

**UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

*Tesis para optar por el grado académico de*

*Licenciatura en Banca y Finanzas*

**BENEFICIOS FISCALES Y FINANCIEROS  
QUE DEJAN DE PERCIBIR LAS  
PELUQUERIAS UBICADAS EN EL SECTOR  
DE ALAJUELITA CENTRO, AL NO  
REGISTRARSE COMO UNA PYME, A  
AGOSTO 2022**

**Estudiante: Jean Carlo Ramírez Gómez**

**Tutor: Lic. Rodolfo Bonilla Núñez**

**Diciembre, 2022**

## Tabla de contenidos

<b>ÍNDICE DE FIGURAS.....</b>	<b>v</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS .....</b>	<b>vi</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>viii</b>
<b>DECLARACIÓN JURADA.....</b>	<b>ix</b>
<b>CARTA DEL TUTOR.....</b>	<b>x</b>
<b>CARTA DEL LECTOR .....</b>	<b>xi</b>
<b>CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA .....</b>	<b>xii</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>xiv</b>
<b>AGRADECIMIENTOS.....</b>	<b>xv</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>xvi</b>
<b>CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
1.1    PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1 Antecedentes internacionales y nacionales.....	2
1.1.2 Delimitación del problema.....	13
1.1.3 Justificación del problema .....	18
1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN .....	19
1.3 OBJETIVOS.....	20
1.3.1 Objetivo general.....	21
1.3.2 Objetivos específicos.....	21
1.4 ALCANCES Y LIMITACIONES .....	21
1.4.1 Limitaciones de la investigación .....	23
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>25</b>
2.1 CONTEXTO HISTÓRICO.....	26
2.1.1 Historia de Alajuelita:.....	26
2.1.2 Historia de las peluquerías:.....	30
2.2 CONTEXTO TEÓRICO-CONCEPTUAL .....	32
2.2.1 ¿Qué es un Peluquería? .....	32
2.2.2 ¿Qué es una PYME? .....	34
2.2.3 ¿Cuáles son los pasos para registrarse como Pyme en el Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC)? .....	36
2.2.4 Características de una PYME.....	38
2.2.5 ¿Quiénes pueden inscribirse en el Registro PYME?.....	39

2.2.6 ¿Cuántos funcionarios debe tener una PYME?.....	40
2.2.7 ¿Qué beneficios puedo obtener, si la PYME queda registrada y obtiene la condición PYME? .	40
2.2.8 Riesgos de una empresa formal y una informal .....	42
2.2.9 Modelos de financiamiento para PYMES:.....	44
2.2.10 Programas y entidades de apoyo para PYME: .....	51
2.2.11 Leyes y normativa para una PYME .....	55
<b>CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>60</b>
3.1 Enfoque de la investigación .....	61
3.2 Alcance de la investigación .....	62
3.3 Diseño de la investigación.....	63
3.4 Unidad de análisis u objetos de estudio .....	63
3.4.1 Población.....	63
3.4.2 Tipo de muestra .....	63
3.4.3 Criterios de inclusión y exclusión.....	64
3.4.4 Cuidados éticos para el manejo de la información y el contacto con participantes .....	64
3.5 INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN .....	65
3.5.1 Cuestionario.....	65
3.6 VARIABLES O CATEGORÍAS.....	67
3.7 ANÁLISIS DE DATOS.....	68
<b>CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....</b>	<b>69</b>
4.1 Generalidades .....	70
4.1.1 Generalidades del Análisis de Datos .....	70
4.1.2 Análisis de Datos .....	76
4.2 Especificidades para trabajos cuantitativos.....	92
4.3 Especificidades para trabajos cualitativos .....	92
4.3.1 Detalle de objetivos en relación con el cuestionario aplicado a los dueños de las peluquerías participantes de este estudio: .....	92
<b>CAPÍTULO V: DISCUSIÓN .....</b>	<b>95</b>
5.1 Hallazgos .....	96
5.1.1 Hallazgo 1: Con la identificación de la cantidad exacta de peluquerías localizadas en Alajuelita Centro podemos comentar lo siguiente: .....	96
5.1.2 Hallazgo 2: En relación con la forma de administración que utilizan las peluquerías de este sector podemos comentar lo siguiente: .....	96

5.1.3 Hallazgo 3: Sobre los beneficios financieros y fiscales que las peluquerías pueden optar al laborar bajo la TABLA Nº PYME en el MEIC podemos comentar lo siguiente: ..... 98

5.1.4 Hallazgo 4: Con la identificación lo que están dejando de percibir las peluquerías al no estar registradas como PYMES podemos comentar lo siguiente: ..... 99

**CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES ..... 102**

**CAPÍTULO VII: PROPUESTA ..... 110**

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS ..... 115**

**ANEXOS ..... 120**

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Población de Alajuelita.....	17
Figura 2. Ubicación.....	17
Figura 3. Mapa Cantón de Alajuelita.....	22
Figura 4. Imagen de la Cruz de Alajuelita .....	29
Figura 5. Localización de Alajuelita desde el Mapa.....	29
Figura 6. Procedimiento en línea para convertirse en PYME.....	37
Figura 7. Procedimiento presencial para convertirse en PYME. ....	37
Figura 8. Tamaño de la empresa según la cantidad de personas que emplean. ....	40
Figura 9. Beneficios de obtener la condición PYME. ....	41

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Género de la muestra controlada .....	14
Gráfico 2. Nacionalidad de la muestra controlada.....	14
Gráfico 3. Rango de edades de la muestra controlada .....	15
Gráfico 4. Nivel de escolaridad de la muestra controlada .....	15
Gráfico 5. Nivel de escolaridad de la muestra controlada .....	16
Gráfico 6. Género de la muestra controlada .....	71
Gráfico 7. Rango de edades de la muestra controlada .....	73
Gráfico 8. Nivel de escolaridad de la muestra controlada .....	74
Gráfico 9. Nivel de escolaridad de la muestra controlada .....	75
Gráfico 10. Nacionalidad de la muestra controlada.....	76
Gráfico 11. Porcentaje de la cantidad de peluquerías que saben que es una PYME con base a la muestra.....	77
Gráfico 12. Porcentaje de la cantidad de peluquerías que están inscritas como PYMES. ....	78
Gráfico 13. Razones por las que no están inscritas como PYMES. ....	79
Gráfico 14. Años que tienen las peluquerías en el mercado. ....	80
Gráfico 15. Porcentaje de los que están satisfechos sus ingresos netos actuales.....	81
Gráfico 16. Porcentaje de cuántos empleados tiene cada negocio.....	82
Gráfico 17. Porcentaje de cuántos conocen los beneficios de estar inscritos como PYME. ....	83
Gráfico 18. Porcentaje de cuántos conocen los pasos para poder convertirse en PYME.....	84
Gráfico 19. Forma en la que las peluquerías administran la empresa. ....	85
Gráfico 20. Enfoque que llevan cada Peluquería.....	86
Gráfico 21. Porcentaje de cuantos estarían dispuestos a ir a capacitaciones sobre PYMES. ....	87
Gráfico 22. Porcentaje de cuantos poseen créditos bancarios. ....	88
Gráfico 23. Porcentaje de cuantos consideran que han perdido crecimiento por falta de financiamiento.....	89
Gráfico 24. Que se necesita para realizar los trámites de formalización de las peluquerías como PYMES. ....	90

Gráfico 25. Porcentaje que cuantas peluquerías han escuchado sobre el Ministerio de Economía, Industria y Comercio. ....	91
--	----

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N.º 1. Diferencias empresa formal e informal .....	43
Tabla N.º 2. Criterios de Inclusión e Exclusión .....	64
Tabla N.º 3. Datos generados de la muestra para la investigación .....	70
Tabla N.º 4. Género de los encuestados.....	71
Tabla N.º 5. Rango de edades de la muestra controlada .....	72
Tabla N.º 6. Nivel de escolaridad de la muestra controlada .....	73
Tabla N.º 7. Nivel de escolaridad de la muestra controlada .....	74
Tabla N.º 8. Nacionalidad de la muestra controlada.....	75
Tabla N.º 9. Pregunta N.º1 del cuestionario .....	76
Tabla N.º 10. Pregunta N.º2 del cuestionario .....	77
Tabla N.º 11. Pregunta N.º3 del cuestionario .....	78
Tabla N.º 12. Pregunta N.º4 del cuestionario .....	79
Tabla N.º 13. Pregunta N.º5 del cuestionario .....	80
Tabla N.º 14. Pregunta N.º6 del cuestionario .....	81
Tabla N.º 15. Pregunta N.º7 del cuestionario .....	82
Tabla N.º 16. Pregunta N.º8 del cuestionario .....	83
Tabla N.º 17. Pregunta N.º9 del cuestionario .....	84
Tabla N.º 18. Pregunta N.º10 del cuestionario. ....	86
Tabla N.º 19. Pregunta N.º11 del cuestionario. ....	87
Tabla N.º 20. Pregunta N.º12 del cuestionario. ....	88
Tabla N.º 21. Pregunta N.º13 del cuestionario. ....	89
Tabla N.º 22 Pregunta N.º14 del cuestionario. ....	90
Tabla N.º 23. Pregunta N.º15 del cuestionario .....	91
Tabla N.º 24. Beneficios Financieros y Fiscales al ser PYMES inscritas: .....	113

# DECLARACIÓN JURADA

## DECLARACIÓN JURADA

Yo Jean Carlo Ramírez Gómez , cédula de identidad número 1-1570-0749, en condición de egresado de la carrera de Administración de empresas con énfasis en Banca y Finanzas de la Universidad Hispanoamericana, y advertido de las penas con las que la ley castiga el falso testimonio y el perjurio, declaro bajo la fe del juramento que dejo rendido en este acto, que mi trabajo de graduación, para optar por el título de Licenciatura en Administración de Empresas con énfasis en Banca y Finanzas titulado “ **Beneficios fiscales y financieros que dejan de percibir las peluquerías ubicadas en el sector de Alajuelita centro ,al no registrarse como una PYME, a agosto 2022.**” es una obra original y para su realización he respetado todo lo preceptuado por las leyes penales, así como la Ley de Derechos de Autor y Derecho Conexos, número 6683 del 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en el Diario Oficial La Gaceta número 226 del 25 de noviembre de 1982; especialmente el numeral 70 de dicha Ley en el que se establece: “Es permitido citar a un autor, transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que éstos no sean tantos y seguidos, que puedan considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor de la obra original”. Asimismo, que conozco y acepto que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público. Firmo, en fe de lo anterior, en la ciudad de San José, el 06 de noviembre de 2022.



Firma del estudiante

Cédula: [1-1570-0749](#)

# CARTA DEL TUTOR

## CARTA DEL TUTOR

San José, 16 de noviembre de 2022

**Señores**  
**Administración de Negocios**  
**Universidad Hispanoamericana**

Estimado señor:

El estudiante **Jean Carlo Ramírez Gómez**, cédula de identidad número **1 1570 0749**, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **"BENEFICIOS FISCALES Y FINANCIEROS QUE DEJAN DE PERCIBIR LAS PELUQUERIAS UBICADAS EN EL SECTOR DE ALAJUELITA CENTRO, AL NO REGISTRARSE COMO UNA PYME, A AGOSTO 2022."**, el cual ha elaborado para optar por el grado académico de Licenciatura en Administración de Empresas, con Énfasis en Banca y Finanzas.

En mi calidad de tutor, he verificado que se han hecho las correcciones indicadas durante el proceso de tutoría y he evaluado los aspectos relativos a la elaboración del problema, objetivos, justificación; antecedentes, marco teórico, marco metodológico, tabulación, análisis de datos; conclusiones y recomendaciones.

De los resultados obtenidos por el postulante, se obtiene la siguiente calificación:

a)	ORIGINAL DEL TEMA	10%	10%
b)	CUMPLIMIENTO DE ENTREGA DE AVANCES	20%	20%
C)	COHERENCIA ENTRE LOS OBJETIVOS, LOS INSTRUMENTOS APLICADOS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	30%	30%
d)	RELEVANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20%	20%
e)	CALIDAD, DETALLE DEL MARCO TEORICO	20%	20%
	TOTAL	100%	100%

En virtud de la calificación obtenida, se avala el traslado al proceso de lectura.

Atentamente,

RODOLFO ANTONIO BONILLA NUÑEZ  
 Firmado digitalmente por  
 RODOLFO ANTONIO BONILLA  
 NUÑEZ (FIRMA)  
 Fecha: 2022.11.16 09:26:40 -06'00'

**Rodolfo Bonilla Núñez**  
**Cédula identidad N° 501760902**  
**Carné Colegio Profesional N° 1552**

## CARTA DEL LECTOR

### CARTA DE LECTOR

25 de noviembre de 2022

Señores  
Servicios Estudiantiles  
Universidad Hispanoamericana

Estimado señor

La estudiante **Jean Carlo Ramírez Gómez**, cédula de identidad **0115700749** me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **“BENEFICIOS FISCALES Y FINANCIEROS QUE DEJAN DE PERCIBIR LAS PELUQUERIAS UBICADAS EN EL SECTOR DE ALAJUELITA CENTRO, AL NO REGISTRARSE COMO UNA PYME, A AGOSTO 2022”**, el cual ha elaborado para obtener su grado de **Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Finanzas y Banca**.

He revisado y he hecho las observaciones relativas al contenido analizado, X conclusiones; asimismo, la aplicabilidad y originalidad de las recomendaciones, en términos de aporte de la investigación. He verificado que se han hecho las modificaciones correspondientes a las observaciones indicadas.

Por consiguiente, este trabajo cuenta con mi aval para ser presentado en la defensa pública.

Atentamente,

**LUIS ALBERTO  
VARGAS ZUÑIGA  
(FIRMA)**

Firmado digitalmente por LUIS  
ALBERTO VARGAS ZUÑIGA (FIRMA)  
Fecha: 2022.11.25 20:33:03 -06'00'

**Lic. Luis Vargas Zúñiga.**

Cédula de identidad 0107090057

Número carné Colegio Profesional, CPCECR # 33896.

## CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA

**UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA  
CENTRO DE INFORMACION TECNOLOGICO (CENIT)  
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA, LA  
REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA  
DE LOS TRABAJOS FINALES DE GRADUACION**

San José, 06 de noviembre del 2022

Señores:  
Universidad Hispanoamericana  
Centro de Información Tecnológico (CENIT)

Estimados Señores:

El suscrito (a) Jean Carlo Ramírez Gómez con número de identificación 115700749 autor (a) del trabajo de graduación titulado: Beneficios fiscales y financieros que dejan de percibir las peluquerías ubicadas en el sector de Alajuelita centro ,al no registrarse como una PYME, a agosto 2022, presentado y aprobado en el año 2022 como requisito para optar por el título de Licenciado en Administración de Empresas con énfasis en Banca y Finanzas; si autorizo al Centro de Información Tecnológico (CENIT) para que con fines académicos, muestre a la comunidad universitaria la producción intelectual contenida en este documento.

De conformidad con lo establecido en la Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos N° 6683, Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica.

Cordialmente,



1-1570-0749

Firma y Documento de Identidad

**ANEXO 1 (Versión en línea dentro del Repositorio)  
LICENCIA Y AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA PUBLICAR Y  
PERMITIR LA CONSULTA Y USO**

**Parte 1. Términos de la licencia general para publicación de obras en el repositorio institucional**

Como titular del derecho de autor, confiero al Centro de Información Tecnológico (CENIT) una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

- a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, el autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito.
- b) Autoriza al Centro de Información Tecnológico (CENIT) a publicar la obra en digital, los usuarios puedan consultar el contenido de su Trabajo Final de Graduación en la página Web de la Biblioteca Digital de la Universidad Hispanoamericana
- c) Los autores aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.
- d) Los autores manifiestan que se trata de una obra original sobre la que tienen los derechos que autorizan y que son ellos quienes asumen total responsabilidad por el contenido de su obra ante el Centro de Información Tecnológico (CENIT) y ante terceros. En todo caso el Centro de Información Tecnológico (CENIT) se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.
- e) Autorizo al Centro de Información Tecnológica (CENIT) para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.
- f) Acepto que el Centro de Información Tecnológico (CENIT) pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.
- g) Autorizo que la obra sea puesta a disposición de la comunidad universitaria en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en las "Condiciones de uso de estricto cumplimiento" de los recursos publicados en Repositorio Institucional.

SI EL DOCUMENTO SE BASA EN UN TRABAJO QUE HA SIDO PATROCINADO O APOYADO POR UNA AGENCIA O UNA ORGANIZACIÓN, CON EXCEPCIÓN DEL CENTRO DE INFORMACIÓN TECNOLÓGICO (CENIT), EL AUTOR GARANTIZA QUE SE HA CUMPLIDO CON LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES REQUERIDOS POR EL RESPECTIVO CONTRATO O ACUERDO.

## **DEDICATORIA**

Dedico en primer lugar a Dios por haberme dado la fortaleza ,sabiduría y perseverancia para concluir con esta etapa de estudios universitarios.

A mis padres, por sentar en mi bases de responsabilidad, deseos de superación y ser mi espejo de virtudes. A mi hermano por su apoyo incondicional, compañía y palabras de aliento.

Y sin dejar atrás agradezco a todas las personas que estuvieron en mi proceso formativo durante estos años en la Universidad y en este proyecto de graduación.

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios principalmente ya que sin él no podría ni siquiera respirar y es el que hace que todas las cosas sucedan en su debido tiempo. Él fue la motivación número uno durante el desarrollo de mi tesis y quien me dio fuerzas cuando más lo ocupaba.

A mis padres y mi hermano por siempre estar ahí animándome y empujándome a siempre creer en mis capacidades y en nunca renunciar a mis sueños.

A mi tutor Rodolfo Bonilla por la dedicación, paciencia y profesionalismo con el que me llevo en este camino, por siempre ser un gran profesor para mi vida y ayudarme con este paso tan importante.

A la Universidad Hispanoamericana por ser la institución mentora y de formación que escogí y gracias a ella culminé esta meta para mi vida.

## **RESUMEN EJECUTIVO**

### **Capítulo I: Introducción**

En este primer capítulo de la investigación se ofrece el contenido inicial de esta en donde se detallan aspectos de gran relevancia para su desarrollo; con esto se puntualiza la importancia de llevarla a cabo.

Se dan a conocer aspectos como el planteamiento del problema, los antecedentes encontrados tanto a nivel local como internacional, se expresa el tema a abordar, su justificación, la pregunta de investigación, así como los objetivos tanto el general como los específicos.

Todo esto para mostrar lo que motivó a realizar esta investigación para visualizar el grado de conocimientos que tienen los dueños de las Peluquerías en Alajuelita Centro acerca de los beneficios tanto fiscales como financieros que pueden recibir si llegan a registrarse como PYME.

### **Capítulo II: Marco teórico**

En esta división se habla de los conceptos teóricos, conceptual y contextual que tienen relevancia con la investigación, con su respectiva definición y explicación, apoyado en bibliografía actual para los temas fundamentales en desarrollo.

Contiene el sustento teórico para el análisis de cada una de las variables y así lograr un adecuado entendimiento e interpretación de la información obtenida a lo largo de la investigación.

Se buscan los conceptos generales, así como sus características de lo que son las peluquerías y las PYMES. Se coloca la historia del cantón de Alajuelita ubicado en San José, Costa Rica para entender el contexto de donde se realiza la investigación.

### **Capítulo III: Marco metodológico**

En esta sección se detalla el enfoque de la investigación, se explican cada una de las técnicas y características que han sido bases para el desarrollo de esta.

Dentro de la metodología utilizada, se encuentran aspectos como el alcance de la investigación, el diseño de la investigación, la población en estudio, la muestra utilizada, el instrumento que ha sido elegido para la recolección de datos, así como el tratamiento que se le dará a la información obtenida luego de la aplicación del instrumento correspondiente.

### **Capítulo IV: Resultados**

En este capítulo se ofrece la explicación detallada de la información obtenida por medio de la aplicación del instrumento utilizado para la recolección de datos.

Se realiza un análisis de la información por variable para una mejor comprensión.

### **Capítulo V: Discusión e interpretación de los resultados**

En el quinto capítulo de la investigación, se realiza el análisis en detalle de los hallazgos encontrados en el capítulo anterior, para así tener una mejor claridad de como cumplir con los objetivos planteados.

### **Capítulo VI: Conclusiones y recomendaciones**

Este penúltimo capítulo abarca cada uno de los descubrimientos de la investigación, mencionando los aspectos relevantes y las conclusiones de la investigación a las que se llegó luego de la aplicación de instrumentos y del análisis de los datos obtenidos.

## **Capítulo VII: Propuesta**

En el último capítulo se detalla la propuesta que se quiere brindar a las peluquerías analizadas en esta investigación para que puedan registrarse como PYME y gozar de los beneficios explicados en la misma.

# **CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN**

## **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1.1 Antecedentes internacionales y nacionales**

Los antecedentes de una investigación corresponden a los resultados relevantes producto de una búsqueda por parte del investigador. Es el resultado de la revisión bibliográfica (Hernández, Fernández, Baptista, 2014).

Una vez efectuada la investigación determinamos los siguientes antecedentes para dicho proyecto:

Alvarado (2014), afirma: “El plan de negocios es un documento escrito de unas treinta páginas que incluye básicamente los objetivos de tu empresa, las estrategias para conseguirlos, la estructura organizacional, el monto de inversión que se requiere para financiar un proyecto y soluciones para resolver problemas futuros (tanto internamente como del entorno).” (p.75).

En dicha tesis del Autor Esteban Alvarado se analizan aspectos muy importantes como la historia del emprendedurismo, la creación del dinero que se dio a través de trueques y que posteriormente nace el papel que mediante la oferta y la demanda surge lo que hoy en día llamamos negocio, también toca temas de relevancia e importancia como lo es hoy en día las PYMES.

El autor explica que con el término “MIPYME” incorporan a las Microempresas, a su vez se refiere a la gran importancia que estas traen, así como las ventajas y desventajas de esta a través de medios de financiamiento, sistemas de banca para el desarrollo, pero a fondo toca un tema indispensable para quienes quieren tener una PYME, como lo es un plan de negocio, el cual nos

invita a conocer cómo se realiza, que aspectos debe contener teniendo en cuenta conocimientos administrativos para poner en práctica como el análisis FODA, los análisis del entorno interno y externo, la demanda del mercado, el estudio de precios, la escogencia de un canal de distribución tomando en cuenta que se debe conocer el perfil del cliente o consumidor, también analiza las alternativas de publicidad como las redes sociales para reducir costos e incrementar la promoción con facilidad, conocer el punto de equilibrio y plasmar por medio de escenarios de rentabilidad tanto optimistas como pesimistas el valor que nos va a generar dicho negocio, de esta forma se podrá arrancar con una visión de una PYME.

Dyalá de la O Cordero (2018), manifiesto: “In Costa Rica, as in the rest of the Latin American countries, a considerable number of SMEs enter into operations every year and their performance is influenced by several factors. This study focuses on finding the facilitators and barriers that influence Costa Rican SMEs performance. Qualitative research was carried out through sessions, mini group sessions, and in-depth interviews, separating the subjects into three interest groups. The motivations to start up and the factors triggering the closure as well as those that led to success were identified from the entrepreneur’s perspective. Costa Rican SMEs’ performance is neither influenced by factors related to the entrepreneur, economy, politics, society nor by personal factors such as education and training, personal attitudes, or an entrepreneurial family background.” (p.95).

Traducido al idioma español: “En Costa Rica, al igual que en el resto de los países latinoamericanos, anualmente inician operaciones una cantidad importante de PYMES; sin embargo, la influencia de diversos factores determina el desempeño de estas. Por lo tanto, este estudio se enfoca en identificar los facilitadores y las barreras que influyen en el desempeño de las PYMES costarricenses. La investigación cualitativa se llevó a cabo mediante sesiones y mini

sesiones de grupo y entrevistas en profundidad, considerando que la población en estudio se segmentó en tres grupos de interés. Se lograron identificar las motivaciones para la creación de una PYME, los factores detonantes del cierre y los factores que impulsan el éxito; todo, desde la perspectiva del empresario. Así, queda demostrado que el desempeño de las PYMES costarricenses se ve influenciado tanto por factores ajenos al empresario, economía, política, sociedad como por factores personales, formación, actitudes e historia familiar emprendedora”. (p.95)

En este artículo de investigación se evidencian los principales factores de amenaza tanto externos como internos, incluso los factores personales que presenta una PYME y que genera la poca o nula evolución de esta, haciendo que esta no se expanda a lo internacional y permanezca como un pequeño negocio. A pesar de que el mundo ha hecho esfuerzos el clima de negocios afecta a las PYMES y no logran avanzar recalca el autor de dicho artículo, pero reitera que una PYME que combata la ineficiencia tiene mejores oportunidades, de esta forma el autor hace una comparación de las PYMES que han cerrado y las que han conseguido avanzar con sus respectivos factores que los han motivado o afectado. En dicho artículo los dueños y ex dueños de pequeñas y medianas empresas recalcan factores como la independencia, la historia familiar, horario y no tener un patrono son motivos fuertes para crear un negocio; y es que a quien no le gustaría hoy en día no tener un horario fijo y poder manejarse a su antojo y más cuando se trata de algo que proviene del esfuerzo de un antepasado. Del mismo modo factores como no tener trabajo, o cumplir con las necesidades básicas como comer o vestirse se tornan un motivo enorme para emprender y poder sobrevivir.

El artículo menciona las formas de emprender, ya sea por habilidad o por todos los anteriores motivos, sin embargo, hay un tema de relevancia como la crisis económica, la inflación, la reforma fiscal, las huelgas, incluso los desastres naturales que se vuelven agentes externos y vienen a perjudicar a los empresarios, ya que debido a estos factores cada día los compradores consumen menos, disminuyendo el rendimiento de cada pequeña empresa. Adicional a esto se le suma la tramitología y la burocracia que afecta enormemente y que hace que los empresarios no quieran inscribirse y formalizarse debido al poco apoyo que presentan de parte del Estado Costarricense, los gastos son excesivos, la falta de capacitación pese de existir instituciones de apoyo, no sacan el debido provecho, ya que con las capacitaciones los empresarios logran eficiencia y conocimientos como el ciclo comercial para hacer que la empresa sobresalga, como pocas empresas lo han logrado, han implementado las buenas prácticas, las habilidades, el conocimiento, pero con disciplina, aplicando la reducción de costo y gastos ya que la educación minimiza los errores y el riesgo, haciendo de la capacitación una fortaleza para la PYMES del país.

Cascante (2018), concluye lo siguiente: “Entre los requisitos fundamentales para la creación de empresas comerciales están los siguientes:

1. Inscripción de la empresa ante el registro nacional
2. Determinar el tipo de empresa
3. Determinar si se requiere construcción
4. Inscripción como contribuyente tributario
5. Suscripción de póliza de riesgos de trabajo
6. Inscripción ante la C.C.S.S
7. Solicitud de permiso sanitario ante el ministerio de salud.

8. Solicitud de patente municipal
9. Registros sanitarios de productos (Si se requiere).” (p.95)

Cascante recalca en las conclusiones del proyecto, los procesos gubernamentales en los que los emprendedores se ven inmersos para optar por ser PYME. Adicional a los requisitos para formar una empresa, deben cumplir con otros para ser PYME, y a su vez otros adicionales para tener la certificación, analizando que no basta con ser empresa inscrita si no también ser PYME y no basta ser PYME sino también hay que optar por certificarse para adquirir los beneficios necesarios de la misma. Al final además de las 9 líneas anteriormente citadas por la autora Cascante como requisitos, se deben presentar 7 líneas adicionales lo que convierte el trámite en engorroso y en un motivo más por el cual los empresarios prefieren dejar de percibir los beneficios de dicha certificación.

Leiva (2013), indica lo siguiente: “This paper presents the most relevant characteristics of the entrepreneurs that created companies in Costa Rica and the country’s entrepreneurial environment. This analysis was done using data from the Second National Survey of micro, small and medium sized Costa Rican companies made by the SME Observatory during 2011”. (p.9)

Traducido al español: “Este trabajo presenta las características más relevantes de los emprendedores que crearon sus propias empresas en Costa Rica, así como el entorno en el cual lo hicieron. Esto a partir de los datos emanados del segundo estudio nacional de micros, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) costarricenses efectuado por el Observatorio de MIPYMES durante el año 2011”.

En el artículo anteriormente citado, llamado ¿Quién crea MIPYMES en Costa Rica?, el Doctor en Dirección de Empresas de la Universidad de Valencia, España, el señor Juan Carlos Leiva Bonilla busca fortalecer la creación de empresas y las características de las personas que así lo desean, dentro de lo consultado se rescata que los empresarios más usuales son hombres de 25 a 34 años con cierto rango de educación, se analiza que los roles de vida y la condición social es lo que afecta que la mayoría sean hombres, sin socios y de forma individual, la mayoría de los emprendedores tenían un trabajo fijo antes de crear su propia empresa por esta razón es claro que dependen del ingreso al 100% de la PYME creada. Con este artículo podemos analizar y sostener que la necesidad de un empleo inmediato es muy relevante, la mayoría también en este estudio se inclinan más por financiarse con fondos propios lo que demuestra el difícil acceso a un crédito, y también se estudia que los emprendedores hacen tramites urgentes para emprender en lugar de hacer una planificación e ir paso a paso lo que puede ser una negativa para analizar una proyección del negocio y sobrellevar la misión de esta.

El autor de dicho artículo concluye lo siguiente: “En términos generales, puede conceptualizarse a dicho emprendedor como una persona que se ubica entre los 25 y 34 años (más cercano en promedio a los 34) al crear su empresa, de sexo masculino, con educación universitaria o al menos secundaria, motivado por obtener independencia y aprovechar una oportunidad de negocio, que emprende en solitario, sin experiencia previa empresarial, pero teniendo un trabajo asalariado fijo al emprender. Se financia con recursos propios y realiza los trámites requeridos desde el inicio.” (p.16).

De esta manera podemos tener un perfil que se asocia a la mayoría en estudio, y que si analizamos la realidad concuerda a la perfección, son minorías las PYMES lideradas por

mujeres, y a su vez con respecto a la conclusión podemos decir que es importante que los empresarios son cautelosos, y buscan la forma de capacitarse, así como también queda evidenciado los problemas de acceso al financiamiento.

Lobo y Carvajal (2015), exponen en su proyecto de investigación lo consecuente:

“El servicio que se ofrece a los clientes está basado en el cobro de un porcentaje sobre sus ingresos, se le da un enfoque al cliente distinto del que ofrecen muchos competidores, que cobran un monto monetario y no un porcentaje sobre los ingresos; esto es obtener el mismo resultado, pero desde otra perspectiva. De manera tal, que no sea considerado como un gasto fijo sino como un gasto variable, obteniendo el beneficio de que si no venden no paguen por el servicio”. (p.102).

Debido al desconocimiento de la formalidad y el escaso asesoramiento financiero que la mayoría de las PYMES expresa, estos autores proponen la creación de una empresa consultora que se encargue de asesoramiento en materia de razón social, obligación tributaria, registro en entidades gubernamentales (incluso formar parte de los proveedores para licitaciones de entidades públicas), cargas sociales, pólizas (C.C.S.S y el INS ofrece plataformas gratuitas), cuentas bancarias, área administrativa que genere un rumbo a la empresa ya sea nueva o existente. Siendo esta una oportunidad para las peluquerías con que se trabaja en esta investigación, ya que como indican los autores, existen muchas empresas que llevan contabilidad o finanzas de una compañía, pero por una suma mensual lo que hace que estas incurran en gastos mayores, mientras que esta opción es factible, porque cobraría el 5% de sus ingresos únicamente.

Hoy en día las PYMES se desarrollan en un ambiente muy competitivo, incluso Lobo y Carvajal en dicha tesis mencionan que son las generadoras del 30% del ingreso del Estado, por ende, juegan un papel importante, del cual el Gobierno debería sacar provecho fomentando más el fortalecimiento y la capacitación de las mismas, sin embargo, esta oportunidad busca que tanto las PYMES existentes como las que piensan apenas inscribirse, implanten un estado de crecimiento óptimo y sólido para estar a la altura de la competencia que se vive en esta era tan globalizada, y que por ende los empresarios de hoy en día deben estar actualizados para no dejar caer su negocio sino más bien mantener un constante crecimiento, al ser esta idea una empresa consolidada genera confianza y se sumaría a una oportunidad de mejora para muchas empresas del país.

Aguilar y López (2014) concluyen en su proyecto de tesis: “Se comprueba que las dos principales razones que hacen que las empresas pequeñas y medianas busquen medios de financiación son el crecimiento de la organización a través de la compra de bienes muebles e inmuebles, o sea activos fijos para generar un mayor volumen de ventas, lógicamente establecido en las metas de la mayoría de los Planes Estratégicos Empresariales. También, ante eventuales ocasiones la adquisición de capital de trabajo necesario para la compra de mercadería y solventar insuficiencias de liquidez que permitan mantener el buen funcionamiento organizacional y la estabilidad ante situaciones adversas esporádicas”. (p.148-149).

Con dicho antecedente y luego de la lectura de esta tesis podemos entender los motivos por los cuales una PYME recurre a tomar un préstamo, a su vez podemos darnos cuenta de que, debido a la falta de información, muchas pequeñas y medianas empresas optan por préstamo personal y no aprovechan los beneficios de la Banca de Desarrollo, la cual brinda tasas de interés más óptimas.

Con esta investigación podemos evidenciar, que es necesario el endeudamiento de una empresa para su mejoramiento continuo, aumento de liquidez o incluso adquisición de activos, sin embargo, existen opciones de financiamiento más óptimas que se pueden utilizar y que las empresas dejan de lado debido a trámites engorrosos, que de alguna forma perjudican el objetivo que se busca al conseguir un crédito.

Salazar (2018), indica en la formulación del problema de su proyecto lo siguiente: “La necesidad de evaluar el sistema contable del Taller Mecánica General Alejandro Segura de la Suiza, Turrialba, para una mejor estructura y, además, de plantear las Normas Internacionales de Información Financiera para PYMES la N°4, N°5, N°17, N°29. Actualmente, existe una insuficiencia en los procedimientos y aplicaciones contables de las PYMES, frecuentemente cuando la empresa es muy pequeña tiene por desinterés estar regulada por estas normas o porque creen que incurrirá en un gasto innecesario, que, al contrario, les dará una adecuada contabilidad oportuna y, además, podría ser más eficaz. (p.17).

Gracias a dicha investigación podemos demostrar que el uso de estas normas efectivamente ayuda al control financiero que cualquier compañía requiere, sin embargo, es notoria la falta de desconocimiento de muchas peluquerías de cumplir con las mismas, incluso muchos no trabajan bajo este régimen y no poseen estados financieros lo que ocasiona tener información poco precisa, desordenada y complica la toma de decisiones. Motivo por el cual este antecedente es de ayuda para fortalecer las recomendaciones que se darán a dichas peluquerías de esta investigación.

Sandí (2014) entre sus conclusiones indica: “El mayor beneficio de este tipo de fondos es que por sus características pueden ofrecerles soluciones financieras a aquellas empresas o proyectos

de negocio que no califican para recibir un crédito bancario convencional, además, que por costos y dificultad del proceso no tiene oportunidad de salir a bolsa para captar recursos”. (p.108).

Después de la lectura de este proyecto de investigación, es muy enriquecedor contar con la definición de un Fondo de Inversión de Capital de Riesgo como una opción más para que las PYMES logren obtener un financiamiento, además en dicha tesis se aprende sobre temas indispensables y validos de estudio para esta investigación como lo es conocer sobre alternativas de modelos de financiamiento del mercado financiero tales como: Incubadoras de empresas, Capital de Riesgo antes mencionado, inversores ángeles, capital semilla y mercado alternativo para acciones, además también informa para mayor amplitud de esta investigación sobre los programas de apoyo como el Sistema Banca para el Desarrollo (SBD), FODEMIPYME y PROPYME, todo lo anterior para reforzar y ampliar los conocimientos que serán transmitidos a las peluquerías de este proyecto.

García (2015) redacta la siguiente hipótesis: “La retención del 2% del total de las ventas por parte de los operadores de las tarjetas de crédito causará dificultades de liquidez en las empresas, aumentará el pago en efectivo, y más complicada la devolución de impuestos por parte del Ministerio de Hacienda”. (p.7).

Como bien indica dicho autor de tesis, este antecedente fomenta el análisis de un factor negativo importante para las pequeñas y medianas empresas que tratan de desarrollarse hoy en día como lo son las peluquerías que en esta investigación se estudiarán y se evidencia esto como un motivo por el cual estas pequeñas industrias no se inscriben como PYMES, también se enfoca en la afectación de liquidez que esta directriz fomenta al castigar con el 2% a las empresas por el

utilizar la tarjeta de crédito, de esta manera los empresarios van a preferir el uso de efectivo viéndose afectados en la liquidez de la pequeña empresa y es que, si lo analizamos más fondo, entre más rentabilidad tenga una empresa el monto del 2% crecerá, es por eso por lo que esta retención debería ser escalonada en busca del beneficio de todas las compañías según sus ingresos, pero al no ser de esa forma las compañías interponen este como un motivo más en su lista para no ser PYME.

Méndez, Oliva, Salazar y Villegas (2016) concluyen con su trabajo un tema de relevancia para esta investigación: “Con la finalidad de ayudar en la mejora competitiva de las PYMES costarricenses, a nivel nacional se ha generado la norma INTE 01-01-09:2013 con el objetivo de contribuir con la gestión empresarial brindándole con esto más oportunidades en el mercado a las PYMES, así como propiciando el medio para que estas instituciones se certifiquen en temas como calidad, ambiente y responsabilidad social, de forma más accesible en cuanto a costo” (p.116).14

Debido a que en muchos casos la gestión de la PYMES son empíricas contar con una herramienta basada en esta norma es de gran ayuda y servirá de recomendación a las empresas de esta investigación para buscar ese plus que genera la misma ya que esta no es una obligación, pero si ayuda a diferenciar a las empresas de las demás.

Siempre contar con el control, monitoreo de las actividades diarias ayudará a poder tener una toma de decisiones óptimas y efectivas.

### **1.1.2 Delimitación del problema**

En la investigación se definieron las siguientes delimitaciones para efectos de la recolección de información.

#### **a. Delimitación de la muestra:**

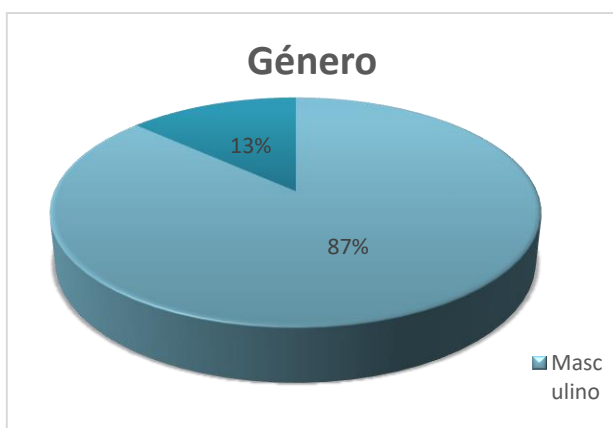
Se determina que en el sector de Alajuelita Centro se encuentran 35 peluquerías activas. Según información limitada proporcionada por la Municipalidad de Alajuelita solo 5 están registradas y activas.

Se determina que el trabajo de investigación se debe abarcar sobre 15 peluquerías de este sector ya que existen limitaciones de acceso a la información al no estar actualizados los datos recientemente de diversas instituciones

#### **b. Delimitación demográfica:**

Se definió como población a los dueños y administradores que tengan a cargo la información comercial, legal y financiera del establecimiento seleccionado. Se generan los siguientes gráficos informativos:

Gráfico 1. Género de la muestra controlada



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, agosto 2022.

Del total de la muestra se determina que un 87% son masculinos y solo un 13% son femeninos.

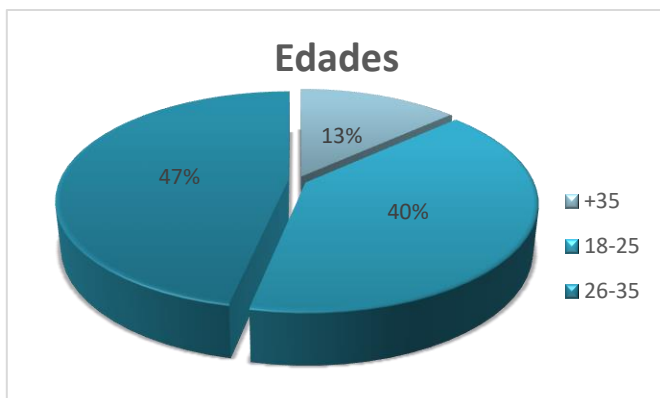
Gráfico 2. Nacionalidad de la muestra controlada



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, agosto 2022.

Del total de la muestra un 93% son costarricenses y un 7% son nicaragüenses.

Gráfico 3. Rango de edades de la muestra controlada



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, agosto 2022.

Del total de la muestra controlada el mayor porcentaje con un 47% son para los rangos que oscilan entre los 26 a los 35 años, un 40% entre los 18 a los 25 años y solo un 13% con edades que superan los 35.

Gráfico 4. Nivel de escolaridad de la muestra controlada



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, agosto 2022.

Del total de la muestra el 87% de los encuestados solo terminaron la secundaria y un 13% se especializaron en lo que es corte de cabello para varones.

Gráfico 5. Nivel de escolaridad de la muestra controlada



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, agosto 2022.

Del total de la muestra un 53% es de clase media y un 47% es de clase baja.

En resumen, predominan el género masculino en esta zona en este tipo de negocio, se encuentran 2 diferentes nacionalidades con edades que van desde los 18 a los 35 años con niveles de escolaridad que casi en su mayoría solo acabaron la secundaria y con una clase media que predomina en este sector.

- c. **Delimitación temporal:** En los meses de agosto y noviembre del 2022.
- d. **Delimitación geográfica:** Distrito de San José, del cantón de Alajuelita, de la provincia de San José.

El cantón cuenta con un total de 95 868 habitantes, según la última proyección demográfica del INEC, ubicándose, así como el decimocuarto más poblado del país y el quinto de la provincia.

Limita al norte con el cantón de San José, al oeste con el cantón de Escazú, al suroeste con el cantón de Acosta, al sur con el cantón de Aserri, y al este con el cantón de Desamparados.

Figura 1. Población de Alajuelita

CUADRO 2																	
Costa Rica: Población total proyectada al 30 de junio por grupos de edades, según provincia y cantón 2021																	
Provincia y cantón	Total	Grupos de edades															
		0 - 4	5 - 9	10 - 14	15 - 19	20 - 24	25 - 29	30 - 34	35 - 39	40 - 44	45 - 49	50 - 54	55 - 59	60 - 64	65 - 69	70 - 74	75 y más
Costa Rica	5 163 021	363 197	375 552	373 326	374 719	415 466	441 302	449 041	427 653	364 924	305 458	285 771	275 001	234 855	180 239	119 581	176 936
San José	1 673 683	104 693	110 451	107 177	110 264	131 971	146 690	149 532	143 957	122 210	101 230	95 554	94 651	82 535	64 636	42 930	65 202
Alajuelita	95 868	7 335	7 372	7 345	7 448	8 444	8 831	8 584	7 989	6 512	5 262	4 940	4 724	3 959	2 943	1 838	2 342

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) 2021.

Figura 2. Ubicación

Noroeste: San José, Escazú	Norte: San José	Noreste: San José
Oeste: Escazú		Este: Desamparados
Suroeste: Acosta	Sur: Aserri	Sureste: Aserri

Fuente: Google.

El cantón cuenta con una extensión territorial de 21,17 km<sup>2</sup>,<sup>3</sup> colocándose como el decimoséptimo más extenso de la provincia. Su cabecera es el distrito de Alajuelita, con categoría de ciudad, y cuenta con un total de cinco distritos: Alajuelita, San Josecito, San Antonio, Concepción y San Felipe.

### 1.1.3 Justificación del problema

En este apartado se citan las razones que sustentan el desarrollo de la investigación, el por qué y el para qué, o bien “exponer los motivos por los cuales es importante llevar a cabo el respectivo estudio” (Bernal, 2010) citado por (González, L.). Las temáticas que justifican una investigación son: de conveniencia; relevancia social; implicaciones prácticas; valor teórico; o utilidad metodológica (Hernández et al., 2014) citado por (González, L.).

Este estudio se justifica por cinco razones distintas:

**a. De conveniencia:** Esto demuestra la utilidad de la investigación ya que hay pocos estudios del por qué las personas no optan por la vía de las PYMES (peluquerías) para el desarrollo de sus negocios.

**b. De relevancia social:** Esto podría hacer que los resultados ayuden a estas personas que tienen sus empresas y buscan un crecimiento oportuno.

**c. De implicaciones prácticas:** Esta investigación podría ser el apoyo para una campaña que genere información y por ende la gente conozca los beneficios financieros y fiscales que tienen las PYMES.

**d. Utilidad metodológica:** Se va a utilizar un instrumento creado originalmente con los intereses que se buscan estilo cuestionario, el cual va a funcionar para que futuros estudios de este mismo tema logren el éxito.

Hoy en día la incorporación de las PYMES es de suma importancia ya que busca la activación de la economía y la implementación de habilidades emprendedoras, así como ir dejando la dependencia de mano de obra extranjera que hoy en día es lo que predomina en el país.

Gracias a esta investigación dichas empresas podrán tener un panorama más amplio y de esta manera este estudio puede ser de gran utilidad por ejemplo para el apoyo de una campaña que motive la creación de PYMES y que por ende se identifiquen los beneficios de esta tanto en el ámbito financiero como fiscal.

Con este estudio se pretende beneficiar al Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC) al contar con información actualizada para acompañar en ese proceso de transición a las microempresas; así como a las mismas microempresas para su realimentación y valoración de los impactos que se tienen en la incorporación a la economía formal.

El motivo de estudio de este tema es el poder aportar información al Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC), como también a la parte académica, de aspectos relevantes y de actualidad de las microempresas y su aporte a la economía del país.

## **1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN**

Las microempresas informales se crean para subsistir o generar un ingreso adicional en las familias, muchas ubicadas en casas de habitación lo que permite disminuir costos, con recurso

humano mínimo y sin capacitación, lo que provoca un desconocimiento de la información que deben presentar en las entidades autorizadas.

Adicionalmente, la situación actual de las microempresas llamadas formales porque cumplen dos de los tres requisitos que la ley les solicita para operar y estar acreditadas, pero que no tienen la estructura legal, financiera, contable y hasta mercadológica en bien de su crecimiento, productividad y permanencia en el mercado, no permite que valoren el impacto que tiene en la incursión formal en la actividad económica.

Dado lo anterior, se ve la necesidad que se realice una investigación comparativa relativa a requisitos, herramientas, beneficios y riesgos que enfrentan las microempresas para valorar el problema que se plantea

**¿Cuáles beneficios fiscales y financieros no están siendo aprovechados por los dueños de las peluquerías en el sector de Alajuelita Centro al no estar inscritas como PYMES a agosto 2022?**

### **1.3 OBJETIVOS**

Según (Bernal, 2010) en toda investigación se requiere plantear dos niveles en los objetivos: El general y los específicos. El objetivo general debe reflejar la esencia del planteamiento del problema y la idea expresada en el título del proyecto de investigación. Los objetivos específicos son los pasos que se dan para lograr el objetivo general. (p.96).

A continuación, se detalla el objetivo general y los específicos:

### **1.3.1 Objetivo general**

1.3.1.1 Analizar los diferentes beneficios tanto fiscales como financieros que no están aprovechando los dueños de peluquerías en el sector de Alajuelita Centro, al no registrarse como una PYME, a agosto 2022.

### **1.3.2 Objetivos específicos**

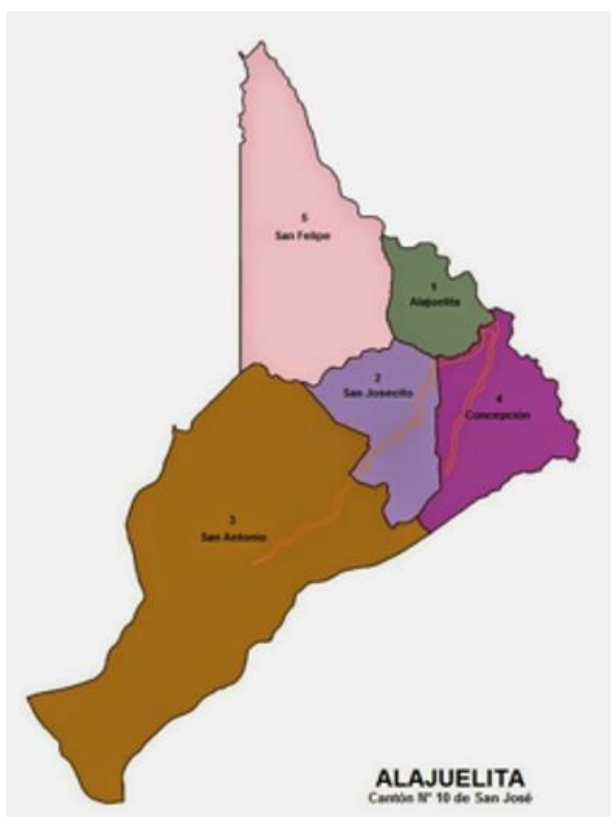
1. Identificar la cantidad de peluquerías localizadas en Alajuelita Centro.
2. Evaluar la formalidad de cada una de las peluquerías.
3. Estudiar los beneficios financieros y fiscales que existen en las PYMES registradas en el Ministerio de Economía.
4. Identificar lo que están dejando de percibir las peluquerías al no estar registradas como PYMES.

## **1.4 ALCANCES Y LIMITACIONES**

La investigación se realiza en el distrito de Alajuelita Centro, cabecera del cantón de Alajuelita, en la provincia de San José, Alajuelita Centro es el distrito número uno de cinco que conforman el cantón.

Se determino una población de estudio de 15 peluquerías de las cuales 5 están registradas y activas en la Municipalidad de Alajuelita e inscritas en el MEIC. El trabajo tiene una duración de cuatro meses, agosto a diciembre del 2022, donde se recabará la información necesaria utilizando los instrumentos metodológicos adecuados para obtener los datos primordiales de la investigación.

Figura 3. Mapa Cantón de Alajuelita



Fuente: Google.(2022). (Mapa de Alajuelita en Google Maps).

### **1.4.1 Limitaciones de la investigación**

**a. Limitación de enfoque:**

Limitación de tiempo de las personas encargadas de brindar la información, dado que se les aplicará un cuestionario que requiere disponibilidad para su desarrollo.

**b. Limitación de alcance:**

Se requiere de la apertura de los dueños de las peluquerías para ahondar en las dimensiones específicas y se espera que en este aspecto las limitaciones sean mínimas.

**c. Limitación de diseño:**

No se estiman limitaciones en la aplicación del diseño.

**d. Limitación del objeto de estudio:**

No se estima limitación para la determinación de los casos a estudiar.

**e. Limitación de criterios:**

No se estiman limitaciones.

**f. Limitación de manejo y contacto:**

Limitación en el tiempo laboral dependiendo del conocimiento o disposición de las personas encargadas de las peluquerías.

**g. Limitación de instrumentos:**

No se estiman limitaciones.

**h. Limitación de categorías:**

No se estiman limitaciones.

**i. Limitación de análisis:**

No se estiman limitaciones.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

## **2.1 CONTEXTO HISTÓRICO**

### **2.1.1 Historia de Alajuelita:**

Según el instituto de fomento y asesoría se señala que en la época precolombina el territorio que actualmente corresponde al cantón de Alajuelita estuvo habitado por indígenas del llamado Reino Huetar de Occidente, que en los inicios de la conquista eran dominios del cacique Garavito.

Los primeros pobladores que llegaron a establecerse en los terrenos baldíos, que hoy constituyen la jurisdicción de Alajuelita, fue por el año de 1650.

La referencia más antigua del lugar se remonta a una escritura de 29 de enero de 1767, en la que la sucesión de don Francisco Cascantes y doña María Herrera, vendieron a don José Miguel Cervantes, media caballería en el paraje que llaman La Lajuela; con los siguientes linderos: “por la parte de oriente la quebrada que llaman La Lajuela; por la parte del poniente el paso que llaman los Aserrís; por la parte norte el río Tiribí; y por la parte sur, el camino que sube del puente del Tiribí al paso real de dicha quebrada de La Lajuela”.

El nombre del actual cantón ha evolucionado, desde que aparece en los protocolos de San José, en los años de 1799 y 1800, como Lajuelita. Al año siguiente hasta 1804 se llamó La Lajuelita y desde 1806, se le conoce como Alajuelita.

En el registro de linderos de los barrios y cuarteles del departamento de San José, de 30 de noviembre de 1841, el presente cantón Alajuelita era un barrio, con los cuarteles: El Santuario, Caracas, El Tejar, El Molino y Aserrí.

El 4 de junio de 1909, en ley No. 58, se le otorgó el título de villa al barrio de Alajuelita, cabecera del nuevo cantón creado en esa oportunidad. Posteriormente, en la administración de don José Joaquín Trejos Fernández, se promulgó la ley No. 4480 que le confirió a la villa la categoría de ciudad.

En este cantón se caracteriza por algunas de sus tradiciones como el chinchiví y la chicha, ambas bebidas típicas de la localidad, así como por sus fiestas cantonales, las cuales concluyen con un desfile de boyeros en honor a Santo Cristo de Esquipulas, el patrono del cantón. Desde sus montañas se puede apreciar una de las mejores vistas de la Gran Área Metropolitana.

El cantón cuenta con una extensión territorial de 21,17 km<sup>2</sup>,<sup>3</sup> colocándose como el decimoséptimo más extenso de la provincia. Su cabecera es el distrito de Alajuelita, con categoría de ciudad, y cuenta con un total de cinco distritos: Alajuelita, San Josecito, San Antonio, Concepción y San Felipe.

A los habitantes de este cantón en su gentilicio se les conoce como Alajueliteño(a)

### **Cruz de Alajuelita**

La Cruz de Alajuelita es un monumento con forma de una cruz hecha de hierro, ubicada en la cima del cerro San Miguel. Su construcción se inició en el año de 1933 por iniciativa del Pbro.

Rosendo de J. Valenciano de un monumento de fe católica que recordara los XIX siglos de la pasión y muerte de Jesucristo. Este monumento se inauguró el 8 de julio de 1934 con una misa solemne en presencia de los feligreses que caminaron hasta este cerro.

Por otra parte, cuenta una leyenda entre los ciudadanos que en el cerro donde está instalada la cruz, se escuchaban fuertes retumbos, por lo que cundió el temor de que fuera a aflorar un volcán, de ahí que decidieron bendecir el cerro y construir La Cruz de Hierro, con lo que la furia de la naturaleza se aplacó.

Este monumento ha contado con iluminación desde 1984, la cual ha sido suspendida por causas naturales o vandalismo a través de los años, en el 2015 se volvió a instalar iluminación eléctrica, pero fue destruida por vandalismo y nuevamente el 15 de enero de 2021 volvió a ser iluminada con reflectores.

El monumento adquirió popularidad ya que es visible desde varios puntos del Gran Área Metropolitana de Costa Rica, desde puntos cercanos como la ciudad de Escazú, o hasta en puntos más lejanos como el cantón de Santo Domingo. Otro punto por el cual el monumento es popular es por el famoso Caso de la Cruz de Alajuelita de 1986, considerado el hecho más oscuro y macabro que ha ocurrido en la historia de Costa Rica. En este hecho perdieron la vida 7 mujeres. Actualmente el caso quedó impune y se encuentra prescrito.

Es tradición de los alajueliteños, y de muchos costarricenses, de realizar caminatas por el cerro de San Miguel para llegar a la cima, donde se encuentra la Cruz.

Figura 4. Imagen de la Cruz de Alajuelita



Fuente: Google.(2022).

Figura 5. Localización de Alajuelita desde el Mapa



Fuente: Google.(2022).

### **2.1.2 Historia de las peluquerías:**

#### **Origen de la peluquería y el cuidado del cabello**

Los asirios fueron los grandes peluqueros de la Historia. Sus damas y caballeros lucieron cabelleras deslumbrantes en forma de pirámide o en cabelleras que caían en cascadas ordenadas y relucientes en bucles y rizos que llegaban a la espalda. Su cabello cuidado y limpio se perfumaba y teñía. La barba se recortaba de forma simétrica comenzando en las mandíbulas y descendiendo en rizos adornados hasta el pecho.

Cuando la naturaleza no lo permitía se recurría al postizo, ya que la barba era indicativa de situación social de poder y preeminencia. Tan importante era lucir barba dignificada y esculpida que incluso las mujeres del entorno cortesano egipcio lucían barbas postizas de cabello natural en ceremonias importantes.

**¿De qué medios se valieron aquellos peluqueros para tales primores?** Utilizaron un invento revolucionario inventado por ellos mismos: la barra de hierro caliente, antecesor de la tenacilla o las actuales planchas eléctricas.

Junto a este instrumento contaron con una colección de peines de todo tamaño y formato, navajas, cepillos y espejos.

## **Historia de la peluquería en la Época Moderna**

Con la Revolución Francesa Europa conoció el peinado a lo Brutus, a semejanza del asesino de Julio César, es decir, pelo muy corto; y hacia 1830 se volvió al llamado pelo espartano, pelo corto y barba rasurada con patillas a los lados. Las mujeres adoptaron una estética rural: pelo largo recogido.

A principios del siglo XX reapareció el pelo corto con ondas lisas de bordes claros, preparando la famosa moda del pelo a lo madame Pompadour y preconizando los famosos estilos que luego se conocieron con los nombres de peinado a lo paje y a lo chico.

Todo estaba presidido por melenas lisas con volumen que hicieron necesario volver al uso del moño y del postizo para elaborar los peinados de esponja. Con todo esto acabó un peluquero londinense en la década de 1950.

Charles Nessler, que se hizo millonario con el invento de la permanente, peinado que tanto furor causó en América y Europa. De entonces acá todos sabemos lo que el peinado y la peluquería han dado de sí.

## **Leonard Autie**

El estilista de María Antonieta es el primero del que se tiene registro. De ser un humilde peluquero en el sur de Francia, se convirtió en el hombre al que la Reina confió su cabeza. Ideó el pouf para levantar el pelo y recurrió a todo tipo de artilugios y pomadas para lograr sus extravagantes creaciones, que fueron la causar de la impopularidad de la reina.

## **2.2 CONTEXTO TEÓRICO-CONCEPTUAL**

### **2.2.1 ¿Qué es un Peluquería?**

Según Wikipedia se dice que una peluquería o barbería es un local donde se ofrecen varios servicios estéticos, principalmente el corte de cabello, pero también suelen realizarse otros como:

1. Corte y delineado de barba
2. Delineado de barba
3. Tinte de barba
4. Tinte de cabello
5. Alisado de cabello
6. Exfoliación
7. Mascarilla
8. Tratamiento facial
9. Tratamientos capilares etc.

El nombre de peluquería es sinónimo de salón de belleza.

Últimamente la "barbería" está de moda, los caballeros que ingresan al salón quieren un cambio de estilo, sentirse cómodos, despejarse, es ahí cuando el barbero le brinda sus servicios de corte

de pelo o de barba dependiendo de lo que requiera el cliente y le convida refrescos o alguna botana, para salir contento del local, y con muy buena autoestima.

Los útiles de peluquería podemos clasificarlos en cinco grupos esenciales para la facilitación de su estudio:

1. **Útiles principales:** son aquellos instrumentos con los que se realizan las tareas de peluquería: peines, cepillos, tijeras, pinzas, etc.
2. **Útiles auxiliares:** son aquellos objetos que se emplean para facilitar el trabajo con los primeros y también como material de protección: Bigudíes, redecillas, guantes, gorros, toallas, capas de corte etc.
3. **Útiles de laboratorio:** son aquellos materiales que se emplean para realizar las mezclas de sustancias químicas (tintes, queratinas, cirugía capilar, agua oxigenada, etc.): recipientes de vidrio, papel tornasol, etc.
4. **Aparatología:** conjunto de aparatos diseñados para la realización de las técnicas de peluquería, así como para la detección y tratamiento de los problemas capilares que se presentan con más frecuencia en el salón de Peluquería: secadores, vaporizadores, esterilizadores, microvisor, lámpara infrarroja, etc.
5. **Material mobiliario:** son aquellos elementos del mobiliario que participan en la ejecución de las tareas de peluquería y en la atención al cliente: lava cabezas (antes llamadas bacías de barbero), mesas auxiliares, espejos, sillones, etc.

En estos centros se pueden realizar diferentes tipos de servicios. Si bien el corte del cabello es el trabajo más requerido, también se realizan peinados, aplicación de extensiones o pelucas, tinturas, moldeado de cabello, o sea, prepararlo para el peinado: montaje de rolos, uso de

tenazas, planchas y numerosos tratamientos que tienen que ver con devolver al pelo su firmeza y brillo natural. Para realizar tales tareas, los peluqueros cuentan con variados productos que se venden en la red de comercio.

Hoy las peluquerías son de gran importancia y hasta se han desarrollado establecimientos donde se ofrecen servicios de peluquería para animales, en los que la mayoría de los clientes solicitan lavado y corte de pelo, aunque también se pueden realizar trabajos especiales para algunas razas de perros.

### **2.2.2 ¿Qué es una PYME?**

Según la Ley 8262 de la Ley de fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas y sus reformas, en su artículo 3 define a la PYME de la siguiente manera:

"...se entiende por pequeña y mediana empresa (pyme) toda unidad productiva de carácter permanente que disponga de recursos humanos los maneje y opere, bajo la TABLA N.º de persona física o persona jurídica, en actividades industriales, comerciales, de servicios o agropecuarias que desarrollen actividades de agricultura orgánica..."

Del mismo modo en la página oficial [www.pyme.go.cr](http://www.pyme.go.cr) indica que las siglas PYME, significa pequeña y mediana empresas, las cuales representan un gremio alto e importante para el país ya que dichas empresas son generadoras de empleo, además tiene ciertas características que las hace distintas.

Estas existen en muchos países del mundo y podemos definir las como empresas pequeñas que nacen a través del emprendedurismo y de las necesidades de los habitantes de un país ante el factor negativo que afecta a nivel mundial muchos países como lo es el desempleo; de ahí que muchas personas intentan explotar sus habilidades o su creatividad para implementar un negocio que le genere dinero para sobrevivir y lograr posicionarse en el mercado compitiendo ante la oferta y demanda de la ciudadanía.

A raíz de este evento el gobierno lanza las PYMES como un sello de calidad y por medio de normativas intenta apoyarlas ya que estas en la medida que crezcan y se vuelvan compañías sólidas que generan empleo y ayudan a activar la economía por ende estos pequeños negocios cuentan con condiciones especiales como herramienta de subsistencia en el mercado.

Según el Estudio de Situación de las PYMES en Costa Rica 2013 revela la siguiente definición con base en la Ley 8262: “debe ser una unidad productiva de carácter permanente y que cotice al menos a dos de las cargas fiscales, sociales y laborales que existen en el país”. MEIC (2013). PYME es un proyecto del Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) en unión del Instituto Nacional de Aprendizaje (INA) cuyo objetivo como su página se reitera es la siguiente: Pequeña y Mediana Empresa [PYME (2020)] “El propósito de este sitio web es ser una ventanilla única para facilitar el acceso a programas, herramientas, servicios y trámites de las PYMES costarricenses, con el objetivo de potenciar su crecimiento y desarrollo, así como fortalecer la competitividad de estas y fomentar la cultura empresarial costarricense”. PYME (2020).

De esta manera las PYMES cuentan con el respaldo tanto del MEIC como de INA, pero aún más con una página o entidad diseñada para orientar a todo aquel que desee ser PYME.

### **2.2.3 ¿Cuáles son los pasos para registrarse como Pyme en el Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC)?**

Cuando se habla de convertir una empresa en PYME se debe procurar antes que nada tener una compañía debidamente inscrita, ese es el principal paso para optar por ser PYME, ya que a la hora de llenar el formulario es necesario la información operacional de la misma.

Para inscribir una pyme se deben cumplir y entregar la documentación que compruebe que se cumplen 2 de los siguientes 3 requisitos:

- 1) Recibo de la póliza de Riesgos del Trabajo que emite el INS, al día.
- 2) El Formulario de Declaración de Impuesto sobre la Renta: sea el Formulario D101 del Régimen Tradicional o el Formulario D105 del Régimen Simplificado, del último periodo fiscal.
- 3) Planilla de la CCSS o el comprobante de trabajador independiente, donde se demuestre que está al día con las obligaciones ante esa institución. Igual este requisito se puede verificar en línea ante CCSS.

Cabe resaltar que con solo cumplir con dos de los tres que establece la ley y sumarle el formulario se cumple con lo que estipula el Ministerio para este trámite.

El trámite para inscripción se puede hacer de dos formas tanto en forma presencial como en línea y se harían como lo muestra las siguientes imágenes:

Figura 6. Procedimiento en línea para convertirse en PYME.

**Procedimiento en línea**

1. Ingresar a [siec.go.cr](http://siec.go.cr) y acceda al ícono Registro PYME.
2. Registrarse como usuario suministrando un correo electrónico y una contraseña.
3. Una vez registrado podrá "loguearse y dar clic en Registro Condición PYME
4. Completar el formulario con la información solicitada que se despliega en la pantalla
5. Al finalizar y en caso de que la documentación esté completa, el sistema remitirá un correo electrónico indicando que su solicitud ha recibido su trámite, para lo cual la DIGEPYME tendrá un plazo de **cinco días**, máximo para comunicar la resolución de la solicitud.

En caso de un trámite de renovación, debe solicitar asignación de expediente, escribiendo al correo: [siec@meic.go.cr](mailto:siec@meic.go.cr)

Fuente: Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC).

Figura 7. Procedimiento presencial para convertirse en PYME.

**Procedimiento presencial**

El proceso de registro también puede realizarse presentándose en las oficinas del MEIC, con dos de los tres requisitos mencionados y la solicitud de inscripción al Registro PYME; o bien visitando cualquiera los CIDES que operan en diferentes zonas del país.

Fuente: Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC).

Finalizando el abordaje de esta parte del tema entendemos que los pasos están claros y precisos, debidamente publicados en la página oficial del MEIC para la comunidad que así lo desee y manteniendo varias modalidades para la facilidad y accesibilidad del usuario.

#### **2.2.4 Características de una PYME**

Basados en la definición estipulada en artículo 3 de la Ley N.º 8262 como parte de la definición de una PYME obtenemos las características esenciales de la misma: Unidad productiva: explica que una PYME realiza actividades económicas en diferentes sectores.

Estas características son las siguientes:

- **Carácter permanente:** indica que la actividad se desarrolle a lo largo del tiempo.
- **Disposición de recursos humanos:** debe ser capaz de manejar empleados incluyendo al dueño de la empresa.
- **Opera bajo la TABLA N.º física o jurídica:** esto determina que la empresa esté debidamente inscrita y a la orden de lo que la ley establece.

Por otro lado, el mismo artículo 3 de la Ley de fortalecimiento de pequeñas y medianas empresas menciona otras características adicionales:

(...) se definirán otras características cuantitativas de las PYMES, que contemplen los elementos propios y las particularidades de los distintos sectores económicos, tomando como variables, al menos, el número de trabajadores, los activos y las ventas.  
(Ley N.º 8262,2002).

Con la descripción anterior se entiende que, para delimitar las PYME, se necesita saber la cantidad de empleados, el valor de sus activos y el volumen de ventas para de esa manera determinar si es una micro, pequeña o mediana empresa como parte de las características propias de la misma.

### **2.2.5 ¿Quiénes pueden inscribirse en el Registro PYME?**

Las personas que cuenten con un negocio establecido bajo los requerimientos de ley podrán pretender en sus proyectos tener la certificación PYME; de la misma manera lo menciona el MEIC a continuación:

“Todas las PYME que cumplan con los requisitos que establece el Artículo 3 de la Ley No. 8262 y su Reglamento podrían ser acreedoras potenciales de la Condición PYME”. (MEIC, 2020) Tomado de: <https://www.meic.go.cr/meic/web/137/pymes/preguntas-frecuentes.php>

La misma página del Ministerio de Economía es muy clara e indica que las empresas que requieran registrarse contarán con un plazo de cinco días para que la información sea analizada y se resuelva la gestión de la condición PYME y en caso de presentar fallas en la inscripción, las empresas tendrán 10 días adicionales para subsanar (MEIC, 2020), por lo cual se torna un proceso de fácil acceso y alcance de todos.

### 2.2.6 ¿Cuántos funcionarios debe tener una PYME?

Según datos del primer informe del sistema de indicadores PYME 2013, este nos define cuantas personas y su nombre respectivo para formar una PYME como lo muestra la siguiente figura:

Figura 8. Tamaño de la empresa según la cantidad de personas que emplean.

<b>Tamaño</b>	<b>Condición</b>
<b>Micro</b>	$P \leq 15$
<b>Pequeña</b>	$15 > P \leq 30$
<b>Mediana</b>	$30 < P \leq 100$
<b>Grande</b>	$P > 100$

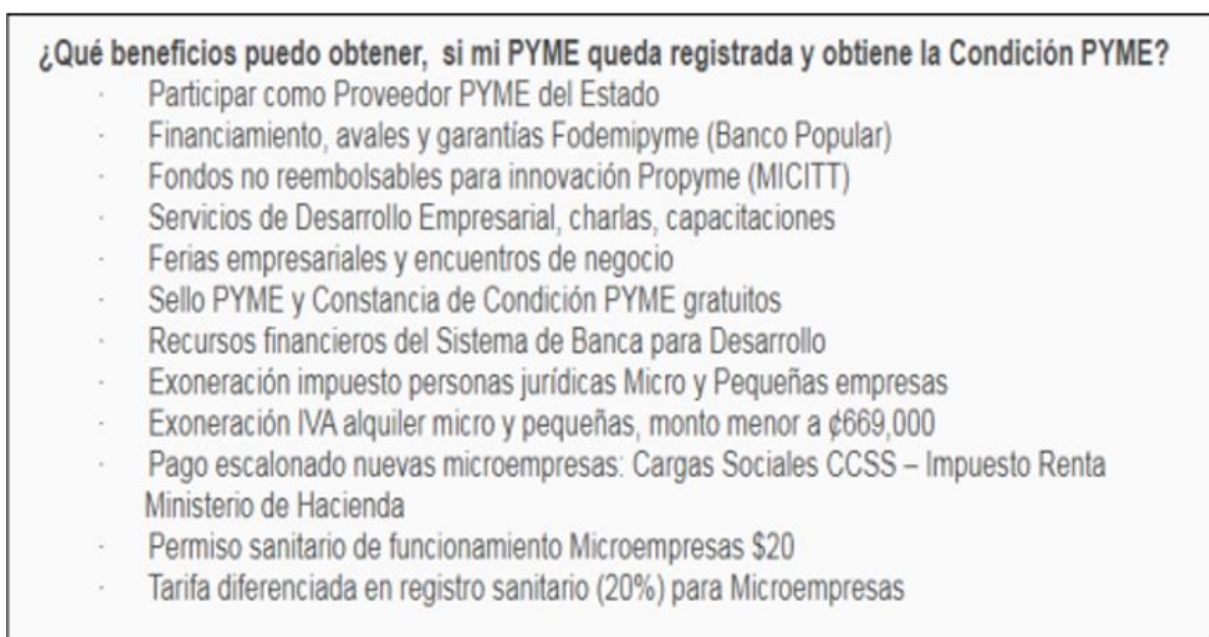
Fuente: Estado de Situación de las PYMES en Costa Rica (pag7,2013).

Desarrollando la imagen anterior, una microempresa está compuesta por 15 o menos personas, una pequeña empresa por más de 15 pero menos de 30 empleados, una mediana empresa posee más de 30 personas, pero menos de 100 inclusive, mientras que una empresa grande posee más de 100 personas, por lo que podemos concluir que las PYMES poseen menos de 99 personas y se clasifican según lo acordado anteriormente.

### 2.2.7 ¿Qué beneficios puedo obtener, si la PYME queda registrada y obtiene la condición PYME?

Las empresas con certificación PYME gozan de muchos beneficios que se identifican en la imagen tomada de la página del MEIC que se presenta seguidamente, en la cual se detallan uno a uno los beneficios obtenidos a la hora que la empresa sea catalogada como PYME, entre los principales se mencionan la exoneración del Impuesto a Personas Jurídicas, Ley 9428 “Ley del Impuesto a las Personas Jurídicas” (esta Ley se explica más adelante en el tema de la normativa), así como la exoneración del IVA en los alquileres, estos dos puntos buscan favorecer los números de estas empresas.

Figura 9. Beneficios de obtener la condición PYME.



Fuente:MEIC,tomado de <https://www.meic.go.cr/meic/comunicado>.

De este modo las futuras PYMES logran obtener muchos beneficios que hacen incrementar sus rendimientos, y del mismo modo buscan generar calidad de las mismas, las cuales motivan al desarrollo constante de las pequeñas y medianas empresas para su competencia en los distintos mercados, facilidades de créditos, ser proveedor del Estado que hace que la empresa gane prestigio, capacitaciones y charlas que motivan el crecimiento, exoneraciones que se reflejen en

los estados financieros en otros, hacen que se note el esfuerzo del gobierno por apoyar a estos pequeños generadores de empleo.

### **2.2.8 Riesgos de una empresa formal y una informal**

En un estudio realizado por José Carlos Mora Guerrero en septiembre de 2020 expresa la gran problemática que enfrenta el país por la gran cantidad de empresas informales evidenciadas en los últimos años.

La informalidad en el empleo ha venido creciendo en Costa Rica, tanto a nivel absoluto, como a nivel relativo. Conforme a los valores absolutos, la cantidad de informales en el mercado laboral pasó de 756 180 en el tercer trimestre del 2010 a 1 015 102 en el cuarto trimestre del 2019. Es decir, la cantidad de personas ocupadas informales aumentó en alrededor de 250 000, equivalente a un crecimiento total de un 34% para la última década.

De este modo, si se compara la cantidad de empleos netos creados en el periodo y la cantidad de empleos informales, se puede observar que 86% de los empleos netos creados en el periodo fueron empleos informales, es decir, 9 de cada 10 empleos netos creados, han sido empleos informales.

Lo mencionado anteriormente plantea ya una problemática grave dentro de la estructura del empleo en Costa Rica, y es que el empleo creado durante el periodo de estudio, 2010 – 2019, ha sido, principalmente, empleo informal.

### a. Diferencias entre empresa formal e informal

Es de suma importancia establecer las diferencias entre una pyme que funciona en regla, frente a un negocio que trabaja al margen de la legislación. Esto le permitirá al empresario visualizar de forma más clara las ventajas que se generan cuando toma la decisión de acatar las disposiciones legales.

A continuación, se presentan algunas características de estos dos tipos de pymes, de acuerdo con diferentes categorías relacionadas con su operación:

Tabla N.º 1. Diferencias empresa formal e informal

DIFERENCIAS EMPRESA FORMAL E INFORMAL	
EMPRESA FORMAL	EMPRESA INFORMAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>Tiene protección legal y ayuda al crecimiento del país cumpliendo con sus obligaciones legales y tributarias.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evade impuestos y pierde toda protección legal.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Puede contratar con el estado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>No puede contratar con el estado.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Puede contratar y ser proveedor de importantes empresas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Su informalidad le cierra las puertas de empresas públicas y privadas.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Accede con facilidad a nuevos mercados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Su negocio es solamente local.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Genera confianza en clientes y proveedores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Por ser informal, sus negocios generan desconfianza.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Tiene beneficios tributarios y económicos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>No puede aspirar a tener beneficios ya que no cumple con la ley.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Puede acceder a créditos bancarios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sólo puede acceder a financiación costosa o informal.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Puede ser parte de programas de desarrollo y crecimiento empresarial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Su condición de informal no le permite ni crecer ni acceder a programas de desarrollo empresarial.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia, con base en <https://sercontador.com/diferencias-entre-empresa-formal-e-informal>

### 2.2.9 Modelos de financiamiento para PYMES:

Existen varias formas de obtener financiamiento para un negocio y las pymes pueden optar por las siguientes:

- **Fondo de Inversión:**

El autor del libro llamado “Asesoría en fondos de inversión colectiva”, Luis Humberto Ustáriz define un fondo de inversión de la siguiente manera:

(...) todo mecanismo o vehículo de captación o administración de sumas de dinero u otros activos, integrado por el aporte de un número plural de personas determinables una vez el fondo entre en operación, recursos que serán gestionados de forma colectiva para obtener resultados económicos también colectivos. (Ustáriz, 2016, p.4, p.5)

Con dicha definición involucramos el tema con las PYME, como lo hace el autor de la tesis llamada “Implementación de fondos de inversión por oferta pública, el peruano Luis Ernesto Tapia Ramírez, menciona lo siguiente:

“Se habla de los fondos de inversión como un mecanismo ideal para que las medianas y pequeñas empresas accedan al mercado de capitales. Un fondo de inversión que ha funcionado con mucho éxito es el de descuento de letras de Compass Group SAFI. Es un producto financiero que ha permitido que las empresas reduzcan su costo financiero de corto plazo y accedan a una fuente

de crédito para capital de trabajo renovable”. (Tapia, 2017, p.26)

- **Créditos Bancarios:**

El Ministerio de Economía, Industria y Comercio lo define de la siguiente manera:

Es una TABLA N° financiera que representa el préstamo temporal de una cantidad de dinero de una parte a otra a cambio de una devolución periódica a plazos donde a cada cuota se le adiciona un porcentaje de intereses. Un ejemplo claro y común de un instrumento de crédito son los préstamos bancarios. (MEIC, 2019).

Granados (2019) menciona: “El crédito bancario siempre se muestra como la principal opción para conseguir esos fondos”. (p.27).

Un crédito bancario es un medio que ofrecen las entidades bancarias para financiarse, con distintas tasas de interés dependiendo del tipo de crédito, algunas entidades optan por créditos personales generando un mayor volumen de interés que un crédito especial para PYME, ya que los requisitos son menos engorrosos.

De esta manera el autor de la revista llamada “Caracterización Del Financiamiento Bancario De Las MIPYMES salvadoreñas” menciona lo siguiente: Granados (2019) “El financiamiento bancario en las MIPYMES salvadoreñas representa en la actualidad una de las alternativas de fondeo más conocidas al momento de decidir la forma de financiar los recursos necesarios para operar. (p.32).

Con base en esta cita podemos mencionar que Costa Rica no es la excepción y del mismo modo que el país amigo, sucede constantemente en el territorio nacional ya que las empresas se inclinan más por esa modalidad, que por Fondos de Inversión como lo vimos anteriormente o

bien alguna otra forma de financiarse como el Capital de Riesgo o alguna de las siguientes en explicar más adelante.

- **Capital Riesgo:**

Este es un modelo de financiamiento para las PYMES ya que busca interferir en proyectos con traza de crecimiento.

La actividad de capital riesgo se entiende como una forma de financiación principalmente dirigida a empresas de tamaño pequeño y mediano, con un plan de expansión o de nueva creación, pero siempre innovadoras y en crecimiento y, con frecuencia, de carácter tecnológico. (Seco, 2008, p.27)

La autora (Seco, 2008) afirma: “La financiación es de carácter temporal y, tras un cierto período de tiempo que se centra en el medio y largo plazo, la entidad de capital riesgo abandona la sociedad financiada liquidando su participación a través de distintas vías” (...) (p.27).

Con base en la definición anterior se entiende que el Capital riesgo proporciona financiación a empresas no cotizadas y que por lo tanto no tienen acceso a los mercados de capitales y a su vez cuentan con buena perspectiva de crecimiento, esta aportación se realiza de forma temporal de manera que esto ayude a generar una rentabilidad atractiva para la empresa.

(Seco, 2008) menciona: “La entidad de capital riesgo no sólo ofrece recursos financieros. También proporciona reputación a la sociedad financiada, por el hecho de estar apoyada por un grupo inversor externo y ayuda y consultoría en la gestión”. (p.27).

Cuando un fondo de capital riesgo invierte en una empresa pasa a ser accionista de esta, toma a cambio una participación la cual puede ser mayoritaria o minoritaria, por este motivo el objetivo de dicho modelo es contribuir a la expansión y desarrollo de una empresa para que su valor

aumente. Adicionalmente no solo aporta dinero (recurso financiero), si no también puede aportar asesoramiento, experiencia entre otros. Es importante saber que este modelo se puede utilizar en distintas fases de una empresa ya sea inicial la cual se llama Venture Capital o bien si se realiza cuando la empresa está en marcha o consolidada se le llama “Private Equity”. En consecuencia, de esto es más riesgoso el Venture Capital ya que al inicio existe la incertidumbre del panorama empresarial mientras que con el “Private Equity” ya se tiene una idea para la tomar decisiones, así como de la rentabilidad de esta.

Una nota fundamental de esta tesis en este tema es que los inversores de este fondo buscan empresas que puedan crecer rápidamente, que tengan negocios innovadores y se orientan a mercados en crecimiento donde la demanda es importante, como por ejemplo la mecánica automotriz que como se ha planteado anteriormente es un mercado con un crecimiento constante de aproximadamente 3.8% de PIB, ya que cada vez más las personas adquieren un vehículo, por esta razón se debe considerar este modelo como forma de financiamiento para las

**PYMES.**

Algunas de las ventajas que tiene este fondo es principalmente la ayuda a empresas que apenas inician ya que los bancos tornan un ambiente difícil a la hora de proporcionar financiamiento debido a que estas no cuentan con un histórico de resultados, también otra ventaja es que proporciona mayor crecimiento en beneficios, así también se vuelven compañías con mejor profesionalismo debido al asesoramiento que se brinda, mejoran en innovación ya que los inversores aportan experiencia e incluso reducir la tasa de fracaso y a su vez buscar la internacionalización, generando la mejor de las ventajas como es el aumento de la liquidez.

- **Inversores Ángeles:**

Al igual que el capital riesgo, los inversores ángeles forman parte de los modelos que ofrece el sistema financiero como solución ante la falta de recursos financieros que necesitan las empresas, además del apoyo a las PYMES.

En el Manual para las personas emprendedoras en Costa Rica elaborado por el MEIC se muestra la siguiente definición:

Este término se refiere a la persona física o jurídica que se dedica a la colocación de recursos económicos en procura de promover o favorecer una actividad de negocios, esperando a cambio lucro o ganancias para sí misma en un plazo determinado. (MEIC, 2019).

Con base en la definición anterior, se puede decir que existe un grupo de personas físicas o jurídicas que por su capacidad financiera pueden tener una parte de su portafolio de inversiones dedicada a invertir en empresas que están en etapas de desarrollo por un plazo determinado, para obtener a futuro una ganancia, que incluso puede ser mejor que la que generan las entidades financieras, a su vez esta situación cumple la premisa que a mayor rendimiento mayor es el riesgo, por esta razón, una característica de estos inversores es que poseen adversidad al riesgo, además de lograr crear un capital inteligente (enseñar a tener acceso a sus propias redes de negocios, acceso a mercados y recursos que tiene el inversionista).

En Costa Rica se pueden localizar los Inversionistas Ángeles en grupos o redes de inversores por ejemplo la empresa Carao Ventures, la cual es una red de ángeles inversionistas, es una firma de Venture capital para negocios en etapa temprana.

En este concepto el inversor además de dinero invierte tiempo, así como experiencia que ayuda a otras personas a levantar su compañía, es de esta manera como se logra que el dinero que invertirá se utilice para el desarrollo del país.

• **Incubadoras de empresas:**

El Ministerio de Economía, Industria y Comercio define Incubación de la siguiente forma:

Proceso de formación y preparación de emprendimientos y proyectos de negocios en sus etapas iniciales, principalmente. Durante la incubación se evalúa la viabilidad técnica, financiera y de penetración de mercado de un negocio, se proporcionan servicios de apoyo operativo tales como la facilitación del espacio físico de trabajo, asesorías legales y de mercadeo, estrategia de ventas e incluso acceso a financiamiento y capital semilla. (MEIC, 2019).

Si definimos la palabra incubadora como tal, es una máquina donde se meten los recién nacidos que les falta por gestarse meses o semanas, este aparato simula el vientre materno para que el bebé termine su proceso de formación, mientras tanto está a cargo de los médicos especialistas y enfermeras, una vez que esté bien formado será entregado a sus padres para enfrentarse al mundo.

Conociendo esta definición podemos decir que las incubadoras de negocios son compañías que se dedican a gestar nuevas empresas. Si una empresa está naciendo acude a una de estas para recibir capacitación y herramientas que harán que vea la luz, a su vez no necesariamente puede ser una empresa existente, también se pueden llevar ideas a estas incubadoras para recibir ayuda sobre el plan de negocios.

En Costa Rica existe la Red Nacional de Incubación y Aceleración (RNIA), la cual está definida por el MEIC de la siguiente manera:

Es una plataforma de apoyo a los emprendedores para fortalecer su desarrollo empresarial, así como para crear y propiciar oportunidades de nuevos negocios. Por medio de la Red se brinda asesoría, soporte y herramientas a los empresarios o emprendedores en busca de crear las condiciones idóneas para potenciar, desarrollar y consolidar sus emprendimientos. Actualmente son 18 los miembros de esta red que incluye incubadoras y aceleradoras. (MEIC, 2019)

Básicamente las incubadoras se definen por la experiencia que transmiten a las empresas, capacitaciones para buscar incrementar rendimientos y también las definen las herramientas como por ejemplo la variedad de software que hoy en día existen en el mercado para potenciar las ventas y consolidar la empresa.

- **Capital Semilla:**

En el manual para personas emprendedoras diseñado por el MEIC se define este término seguidamente:

Es un instrumento de inversión diseñado para inyectar capital económico a una idea o proyecto de negocio que ya ha sido validado en el mercado positivamente, pero que necesita un impulso para poner en marcha el desarrollo de un prototipo, estudios de mercado, investigaciones, cubrir costos del proceso formalización, procesos de fabricación, confección y ventas. Es decir, por lo general la capital semilla se otorga a emprendimientos que aún no generan ingresos por ventas o que llevan poco tiempo haciéndolo.

Este tipo de capital puede provenir de instituciones públicas y autónomas o de empresas e inversionistas del sector privado. Usualmente la institución que otorga la capital semilla pacta un compromiso y desarrolla un plan de ejecución del capital con quien recibe el dinero, para que este sea utilizado solo para el desarrollo del negocio y los fines para los cuales fue creado.

Estos fondos no son reembolsables ni representan participación de terceros en el capital social de los negocios ni en sus acciones. (MEIC, 2019).

Sabiendo este concepto, entendemos que el capital semilla es un fondo concursable (quiere decir que hay un monto de dinero y se compite por el entre varias empresas) que apoya a emprendedores que buscan poner en marcha su negocio, los cuales pueden ser postulantes siempre y cuando se tenga un proyecto establecido con oportunidad de mercado. El capital semilla ayuda a las empresas de etapa temprana, es el primer cheque o reembolso para poder despegar el negocio.

#### **2.2.10 Programas y entidades de apoyo para PYME:**

Las PYMES cuentan con mecanismos para el apoyo al financiamiento, existen muchas instituciones que impulsan el crecimiento financiero de las mismas, dentro de estas tenemos:

- **Sistema de Información Empresarial Costarricense (SIEC):**

Este sistema cuenta con una plataforma Oracle, por medio de la cual se logrará llevar un expediente de cada una de las gestiones de apoyo a la pequeña y mediana empresa, realizadas tanto por el MEIC, como por parte de la Red de Apoyo. (MEIC, 2000)

Hoy en día la tecnología es la mejor herramienta que poseen las instituciones para avanzar con expedientes digitales y modernizar las instituciones, así como también buscar la facilidad para sus clientes a la hora de realizar cualquier trámite, para el MEIC este sistema permite tener un mapeo electrónico de todas las gestiones realizadas en materia de apoyo Pymes, y del mismo modo facilitar a los usuarios el acceso a los diversos servicios que se ofrece.

- **DIGEPYME:**

DIGEPYME es una oficina gubernamental de servicio que busca el fortalecimiento competitivo y sostenible de las PYME costarricenses mediante una eficiente coordinación interinstitucional que hace posible desarrollar diversos proyectos y programas de apoyo y mecanismos de información con calidad para los sectores de la industria comercio y servicios, con miras a mejorar el nivel de vida de los costarricenses. (MEIC, 2020).

Esta es la oficina central del MEIC para la ejecución de fortalecimiento a PYMES, quienes el centro promotor del desarrollo empresarial, esta oficina está dividida en cuatro departamentos: emprendimiento, empresariado, registro y el centro integral de Desarrollo y encadenamientos. Se dice que, bajo la Ley de fortalecimiento de las PYMES, la DIGEPYME es la Dirección General de Apoyo para el MEIC, y cuya función es coordinar, promover y evaluar programas para estos emprendedores.

- **Red de apoyo Pyme:**

La Red de Apoyo a PYME es una agrupación de instituciones y entidades, públicas y privadas, cuyo denominador común es su interés por responder a las necesidades de las micros, pequeñas y medianas empresas del país, mediante la prestación de servicios. Es una organización abierta, flexible y ágil, cuyos beneficios para las entidades que la conforman se derivan de la comunicación y la sinergia de actividades y esfuerzos en los diferentes servicios que se ofrecen a la PYME. (MEIC, 2020)

- **Sistema Banca para el Desarrollo (SBD):**

Es una política pública orientada a promover el desarrollo de las micro y pequeñas empresas de todos los sectores y los emprendedores; por medio de financiamiento y servicios de desarrollo empresarial.

El SBD ofrece servicios financieros, mediante los operadores acreditados, así como servicios de desarrollo empresarial, por medio del INA. El SBD trabaja mediante operadores financieros. (SBD, 2020. El principal fin es financiar e impulsar proyectos productivos viables y factibles de las PYME. El Sistema Banca para el Desarrollo se apoya por el 5% de aporte de los bancos públicos, así como el peaje bancario (definición) de los bancos privados por derecho a captar depósitos en cuentas corrientes, quienes trabajan para este sistema, sin embargo, hoy en día falta mucho trabajo por dar a conocer sus funciones

- **Fondo PROPYME:**

Programa de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (PROPYME) creado mediante la Ley 8262 es una transferencia presupuestaria que realiza el Gobierno de la República al presupuesto del Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones (MICITT); con el objetivo de financiar las acciones y actividades dirigidas a promover y mejorar la capacidad de gestión y competitividad de las PYMES costarricenses, mediante el desarrollo tecnológico como instrumento para contribuir al desarrollo económico y social del país. (MEIC, 2020)

Este fondo es el encargado de aportar hasta un máximo del 80% del costo total de un proyecto siempre y cuando sea innovador y de desarrollo tecnológico (MEIC, 2020).

Al igual que las grandes empresas, las PYMES requieren gerentes de alto nivel con experiencia y competencias adecuadas que apoyen el proceso productivo, financiero y comercial de la organización, sin embargo, las PYMES no cuentan con amplios presupuestos que les permita el pago de salarios generando que la contratación de esta planilla sea casi imposible de lograr, esto hace que la meta del éxito empresarial se torne más difícil, incluso que en ocasiones genere pérdidas y se exponga la organización a la banca como le sucede hoy en día a muchos emprendedores, PROPYME facilita que las PYMES puedan adquirir conocimiento, capacitación para crear fuertes empresas competidoras en nuestro país.

- **Fondo FODEMIPYME:**

Es el Fondo para el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (FODEMIPYME) creado por la Ley 8262, administrado por el Banco Popular y de Desarrollo Comunal (BPDC). (MEIC, 2020)

El objetivo principal es fomentar y fortalecer el desarrollo y la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas de la economía social, mediante el otorgamiento eficiente de avales, financiamiento de intangibles y Servicios de Desarrollo Empresarial. (MEIC, 2020).

Este fondo es administrado por el banco de los trabajadores, al cual le interesa que las empresas cuenten con apoyo para crecer, dicho fondo existe para fomentar el crecimiento mediante el otorgamiento de garantías. Las empresas cuentan con una garantía para seguir creciendo.

- **Programa de Financiamiento y Capacitación del Instituto Mixto de Ayuda Social (Fideimas)**

El Fideicomiso del IMAS está orientado al financiamiento de garantías adicionales y subsidiarias, mediante créditos con tasa de interés favorables.

Brinda también capacitación, asistencia técnica y seguimiento para personas o grupos que ejecuten proyectos productivos. (IMAS, 2020). Este fideicomiso administrado por el Instituto Mixto de Ayuda Social (IMAS), pretende debido a su misión (asistir a las familias en condición de pobreza las cuales reciben ayuda económica) brindar ayuda a muchas familias que no cuentan con recursos para hacer crecer su negocio y el IMAS se convierte en el medio para acceder a créditos como su respaldo de garantía, las capacitaciones a través de instituciones educativas públicas y privadas permiten a las personas aprender a manejar y desarrollar sus productos y negocios.

Fideimas pone a su disposición convenios con entidades financieras estatales y microfinancieras que serán los proveedores para créditos de los empresarios, una vez concluidos estos procesos el IMAS realiza el seguimiento de las empresas hasta que sean autosuficientes y realicen sus propios intercambios comerciales, también facilita plataformas comerciales para la distribución y venta de los productos con cámaras de comercio, ferias y en las tiendas del aeropuerto, la ayuda integral durante el proceso de enseñanza, capacitación, seguimiento y financiamiento potencializa los esfuerzos de las familias para que puedan salir adelante y tengan una mejor calidad de vida.

### **2.2.11 Leyes y normativa para una PYME**

A lo largo de la existencia del MEIC, se ha promulgado una serie de reglamentos y leyes en relación con las PYMES, que se muestra en la página del Ministerio de Economía, Industria y Comercio Exterior.

Las PYMES en Costa Rica están regidas por una Ley principal llamada Ley de fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas la cual contempla o una serie de reformas e incluso por diversas situaciones se han realizado decretos para buscar el apoyo real a dichas pequeñas empresas, seguidamente se citan la diversa normativa:

- Ley N.º 8262: Ley de fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas y sus reformas.
- Ley N.º 8634: Sistema de Banca para el Desarrollo.
- Ley N.º 7494 “Ley de Contratación Administrativa” y sus reglamentos.
- Ley N.º 8839 “Ley para la Gestión Integral de Residuos Sólidos”.
- Decreto N.º 31820-MEIC: Reglamento para el Consejo Nacional para la Calidad (CONAC).
- Decreto N.º 31819-MEIC: Reglamento al capítulo III de la Ley 8279, Sistema Nacional para la Calidad, Creación del Laboratorio Costarricense de Metrología.
- Decreto N.º 32448 MP-MEIC-COMEX: Reglamento al artículo 12 del anexo 3 de la Ley 7017 "Ley de incentivos para la producción industrial Anexo A del Arancel Centroamericano de Importación".
- N.º 39296 –MEIC-COMEX Reforma al Reglamento 32448 (Art. 12 Anexo 3, Ley 7017) y Reglamento 33305 (art. 20, Ley 8262).
- Decreto N.º 39295: Reglamento a la Ley de fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas, Ley N.º 8262 del 02 de mayo de 2002.

- Decreto N° 37168-MICIT-MEIC: Reglamento para el Programa de Fortalecimiento para la Innovación y Desarrollo Tecnológico de las PYME (Fondo PROPYME).
- Decreto N° 33305-MEIC-H: Reglamento Especial para la Promoción de las PYMES en las Compras de Bienes y Servicios de las Administración.
- Decreto N° 39278-MEIC: Reglamento al fondo especial para el desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas (FODEPYME).
- Decreto N° 34901-MEIC-MAG: Reglamento a la Ley del Sistema de Banca para el Desarrollo.
- Decreto N° 8279: Sistema Nacional para la Calidad.
- Decreto N° 31296 MICIT-MEIC “Reglamento para el Programa de Fortalecimiento para la Innovación y Desarrollo Tecnológico de las PYMES” (PROPYME).
- Decreto N° 33411-H: “Reglamento a la Ley de Contratación Administrativa”.
- Reglamento Operativo del Fondo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresarial (FODEMIPYME), Gaceta No.84 del 03 de mayo de 2010.
- Decreto Legislativo N° 9635: Fortalecimiento de las Finanzas Públicas, Expediente N°20580.
- Decreto N° 41015-MAG-MEIC-H: Reglamento Artículo 5° Ley N°7293 "Ley

Reguladora de Todas las Exoneraciones vigentes, su derogatoria y excepciones" y Artículo N°26 Ley N°8591 "Ley de Desarrollo, Promoción y Fomento de la actividad Agropecuaria Orgánica".

- Ley N°9576: Fomento de la Competitividad de la PYME mediante el Desarrollo de Consorcios.

- Decreto Ejecutivo N°41914-MEIC-MAG Reglamento a la Ley N°9576.

- Decreto N° 38254 Reglamento para la Obtención, Uso y Aplicación del Sello.

PYME, Manual de Uso Obligatorio para el Sello PYME Costa Rica: para el empresario.

Actualización de parámetros Año 2019, publicado Diario La Gaceta N°54, lunes 18 de marzo 2019, rige a partir del 30 de marzo del 2019. (MEIC, 2020).

Adicional a esta normativa se debe incluir la Ley 9428 “Ley del Impuesto a las Personas Jurídicas” y su Reglamento que beneficia con la exoneración del impuesto a los contribuyentes que se encuentren realizando actividades productivas de carácter permanente, clasificadas como micro y pequeñas empresas e inscritas ante el MEIC y la Dirección General de Tributación. (MEIC, 2020), ya que esto forma parte de los beneficios que obtienen las empresas al ser registradas como PYME.

Todas y cada una de estas normas están publicadas en la página Web oficial del MEIC quien es el encargado y responsable de velar por el fortalecimiento de las PYMES bajo su oficina anteriormente cita DIGEPYME. Esta normativa es indispensable que todos los que requieran ser PYME e incluso ya lo sean, la conozcan para de esta manera estar a la vanguardia y saber

cuáles son los derechos y deberes que corresponde como tal, de esta manera los beneficios estarían más a la mano de cada emprendedor.

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

### 3.1 Enfoque de la investigación

La investigación debe indicar su naturaleza, esta puede ser cuantitativa o cualitativa. Sampieri (2014) los define de la siguiente manera:

- **Enfoque cuantitativo:** Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías. (p.4)
- **Enfoque cualitativo:** Utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación. (p.7). Datos cualitativos Evidencia o información simbólica verbal, audiovisual o en forma de texto e imágenes. (p.9).

Este proyecto de investigación está enfocado en lo cualitativo debido a que tiene la finalidad de analizar los diferentes beneficios tanto fiscales como financieros que no están aprovechando los dueños de peluquerías en el sector de Alajuelita Centro, al no registrarse como una PYME, a agosto 2022.

### 3.2 Alcance de la investigación

Hernández et al. (2014) concluyeron lo siguiente:

...Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas... (p. 92)

El alcance de una investigación establece el compromiso del investigador, ya que va a indicar los resultados que va a generar su proyecto.

El tipo de investigación que se llevará a cabo en este proyecto es de carácter descriptivo, ya que no solo busca la recolección y tabulación de datos a través de la aplicación de un cuestionario a los dueños de las peluquerías, sino que también se realizará un análisis e interpretación de los datos brindados por la empresa.

La investigación descriptiva busca medir de manera más independiente los conceptos o variables a los que se refiere. El investigador será capaz de definir qué se va a medir y cómo lograr precisión en esa medición, así como de especificar quiénes deben estar incluidos en la misma.

### **3.3 Diseño de la investigación**

“Plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información (datos) requerida en una investigación con el fin último de responder satisfactoriamente el planteamiento del problema”. (Sampieri, 2018, p.150).

Esta investigación forma parte de los diseños cualitativos por tal motivo cae bajo la teoría fundamentada ya que lo que se pretende conocer es la teoría basada en la investigación que va a explicar el fenómeno que ocurre en la zona de Alajuelita Centro con las peluquerías que no se inscriben como PYME.

### **3.4 Unidad de análisis u objetos de estudio**

#### **3.4.1 Población**

Hernández et al. (2014) concluyeron que “así, una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones (Lepkowski, 2008b)” (p. 174).

De acuerdo con la información suministrada por la Municipalidad de Alajuelita, al mes de abril del año 2021, se encuentran registradas 35 y activas 5, para lo cual se determinó que la población de investigación será de 15 peluquerías.

#### **3.4.2 Tipo de muestra**

Hernández et.al (2014) afirman: Es un subgrupo de la población o universo, se utiliza por economía de tiempo y recursos, implica definir la unidad de muestreo y de análisis, y, requiere delimitar la población para generalizar resultados y establecer parámetros (p.172).

Este proyecto de investigación por tener el enfoque cualitativo su muestra está relacionada con la muestra de voluntarios, donde la población de 35 peluquerías se trabaja bajo una muestra controlada de 15 que en forma voluntaria accedieron a participar para de esta manera sacar el mayor beneficio de a esta investigación ampliando el conocimiento y poder mejorar tanto en la parte administrativa como en sus rendimientos económicos.

### 3.4.3 Criterios de inclusión y exclusión

Se analizaron cuáles son las condiciones en específico que lograron determinar los criterios de inclusión y exclusión para obtener la muestra correcta de las personas que iban a ser parte de la investigación en curso.

Tabla N.º 2. Criterios de Inclusión e Exclusión

Criterios de Inclusión	Criterios de Exclusión
Peluquerías dentro de Alajuelita Centro.	Peluquerías fuera del distrito de Alajuelita Centro.
Encargados de las peluquerías.	Peluquerías sin local ( trabajo desde sus hogares).

Fuente: Elaboración propia.

### 3.4.4 Cuidados éticos para el manejo de la información y el contacto con participantes

Para el éxito de esta investigación se requiere información tanto de instituciones públicas del estado como de los dueños de las peluquerías de la zona en investigación. Cabe mencionar que la información brindada por la Municipalidad de Alajuelita y el MEIC, es documentación de acceso público, sin embargo, dichos reportes serán utilizados únicamente para análisis de este proyecto. De igual manera la información que se ha suministrado por parte de los dueños de las peluquerías ha sido bajo su consentimiento previo y es utilizada únicamente para este trabajo.

A los participantes del cuestionario se les contactó por medio de teléfono y en forma personal y se les indicó que la misma era de carácter voluntario y completamente confidencial. De igual forma se les explicó el objetivo de la investigación y que llenar el cuestionario no generaría ningún tipo de repercusión en el área laboral.

### **3.5 INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

#### **3.5.1 Cuestionario.**

Hernández et al. (2014) concluyeron lo siguiente:

...un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir (Chasteauneuf, 2009). Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis (Brace, 2013). Los cuestionarios se utilizan en encuestas de todo tipo (por ejemplo, para calificar el desempeño de un gobierno, conocer las necesidades de hábitat de futuros compradores de

viviendas y evaluar la percepción ciudadana sobre ciertos problemas como la inseguridad) ... (p. 217).

Una ventaja que presenta el cuestionario en el análisis de tareas es su bajo costo relativo, en comparación con los otros sistemas. Debe contener preguntas relativas a los datos de identificación, descripción y especificación; procurar que sea posible, dar un repertorio de respuestas a cada pregunta, de manera que el encuestado no tenga más que marcar con una “x” la que convenga. También deben existir preguntas abiertas en la que los encuestados deban y puedan extenderse.

La información solicitada en el cuestionario que abarca de 15 preguntas es “estrictamente confidencial” y únicamente se usará para fines académicos.

Instrucciones generales:

- Se indica el propósito del trabajo de investigación
- Se manifiesta que la información suministrada es de carácter confidencial
- Se especifica la relación de las preguntas con respecto a los objetivos específicos
- Se solicita marcar con “X” las opciones que considere aplican de acuerdo con su situación actual y rellenar las que son de opinión.

## **1. Objetividad**

Hernández et al. (2014) concluyeron que “en un instrumento de medición, la objetividad se refiere al grado en que éste es o no permeable a la influencia de los sesgos y tendencias del investigador o investigadores que lo administran, califican e interpretan (Mertens, 2010)” (p. 206).

La objetividad del estudio se justifica al momento de aplicar de previo un plan piloto del cuestionario, con la ayuda de personas con experiencia, quienes validarán las preguntas y la técnica utilizada.

## **2. Validez**

Hernández et al. (2014) concluyeron que “la validez, en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir” ... (p.200).

Se plantearán la cantidad de preguntas necesarias que permita medir las variables para que tenga el grado de validez requerido para esta investigación.

## **3. Confiabilidad**

Hernández et al. (2014) concluyeron lo siguiente: “La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales (Hernández-Sampieri et al., 2013; Kellstedt y Whitten, 2013; y Ward y Street, 2009)” (p. 200).

Dado que los temas tienen estrecha relación, las preguntas que se plantearán pretenden que se justifiquen o aclaren en la aplicación de cada una de las variables, que, en conjunto con la repetición previa del plan piloto, genere el mayor grado de confiabilidad para investigación.

La información tabulada de los resultados de la aplicación del cuestionario se presenta por medio de tablas y gráficos

### **3.6 VARIABLES O CATEGORÍAS**

Según el autor Sampieri (2018) refiere que medir variables en casos, es la finalidad de la recolección de datos en la ruta cuantitativa, mientras que en la ruta cualitativa la finalidad de

esta es capturar significados, experiencias y reconstruir “realidades” de casos (individuos, grupos, comunidades y fenómenos). Bajo esta definición se justifica que esta investigación es realizada bajo el modelo de ruta cualitativo por lo tanto no contiene cuadro de variables medibles.

### **3.7 ANÁLISIS DE DATOS**

Según Sampieri (2018) afirma: En el proceso cuantitativo primero se recolectan todos los datos y luego se analizan, mientras que en la investigación cualitativa no es así, sino que la recolección y el análisis ocurren prácticamente en paralelo; además, el análisis no es completamente uniforme, ya que cada estudio requiere un esquema peculiar. (p.465) En el análisis cualitativo, la acción esencial consiste en que recibimos datos no estructurados, a los cuales nosotros les proporcionamos una estructura. Los datos son muy variados, pero en esencia recuerda que consisten en observaciones del investigador y narrativas de los participantes. (Sampieri, 2018, p.465)

Tomando la definición anteriormente mencionada se puede decir que esta investigación es de carácter cualitativo y se realizará mediante anotaciones del cuestionario realizado y del análisis de contenido.

## **CAPÍTULO IV: RESULTADOS**

## 4.1 Generalidades

En este capítulo se realizará una interpretación de los resultados obtenidos por medio del instrumento de recolección de datos utilizado, el propósito es poder brindar un análisis completo y de forma clara de la información recolectada basándose en los objetivos del trabajo.

La información se facilitará por medio de gráficos para tener una mejor comprensión de los valores obtenidos. De igual forma se detalla una explicación completa del significado que estos resultados tienen para el desarrollo de la investigación.

### 4.1.1 Generalidades del Análisis de Datos

La siguiente información se recopiló del cuestionario aplicado a la muestra, y en la cual, se solicitó una variedad de datos generales para poder desarrollar la investigación.

Tabla N.º 3. Datos generados de la muestra para la investigación

Género de los encuestados

Nombre de la Peluquería	Nombre del dueño o encargado	Teléfono	Ubicación
Barber Pro	Pablo	60505518	Alajuelita Centro
Beiker Peluquería	Beiker	62651170	Alajuelita Centro
Bryan Barber	Bryan	62832755	Alajuelita Centro
Barbería el Parque	Jeremy	70156580	Alajuelita Centro
Chambo Barber Shop	Jacob	63607601	Alajuelita Centro

Barbería Alex	Yelsin	63484867	Alajuelita Centro
KyS Barber	Kattia	62364887	Alajuelita Centro
Negro Barber	Stiven	84818875	Alajuelita Centro
Antavios Barberia	Vidal	70822505	Alajuelita Centro
El Arte del Barbero	Yendry	70198536	Alajuelita Centro
Barberia la Aurora	Jordy	60693934	Alajuelita Centro
Peluquería Darlin	Darlin	71612848	Alajuelita Centro
Black and White	Diego	62764040	Alajuelita Centro
God is Good Barbershop	Elias	85003775	Alajuelita Centro
VIP Cuts	Sergio	44017702	Alajuelita Centro

Fuente: Elaboración propia.

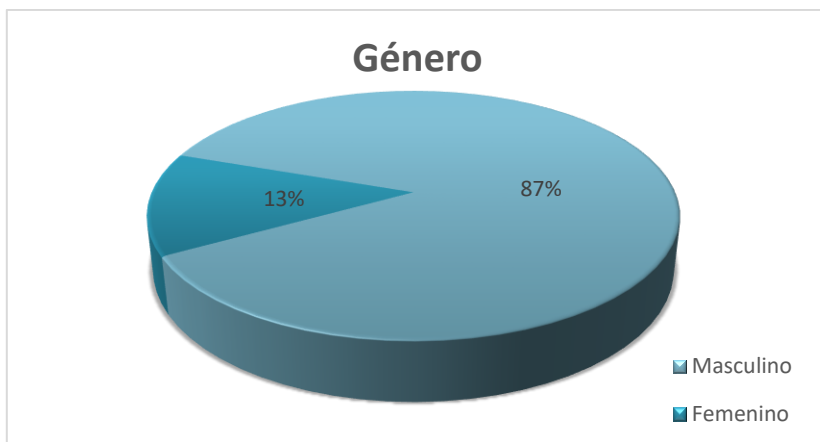
Como parte de los datos generales también se recopiló la siguiente información para su análisis:

Tabla N.º 4. Género de los encuestados

Dato Solicitado	Opciones	Respuesta
Género	Masculino	13
	Femenino	2
Total de encuestados		15

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 6. Género de la muestra controlada



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, agosto 2022.

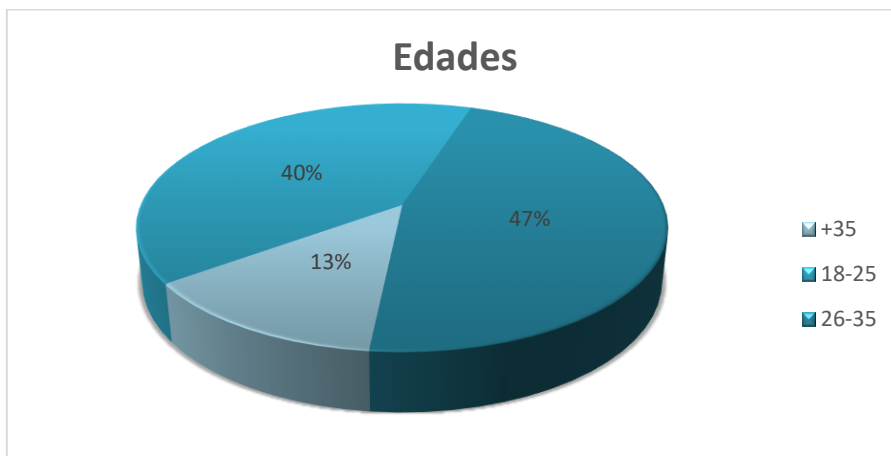
El gráfico N.º 6 lo que nos muestra es que de los 15 dueños encuestados un 87% (13) son hombres y solo un 13% (2) son mujeres.

Tabla N.º 5. Rango de edades de la muestra controlada

Dato solicitado	Opciones	Respuesta
Edad	18 años a 25 años	6
	26 años a 35 años	7
	Mayor de 35 años	2
Total de encuestados		15

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 7. Rango de edades de la muestra controlada



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, agosto 2022.

El gráfico N.º 7 lo que nos muestra es que de los 15 dueños encuestados un 47% (7) están en edades de 26 a 35 años, un 40% (6) están en edades de 18 a 25 años y solo un 13% (2) son mayores de 35.

Tabla N.º 6. Nivel de escolaridad de la muestra controlada

Dato solicitado	Opciones	Respuesta
Nivel de Escolaridad	Secundaria	13
	Técnico	2
Total de encuestados		15

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 8. Nivel de escolaridad de la muestra controlada



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, agosto 2022.

El gráfico N.º 8 lo que nos muestra es que de los 15 dueños encuestados un 87% (13) culminaron su secundaria y un 13% (2) tienen un técnico especializado en cortes de cabello.

Tabla N.º 7. Nivel de escolaridad de la muestra controlada

Dato solicitado	Opciones	Respuesta
Nivel Socioeconómico	Bajo	7
	Medio	8
Total de encuestados		15

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 9. Nivel de escolaridad de la muestra controlada



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, agosto 2022.

El gráfico N.º 9 lo que nos muestra es que de los 15 dueños encuestados un 53% (8) se consideran de clase media y un 47% (7) se consideran de clase baja.

Tabla N.º 8. Nacionalidad de la muestra controlada

Dato solicitado	Opciones	Respuesta
Nacionalidad	Costarricense	14
	Nicaragüense	1
Total de encuestados		15

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 10. Nacionalidad de la muestra controlada



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, agosto 2022.

El gráfico N.º 10 lo que nos muestra es que de los 15 dueños encuestados un 93% (14) son costarricenses y un 7% (1) es nicaragüense.

#### 4.1.2 Análisis de Datos

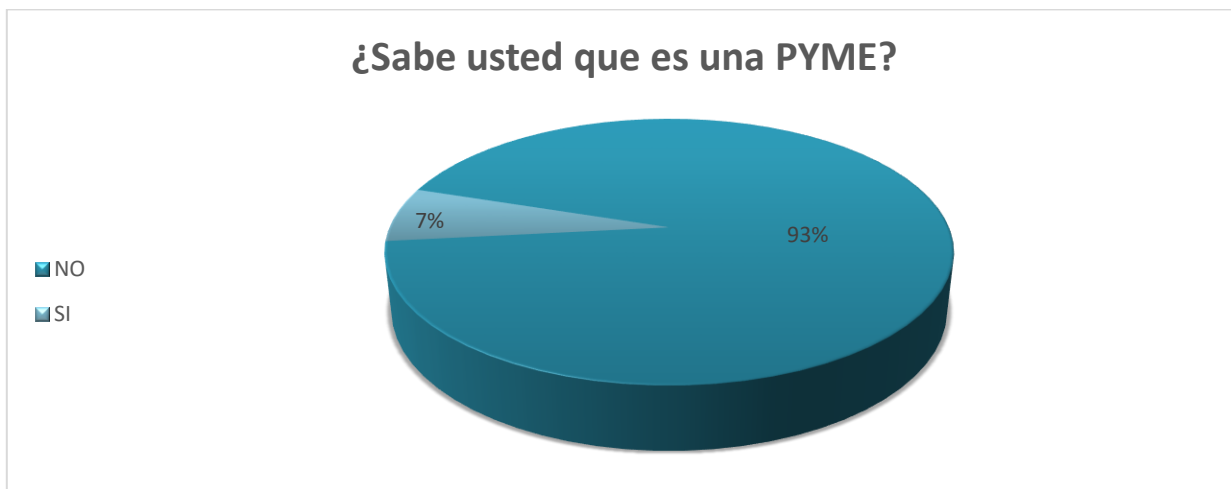
Para el desarrollo del cuestionario se realizaron 15 preguntas a las 15 peluquerías encuestadas. Se detallará a continuación el análisis completo de cada una de las preguntas y al final se vincularán tanto con el objetivo general y los específicos de este trabajo de investigación:

Tabla N.º 9. Pregunta N.º1 del cuestionario

Pregunta	Opciones	Respuesta
¿Sabe usted que es una PYME?	Si	1
	No	14
<b>Total de encuestados</b>		<b>15</b>

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 11. Porcentaje de la cantidad de peluquerías que saben que es una PYME con base a la muestra.



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, agosto 2022.

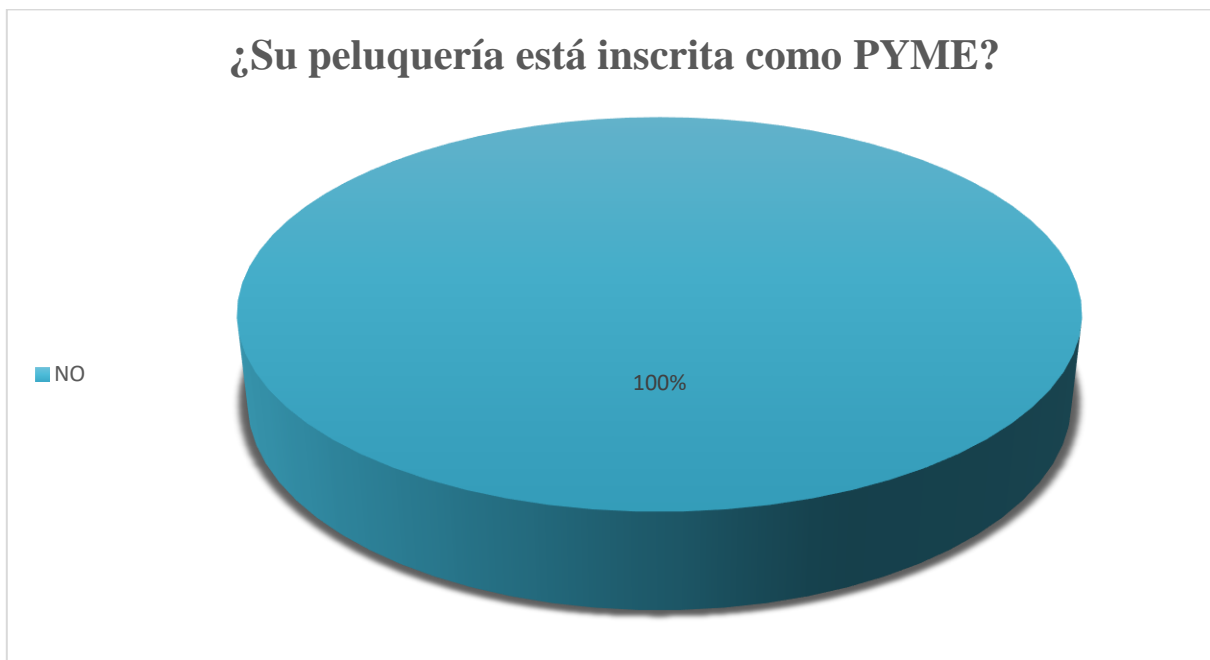
El gráfico N.º 11 lo que nos muestra es que de los 15 dueños encuestados sobre la primera pregunta de si sabían que era una PYME ,un 93% aseguraron que no, lo que equivale a 14 personas y solo un 7% si tienen noción de que es, lo que equivale a solo una persona 1 de los 15.

Tabla N.º 10. Pregunta N.º2 del cuestionario

Pregunta	Opciones	Respuesta
¿Su peluquería está inscrita como PYME?	Si	0
	No	15
Total de encuestados		15

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 12. Porcentaje de la cantidad de peluquerías que están inscritas como PYMES.



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, agosto 2022.

El gráfico N.º 12 lo que nos muestra es que de los 15 dueños encuestados sobre la segunda pregunta de si estaban inscritos como PYME el 100% aseguraron que no.

Tabla N.º 11. Pregunta N.º3 del cuestionario

Pregunta	Opciones	Respuesta
Si su respuesta es negativa (NO),¿Por qué no está inscrito?	Trámites engorrosos	0
	Escases de información	0
	Publicidad anunciada falsa	0
	Todas las anteriores	15
	Ninguno	0
<b>Total de encuestados</b>		<b>15</b>

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 13. Razones por las que no están inscritas como PYMES.



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, agosto 2022.

El gráfico N.º 13 lo que nos muestra es que de los 15 dueños encuestados sobre la tercera pregunta de si su respuesta a la pregunta 2 era “no” entonces que indicarán las razones por las que no estaban inscritas aún. Todos fueron unánimes en que la opción que más les representaba era la de “Todas las anteriores” siendo esto un 100%.

Tabla N.º 12. Pregunta N.º4 del cuestionario

Pregunta	Opciones	Respuesta
¿Cuántos años tienen en el mercado	1 a 5 años	4
	6 a 10 años	11
	Más de 10 años	0
<b>Total de encuestados</b>		<b>15</b>

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 14. Años que tienen las peluquerías en el mercado.



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, agosto 2022.

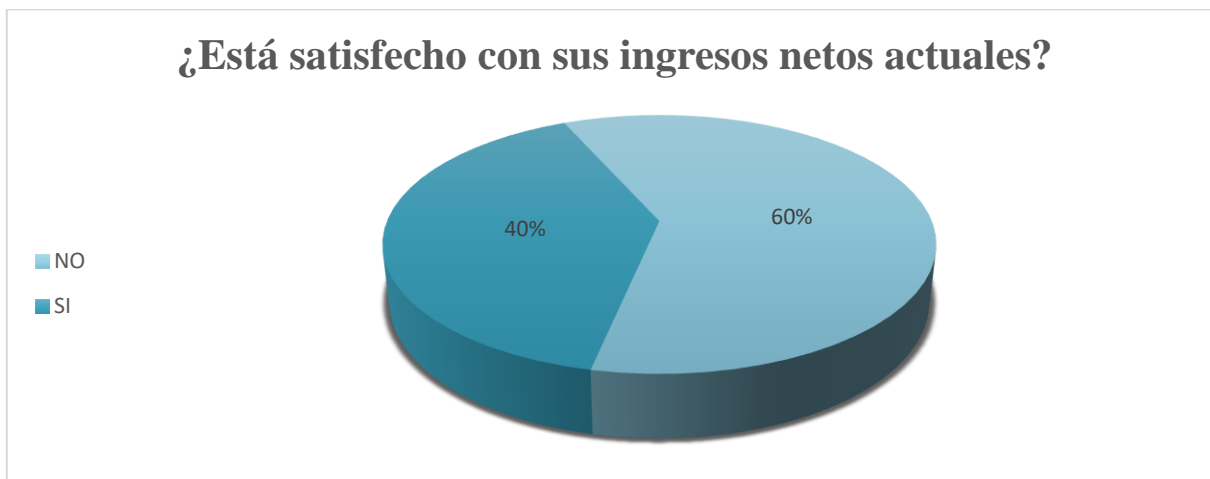
El gráfico N.º 14 lo que nos muestra es que de los 15 dueños encuestados sobre la cuarta pregunta de cuántos años tienen en el mercado un 73% respondió que tienen entre 6 hasta 10 años en el mercado mientras que un 27% tienen entre 1 a 5 años en el mercado. En número esto equivale a 11 peluquerías con el 73% y 4 con el 27%.

Tabla N.º 13. Pregunta N.º5 del cuestionario

Pregunta	Opciones	Respuesta
¿Está satisfecho con sus ingresos netos actuales?	SI	6
	NO	9
<b>Total de encuestados</b>		<b>15</b>

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 15. Porcentaje de los que están satisfechos sus ingresos netos actuales.



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, agosto 2022.

El gráfico N.º 15 lo que nos muestra es que de los 15 dueños encuestados sobre la quinta pregunta de si estaban satisfechos con sus ingresos netos actuales, un 60% que equivalen a 6 dijeron que si mientras que el otro 40% que son los 9 restantes dijeron que no.

Tabla N.º 14. Pregunta N.º 6 del cuestionario

Pregunta	Opciones	Respuesta
¿Cuántos empleados tiene?	1 Empleado	1
	2 Empleados	6
	3 Empleados	6
	4 Empleados	2
	5 Empleados	0
<b>Total de encuestados</b>		<b>15</b>

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 16. Porcentaje de cuántos empleados tiene cada negocio.



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, agosto 2022.

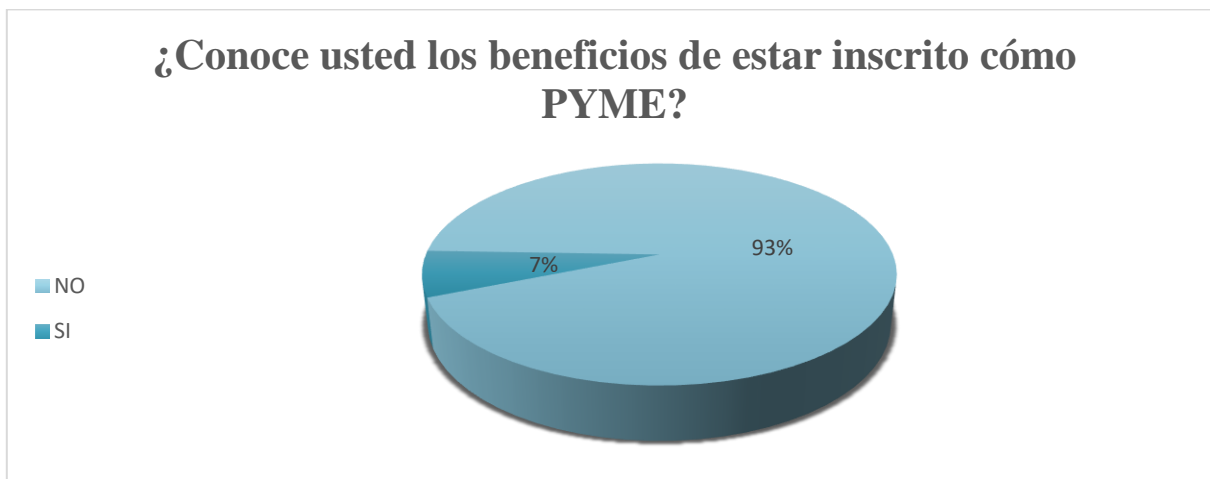
El gráfico N.º 16 lo que nos muestra es que de los 15 dueños encuestados sobre la sexta pregunta de cuántos años llevan en el mercado, se tuvieron dos 40% que equivalen a 12 peluquerías cada una con 6 empleados, un 13% que equivalen a 2 peluquerías cada una con 4 empleados y un 7% de una peluquería con solo 1 empleado.

Tabla N.º 15. Pregunta N.º7 del cuestionario

Pregunta	Opciones	Respuesta
¿Conoce usted los beneficios de estar inscrito cómo PYME?	NO	14
	SI	1
Total de encuestados		15

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 17. Porcentaje de cuántos conocen los beneficios de estar inscritos como PYME.



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, agosto 2022.

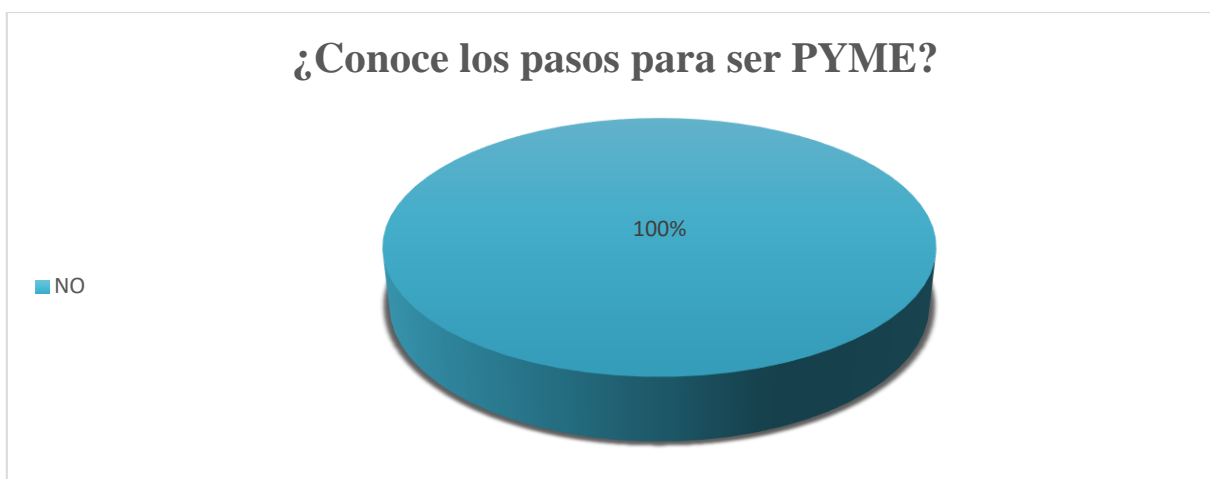
El gráfico N.º 17 lo que nos muestra es que de los 15 dueños encuestados sobre la séptima pregunta de cuántos conocen los beneficios de estar inscrito como PYME, un 93% que equivalen a 14 peluquerías dijeron que no mientras que el otro 7% que es 1 peluquería restante dijo que sí.

Tabla N.º 16. Pregunta N.º8 del cuestionario

Pregunta	Opciones	Respuesta
¿Conoce los pasos para ser PYME?	NO	15
	SI	0
Total de encuestados		15

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 18. Porcentaje de cuántos conocen los pasos para poder convertirse en PYME.



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, agosto 2022.

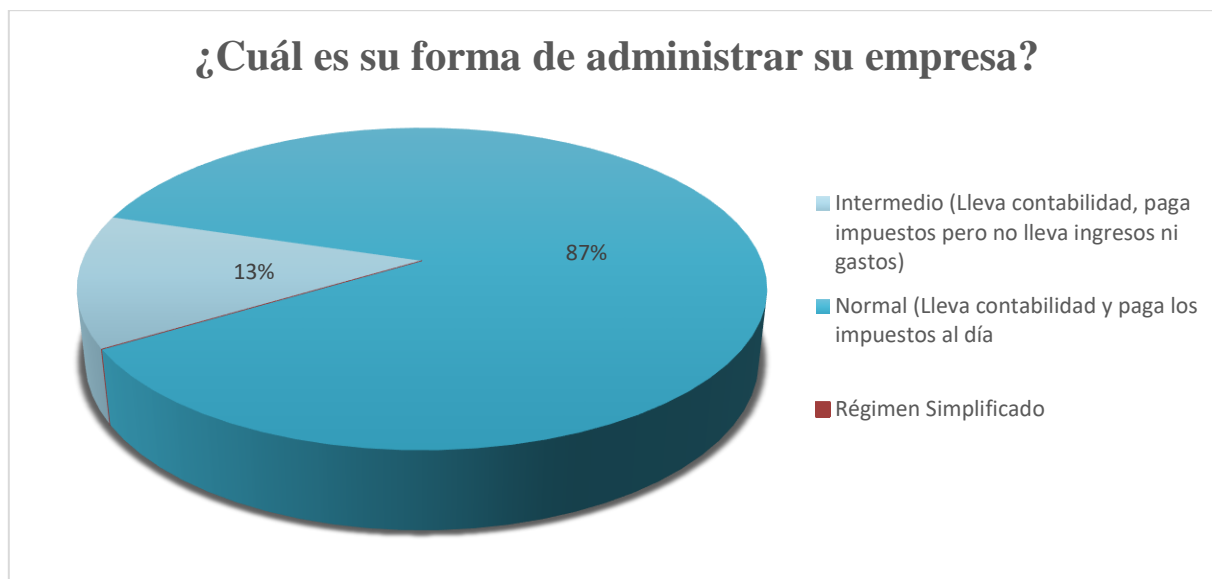
El gráfico N.º 18 lo que nos muestra es que de los 15 dueños encuestados sobre la octava pregunta de cuántos conocen los pasos para poder convertirse en PYME, el 100% que equivalen a las 15 peluquerías dijeron que no.

Tabla N.º 17. Pregunta N.º9 del cuestionario

Pregunta	Opciones	Respuesta
¿Cuál es su forma de administrar su empresa?	Normal (Lleva contabilidad y paga los impuestos al día)	13
	Régimen Simplificado	0
	Intermedio (Lleva contabilidad, paga impuestos pero no lleva ingresos ni gastos)	2
<b>Total de encuestados</b>		<b>15</b>

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 19. Forma en la que las peluquerías administran la empresa.



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, agosto 2022.

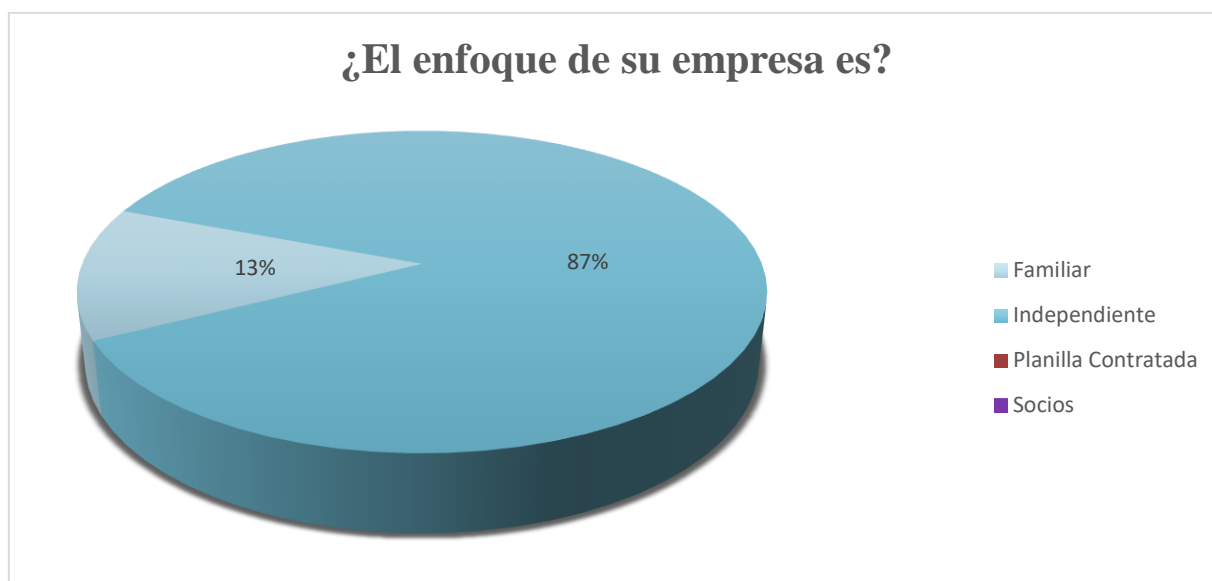
El gráfico N.º 19 lo que nos muestra es que de los 15 dueños encuestados sobre la novena pregunta de cuál es la forma de administrar su empresa, un 87% que equivalen a 13 peluquerías dijeron una administración normal, la cual cumple con la contabilidad e impuestos, ejecutando los lineamientos básicos del negocio y un 13% llevan una administración intermedia en donde si bien cumplen con la contabilidad básica y el cumplimiento de las obligaciones tributarias, no tienen el debido control de sus ingresos y egresos .

Tabla N.º 18. Pregunta N.º10 del cuestionario.

Pregunta	Opciones	Respuesta
¿El enfoque de su empresa es?	Socios	0
	Familiar	2
	Planilla Contratada	0
	Independiente	13
Total de encuestados		15

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 20. Enfoque que llevan cada Peluquería.



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, agosto 2022.

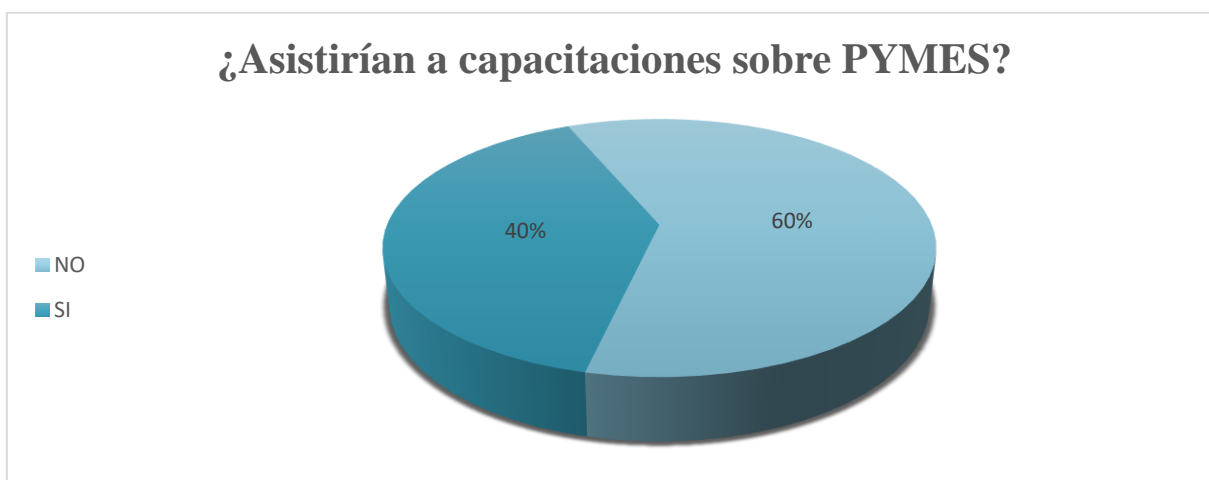
El gráfico N.º 20 lo que nos muestra es que de los 15 dueños encuestados sobre la décima pregunta de cuál es el enfoque de la empresa, un 87% que equivalen a 13 peluquerías dijeron que manera independiente y un 13% que equivalen a 2 peluquerías dijeron que familiar .

Tabla N.º 19. Pregunta N.º11 del cuestionario.

Pregunta	Opciones	Respuesta
¿Asistirían a capacitaciones sobre PYMES?	SI	6
	NO	9
Total de encuestados		15

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 21. Porcentaje de cuantos estarían dispuestos a ir a capacitaciones sobre PYMES.



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, agosto 2022.

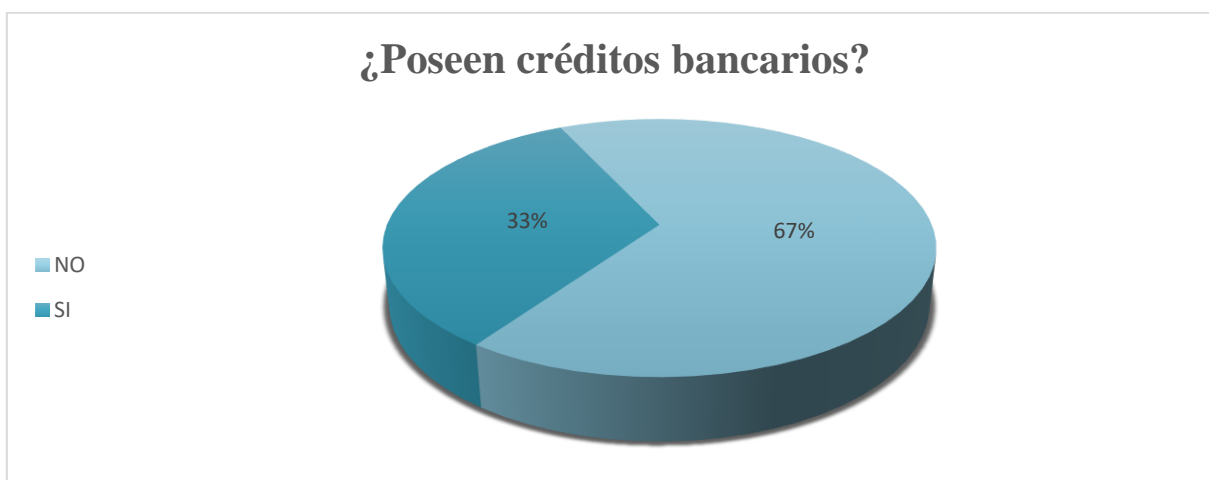
El gráfico N.º 21 lo que nos muestra es que de los 15 dueños encuestados sobre la undécima pregunta de cuántos asistirían a una capacitación sobre PYMES, un 60% que equivalen a 9 peluquerías dijeron que no y un 40% que equivalen a 6 peluquerías dijeron que sí .

Tabla N.º 20. Pregunta N.º12 del cuestionario.

Pregunta	Opciones	Respuesta
¿Poseen créditos bancarios?	SI	5
	NO	10
Total de encuestados		15

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 22. Porcentaje de cuantos poseen créditos bancarios.



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, agosto 2022.

El gráfico N.º 22 lo que nos muestra es que de los 15 dueños encuestados sobre la duodécima pregunta de cuántos tienes créditos bancarios, un 67% que equivalen a 10 peluquerías dijeron que no y un 33% que equivalen a 5 peluquerías dijeron que sí .

Tabla N.º 21. Pregunta N.º13 del cuestionario.

Pregunta	Opciones	Respuesta
¿Cree que ha perdido oportunidad de crecimiento por falta de financiamiento?	SI	5
	NO	10
<b>Total de encuestados</b>		<b>15</b>

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 23. Porcentaje de cuantos consideran que han perdido crecimiento por falta de financiamiento.



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, agosto 2022.

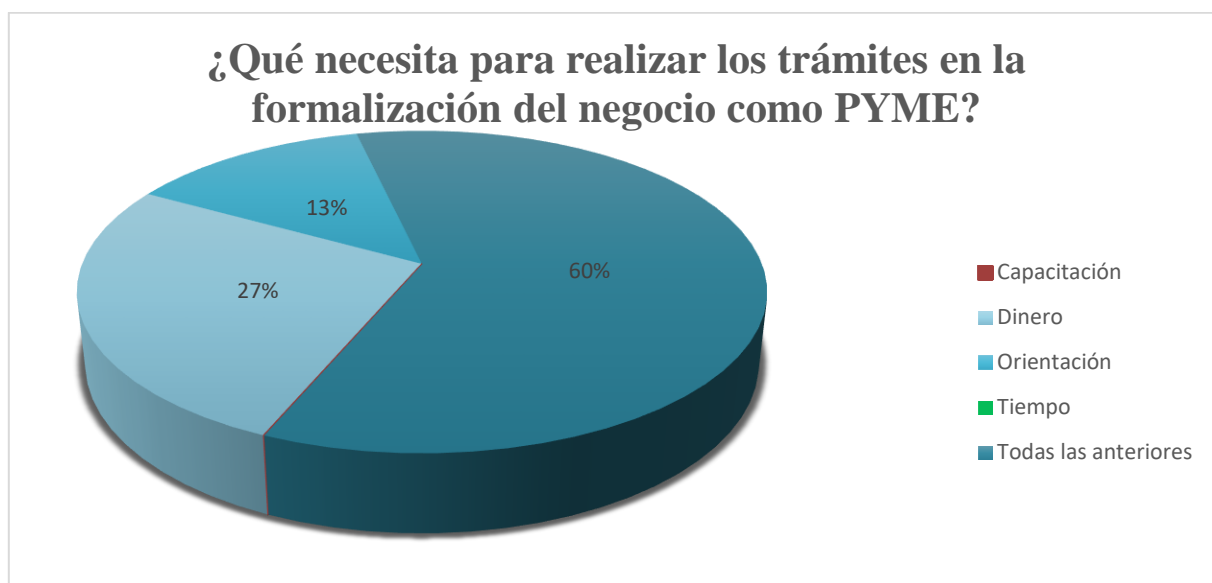
El gráfico N.º 23 lo que nos muestra es que de los 15 dueños encuestados sobre la decimotercera pregunta de cuántos consideran que han perdido crecimiento por falta de financiamiento, un 93% que equivalen a 10 peluquerías dijeron que sí y un 7% que equivalen a 5 peluquerías dijeron que no .

Tabla N.º 22 Pregunta N.º14 del cuestionario.

Pregunta	Opciones	Respuesta
¿Qué necesita para realizar los trámites en la formalización del negocio como PYME?	Tiempo	0
	Dinero	4
	Orientación	2
	Capacitación	0
	Todas las anteriores	9
Total de encuestados		15

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 24. Que se necesita para realizar los trámites de formalización de las peluquerías como PYMES.



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, agosto 2022.

El gráfico N.º 24 lo que nos muestra es que de los 15 dueños encuestados sobre la decimocuarta pregunta de que necesitan para realizar los trámites de formalización de las peluquerías como

PYMES, un 60% que equivalen a 9 peluquerías dijeron que por todas las opciones, un 27% que equivalen a 4 peluquerías dijeron que solo por dinero y un 13% que equivalen a 2 peluquerías dijeron que solo por orientación.

Tabla N.º 23. Pregunta N.º15 del cuestionario

Pregunta	Opciones	Respuesta
Ha escuchado sobre el MEIC (Ministerio de Economía, Industria y Comercio.?)	SI	0
	NO	15
Total de encuestados		15

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 25. Porcentaje que cuantas peluquerías han escuchado sobre el Ministerio de Economía, Industria y Comercio.



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, agosto 2022.

El gráfico N.º 25 lo que nos muestra es que de los 15 dueños encuestados sobre la decimoquinta pregunta de cuantas peluquerías han escuchado sobre el Ministerio de Economía, Industria y Comercio, el 100% que equivalen a las 15 peluquerías dijeron que no.

#### **4.2 Especificidades para trabajos cuantitativos**

Esta investigación está basada bajo el método cualitativo, por lo cual no existe un análisis de datos cuantitativo dentro de este estudio.

#### **4.3 Especificidades para trabajos cualitativos**

Esta investigación es de carácter cualitativa utilizando como herramienta un cuestionario. Las preguntas de este fueron basadas en los objetivos tanto general como específicos. En este capítulo se detalla una a una las preguntas con sus respectivas respuestas y sus cruces con los objetivos de la investigación.

##### **4.3.1 Detalle de objetivos en relación con el cuestionario aplicado a los dueños de las peluquerías participantes de este estudio:**

- **Objetivo específico N°1:** Identificar la cantidad de peluquerías localizadas en Alajuelita Centro.

A nivel de cuestionario no se realizó ninguna pregunta para cubrir este objetivo sino que se tomó como muestra 15 de las 35 peluquerías activas en el sector de Alajuelita centro.

- **Objetivo específico N°2:** Evaluar la formalidad de cada una de las peluquerías.

Las preguntas que ayudan al análisis de este objetivo son: 4,5,6,9,10,12,13 y 14.

4. ¿Cuántos años tienen en el mercado
5. ¿Está satisfecho con sus ingresos netos actuales?
6. ¿Cuántos empleados tiene?
9. ¿Cuál es su forma de administrar su empresa?
10. ¿El enfoque de su empresa es?
12. ¿Poseen créditos bancarios?
13. ¿Cree que ha perdido oportunidad de crecimiento por falta de financiamiento?
14. ¿Qué necesita para realizar los trámites en la formalización del negocio como PYME?

- **Objetivo específico N°3:** Estudiar los beneficios financieros y fiscales que existen en las PYMES registradas en el Ministerio de Economía.

A nivel del cuestionario aplicado la solo se realizó las preguntas 7 y 15 para cubrir este objetivo y ver si tenían algún conocimiento sobre dichos beneficios. En la presente investigación se explica a detalle cuales son estos beneficios tanto financieros como fiscales que tienen las PYMES registradas en el MEIC.

7. ¿Conoce usted los beneficios de estar inscrito cómo PYME?
15. Ha escuchado sobre el MEIC (Ministerio de Economía, Industria y Comercio)?

- **Objetivo específico N°4:** Identificar lo que están dejando de percibir las peluquerías al no estar registradas como PYMES.

Las preguntas que ayudan al análisis de este objetivo son: 1,2,3,8 y 11.

1. ¿Sabe usted que es una PYME?
2. ¿Su peluquería está inscrita como PYME?
3. Si su respuesta es negativa (NO),¿Por qué no está inscrito?
8. ¿Conoce los pasos para ser PYME?
11. ¿Asistirían a capacitaciones sobre PYMES?

## **CAPÍTULO V: DISCUSIÓN**

## **5.1 Hallazgos**

Del resultado del análisis de los datos anteriormente expuestos se obtuvieron los siguientes hallazgos con respecto a los objetivos propuestos en la investigación, así como la interpretación y análisis de estos:

### **5.1.1 Hallazgo 1: Con la identificación de la cantidad exacta de peluquerías localizadas en Alajuelita Centro podemos comentar lo siguiente:**

Como primer objetivo específico se planteó el identificar la cantidad de peluquerías localizadas en el sector de Alajuelita Centro. De acuerdo con el estudio realizado solo se lograron identificar 35 activas y que de las cuales tomamos como muestra 15. Esto debido a que se pudo observar durante la investigación que muchos negocios de peluquerías desempeñaban sus labores desde el corredor de sus hogares y de forma informal por lo que no fueron tomadas en cuenta dentro de la investigación pero si se deja por escrito este hallazgo.

### **5.1.2 Hallazgo 2: En relación con la forma de administración que utilizan las peluquerías de este sector podemos comentar lo siguiente:**

Cuando hablamos de la forma de administración de los negocios hacemos referencia a la solidez que tienen en el mercado, a como se planifican, como se organizan, como miden sus gastos e ingresos, como controlan sus activos y pasivos, como tienen los procesos establecidos, como miden sus resultados o rentabilidad, entre otros.

Con los resultados obtenidos en el cuestionario aplicado podemos concluir que un 73% (11 peluquerías) son microempresas solidas con más de 6 años en el mercado y en donde la gran mayoría tiene un personal que ronda entre los 2 a 3 empleados por peluquería y en un 87% con enfoque independiente. Esto nos indica que son empresas que buscan generar solvencia económica para sobrevivir y satisfacer sus necesidades básicas.

Solo hay dos peluquerías cuyo enfoque es familiar pero con 4 empleados pero siempre bajo el mismo objetivo de generar liquidez para cubrir sus necesidades básicas. Se determina que la mayoría de las empresas llevan su contabilidad y pagan impuestos al día, lo cual hace que las empresas permanezcan en regla con lo establecido por la ley, cumpliendo con uno de los requisitos para ser PYME, sin embargo, a pesar de están en orden con estas obligaciones la mayoría no están inscritos por diversas razones que más adelante se detallarán.

Los dueños de las peluquerías se financian con capital propio para solventar las obligaciones financieras y tributarias ,sin embargo 5 de las 15 ya han optado por solicitar financiamientos a entidades bancarias para expansión de sus negocios pero haciendo un mal análisis de este lo que genera que se endeuden y que en varios casos no cumplan con los pagos pautados y generen multas e intereses.

Acá cabe resaltar que dentro de la métrica se identifica que para otras 10 peluquerías si bien no tienen pasivos generados contra entidades bancarias o alguna institución del país, muchos recurren a prestamistas locales a tasas de interés mucho más elevadas que las ofrecidas por el gobierno y todo mediante un contrato verbal sin pautas escritas.

Se deja pautado de que de las 15 peluquerías encuestados solo 2 dueños han sacado un técnico referente a corte profesional de cabello y los otros 13 solo terminaron su secundaria. Esto lo que nos indica es que no tienen la suficiente información o educación financiera para poder llevar un buen negocio con buenos rendimientos esperados.

**5.1.3 Hallazgo 3: Sobre los beneficios financieros y fiscales que las peluquerías pueden optar al laborar bajo la TABLA N° PYME en el MEIC podemos comentar lo siguiente:**

De acá se concluye que con el cuestionario aplicado el 100% de la muestra indica desconocer lo que es una PYME y por ende ninguna está inscrita como tal ante el MEIC. Las razones por las que no han logrado dar este gran paso se debe a diferentes factores que mencionaremos a continuación:

- Trámites engorrosos.
- Escases de información.
- Publicidad anunciada falsa.

A su vez los encuestados indicaron el desconocer los beneficios que podrían tener si tuvieran la TABLA N° de PYME ni los pasos que se deben hacer para lograr registrarse como tal.

Por lo anterior podemos concluir que se tiene un vacío de información o capacitación para hacerles dar a conocer estos pasos o guías y que ya ellos puedan sobre eso tomar la mejor decisión para sus negocios.

**5.1.4 Hallazgo 4: Con la identificación lo que están dejando de percibir las peluquerías al no estar registradas como PYMES podemos comentar lo siguiente:**

Según la encuesta realizada de las razones por las que estas peluquerías no han hecho los tramites de formalización como PYME se deben a ciertos obstáculos que han percibido tales como los 3 mencionadas en el punto anterior así como los siguientes:

- Dinero.
- Orientación.

A su vez al ninguno conocer los que es el Ministerio de Comercio y Economía (MEIC), están dejando de percibir los beneficios que tendrían con el simple hecho de registrar su empresa como PYME.

Estos beneficios se detallan a continuación:

1. Participar como proveedor PYME del Estado.
2. Financiamiento, avales y garantías Fodemipyme (Banco Popular).
3. Fondos no reembolsables para innovación Propyme (MICITT).
4. Servicios de desarrollo empresarial, charlas, capacitaciones.
5. Ferias empresariales y encuentros de negocio.
6. Sello PYME y constancia de condición PYME gratuitos.
7. Recursos financieros del Sistema de Banca para Desarrollo.
8. Exoneración impuesto personas jurídicas micro y pequeñas empresas.
9. Exoneración IVA alquiler micro y pequeñas, monto menor a ¢669,000.
10. Pago escalonado nuevas microempresas: Cargas Sociales CCSS – Impuesto Renta  
Ministerio de Hacienda.
11. Permiso sanitario de funcionamiento Microempresas \$20.
12. Tarifa diferenciada en registro sanitario (20%) para Microempresas.
13. Programas de apoyo para la internacionalización impulsadas por PROCOMER.

Con base a todo lo anterior mencionado en este capítulo podemos dar respuesta a la pregunta de esta investigación, ¿cuáles son los beneficios que no están aprovechando al no registrarse como PYME?

La respuesta es todas ya que ninguno goza aún de ninguno de los beneficios fiscales y financieros mencionados en este trabajo de investigación lo que nos refleja la gran oportunidad

de apoyo que ahí en este sector para poder ayudarles en su crecimiento y darles nuevas herramientas de apoyo que antes desconocían.

## **CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Dentro de este capítulo, se detallan una serie de conclusiones y recomendaciones a raíz de la investigación realizada basada en los objetivos planteados desde el inicio del estudio tanto el general como los específicos.

**Objetivo General:** Analizar los diferentes beneficios tanto fiscales como financieros que no están aprovechando los dueños de peluquerías en el sector de Alajuelita Centro, al no registrarse como una PYME, a agosto 2022.

Conclusión:

- Se concluye con base a las 15 preguntas realizadas en la muestra de estudio que el 100% de ellas no están aprovechando ninguno de los beneficios tanto fiscales como financieros que se ofrecen en el país al estar registradas como PYMES ante el MEIC.
- Tanto al MEIC como al gobierno local les falta un poco más de acercamiento a este nicho del mercado el cuál viene creciendo exponencialmente.

Recomendación:

- Tanto MEIC como la Municipalidad de Alajuelita deben actualizar la base de datos de estas peluquerías.
- La Municipalidad de Alajuelita debe poner en práctica herramientas tecnológicas que permitan un acceso a la información selectiva, confiable, rápida y eficiente. Esto debido a que los sistemas que usan son obsoletos y pocos confiables.
- Los dueños de las peluquerías deben actualizar su información en la Municipalidad de Alajuelita así como buscar la manera de informarse por parte de ellos mismos sobre que necesitan para ser PYME ya que si bien se mostró en la investigación los requisitos y procedimientos son relativamente sencillos.

**Objetivo específico N°1:** Identificar la cantidad de peluquerías localizadas en Alajuelita Centro.

Conclusión:

- Se concluye con base a la información proporcionada por la Municipalidad de Alajuelita y a la exploración física hecha por mi persona de que hay 35

peluquerías en el sector de Alajuelita centro que están activas y registradas como empresas.

**Recomendación:**

- Se recomienda a la Municipalidad de Alajuelita identificar y promocionar de una mejor manera a las peluquerías informales para que puedan completar los requisitos debidos con las patentes y permisos y así con ellos poder optar con la inscripción ante el MEIC como PYME.

**Objetivo específico N°2:** Evaluar la formalidad de cada una de las peluquerías.

**Conclusión:**

- Se concluye que el 100% de la muestra se encuentran como empresas formales cumpliendo con los requerimientos y obligaciones dictadas por la ley.
- Se logró determinar que la forma de administrar está escasa de conocimientos administrativos, financieros y fiscales que pueden mejorar un negocio.

- Se evidencia que algunas peluquerías optan por financiamientos con créditos personales con altas tasas cuando realmente podrían financiarse por medio del sistema PYMES a una tasa entre el 7,25% y 13,25%, desaprovechando este beneficio.
- Se evidencia que algunas peluquerías optan por financiamientos con créditos personales con altas tasas a prestamistas locales lo que lo hace más riesgoso e inseguro.

Recomendación:

- Los dueños de las peluquerías deben implementar la capacitación administrativa, financiera y fiscal para mejorar conocimientos que puedan poner en práctica a su labor diaria o bien la contratación de personal capacitado en este tema.
- Se debe evitar el financiamiento con prestamistas locales que no cumplen con los mínimos requeridos para ejercer esta función.

**Objetivo específico N°3:** Estudiar los beneficios financieros y fiscales que existen en las PYMES registradas en el Ministerio de Economía.

Conclusión:

- Se pudo detallar un listado de beneficios que las PYMES traen consigo y que por ende ayudarían a todos las peluquerías tanto en lo administrativo, financiero y fiscal.
- Se evidencia que existe información clara, amplia y concisa sobre los beneficios financieros y fiscales que existen para las PYMES registradas en el Ministerio de Economía.

Recomendación:

- Los dueños de las peluquerías deben ser un poco más curiosos e investigar por ellos mismos que ofrece el país como beneficios a aquellos que si bien cumplen con los requisitos para ser PYMES, no los están aprovechando al no dar el

sencillo paso de inscribirla ya sea de forma virtual o física en las pagina del MEIC como se expuso en la presente investigación.

**Objetivo específico N°4:** Identificar lo que están dejando de percibir las peluquerías al no estar registradas como PYMES.

Conclusión:

- Se concluye que el 100% de la muestra no percibe nada de beneficios ya sea financieros como fiscales al no inscribirse como PYMES.

Recomendación:

- Implementar un cuadro comparativo entre lo que está pagando y lo que podría pagar, que le permita visualizar los cambios que podría obtener en la parte financiera del negocio al ser PYME.
- Los dueños de las peluquerías deben implementar un FODA que les ayude a tener un panorama más claro de lo que deben mejorar y cambiar para su buen

funcionamiento, de esta manera podrán sacarle provecho al sello de calidad que brinda ser PYME que por cierto es gratis y es uno de los beneficios que tendrán al inscribirse como tal.

## **CAPÍTULO VII: PROPUESTA**

La propuesta que se plantea a continuación va ligada específicamente a fomentar la capacitación y el aumento del conocimiento de las peluquerías sobre los beneficios financieros y fiscales que están perdiendo al no registrarse como PYME.

Se brindará una capacitación virtual a las 15 peluquerías para poder exponerles los resultados obtenidos sobre las preguntas que se les realizaron así como darle la explicación ya extensa sobre cada una de esas preguntas. Con esto se pretende informar a estos emprendedores y darles un poco más de claridad sobre que deben hacer en búsqueda de estos beneficios.

Dentro de la propuesta metodológica se estudian varios aspectos como guía necesaria para el desarrollo de la capacitación virtual:

- Los contenidos a explicar serán sustentados con la teoría suministrada por el MEIC quien es el ente regulatorio de este proceso como ya se ha analizado.
- Las actividades y dinámicas, los cuales son medios que se utilizarán para desarrollar el contenido, como por ejemplo poner en práctica el ingreso a la plataforma virtual de apoyo a PYMES, como inscribirse en línea, como utilidad la herramienta y que ofrece la misma, entre otros aspectos.

- El tiempo, es un factor importante ya que se debe transmitir la información en el menor tiempo posible sin perder la eficacia, eficiencia y tener la mayor retención de atención por parte de los oyentes. Además de prevenir que los dueños deban sacar al menos dos horas de sus labores para conectarse a esta capacitación.
- Las personas responsables, son otro factor importante para dicha propuesta ya que son las facilitadoras de las actividades y que por ende serán enriquecidas con el contenido e información.
- Los materiales, serán utilizados a nivel tecnológico ya que la capacitación será por medios virtuales. Se entregarán folletos físicos la semana después de haber dado la capacitación virtual.

Para poder realizar la buena planificación y programación de esta capacitación se utilizará como instrumento el diagrama de Gantt.

Tabla N.º 24. Beneficios Financieros y Fiscales al ser PYMES inscritas:

Beneficios Financieros y Fiscales al ser PYMES inscritas Nombre de Actividad	Tiempo		Planificación horaria												
	Inicio	Final	10:00	10:10	10:20	10:30	10:40	10:50	11:00	11:10	11:20	11:30	11:40	11:50	12:00
Introducción	10:00	10:10	■	■											
Rompe hielo (Actividad)	10:10	10:20		■	■										
Qué es una PYME?	10:20	10:30			■	■									
Quién es el MEIC y cual es su propósito para con las PYMES?	10:30	10:40				■	■								
Proceso de Inscripción tanto virtual como físico	10:40	10:50					■	■							
Ejercicios de llenado de formularios en la plataforma	10:50	11:00						■	■						
Beneficios al ser PYME	11:00	11:20							■	■	■				
Ejercicios números de que dejan de percibir al no ser PYMES registradas	11:20	11:30								■	■	■			
Conclusión	11:30	11:40										■	■		
Preguntas	11:40	11:50											■	■	
Despedida	11:50	12:00												■	■

Fuente: Elaboración propia.

Con base en el diagrama anterior, se determina la planificación de una capacitación virtual, llamada “Beneficios Financieros y Fiscales al ser PYMES inscritas”, la cual será impartida por medio de la aplicación Zoom, para lo cual se coordinará con la población para acordar fecha del evento.

Se establece un horario de 10:00 a.m. a 12:00 p.m. esto debido a que la mayoría de ellos empiezan sus jornadas laborales a partir de las 9:00 a.m.

Como se logra apreciar en el diagrama de Gantt se abarcarán los temas más relevantes como el concepto de una PYME, los pasos que se necesitan para ser una, como y donde se deben entregar los requisitos que se piden, como rellenar el formulario de inscripción, quién es el MEIC y que hace en pro de ayudar a las PYMES en el país, los beneficios financieros y fiscales que se ofrecen al estar ya inscritas, realizar dinámicas y ejercicios números para una mejor retención y atención por parte de los participantes y por ultimo un espacio abierta para evacuar cualquier duda que les ayuda generado.

Una semana después de la capacitación se dará un folleto de resumen con base a lo expuesto en la capacitación así como el acceso a la grabación de esta para efectos de quién quiera volver a escucharla.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Instituto Nacional de Estadística Costarricense. (2020). Encuesta Nacional de Microempresas de los Hogares 2020. [Archivo PDF]. <https://www.inec.cr/sites/default/files/documentos-biblioteca-virtual/reenameh2020.pdf>

PYMES Costa Rica. (s. f.). Ventana Única PYME. Conozca el Tamaño de su Empresa [en línea] <https://www.pyme.go.cr/cuadro5.php?id=1>

Hernández, R. (2010). Metodología de la investigación. (5a. ed.) McGraw-Hill Interamericana. Página: 364. Tomado de <http://ebooks7-24.com/?il=285&pg=405>

Hernández, R. (2010). Metodología de la investigación. (5a. ed.) McGraw-Hill Interamericana. Página: 28. Tomado de <http://ebooks7-24.com/?il=285&pg=69>

Hernández, R., Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. McGraw-Hill Interamericana. Página: 429. Tomado de <http://ebooks7-24.com/?il=6443&pg=429>

Hernández, R., Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. McGraw-Hill Interamericana. Página: 44. Tomado de <http://ebooks7-24.com/?il=6443&pg=44>

Hernández, R., Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. McGraw-Hill Interamericana. Página: 435. Tomado de <http://ebooks7-24.com/?il=6443&pg=435>

Sistema Banca para el Desarrollo, SBD. (2020) ¿Qué es SBD? Tomado de: <https://www.sbdcr.com/webcenter/portal/sbdprod>

Universidad Hispanoamericana. (2018). Manual APA. 1-18 ed. San José: U. H.

Universidad Hispanoamericana. (2019). Guía Metodológica para realización de Tesis como Trabajo Final de Graduación. San José: U. H.

Pymes El Financiero. (2015). ¿Qué es y cómo funciona el Sistema de Banca para el Desarrollo? El Financiero. <https://www.elfinancierocr.com/pymes/que-es-y-como-funciona-el-sistema-de-banca-para-el-desarrollo/CONNIFSIOJBUXNLKH7P73FBCAA/story/>

Reventazon.meic.go.cr. 2022. [Archivo PDF]. [en línea]. Disponible en:  
<<http://reventazon.meic.go.cr/informacion/legislacion/pyme/8262.pdf>>

Meic.go.cr. 2022. Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica - . [en línea]  
Disponible en: <https://www.meic.go.cr/meic/comunicado/940/aumento-la-cantidad-de-microempresas-en-el-pais.php>

Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC). (s / f-b) (2021). Micro Y Pequeñas  
Empresas Podrán Exonerarse Del Impuesto ... [En línea]. Recuperado de  
<https://www.meic.go.cr/meic/comunicado/929/micro-y-pequenas-empresas-podran-exonerarse-del-impuesto-a-personas-juridicas.php>

Hernández, R. (2010). Metodología de la investigación. (5a. ed.) McGraw-Hill Interamericana.  
Página: 36. Tomado de <http://ebooks7-24.com/?il=285&pg=36>

Cresweel, J. (2014). Research Design. Qualitative, Quantitative and Mixed Methods  
Approaches. Los Ángeles, Estados Unidos: Sage Publications.

Bernal, C. (2016). Metodología de la investigación. (4a. ed.) Pearson Educación. Página: 128.  
Tomado de <http://ebooks7-24.com/?il=4326&pg=146>

Bernal, C. (2016). Metodología de la investigación. (4a. ed.) Pearson Educación. Página: 72.

Tomado de <http://ebooks7-24.com/?il=4326&pg=90>

Alvarado Montero. E. (2014). Desarrollo de una metodología para que los estudiantes de la Universidad Hispanoamericana puedan establecer una PYME. (Tesis inédita de Bachillerato). Universidad Hispanoamericana, San José, Costa Rica.

Flores A. (2019). Así se constituye una pyme en el país. Periódico El Financiero, Tomado de: <https://www.elfinancierocr.com/pymes/asi-se-constituye-una-pyme-en-elpais/FS7SY57DTBH3RE7PMFPAOFEOK4/story/>

Abarca, G. (2019). La semiformalidad de las microempresas. El caso de la Región Brunca, Costa Rica en Tec Empresarial, 13 (1), pp.3-18.

Fonseca, R. (2019) en el artículo Mercado virtual: ¿Cómo hacerlo más accesible y funcional para las PYMES? En Revista de Política Económica y Desarrollo Sostenible Vol. 4 (2) Enero-junio, 2019: 1-19. [En línea]. Recuperado en <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/politicaeconomica/article/view/11651/15614>

Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC). (2020). Preguntas frecuentes. [En línea]. Recuperado en <https://www.meic.go.cr/meic/web/137/pymes/preguntasfrecuentes.php>.

Reglamento General a la Ley No. 8262 de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas. Diario Oficial La Gaceta San José, Costa Rica el 2 de mayo de 2002. [En línea]. Recuperado en <http://www.mag.go.cr/legislacion/2006/de-33111.pdf>

Universidad Hispanoamericana. (2018). Manual APA. 1-18 ed. San José: U. H.

Universidad Hispanoamericana. (2019). Guía Metodológica para realización de Tesis como Trabajo Final de Graduación. San José: U. H.

Tapia Ramírez, L. (2017). Implementación de fondos de inversión por oferta pública para el financiamiento de pymes. (Tesis inédita de Finanzas). Universidad Nacional Federico Villareal, Lima, Perú.

Seco Benedicto, M. (2008). Capital Riesgo y financiación de Pymes. España, Fundación EOI. Recuperado de: <https://www.eoi.es/es/savia/publicaciones/20579/capital-riesgo-y-financiacion-depymes>

## ANEXOS

### Anexo 1

- Encuesta aplicada a la muestra de la investigación:

#### +Cuestionario de la Investigación:

Fecha:

<p><b><u>Datos personales</u></b></p> <p>Nombre de la peluquería: _____</p> <p>Nombre del Dueño: _____</p> <p>Teléfono: _____</p> <p><b>Género:</b></p> <p>Masculino ( ) Femenino ( )</p> <p><b>Edad:</b></p> <p>18 años a 25 años ( ) 26 años a 35 años ( ) Mayor de 35 años ( )</p> <p><b>Nacionalidad:</b> _____</p> <p><b>Nivel de escolaridad:</b></p> <p>Universidad ( ) Técnico ( ) Secundaria ( )</p> <p><b>Nivel socioeconómico:</b></p> <p>Alto ( ) Medio ( ) Bajo ( )</p>
--

1. ¿Sabe usted que es una PYME?	SI ( ) NO ( )
2. ¿Su peluquería está inscrita como PYME?	SI ( ) NO ( )
3. Si su respuesta es negativa (NO), ¿Por qué no está inscrito?	Trámites engorrosos ( ) Escases de información ( ) Publicidad anunciada falsa ( ) Todas las anteriores ( ) Ninguno ( )
4. ¿Cuántos años tienen en el mercado?	1 a 5 años ( ) 6 a 10 años ( ) Más de 10 años ( )
5. ¿Está satisfecho con sus ingresos netos actuales?	SI ( ) NO ( )
6. ¿Cuántos empleados tiene?	Respuesta:
7. ¿Conoce usted los beneficios de estar inscrito cómo PYME?	SI ( ) NO ( )
8. ¿Conoce los pasos para ser PYME?	SI ( ) NO ( )
9. ¿Cuál es su forma de administrar su empresa?	Normal (Lleva contabilidad y paga los impuestos al día ( ) Régimen Simplificado ( ) Intermedio (Lleva contabilidad, paga impuestos pero no lleva ingresos ni gastos) ( )
10. ¿El enfoque de su empresa es?	Socios ( ) Familiar ( ) Planilla contratada ( ) Independiente ( )
11. ¿Asistirían a capacitaciones sobre PYMES?	SI ( ) NO ( )
12. ¿Poseen créditos bancarios?	SI ( ) NO ( )
13. ¿Cree que ha perdido oportunidad de crecimiento por falta de financiamiento?	SI ( ) NO ( )
14. ¿Qué necesita para realizar los trámites en la formalización del negocio como PYME?	Tiempo ( ) Dinero ( ) Orientación ( ) Capacitación ( )
15. Ha escuchado sobre el MEIC (Ministerio de Economía, Industria y Comercio.?	SI ( ) NO ( )