servicios y tomadas en cuenta en la muestra realizada para la encuesta.

Ubicación. La totalidad de las empresas dedicadas al sector servicios que fueron encuestadas corresponden al distrito de Turrialba.

Tecnología. En el análisis del aspecto y calidad de tecnología realizado por medio de la encuesta, se logró inferir que existe un alto desconocimiento por parte de los empresarios, entrevistados, sobre las capacidades y mejoras al sistema productivo y administrativo en relación con sus prácticas tecnológicas actuales.

Se determinó que al igual que en el caso del sector comercio, existe un desconocimiento por parte de los encuestados sobre lo que podría ser un grado tecnológico óptimo de su proceso productivo o bien, la relación entre productividad e inversión tecnológica. Más del 60% de los empresarios encuestados indican tener un nivel satisfactorio de tecnología, a pesar de que no reportan inversiones recientes para actualizar sus procesos de producción o actividades de negocios. En el cuadro siguiente se observa que el 66% de las empresas entrevistadas si reportan que su tecnología, en una escala del 1 al 10(máxima) es más que satisfactoria pues la califican de más de 7 inclusive.

Cuadro No. 8 Turrialba: Opinión de las empresas encuestadas de sector servicios sobre el grado tecnológico según calificación . (Año 2006)

Calificación del grado de tecnología de 1 a 10 donde 10 es la puntuación máxima		
Calificación	Número de empresas	Porcentajes
Menos de 7	5	9.8%
Más de 7 inclusive	34	66.7%
No aplica	10	19.6%
No sabe no responde	2	3.9%
Total	51	100.0%

Fuente: Sede del Atlántico Universidad de Costa Rica 2006.

Este muestra como los gerentes o dueños de las empresas de la zona central de Turrialba indican tener altos niveles de tecnología, a pesar de operar en un entorno de bajo crecimiento económico.

Cuadro No. 9. Turrialba: Proporción de las empresas encuestadas del sector servicios que han realizado mejoras tecnológicas según tipo de mejora (Año 2006)

Adaptación Tecnológica	# de empresas	Porcentaje
A nivel de proceso de producción	8	15.7%
Para el desarrollo de nuevos productos	2	3.9%
A nivel de proceso de producción y para el desarrollo productos	1	2.0%
El proceso gerencial - administrativo	7	13.7%
Para el desarrollo de nuevos productos y el proceso gerencial	3	5.9%
Ninguna	27	52.9%
NS/NR	3	5.9%
Total	51	100.0%

Fuente: Sede del Atlántico Universidad de Costa Rica 2006.

En el cuadro anterior se observa cómo un 52% de las empresas encuestadas en el sector de servicios no han realizado adaptaciones tecnológicas.

Cuadro No. 10. Turrialba: Proporción de empresas del sector servicios que invierten en innovación según forma de método de adquisición de la innovación.

De forma Sistemática con Investigación y Desarrollo	3.92%
Por medio de compra directa de tecnología	60.78%
Ns/Nr	35.29%

Fuente: Sede del Atlántico Universidad de Costa Rica 2006.

La información del cuadro anterior muestra el rezago en investigación y desarrollo que existe en el sector, como también el alto porcentaje de empresas que decidieron no dar una respuesta. Se reconoce que inversiones en tecnología y en novedosos procesos productivos y administrativos podrían ayudar a la región turrialbeña a incrementar su producción y por ende el empleo.

Personal y Capacitación. Según información obtenida de las encuestas al sector servicio, 66% de las empresas turrialbeñas encuestadas de este sector utilizan la capacitación como forma de adquirir conocimiento. La experimentación y observación son las otras formas más comunes utilizadas por las empresas de servicios encuestadas para adquirir nuevos conocimientos.

Cuadro No. 11. Turrialba: Proporción de empresas encuestadas del sector servicios según forma de adquirir conocimiento.

Forma de adquirir conocimientos	
Capacitándose	66.7%
Experimentando	39.2%
Imitando	21.6%
Observando	37.3%
NS/NR	2.0%

Fuente: Sede del Atlántico Universidad de Costa Rica 2006.

Acceso y uso de Servicios por parte de las firmas. A los gerentes entrevistados se les consultó sobre siete servicios requeridos por los negocios para mejorar su competitividad así como

para resolver los problemas propios de su actividad de producción y comercial. Los resultados de la encuesta nos indican que mayoritariamente las empresas encuestadas del sector servicios utilizan los servicios financieros de los bancos localizados en Turrialba en un 76%. En segundo lugar, 45% de los empresarios encuestados reportaron hacer uso de internet para las labores propias de sus negocios y en tercer lugar se encuentra el uso de servicios específicos para pruebas en laboratorios en un 15%.

Con lo anterior se obtiene información relevante que permite inferir al igual que en los otros sectores analizados que el acceso a los servicios de internet es de gran importancia pues casi la mitad de las empresas encuestadas del sector servicios hacen uso del mismo.

Manejo de libros contables. En el caso del sector servicios un 78% de las empresas encuestadas dicen llevar libros contables.

Canales de comercialización. En el sector servicio el canal de comercialización de los productos más utilizado es el de llevar el producto directo al consumidor, un 74% de las empresas entrevistadas del sector comercio tienen como principal propósito llevar el servicio hasta el consumidor, no obstante existe casi un 4% de empresas que hacen uso también de los intermediarios como canal de comercialización.

Cuadro No. 12. Turrialba: Canales de comercialización utilizados por las empresas encuestadas del sector servicios.

Canal de comercialización	# Empresas	Porcentaje
Lleva el producto hasta los consumidores	38	74.5%
Únicamente lleva el producto a un intermediario	0	0.0%
Utiliza ambos métodos	2	3.9%
NS/NR	11	21.6%
Total	51	100%

Fuente: Sede del Atlántico Universidad de Costa Rica 2006.

Expectativas sobre ventas y producción. En el caso del comercio las expectativas de un aumento en las ventas correspondían al 74% de las empresas, mientras que únicamente un 3.9% de las empresas opinaron que estas iban a deteriorarse en el futuro.

Cuadro No. 13. Turrialba: Expectativas sobre la producción y ventas de las empresas encuestadas del sector servicio para el año 2007

Expectativas	# Empresas	Porcentaje
Aumentará	38	74.5%
Disminuirá	2	3.9%
No variará	11	21.6%
Total	51	100.0%

Fuente: Sede del Atlántico Universidad de Costa Rica 2006.

3. Industria.

Empresas e inicio de actividades. Para el análisis del sector industria se realizó un censo obteniendo una respuesta efectiva de , 4 empresas. Estas industrias fueron de manufactura, costura, panadería y sastrería. En el sector manufacturero de las empresas de las cuales se obtuvo respuesta en la encuesta el 75% corresponde a microempresas con menos de 10 trabajadores, el restante 25% corresponde a empresas dedicadas a la manufactura que se ubican el categoría de empresas medianas y poseen entre 35 y 100 trabajadores en sus plantas.

Ubicación. Las industrias que fueron encuestadas corresponden al distrito de Turrialba y Santa Teresita principalmente.

Tecnología. En el análisis del aspecto y calidad de tecnología realizado en este sector por medio de la encuesta, se logró inferir que también existe un desconocimiento por parte de los empresarios entrevistados, sobre las capacidades y mejoras al sistema productivo en relación con sus prácticas tecnológicas actuales. Esto debido a que se logró comprobar que las niveles de inversiones en tecnología y las capacidades tecnológicas instaladas en estas empresas durante el año 2006 son bajos, pues la mayoría de los encuestados no relacionaron estos dos cuestionamientos presentes en la encuesta.

Esto en parte puede deberse a un desconocimiento por parte de los encuestados sobre lo que podría ser un grado tecnológico óptimo de su proceso productivo. Más del 70% de los empresarios encuestados indican tener un nivel satisfactorio de tecnología, esto a pesar de que no reportan inversiones recientes para actualizar sus procesos de producción o actividades de negocios. En el siguiente cuadro se observa que el 75% de las empresas entrevistadas si reportan que su tecnología, en una escala del 1 al 10(máxima) es más que satisfactoria pues la califican de más de 7 inclusive.

Cuadro No. 14 Turrialba: Opinión de las empresas encuestadas de sector Industria sobre el grado tecnológico según calificación. (Año 2006)

Calificación del grado de tecnología de 1 a 10		
Calificación	Número de empresas	Porcentajes
Menos de 7	1	25,0%
Más de 7 inclusive	3	75,0%
No aplica	0	0,0%
No sabe no responde	0	0,0%
Total	4	100,0%

Fuente: Sede del Atlántico Universidad de Costa Rica 2006.

Este resultado es relevante ya que muestra como los gerentes o dueños de las empresas de la zona central de Turrialba indican tener altos niveles de tecnología, a pesar de operar en un entorno de bajo crecimiento económico.

Otra forma de modernización de los procesos es la inversión en innovación. La información obtenida muestra que la mayoría de las empresas obtienen sus innovaciones por medio de la compra directa. El hecho de realizar compras directas de tecnología responde a una necesidad del mercado, en gran medida por la competencia que podría haber en la zona o bien por la reposición de tecnología depreciada.

Personal y Capacitación. La capacitación constituye uno de los elementos importantes para adquirir conocimientos. Según información obtenida de las encuestas de este sector, la adquisición del conocimiento es variada, tanto por medio de la capacitación, 75%, como por medio de la experimentación, y por medio de la observación.

Cuadro No. 15. Turrialba: Turrialba: Proporción de empresas encuestadas del Sector Industria según forma de adquirir conocimiento.

Forma de adquirir conocimientos	
Capacitándose	75,0%
Experimentando	100,0%
Imitando	0,0%
Observando	50,0%
NS/NR	0,0%

Fuente: Sede del Atlántico Universidad de Costa Rica 2006.

Acceso y uso de Servicios. Los servicios a los cuales las firmas tienen acceso y a su vez utilizan para la mejora de su actividad, representan un indicador confiable de cómo el entorno empresarial, competitivo y logístico de la zona central de Turrialba afecta el desempeño de las empresas dedicadas al comercio. Por esto, a los gerentes entrevistados se les consultó sobre siete servicios requeridos para

mejorar su competitividad, así como para resolver los problemas propios de su actividad de producción y comercial. Los resultados obtenidos, muestran que las industrias utilizan todo tipo de servicios, tales como internet, los servicios bancarios, asesorías administrativas, asesorías productivas, entre otras. Sin embargo, los de más uso continúan siendo los bancarios pero principalmente para pagos de todo tipo, es decir trámites comunes.

Además, se destaca el hecho de que en la excepción de servicios, las industrias no reportan acceso a la investigación de nuevos productos.

Manejo de Libros Contables y uso de consultorías externas. Para el control de estas firmas, el manejo de libros contables resulta de gran importancia para llevar un control de sus negociaciones mercantiles y financieras, y lograr así una mayor productividad y aprovechamiento de los recursos. En el caso de las firmas encuestadas, todas ellas dicen llevar libros contables siendo uno de los sectores con mejores resultados en este rubro.

Canales de comercialización. Con respecto al canal de comercialización de los productos por las industrias, este resulta ser variado, llevan el producto directo al consumidor, como que cuentan con intermediarios a los cuales venden los productos.

Expectativas sobre ventas y producción. Todas las industrias encuestadas mantenían expectativas positivas sobre la producción y ventas de sus respectivos negocios, es decir, expectativas de un aumento en sus ventas.

4. Turismo

Empresas e inicio de actividades. El sector turismo se caracteriza por ser un segmento que ofrece gran variedad de actividades y en diferentes lugares. Una importante cantidad de empresas se dedican a este tipo de actividad, de la encuesta realizada, se indica que alrededor de un tercio de las empresas se han establecido con estas operaciones que tienen ya varios años en funcionamiento. Las empresas de turismo encuestadas comprenden: hoteles, restaurantes, servicios de tienda, charlas de ofidismo, tours, pesca, rafting, entre otros. Por ejemplo, el servicio de hotelería comprende un 44% del total de empresas de este sector.

En el sector turismo de las empresas de las cuales se obtuvo respuesta en la encuesta el 81% corresponde a microempresas con menos de 10 trabajadores, el restante 19% corresponde a empresas dedicadas al turismo que se ubican en la categoría de empresas medianas y poseen entre 35 y 100 trabajadores en sus plantas.

Ubicación. La gran mayoría de las empresas dedicadas al turismo que fueron encuestadas corresponden al distrito de Turrialba.

Tecnología. En el análisis del aspecto y calidad de tecnología realizada por medio de la encuesta, se logró inferir que alrededor del 50% de los empresarios encuestados indican tener un nivel satisfactorio de tecnología, en una escala del 1 al 10(máxima), y un 18.9% manifiestan no tener un buen nivel tecnológico en sus empresas de turismo.

Cuadro No. 16 Turrialba: Opinión de las empresas encuestadas de sector Turismo sobre el grado tecnológico según calificación. (Año 2006)

Calificación del grado de tecnología de 1 a 10 donde 10 es la		
Calificación	Número de empresas	Porcentajes
Menos de 7	3	18,9%
Más de 7 inclusive	8	50,1%
No aplica	4	25,0%
No sabe no responde	1	6,0%
Total	4	100,0%

Fuente: Sede del Atlántico Universidad de Costa Rica 2006.

Por otra parte, en el cuadro siguiente se observa como pocas de las empresas encuestadas dedicadas al turismo han realizado adaptaciones tecnológicas, un 12.5%, un elemento que puede realzar el problema de actualización tecnológica de la zona y la poca atención que se le brinda a este.

Cuadro No. 17. Turrialba: Proporción de las empresas encuestadas del sector comercio que han realizado mejoras tecnológicas según tipo de mejora (Año 2006)

Adaptación Tecnológica	# de empresas	Porcentaje
El proceso productivo (adquisición de maquinaria, equipo, he	1	6,3%
El proceso gerencial y/o administrativo	1	6,3%
El proceso productivo y el proceso gerencial y/o administrat	1	6,3%
El producto o servicio y el proceso gerencial y/o administra	1	6,3%
El proceso productivo y el producto o servicio y el proceso	1	6,3%
El producto o servicio, la tecnología y el proceso gerencia	2	12,6%
El proceso productivo, el producto o servicio, la tecnología	1	6,3%
Otra	1	6,3%
El producto o servicio, la tecnología, el proceso gerencial	1	6,3%
Ninguna	5	31,3%
NS/NR	1	6,3%
Total	16	100,0%

Fuente: Sede del Atlántico Universidad de Costa Rica 2006.

Cuadro No. 18. Turrialba: Proporción de empresas del sector Turismo que invierten en innovación según forma de método de adquisición de la innovación.

Inversion en Innovación	
De forma Sistemática con Investigación & Desarrollo	0,0%
Por medio de compra directa de tecnología	37,5%
Ns/Nr	62,5%

Fuente: Sede del Atlántico Universidad de Costa Rica 2006.

Otra de las formas como se señaló, de modernización de los procesos es la inversión en innovación, un 37.5% de las firmas visitadas reportó adquisición de tecnología por medio de la compra directa. Es importante señalar por otra parte, el alto porcentaje de empresas que decidieron no dar una respuesta, un 62.5%.

Personal y Capacitación. La capacitación es una forma de adquirir conocimientos que le permiten al empresario expandir y mejorar sus negocios. Según información obtenida de las encuestas en del sector turismo un 52% de las empresas turrialbeñas utilizan la capacitación con estos fines. Además, se infiere de esta información, que imitando, con un 43.8% y observando, con otro 43.8%, estas son las formas más importantes de las empresas de este sector para aumentar su conocimiento respecto a su negocio.

Cuadro No. 19. Turrialba: Proporción de empresas encuestadas del sector Turismo Según forma de adquirir conocimiento.

Forma de adquirir conocimientos	
Capacitándose	12,5%
Experimentando	18,8%
Imitando	43,8%
Observando	43,8%
NS/NR	6,3%

Fuente: Sede del Atlántico Universidad de Costa Rica 2006.

Acceso y uso de Servicios por parte de las firmas. Los servicios a los cuales las firmas tienen acceso y a su vez utilizan para la mejora de su actividad, representan un indicador confiable de cómo el entorno empresarial, competitivo y logístico de la zona central de Turrialba afecta el desempeño de las empresas dedicadas al comercio. Por lo tanto, a los gerentes entrevistados se les consultó sobre siete servicios requeridos por los negocios para mejorar su competitividad así como para resolver los problemas propios de su actividad de producción y comercial.

La información resultante de la encuesta, nos muestra que mayoritariamente las empresas encuestadas del sector turismo utilizan los servicios financieros de los bancos localizados en Turrialba en un 87.5%. En segundo lugar, los empresarios encuestados de este sector reportaron el uso del Internet, a saber comercio un 67.5%. En tercer lugar, la asesoría productiva es reportada por las firmas comerciales en un 18,75%

Es claro, tal y como se observa en el cuadro siguiente, que los servicios bancarios son los más utilizados por los diversos sectores económicos de la región. Además, los servicios de internet resultan muy generalizados entre las empresas del turismo, en parte debido a la opción de páginas Web que les permite divulgar sus actividades y darla a conocer por todo el país y a nivel internacional.

Cuadro No. 20. Turrialba: Proporción de empresas encuestadas del sector Turismo
Según forma de adquirir conocimiento

Turrialba.	
Uso de servicios por parte de las empresas encuestadas.	
Año 2006	
Bancarios	87,53 %
Intenet	68,75 %
Inteligencia de mercados	18,75 %
Pruebas de laboratorio	7,14 %
Aseoria Productiva	14,28 %
Asesoría Administrativa	37,50 %
productos	31,3 %
Otros	7,1 %

Fuente: Sede del Atlántico Universidad de Costa Rica 2006.

Manejo de libros contables y uso de consultorías externas. El manejo de libros contables que resulta de gran importancia porque todas las empresas tienen la necesidad de llevar un control de sus negociaciones mercantiles y financieras, también está presente en el caso del sector turismo, el resultado es bueno, pues un 88% de estas dice llevar libros contables.

Canales de comercialización. En el sector turismo, el canal de comercialización de los productos más utilizado es el servicio directo al consumidor, con un 37.5%, sin embargo es claro que en el sector turismo la interacción entre el consumidor y quien ofrece el servicios es muy alta, pues el consumidor debe ser quien llegue a los centros y zonas turísticas a consumir el servicio.

Cuadro No. 21. Turrialba: Canales de comercialización utilizados por las empresas encuestadas del sector Turismo.

Canal de Comercialización		
Calificación	Número de empresas	Porcentajes
Lleva el producto al consumidor	6	37,5%
Lleva el producto a un intermediario	1	6,3%
Los dos	8	50,0%
NS/NR	1	6%

Fuente: Sede del Atlántico Universidad de Costa Rica 2006.

Expectativas sobre ventas y producción. Todas las empresas de turismo entrevistadas mantenían expectativas positivas sobre la producción y ventas de su respectivo negocio.

V. CONCLUSIONES

En referencia a las conclusiones de este trabajo, las mismas fueron agrupadas en cinco categorías que se detallan a continuación.

- 1) El análisis permitió determinar que una mayoría de las empresas encuestadas calificaron el estado de su nivel tecnológico con nota igual o superior a 7, pero la información levantada determinó que el 50% o más de estas firmas no ha realizado mejoras a nivel de sus procesos de producción, de desarrollo de nuevos productos y en el proceso gerencial administrativo.
- 2) Con relación a la capacitación del recurso humano, se encontró que el 72% de las empresas encuestadas correspondientes a todos los sectores no tiene una política de capacitación. El resto de las firmas señaló que estarían interesadas en recibir capacitación en áreas como inglés, administración, informática y comercialización. Además se logró establecer que más del 60% de estas firmas no cuentan con presupuesto para la preparación personal.
- 3) En cuanto al capital humano de estas empresas, lo más importante es que ha habido un cambio en su participación por sector del empleo entre el año 2000 y el 2005. El sector comercio empleaba a un 32% de la mano de obra de la zona central de Turrialba en el año 2000 y para el año 2005, empleó aproximadamente al 41% de ésta. A su vez, el sector agrícola experimentó una reducción del empleo en 12 puntos porcentuales en este quinquenio (2000-2005). Para el resto de sectores de la economía turrialbeña se observó un pequeño aumento de sus participaciones.
- 4) Es conveniente mencionar que la mayoría de las empresas encuestadas cumple con el requisito de llevar libros contables, y son pocas las empresas que no cumplen con esta disposición del Código de Comercio. Asimismo, la gran mayoría de las empresas no quisieron brindar información sobre los ingresos brutos que generaron en el año 2005.
- 5) En relación con sus expectativas futuras de producción y ventas, las empresas encuestadas en Turrialba manifestaron en forma optimista que esperaban un incremento de éstas. Sin embargo, cabe indicar que las firmas de comercio y servicios fueron las que manifestaron mayor acuerdo en este sentido.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

“Respuesta de las PYMES de la región occidente a los cambios en la política económica derivados del proceso de globalización” Lic. Roció Chacón Universidad de Costa Rica.

Cochran William G. “Técnicas de muestreo”, pag.258-259.1987.

Conferencia “Situación Actual y Perspectivas Futuras del Desarrollo de Turrialba”, (2003)
Ph.D. Justo Aguilar F.

Atlas Cantonal de Costa Rica. IFAM, página 190.

MIDEPLAN. Plan Maestro . Subregión Turrialba, Cantones Turrialba y Jiménez. Equipo Técnico Región Central. O.P.Cordero y F.Otárola. MIDEPLAN/ 122/ 85/ PR/033/ mimeo. 1984

VII. ANEXOS

CUESTIONARIO PARA LOS SECTORES AGROINDUSTRIAL, MANUFACTURA, COMERCIO Y SERVICIOS DE TURRIALBA

Entrevistador: “Muy buenos días (tardes, noches): la Universidad de Costa Rica está realizando una encuesta a nivel del cantón de Turrialba con el fin de realizar un diagnóstico sobre la situación económica de éste. Por tal motivo le solicitamos su colaboración en la respuesta de este cuestionario. La información suministrada será tratada con la más absoluta confidencialidad.

I. PARTE: IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA/FINCA/NEGOCIO

NOMBRE O RAZON SOCIAL: _____
DIRECCIÓN: _____
PROVINCIA: _____
CANTON: _____
DISTRITO: _____
TELEFONO(S): _____
FAX _____
CORREO ELECTRÓNICO: _____

Indique el sector (es) económico (s) al que pertenece esta empresa/finca/negocio, la actividad principal a la que se dedica y el año en el que inicio dicha actividad.

Sector	Actividad principal	Año de inicio de la actividad principal
	Agricultura	_____
	Manufactura	_____
	Comercio	_____
	Servicios	_____
	Otro	_____

II. PARTE: TECNOLOGÍA

1. Asignando una calificación de 1 a 10, donde 10 es la puntuación máxima. En que grado considera usted que la tecnología utilizada en la empresa/finca/negocio es la apropiada para sus necesidades actuales. (Indique calificación)

Opción
1. Calificación
8. No aplica
9. NS/NR

(Marque con X)

2. ¿En los últimos años ha realizado la empresa/finca/negocio cambios importantes en?
(Marque con X)

Opción	Marque X
1.El proceso productivo (adquisición de maquinaria, equipo, herramientas)	
2.El producto o servicio	
3.La tecnología	
4.El proceso gerencial y/o administrativo	
5.Otra, indique	
6.Ninguna	
9.NS/NR	

3. ¿Se realiza alguna gestión de adaptación o mejora tecnológica en su empresa/finca/negocio?
(Marque con X)

Opción	Marque X
1.A nivel de proceso de producción	
2.Para el desarrollo de nuevos productos	
3.El proceso gerencial – administrativo	
4.Ninguna	
9.NS/NR	

4. ¿La empresa/finca/negocio utiliza alguna de las siguientes formas de proceder para realizar adaptación y mejoras tecnológicas? (Marque con X)

Opción	Si	No	¿Por qué, no?
1.En forma permanente o sistemática, por medio de un departamento de investigación y desarrollo			
2.En forma ocasional (no sistemática) por medio de la contratación de consultores.			
3.Por medio de la adquisición de maquinaria nueva, tecnológicamente más desarrollada (cambio tecnológica incorporado en el equipo)			
4.Por medio de la compra directa de tecnología.			
9.NS/NR			

5. ¿Cuántas horas al día, días a la semana y semanas al año trabajan en la planta/finca?
(Marque con X)

Opción	Marque X
1. Horas al día (máximo 24 horas en tres turnos)	
2. Días a la semana (máximo 7 días a la semana)	
3. Semanas al año	
9.NS/NR	

6. Considerando únicamente el proceso de producción durante el año 2005. ¿Cuál fue el número de turnos trabajados por día, número de horas en cada turno, porcentaje de utilización de la capacidad instalada y mano de obra directa utilizando en cada turno? (Indique para cada turno)

Turno	Horas por turno	% Utilización de Capacidad instalada	Mano de obra utilizada
I			
II			
III			

III. PARTE: DISPOSICIÓN PARA LA CAPACITACIÓN Y PREPARACIÓN DE PERSONAL

7. ¿La empresa/finca/negocio ha contratado servicios de consultoría e investigación con alguna de las siguientes Instituciones? (Marque con X)

- 1.Universidad de Costa Rica
- 2.Universidad Nacional de C.R.
- 3.Instituto Tecnológico de C.R.
- 4.Universidad Estatal a Distancia
- 5.Universidades privadas
- 6.Otras Instituciones
- 7.Ninguna
- 9.NS/NR

(Pase a la pregunta # 9)

8. ¿Cómo cataloga la empresa/finca/negocio la experiencia de esta vinculación? (Marque con X)

CATEGORIA	UCR	UNA	ITCR	UNED	Privada	Otra Institución
1.Muy buena						
2.Buena						
3.Regular						
4.Mala						
5.Muy mala						
8.No aplica						
9.NS/NR						

9. ¿Existe en la empresa/finca/negocio una política establecida para la capacitación? (Marque con X)

- 1.Si
- 2.No
- 9.NS/NR

10. ¿Qué porcentaje del presupuesto del 2005 se dedicó a la capacitación del personal? (Indique el porcentaje)

- 1. Porcentaje
- 8. No aplica
- 9. NS/NR

11. ¿La empresa/finca/negocio apoya la asistencia a conferencias, foros, cursos, eventos de capacitación o actualización del siguiente personal? (Marque con X para cada caso)

Categoría	Conferencias	Foros	Cursos	Eventos
1. Gerentes y directivos				
2. Mandos medios				
3. Personal de planta y/u obreros				
4. Personal de mercadeo y ventas				
5. No apoya asistencia a estos eventos				
9. NS/NR				

12. ¿La empresa/finca/negocio planifica, organiza o contrata actividades o cursos de capacitación del siguiente personal? (Marque con X)

- 1. Gerentes y directivos
- 2. Mandos medios
- 3. Personal de planta y/u obreros
- 4. Personal de mercadeo y ventas
- 5. No apoya asistencia a estos eventos
- 6. Ninguna
- 9. NS/NR

13. ¿El personal de esta empresa/finca/negocio ha recibido capacitación promovida por la misma empresa/finca/negocio? (Marque con X)

- 1. Si
- 2. No
- 9. NS/NR

14. ¿Las labores que realiza la empresa/finca/negocio son? (Marque con X)

- 1. Labores manuales
- 2. Labores tecnificadas
- 3. Labores combinadas
- 9. NS/NR

15. ¿Cómo aprende la empresa/finca/negocio de acuerdo a la actividad que se dedica? (Marque con X)

- 1.Capacitándose
- 2.Experimentando
- 3.Imitando
- 4.Observando
- 9.NS/NR

16. ¿En que áreas considera usted que es necesaria la capacitación en su empresa/finca/negocio? (Marque con X)

- 1.Administrativa contable
- 2.Informática
- 3.Proceso productivo
- 4.Inglés
- 5.Tecnología alimentos
- 6.Comercialización
- 7. Exportación
- 8. Otra
- 9.NS/NR

Explique: _____

IV. PARTE EXPECTATIVAS PRODUCCIÓN Y VENTA

17. ¿Qué expectativas tiene la empresa/finca/negocio con respecto al comportamiento de la producción o venta de su principal producto, línea de producto o servicios durante el año 2007? (Marque con X)

Comportamiento	Producto	Línea de producto	Servicio
Aumentará			
Disminuirá			
No variará			

18. ¿En cuáles estrategias ha pensado la empresa/finca/negocio para aumentar la producción o venta de su principal producto, línea de producto o servicios en los próximos años? (Marque con X)

- 1. Materias Primas
- 2. Proceso Productivo
- 3.Tecnología
- 4.Mano de Obra
- 5.Comercialización
- 6.Mercado
- 7.Otras
- 8.Ninguna
- 9.NS/NR

19. ¿Piensa realizar inversiones el próximo año en? (Marque con X)

- 1. Maquinaria y equipo
- 2. Herramientas
- 3. Nuevas construcciones, adiciones y mejoras
- 4. Terrenos
- 5. Capacitación
- 6. Ninguno
- 9. NS/NR

V. PARTE: CAPITAL HUMANO

20. ¿Cuántas personas trabajaron en esta empresa/finca/negocio en los siguientes dos años; en el 2000 y en el 2005? (Indique número)

Año	Personal	NR/NS
2000		
2005		

21. ¿Qué porcentaje de ellos son hombres y que porcentaje son mujeres? (Indique porcentaje)

Año	Hombres	Mujeres	Total	NR/NS
2000				
2005				

22. ¿Qué porcentaje del personal ocupado corresponde a calificado y no calificado? (Indique porcentaje)

- Calificado
- No calificado
- NR/NS

23. ¿Considera usted que en esta empresa/finca/negocio se da rotación de personal? (Marque con X)

- 1. Si
- 2. No
- 9. NS/NR

24. Indique el número total de empleados que tiene a la fecha la empresa/finca/negocio.

- 1.Empleados
- 9.NS/NR

25. Indique el porcentaje de empleados según antigüedad en la empresa/finca/negocio.

- 1.Menor a un año
- 2.De 1 a menos de 2 años
- 3.De 2 a menos de 5 años
- 4.De 5 a menos de 10 años
- 5.De 10 y más
- 9.NS/NR

26. Señale la cantidad o porcentaje de empleados de la empresa/finca/negocio que cuentan con:

- 1.Universidad completa
- 2.Universidad incompleta
- 3.Técnica no universitaria completa
- 4.Técnica no universitaria incompleta
- 5.Secundaria completa
- 6.Secundaria incompleta
- 7.Primaria completa
- 8.Primaria incompleta
- 9.Sin educación
- 99.NS/NR

27. Señale la cantidad o porcentaje de empleados en las siguientes ocupaciones:

- 1.Profesionales y técnicos
- 2.Personal administrativo
- 3.Personal de venta
- 4.Obreros de producción especializados
- 5.Obreros no especializados
- 6.Otros:
- 9.NS/NR

VI. PARTE: EMPRESA/FINCA/NEGOCIO

28. ¿Hace la empresa/finca/negocio uso de algunos de los siguientes servicios? (Marque con X)

- 1.Bancarios
- 2.Internet
- 3.Inteligencia de mercados
- 4.Pruebas de laboratorio

- 5.Asesoría productiva
- 6.Asesoría administrativa
- 7.Investigación nuevos productos
- 8.Otros Cual?: _____
- 9.NS/NR

29. ¿Dónde vende los productos-servicios de la empresa/finca/negocio? (Marque con X)

- 1.En el Distrito
- 2.En el Cantón
- 3.En la Región
- 4.En otras partes del país
- 5.Fuera del país
- 9.NS/NR

30. ¿El canal de comercialización que emplea la empresa/finca/negocio es? (Marque con X)

- 1.Lleva el producto directamente hasta el mercado de los consumidores
- 2.Vende el producto a intermediarios
- 3.Utiliza las dos
- 9.NS/NR

31. ¿La empresa/finca/negocio participa en esfuerzos conjuntos para mejorar el proceso y el producto con? (Marque con X)

- 1.Clientes del producto
- 2.Suplidores de materias primas o proveedores
- 3.Ninguna
- 9.NS/NR

32. Qué porcentaje de los productos o insumos provienen del cantón de Turrialba? (Solo para Agrícola, Manufactura y Comercio)

- 1.Porcentaje
- 9.NS/NR

33. De la siguiente lista, ¿Cuáles aspectos afectaron positiva o negativamente la producción y venta de su principal producto, línea de producto o servicios durante el año 2005? (Marque con X)

- 1.Costo de producción
- 2.Financiamiento
- 3.Factores climatológicos
- 4.Demanda
- 5.Disponibilidad de mano de obra, maquinas, insumos
- 6.Costo de servicios públicos
- 7.Calidad del producto
- 8.Precio de venta
- 9.Distribución y costo de transporte
- 10.Mercadeo
- 11.Regulaciones en los mercados

- 12.Impuestos
- 13.Variaciones de tipos de cambio
- 14.Capital de trabajo
- 15.Número de personas ocupados
- 16.Capacitación del personal ocupado
- 17.Tamaño de la planta, taller o despacho
- 14.Otro
- 99.NS/NR

34. ¿Lleva la empresa/finca/negocio registros contables? (Marque con X)

- 1.Si
- 2.No
- 9.NS/NR

35. ¿A partir de los datos del 2005, en cual rango de ingresos brutos se ubica la empresa/finca/negocio? (Marque con X)

0	a	10.000.000	100.000.001	a	125.000.000
10.000.001	a	20.000.000	125.000.001	a	150.000.000
20.000.001	a	30.000.000	150.000.001	a	200.000.000
30.000.001	a	40.000.000	200.000.001	a	250.000.000
40.000.001	a	50.000.000	250.000.001	a	300.000.000
50.000.001	a	75.000.000	300.000.001	a	350.000.000
75.000.001	a	100.000.000	Más	de	350.000.001

Observaciones: _____

Muchas gracias

ENCUESTADOR

ENTREVISTADO/CARGO

FECHA

