

**UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

*Tesina para optar por el grado académico de  
bachillerato en administración de empresa con el  
énfasis en Mercadeo*

**EL RETO DE LAS PERSONAS ANTE LA  
ACCIÓN DE EMPRENDER Y LAS  
LIMITACIONES PROVOCADAS POR EL  
IMPACTO ECONÓMICO CAUSADO POR  
EL COVID-19, EN EL PRIMER  
CUATRIMESTRE DEL 2021, COSTA RICA**

Rafael Ángel Ramírez Sánchez

**Junio, 2021**

## ÍNDICE

|   |    |
|---|----|
| ÍNDICE.....   | 2  |
| ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....                          | 7  |
| ÍNDICE DE TABLAS.....                                 | 9  |
| DEDICATORIA.....                                      | 11 |
| AGRADECIMIENTO.....                                   | 12 |
| DECLARACIÓN JURADA.....                               | 13 |
| CARTA DE TUTOR.....                                   | 14 |
| CARTA DE LECTOR.....                                  | 15 |
| CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....                         | 16 |
| 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....                  | 18 |
| 1.1.1. Antecedentes internacionales y nacionales..... | 18 |
| 1.1.2. Delimitación del problema.....                 | 26 |
| 1.1.3. Justificación.....                             | 27 |
| 1.2. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....                   | 28 |
| 1.3. OBJETIVOS.....                                   | 29 |
| 1.3.1. Objetivo general.....                          | 29 |
| 1.3.2. Objetivos específicos.....                     | 29 |
| CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....                       | 31 |
| 2.1. EL CONTEXTO TEÓRICO-CONCEPTUAL.....              | 32 |

---

|         |  |    |
|---------|--|----|
| 2.1.1.  | Posicionamiento .....  | 32 |
| 2.1.2.  | Economía.....  | 32 |
| 2.1.3.  | Clientes.....  | 33 |
| 2.1.4.  | Ingresos .....   | 33 |
| 2.1.5.  | Emprendimiento.....  | 33 |
| 2.1.6.  | Emprendedor .....  | 34 |
| 2.1.7.  | Investigación .....  | 34 |
| 2.1.8.  | Estrategia.....  | 34 |
| 2.1.9.  | Ventas.....  | 35 |
| 2.1.10. | Demanda.....   | 35 |
| 2.1.11. | Eficiencia.....  | 35 |
| 2.1.12. | Consumo.....   | 36 |
| 2.1.13. | Capacidad .....  | 36 |
| 2.1.14. | Pandemia .....   | 36 |
| 2.1.15. | Autoempleo .....   | 37 |
| 2.1.16. | Emprendimientos por subsistencia.....                            | 38 |
| 2.1.17. | Emprendimientos dinámicos .....                                  | 38 |
| 2.1.18. | Exigencia de un emprendedor y Principios de un emprendedor ..... | 39 |
| 3.1.    | ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN .....                                | 41 |
| 3.1.1.  | Enfoque cualitativo .....  | 41 |

---

|          |   |    |
|----------|---|----|
| 3.1.2.   | Enfoque cuantitativo .....                      | 41 |
| 3.1.3.   | Enfoque mixto .....                             | 41 |
| 3.2.     | ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN .....               | 44 |
| 3.2.1.   | Exploratorio.....                               | 44 |
| 3.2.2.   | Descriptivo .....                               | 44 |
| 3.2.3.   | Correlacional .....                             | 44 |
| 3.2.4.   | Explicativo o causal. ....                      | 45 |
| 3.3.     | DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....                | 45 |
| 3.3.1.   | Teoría Fundamentada.....                        | 45 |
| 3.3.2.   | Estudio de Casos .....                          | 46 |
| 3.3.3.   | Fenomenológico .....                            | 46 |
| 3.3.4.   | Etnográfico .....                               | 47 |
| 3.3.5.   | Investigación-Acción .....                      | 47 |
| 3.4.     | UNIDADES DE ANÁLISIS U OBJETOS DE ESTUDIO ..... | 48 |
| 3.4.1.   | Población.....                                  | 48 |
| 3.4.2.   | Tipo de muestra.....                            | 50 |
| 3.4.2.1. | Muestra no probabilística .....                 | 50 |
| 3.4.2.2. | Muestra por convivencia .....                   | 51 |
| 3.4.2.3. | Muestra de juicio .....                         | 51 |
| 3.4.2.4. | Muestras por cuotas .....                       | 52 |

---

|                               |  |    |
|-------------------------------|--|----|
| 3.4.2.5.                      | Muestra probabilística .....   | 52 |
| 3.4.2.6.                      | Aleatoria Simple .....   | 52 |
| 3.4.2.7.                      | Aleatoria Estratificada .....  | 53 |
| 3.4.2.8.                      | Muestras por grupos .....  | 53 |
| 3.4.3.                        | Criterios de inclusión y exclusión .....   | 55 |
| 3.4.4.                        | Cuidados éticos para el manejo de la información y el contacto con participantes | 56 |
| 3.5.                          | INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN .....                         | 56 |
| 3.6.                          | VARIABLES O CATEGORÍAS .....   | 58 |
|                               | Funcional, social, emocional, Económico .....                                    | 62 |
| 3.1.                          | Dimensión .....  | 63 |
| 3.2.                          | ANÁLISIS DE DATOS .....  | 64 |
| CAPÍTULO IV: RESULTADOS ..... |  | 65 |
| 4.1.                          | ESTUDIO TÉCNICO LEGAL PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA .....                       | 66 |
| 4.1.1.                        | Declaración de inscripción tributaria .....                                      | 66 |
| 4.1.2.                        | Patente o licencia Municipal .....   | 70 |
| 4.1.3.                        | Inscripción en el Seguro Social .....  | 71 |
| 4.1.4.                        | Permisos sanitarios .....  | 72 |
| 4.1.5.                        | Suscripción de Pólizas .....   | 73 |
| 4.1.6.                        | Registro de la marca .....   | 75 |
|                               | Requisitos para registrar una marca .....  | 76 |

---

|  |     |
|--|-----|
| 4.1.7. Registro como PYME .....                    | 76  |
| 4.1.8. Apertura de cuentas bancarias.....          | 77  |
| 4.1.9. Solicitud para obtención de datafonos ..... | 78  |
| 4.2. GENERALIDADES .....                           | 79  |
| CAPÍTULO V: DISCUSIÓN E INTERPRETACIÓN .....       | 108 |
| 5.1. DE LOS RESULTADOS.....                        | 109 |
| CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....  | 120 |
| 6.2. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....          | 121 |
| REFERENCIAS .....                                  | 129 |
| ANEXOS .....                                       | 133 |

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

|  |    |
|--|----|
| Ilustración N° 1 Emprendedor de algún negocio actualmente Fuente: Elaboración propia 2021<br>.....             | 79 |
| Ilustración N° 2 Residencia actual de los encuestados. Fuente: Elaboración propia 2021 .....                   | 80 |
| Ilustración N° 3 Rango de edad de los encuestado. Fuente: Elaboración propia 2021 .....                        | 81 |
| Ilustración N° 4 Categoría del emprendimiento. Fuente: Elaboración propia 2021 .....                           | 83 |
| Ilustración N° 5 Emprendimiento en la legalidad o en la informalidad. Fuente: Elaboración<br>propia 2021 ..... | 84 |
| Ilustración N° 7 Idea de su emprendimiento. Fuente: Elaboración propia.....                                    | 86 |
| Ilustración N° 8 Misión de su emprendimiento. Fuente: Elaboración propia .....                                 | 87 |
| Ilustración N° 9 Visión de su emprendimiento. Fuente: Elaboración propia.....                                  | 88 |
| Ilustración N° 10 Estrategia de su emprendimiento. Fuente: Elaboración propia .....                            | 89 |
| Ilustración N° 11 Objetivos de su emprendimiento. Fuente: Elaboración propia .....                             | 89 |
| Ilustración N° 12 Limitaciones de su emprendimiento. Fuente: Elaboración propia.....                           | 90 |
| Ilustración N° 13 Alcances de su emprendimiento. Fuente: Elaboración propia.....                               | 91 |
| Ilustración N° 14 Razones para iniciar su emprendimiento. Fuente: Elaboración propia.....                      | 92 |
| Ilustración N° 15 Razones para iniciar su emprendimiento. Fuente: Elaboración propia.....                      | 93 |
| Ilustración N° 16 Financiamiento para iniciar su emprendimiento. Fuente: Elaboración propia<br>.....           | 95 |
| Ilustración N° 17 Arranque para iniciar su emprendimiento. Fuente: Elaboración propia .....                    | 96 |

---

|  |     |
|--|-----|
| Ilustración N° 18 Ingresos para su emprendimiento. Fuente: Elaboración propia.....                                   | 97  |
| Ilustración N° 19 Redes Sociales. Fuente: Elaboración propia.....  | 98  |
| Ilustración N° 20 Frecuencia publica en redes sociales. Fuente: Elaboración propia.....                              | 99  |
| Ilustración N° 21 Ventas en redes sociales. Fuente: Elaboración propia .....   | 100 |
| Ilustración N° 22 Ventas en plataformas. Fuente: Elaboración propia .....  | 101 |
| Ilustración N° 23 Establecer el precio a su producto o servicio. Fuente: Elaboración propia                          | 102 |
| Ilustración N° 24 Sus actuales consumidores están satisfechos. Fuente: Elaboración propia                            | 104 |
| Ilustración N° 25 Los consumidores sienten su producto eficiente. Fuente: Elaboración propia<br>.....                | 104 |
| Ilustración N° 26 Los consumidores sienten con la marca de su producto seguros inseguros,<br>Elaboración propia..... | 105 |
| .....  | 106 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| Tabla N°1 Emprendedor de algún negocio actualmente .....     | 79 |
| Tabla N°2 Residencia actual de los encuestados.....          | 80 |
| Tabla N°3 Rango de edad de los encuestados .....             | 81 |
| Tabla N°4 Categoría del emprendimiento .....                 | 82 |
| Tabla N°5 Categoría del emprendimiento .....                 | 84 |
| Tabla N°6 Con cuáles permisos cuenta su emprendimiento ..... | 85 |
| Tabla N°7 De la estrategia de su emprendimiento .....        | 86 |
| Tabla N°8 De la estrategia de su emprendimiento .....        | 87 |
| Tabla N°9 De la estrategia de su emprendimiento .....        | 88 |
| Tabla Tabla N°10 De la estrategia de su emprendimiento ..... | 88 |
| Tabla N°11 De la estrategia de su emprendimiento .....       | 89 |
| Tabla N°12 De la estrategia de su emprendimiento .....       | 90 |
| Tabla N°13 De la estrategia de su emprendimiento .....       | 91 |
| Tabla N°14 Razones para emprender .....                      | 92 |
| Tabla N°15 Razones para emprender .....                      | 93 |
| Tabla N°16 Financiamiento.....                               | 94 |
| Tabla N°17 Financiamiento.....                               | 95 |
| Tabla N°18 Ingresos generado por el emprendimiento .....     | 96 |
| Tabla N°19 Redes Sociales .....                              | 97 |

---

|  |     |
|--|-----|
| Tabla N°20 Redes Sociales .....  | 98  |
| Tabla N°21 Comercio en redes y celular.....                                  | 99  |
| Tabla N°22 Comercio en redes y celular.....                                  | 101 |
| Tabla N°23 Cómo fija los precios del producto o servicio de su negocio ..... | 102 |
| Tabla N°24 De las características de su producto o servicio.....             | 103 |
| Tabla N°25 De las características de su producto o servicio.....             | 104 |
| Tabla N°26 De las características de su producto o servicio.....             | 105 |
| Tabla N°27 De las características de su producto o servicio.....             | 106 |
| Tabla N°28 Genero.....   | 107 |

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar este trabajo primeramente a Dios por permitirme llegar hasta aquí, por darme fuerza y salud para llevar a cabo mis metas y objetivos. A mis padres y hermanos por su apoyo, consejos, comprensión y ayuda en los momentos difíciles, me han dado todo lo que soy como persona: mis valores, principios, perseverancia y coraje para conseguir cada logro. A mi novia por su motivación y apoyo incondicional en cada una de las decisiones que me permitió culminar este proceso.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a la Universidad Hispanoamericana por haberme aceptado ser parte de ella y abierto las puertas para poder estudiar mi carrera, así como los diferentes docentes que brindaron sus conocimientos y apoyo para seguir adelante cada día.

Muchas gracias a mi tutor Mauricio Garita, por su dedicación, paciencia y consejos. Por último, pero no menos importante, doy gracias a las personas que de alguna forma me han acompañado en la realización de este proyecto, y que me han motivado a seguir creciendo de forma personal y profesional.

## DECLARACIÓN JURADA

Yo Rafael Ángel Ramírez Sánchez, cédula de identidad número 1-1486-0114, en condición de egresado de la carrera de FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS 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 bachillerato en administración de empresa con el énfasis en , titulado "EL RETO DE LAS PERSONAS ANTE LA ACCIÓN DE EMPRENDER Y LAS LIMITACIONES PROVOCADAS POR EL IMPACTO ECONÓMICO CAUSADO POR EL COVID-19, EN EL PRIMER CUATRIMESTRE DEL 2021, COSTA RICA" 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 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 San Jose, el 01 de enero de 2021.

  
(FIRMA) NOMBRE COMPLETO

## CARTA DE TUTOR

San Jose, 5 de mayo de 2021

*Departamento de registro  
Carrera Administración de Empresas  
Universidad Hispanoamericana*

Estimado(a) señor(a):

El estudiante Rafael Ángel Ramírez Sánchez, cédula de identidad número 1-1486-0114 me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de e investigación denominada “EL RETO DE LAS PERSONAS ANTE LA ACCIÓN DE EMPRENDER Y LAS LIMITACIONES PROVOCADAS POR EL IMPACTO ECONÓMICO CAUSADO POR EL COVID-19, EN EL PRIMER CUATRIMESTRE DEL 2021, COSTA RICA” para optar por el Grado Académico de Bachillerato en Administración de Negocios con Énfasis en Mercadeo

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 INVESTIGACIÓN | 30% | 30  |
| d) | RELEVANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES  | 20% | 20  |
| e) | CALIDAD, DETALLE DEL MARCO TEÓRICO  | 20% | 20  |
|    | TOTAL   |     | 100 |

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

**MAURICIO  
GARITA SEGURA**

Firmado digitalmente por  
MAURICIO GARITA SEGURA  
Fecha: 2021.06.10 17:36:55  
-06'00'

**Mauricio Garita Segura**  
Cédula 401790688

## CARTA DE LECTOR

San José, 08 de junio del 2021

Señores  
Servicios Estudiantiles  
Universidad Hispanoamericana

Estimado señor

El estudiante **Rafael Ángel Ramírez Sánchez**, cédula de identidad **0114860114** me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado “**El reto de las personas ante la acción de emprender y las limitaciones provocadas por el impacto económico causado por el Covid-19, en el primer cuatrimestre del 2021, Costa Rica**”, el cual ha elaborado para obtener su grado de **Bachillerato en Administración de Negocios con énfasis en Mercadeo**.

He revisado y he hecho las observaciones relativas al contenido analizado, particularmente lo relativo a la coherencia entre el marco teórico y análisis de datos, la consistencia de los datos recopilados y la coherencia entre éstos y las 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: 2021.06.08 18:17:04 -06'00'

**Lic. Luis Vargas Zúñiga.**

Cédula de identidad 0107090057

Número carné Colegio Profesional, CPCECR # 33896.

## CARTA DE LOS AUTORES

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA  
CENTRO DE INFORMACIÓN TECNOLÓGICO (CENIT)  
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA, LA  
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA  
DE LOS TRABAJOS FINALES DE GRADUACIÓN

San José , 08 de Junio de 2021

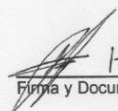
Señores:  
Universidad Hispanoamericana  
Centro de Información Tecnológico (CENIT)

Estimados Señores:

El suscrito Rafael Angel Ramirez Sánchez con número de identificación 11486 0114 autor (a) del trabajo de graduación titulado "El reto de las personas ante la acción de emprender y las limitaciones provocadas por el impacto económico causado por el COVID-19, en el primer cuatrimestre del 2021, Costa Rica " presentado y aprobado en el año 2021 como requisito para optar por el título de Bachillerato en Administración de Empresa con Énfasis en Mercadeo; SI autorizo al Centro de Información Tecnológico (CENIT) para que, con fines académicos, SI 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,

 1-1486-0114  
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:

- 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.
- 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
- 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.
- 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.
- Autorizo al Centro de Información Tecnológica (CENIT) para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.
- Acepto que el Centro de Información Tecnológico (CENIT) pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.
- 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.

## **CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN**

## **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Todavía es muy pronto para saber cuál será el impacto económico de la pandemia, la clave estará en si el virus puede controlarse a lo largo del segundo trimestre del año 2021 o si, por el contrario, sus efectos serán más duraderos y vienen acompañados de complicaciones económicas adicionales, sobre todo en el sector financiero. La pandemia actual ha llevado a muchos gobiernos a tomar medidas drásticas en respuesta a la crisis de salud global. Las medidas de bloqueo como respuesta a la crisis han frenado aún más las actividades económicas a nivel mundial. En este contexto destaca la importancia del papel de los emprendedores para acelerar la recuperación económica. Este trabajo se centra en analizar cómo los emprendedores enfrentan la situación causada por la COVID-19 para sobre salir en la dura situación económica sé que enfrenta el mundo.

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

La Pandemia provocó que 15 mil trabajadores independientes perdieron fuente de ingresos La crisis económica agravada por la pandemia del COVID-19 provocó un fuerte impacto en la cantidad de microempresas y por ende trabajadores independientes durante el 2020.

Datos de la Encuesta Nacional de Microempresas de los Hogares publicada por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), revelan que el país cerró el año pasado con 367 mil 911 microempresas, 30 mil menos que en el 2019. Además, la cifra de trabajadores independientes alcanzó 355 mil 266, disminuyendo casi 15 mil en comparación con el año anterior. Eddy Madrigal, coordinador de la encuesta, explicó cuáles son los sectores en los que hay más microempresas. Además, detalló los niveles de informalidad en este tipo de emprendimientos.

Madrigal comentó que se pudo observar la creación de más de 22 mil microempresas desde que inició la pandemia, mismas que habrían surgido en su mayoría por necesidad.

La encuesta también evidenció que la pandemia impulsó el uso de las tecnologías en las microempresas, ya que el 90,6% vende por celular y 24,7% por computadora, además, 76,8% requirió acceso a internet en su proceso comercial. (Sibaja, 2021, pág. 1)

**Open English.** Andrés es un joven venezolano que, debido al trabajo de su padre, vivió su infancia y juventud en nueve países. Influenciado por su necesidad de saber inglés para comunicarse y encontrar empleo decidió fundar Open English, una plataforma para aprender este idioma. Al principio, no logró encontrar inversionistas que se interesaran por su proyecto. Desesperado por encontrar capital y mudarse del sofá prestado en el que dormía, Andrés salía todos los días a conseguir inversores y terminó consiguiendo capital suficiente para empezar. Hoy día, Open English está valorada en más de 350 millones de dólares y cuenta con más de 500.000 estudiantes en muchísimos países. Asimismo, Andrés ha logrado adquirir la plataforma de Open Education, un proyecto que ofrece formación online de programación, desarrollo web y dispositivos móviles, mercadeo digital, (Codegia, 2018, pág. 1)

**Emprendimiento joven.** En vez de encontrar un lugar donde trabajar haciendo lo que aman, estos cinco graduados y graduadas de Ingeniería en Diseño Industrial emprendieron su propio camino. Crearon cuatro empresas que, alimentadas de sueños, buscan ofrecer al mercado: originalidad y creatividad.

Para Sofia Protti fue cuestión de combinar la tradición artesanal de su familia con su pasión por el diseño para crear Cueropapel&tijera. Su empresa, dedicada al diseño y comercialización de productos de cuero y complementos, fue fundada en 2008 y es de las más

estables en este sector: tiene una tienda en San José y coloca sus productos en más de 30 puntos de venta, incluso en Estados Unidos.

Mientras que José Pablo Alvarado probó el mercado laboral, no le gustó, y en 2009 decidió “lanzarse” a crear muebles con un nombre muy sugerente, que no deja duda: ALL be design (TODO sea diseño). Así se llama su empresa.

Por su parte, a María Antonieta Rojas y su esposo, Albin Padilla, tampoco les acabó de convencer eso de estudiar diseño de producto para acabar viviendo de diseño gráfico en alguna empresa privada. Optaron por hacer algo más gratificante con sus talentos y en 2015 fundaron Co.Ser, “una combinación de cosas y serigrafías”, enfocada en ropas y juguetes para niños.

Entretanto, Mauricio Valverde convirtió una necesidad en una idea y de ahí surgió la empresa. Las ganas de “tomarse un buen café” en la oficina lo llevó, junto a un compañero, a desarrollar Embúo, un dispositivo para chorrear directamente en la taza, el primer producto de Artilugio. Este emprendimiento apenas está en incubación y busca combinar ideas innovadoras y la habilidad de artesanos para desarrollar productos inconfundiblemente ticos. (Venegas, 2017, pág. 1).

**KAKes** es un emprendimiento familiar que inició en el 2019 por Katherine Salazar Hidalgo. Con anterioridad a iniciar las ventas había llevado varios cursos de cocina junto a su madre Rosibel Hidalgo Corrales como entretenimiento personal. Inicialmente solo se realizaban ventas a conocidos de la familia informalmente. A inicios del 2020 a raíz de estrés laboral por la COVID-19 se decidió hornear para ventas con familiares y conocidos de manera más regular. Un mes después los clientes estaban pidiendo más opciones y maneras digitales de consultar los productos por lo que se decidió iniciar las ventas digitales y ventas por redes

sociales. Se creó la página en Instagram y Facebook y es por estos canales por donde actualmente se realiza el 96% de las ventas. Se invirtió en crear en una identidad de marca en abril del 2020. Es en este mes en el que se crea el logo. En Setiembre del 2020 debido al aumento en las ventas su madre Rosibel Hidalgo Corrales se incorpora al emprendimiento con más participación en la producción de los productos. El objetivo es compartir cada vez más con personas el gusto por la cocina y por la personalización de postres. La producción de los productos se realiza en la cocina de su lugar de habitación en el que han adaptado espacios especialmente para el negocio. Actualmente son tres personas involucradas en el emprendimiento en la atención de distintas tareas. Su pilar es la calidad en sus productos y el servicio al cliente. La visión es que cada persona que realiza un pedido reciba un producto hecho a mano con las mejores materias primas del mercado y personalizado. Su visión es enfocarse en combinar los deseos de los clientes en sus postres y que el cliente reciba justo lo que buscaba. Se realizan entregas a domicilio de los pedidos que realizan los clientes los fines de semana y los pedidos que son requeridos por los clientes para entregar entre semana se envían por UBER o por Glovo ya sea desde la casa de habitación en Aserrí o desde San Pedro. Cómo el negocio se debe a un emprendimiento familiar pequeño los pedidos deben de realizarse contra pedido y con mínimo 3 días de anticipación. (Hidalgo, 2021)

**La Cocotería.** Una innovadora experiencia para el paladar es lo que introduce La Cocotería, un emprendimiento creado por César Rangel y Carolina Ferreira, dos venezolanos radicados en Costa Rica. Se trata del primer “coconut market” en el país; este viene a ampliar la oferta gastronómica nacional bajo un concepto familiar. Los promotores de este negocio, cuya base es el coco, buscan convertirlo en el jugo preferido de los costarricenses. (Parra, 2019, pág. 2).

**Escuela de Telar Awakuy.** Camila decidió vivir de su pasión por crear textiles, una habilidad que aprendió gracias a que su madre y abuela, quienes trabajaron por años con fibras, lanas y tejidos, dice en esta entrevista a Comunidad Mujeres Empresarias. Con 25 años, fundó la Escuela de Telar Awakuy, un taller dedicado a la difusión y enseñanza del arte milenario del telar de peine, que difunde a través de cursos en distintas ciudades dentro y fuera de Chile. Al principio no fue sencillo, cuenta. Más allá del amor por lo que hacía, necesitó recursos y mucha perseverancia para que la idea llegara al cliente. Actualmente atiende aproximadamente a 50 alumnas al mes e imparte talleres intensivos en Viña del Mar, Los Andes, y Chillán, entre otras ciudades del país. (Grande, 2019, pág. 1).

**System.** Con tan solo 35 años es uno de los emprendedores exitosos más cotizados del mundo, y esto se lo debe a su esfuerzo por crear una aplicación de uso masivo llamada Instagram. Sin embargo, su hora dorada no llegó de un día para otro, al contrario, System experimentó un par de fracasos antes de dar con esta aplicación que llegó para quedarse; tanto así que ya tiene 9 años en el mercado y más de 900 millones de usuarios. Tal cual, antes de cofundar esta aplicación fue trabajador de Google, pero decidió renunciar cuando no lo ascendieron al cargo de Gerente de Producto Asociado, el cual deseaba con muchas ansias. Fue así como creó Burbn en el año 2010, el cual fue nada más y nada menos que el predecesor de Instagram. System accedió a venderle su desarrollo a Facebook por mil millones de dólares en efectivo, así como por acciones, y luego se estimó que su participación en el negocio le generó unos 400 millones de dólares en ganancias. Para ese entonces tenía 29 años, y por lo tanto fue y sigue siendo considerado como uno de los jóvenes emprendedores exitosos más brillantes del continente americano. (Ortiz, 2021, pág. 1)

**Amazon** Jeff Bezos no solo es uno de los pioneros del comercio electrónico, sino que es también uno de los emprendedores exitosos de mayor renombre internacional. Considerando que es el fundador de Amazon, la compañía de escomerse por excelencia, es poco lo que hay que añadir al perfil de este famoso emprendedor. Pero ¿cómo ha logrado alcanzar su éxito? De acuerdo con un vídeo publicado en Inc.com, el éxito de Jeff Bezos se basa en los siguientes tres factores:

1-Diferenciación a través de precios. Desde su primera tienda de libros, Amazon se ha caracterizado por utilizar un simple y efectivo principio: mantener los precios bajos y flexibles con el propósito de crecer rápidamente.

2-Modelo centralizado en el cliente. El cliente ha sido y sigue siendo el gran protagonista de todas las iniciativas empresariales que ha llevado a cabo Jeff Bezos.

3-Eficiencia por encima de todo. Optimizar los procesos y el enfoque es un pilar fundamental en la filosofía empresarial de Jeff Bezos. De hecho, fue él quien inventó “la regla de las dos pizzas” en las reuniones diciendo que en una reunión de trabajo no puede haber más personas de aquellas que puedan comerse dos pizzas. La idea es evitar grandes reuniones en donde se pierde tiempo y enfoque. (Quintana, 2020, pág. 1)

**FedEx.** Una de las empresas de logística y envíos más grandes del mundo, debe su existencia a Frederick Smith, quien fuera un exsoldado estadounidense durante la guerra con Vietnam. Smith tuvo una idea en los años setenta: entregar paquetes de manera confiable y se puso a trabajar en ello. En 2004 logró ser reconocido como el CEO del Año por la revista Chief Executive, pues Federal Express Corporation (FedEx), ya contaba con una flota de más de 40 mil vehículos y 600 aviones que reparten en más de 200 países. Fredd Smith siempre puso en

práctica su filosofía empresarial PSP (People, Service, Profit), que le permitió convertirse en uno de los emprendedores más exitosos de la historia. (chavesta, 2020, pág. 1)

**DeliRo.** Este un emprendimiento que surgió por causa del desempleo a raíz del COVID-19 su fundadora es Roxana Ramírez Sánchez vecina del cantón de San Rafael de Heredia, el mismo consiste en la producción y venta de diferentes tipos de queques y repostería tradicional, se empezó en marzo del 2020 y continua hasta la fecha. Gracias a la venta de sus productos, ha obtenido tener ingresos económicos básicos para salir adelante de a pesar de no tener un empleo fijo en una empresa. Emprendimiento personal.

## **Walt Disney**

Walt Disney started off as a farm boy drawing cartoon pictures of his neighbor's horses for fun. When he was older, Walt tried to get a job as a newspaper cartoonist but was unable to find one and ended up working in an art studio where he created ads for newspapers and magazines. Eventually he grew to work on commercials, became interested in animation, and eventually opened his own animation company. Disney's first original character creation was Oswald the Lucky Rabbit, but it was officially owned by Universal Pictures because he was working under contract at the time. When Walt walked out on Universal Pictures after getting a pay cut, he needed to create a replacement, which is how Mickey Mouse came into being. Disney was wildly successful with his animation company, but he was not satisfied. He was determined to make the biggest and greatest theme park ever seen, saying to a colleague, "I want it to look like nothing else in the world. "One of the biggest entertainment moguls of all-time, with an unrelenting spirit and commitment to his vision, Disney is undoubtedly an entrepreneurial all-star. <https://www.inc.com/larry-kim/11-most-famous-entrepreneurs-of-all-time-and-what-made-them-wildly-rich.html>, 24 de febrero de 2021.

Walt Disney comenzó como un granjero haciendo dibujos animados de los caballos de su vecino por diversión. Cuando era mayor, Walt intentó conseguir un trabajo como dibujante de periódicos, pero no pudo encontrar uno y terminó trabajando en un estudio de arte donde creaba anuncios para periódicos y revistas. Con el tiempo llegó a trabajar en comerciales, se interesó por la animación y, finalmente, abrió su propia empresa de animación. La primera creación de personajes originales de Disney fue Oswald the Lucky Rabbit, pero era propiedad oficial de Universal Pictures porque estaba trabajando bajo contrato en ese momento. Cuando Walt abandonó Universal Pictures después de recibir un recorte salarial, necesitaba crear un reemplazo, que es como nació Mickey Mouse. Disney tuvo un gran éxito con su compañía de animación, pero no estaba satisfecho. Estaba decidido a hacer el parque temático más y más grande jamás visto, y le dijo a un colega: "Quiero que no se parezca a nada más en el mundo". Uno de los mayores magnates del entretenimiento de todos los tiempos, con un espíritu implacable y un compromiso con su visión, Disney es sin duda una estrella emprendedora.

## **Steve Jobs**

You cannot really make a self-respecting "famous entrepreneurs" list without throwing in Steve Jobs. Jobs dropped out of college because his family could not handle the financial burden of his education. He unofficially continued to audit classes, living off free meals from the local Hare Krishna temple and returning Coke bottles for change just to get by. Jobs credited the calligraphy class he stopped in on as his inspiration for the Mac's revolutionary typefaces and font design. Jobs went on to have an unbelievable career, eventually forming the Apple Computer Company with his childhood friend and electronics expert Steve Wozniak. Often referred to as "The Grandfather of the Digital Revolution," Jobs forever

changed the consumer electronics industry. At the time of his death, his net worth was over \$8.3 billion, and his influence will be felt for many digital generations to come.

Realmente no se puede hacer una lista de "empresarios famosos" que se precie sin incluir a Steve Jobs. Jobs abandonó la universidad porque su familia no podía manejar la carga financiera de su educación. Extraoficialmente continuó asistiendo a clases, viviendo de las comidas gratis del templo local Hare Krishna y devolviendo botellas de Coca-Cola a cambio de cambio solo para sobrevivir. Jobs atribuyó la clase de caligrafía en la que se detuvo como su inspiración para los revolucionarios tipos de letra y diseño de fuentes de Mac.

Jobs tuvo una carrera increíble y finalmente formó Apple Computer Company con su amigo de la infancia y experto en electrónica Steve Wozniak. A menudo conocido como "El abuelo de la revolución digital", Jobs cambió para siempre la industria de la electrónica de consumo. En el momento de su muerte, su patrimonio neto era de más de \$ 8,3 mil millones y su influencia se sentirá durante muchas generaciones digitales por venir.

### **1.1.2. Delimitación del problema**

Se empieza por identificar un problema en el que te gustaría centrarte. Dependiendo del programa o campo de estudio, este problema puede ser más práctico o de naturaleza más teórica. También puede referirse a la comprensión del por qué existe cierta situación.

<https://www.scribbr.es/como-empezar-tfg/como-escribir-el-planteamiento-del-problema> , 19 de enero del 2021.

La pandemia ha ocasionado grandes estragos, no solo está afectando en la salud con un gran aumento en la mortalidad de la población, si no también ha golpeado enormemente a la economía y el desempleo a nivel mundial, debido a esto, la mayoría de las fronteras se encuentran cerradas, muchos comercios del ámbito de exportaciones se han visto afectados

provocando gran caída en los ingresos en el mercado e incluso se dio la caída de la bolsa de valores, el dólar, el petróleo, entre otros. Los apresurados análisis acerca de su impacto económico tienen un alto componente especulativo porque la situación actual es de incertidumbre, ocasiona pérdidas en muchas inversiones y ha causado estragos globales enormes a raíz de este efecto sanitario de la propia enfermedad y por los esfuerzos por controlar su expansión que provoca rápidamente la saturación de los sistemas sanitarios. Si no se aplican medidas de prevención y restricción a tiempo como el emprender e innovar en tiempos de pandemia para representar un equilibrio en la economía de muchas personas que se han visto afectadas, ya sea por la reducción de la jornada laboral, la suspensión del contrato o la terminación.

### **1.1.3. Justificación**

La justificación del proyecto comprende la presentación de las razones y motivos por los cuales un proyecto debe ser llevado a cabo. <https://www.todamateria.com/justificacion-de-un-proyecto/> , 21 de enero 2021

El mundo se enfrenta a una prueba sin precedentes, ha llegado el momento de la verdad, se debe de actuar de manera resuelta, innovadora y conjunta para suprimir la propagación del virus y abordar la devastación económica provocada por la pandemia. La respuesta deberá ser en gran escala, coordinada y amplia, en correspondencia con la magnitud de la crisis. El capital humano es esencial para el crecimiento económico inclusive para el bienestar en el desarrollo para todos los países en los escenarios actuales causados por la pandemia a nivel mundial, el crecimiento exponencial de la información disponible y de los cambios que afectan la vida cotidiana de cada individuo, pero también de las instituciones de todo tipo, plantean nuevos retos a aquellos que viven en esta época. Frente a esto no hay opciones o se

asume una actitud proactiva, emprendedora a los retos personales y sociales, o será relegado a un camino donde se observará condiciones de pobreza conforme como avanza ya que se tienen que aprovechar todas las oportunidades existentes para poder sobresalir y para que las familias no se vean afectadas. Muchas herramientas tecnológicas y redes sociales han sido de gran ayuda para poder avanzar con los emprendimientos.

## **1.2. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN**

Una pregunta es el inicio y el eje de la investigación, no es solo un asunto semántico o de redacción. Para hacer buenas preguntas se deben hacer como lo hacen los niños, de manera espontánea y sencilla sobre situaciones del día a día o de temas de interés particular. El investigador debe conservar la curiosidad y grado de asombro de un niño con un reto adicional: conocer muy bien el contexto, los antecedentes y las experiencias que han tenido otros colegas sobre la investigación planteada sin que se pierda su esencia y naturalidad.

<https://revistas.urosario.edu.co/xml/562/56253119001/index.html> , 14 de enero del 2021.

La economía global va rumbo a una de las peores recesiones de las últimas décadas tras el cierre temporal de actividades en distintas partes del mundo para evitar la propagación de la pandemia, por lo que nace la pregunta de ¿Es un reto para las personas ejecutar la acción de emprender ante las limitaciones provocadas por el impacto económico causado por el COVID-19, en el primer cuatrimestre del 2021 en Costa Rica?

## 1.3. OBJETIVOS

### 1.3.1. Objetivo general

La importancia de este aspecto radica en que es necesario plantear los objetivos de la investigación, es decir, establecer un punto de partida para analizar los problemas de la empresa y valorar los beneficios que aquella aportará. (Fischer L. E., 2017, pág. 24)

En este trabajo final de graduación se plantea el siguiente objetivo general:

- Analizar las diferentes actitudes favorables o desfavorables del reto que es el emprendimiento y la innovación en los negocios, con el fin del conocimiento de las características y cualidades que tiene la persona que asumen el desarrollo de un proyecto empresarial para la generación de ingreso estables, causado por el COVID-19 para el primer cuatrimestre del 2021.

### 1.3.2. Objetivos específicos

Sirven para delimitar la estrategia de planificación general, hacia las metas fijadas a nivel general. Son la parte más concreta de los objetivos empresariales, los que hacen referencia a las cosas más pequeñas, pero que forman parte de un todo.

<https://www.emprendepyme.net/los-objetivos-especificos-en-la-empresa.html>, 14 de enero 2021

A) Determinar las exigencias y los principios que debe tener un emprendedor para de iniciar su proyecto, durante el primer cuatrimestre del 2021.

B) Describir los campos más innovadores (Productos bienes o servicios o experiencias) de los negocios para dar origen y oportunidades en la creación de un negocio, durante el primer cuatrimestre del 2021.

- C) Reconocer los elementos que impiden a los emprendedores desarrollar sus proyectos para evitar que los mismos no se ponga en marcha, durante el primer cuatrimestre del 2021.
- D) Estudiar el paso a paso de un estudio técnico legal para la creación de una microempresa para proveer el conocimiento a los que deseen emprender como requerimientos legales básicos para emprender, durante el primer cuatrimestre del 2021.
- E) Determinar las herramientas digitales que utiliza un emprendedor, para la creación, el fortalecimiento, y comunicación de su negocio, durante el primer cuatrimestre del 2021.
- F) Establecer cuáles son las mejores opciones para la venta de productos emprendedores, digitales o físicos, durante el primer cuatrimestre del 2021.
- G) Exponer cuales son las herramientas que utilizan los emprendedores para la determinación de los precios de sus productos, durante el primer cuatrimestre del 2021.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

## **2.1. EL CONTEXTO TEÓRICO-CONCEPTUAL**

### **2.1.1. Posicionamiento**

Se refiere a un programa general de mercadotecnia que influye en la percepción mental (opiniones, impresiones y asociaciones) que los consumidores tienen de una marca, producto, grupo de productos o empresa, en relación con la competencia. Hoy las empresas se preocupan por proporcionar satisfactores que lleguen a posicionarse fuertemente en la mente del consumidor. (Fischer L. , 2017, pág. 100).

El emprendedor debe convencer a su mercado objetivo de que su producto o servicio va a satisfacer su necesidad, mejor que el de la competencia, y para hacerlo tratará de desarrollar una imagen especial, un lugar distintivo o relativo en la mente del consumidor, creando el mejor posicionamiento para ubicar al producto o servicio.

### **2.1.2. Economía**

Es el estudio de la manera en que las sociedades utilizan recursos escasos para producir mercancías valiosas y distribuir las entre los distintos individuos (Samuelson, Economía con aplicaciones., 2019, pág. 36) .

Se necesita tener una conciencia de que la economía no es estable, dado a las diferentes fluctuaciones que se presentan, conociendo esto la empresa podrá sobresalir con su producto, también puede comprender como vive la sociedad y como se puede mejorar la situación mundial especialmente este momento que se está viviendo con la pandemia y aquí donde se debe comprender como sobresalir para que la economía no baje en el mundo.

### **2.1.3. Clientes**

Un cliente es una persona o entidad empresarial que, de forma habitual o esporádica, adquiere un bien, servicio o marca con el fin de satisfacer una determinada necesidad. (Ariza, 2016, pág. 148).

El cliente adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios por lo que se necesita atraerlos para que sean consumidores fijos. El cliente es por quien se planifica, implementan y controlan todas las actividades.

### **2.1.4. Ingresos**

Se entiende por ingresos a todas las ganancias que se suman al conjunto total del presupuesto de una entidad, ya sea pública o privada, individual o grupal. En términos generales, los ingresos son los elementos tanto monetarios como no monetarios que se acumulan y que generan como consecuencia un círculo de consumo-ganancia.

<https://economipedia.com/definiciones/ingreso.html> 26 enero, 2021

El ingreso es una remuneración que se obtiene por realizar dicha actividad que (un trabajo, un negocio, una venta, etc.). Es la cantidad de dinero que entra o se recibe o que se puede generar, refleja el desarrollo de las actividades de una manera favorable. Por el cual se trata de mantener un equilibrio financiero.

### **2.1.5. Emprendimiento**

Es un verbo que hace referencia a llevar adelante una obra o un negocio.

<http://masmenthe.com/que-es-el-emprendimiento> , 11 de enero de 2021.

El emprendimiento hoy en día ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su estabilidad económica. por altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores.

### **2.1.6. Emprendedor**

Es aquella persona que identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios

<https://www.emprendepyme.net/que-es-ser-emprendedor.html> , 19 de enero del 2021.

Cuando se habla de emplear una idea o término y la persona empieza el proyecto por su iniciativa debe estar al tope por que puede ser que funcione o no funcione. Una persona emprendedora cual está dispuesta a enfrentar retos para solucionar sus problemas y asumir riesgos con una actividad positiva.

### **2.1.7. Investigación**

Es la obtención de conocimientos básicos sobre un tema; requiere determinar cuáles son las necesidades de investigación con objeto de evitar errores y encontrar soluciones viables a cualquier obstáculo que se presente. (Fischer L. E., 2017, pág. 25).

Se tiene que realizar un estudio con el fin de obtener todos los recursos necesarios con el fin de determinar cuál es el bien producto o servicio que requiere un nicho de mercado, el cual se desea atacar. El mismo busca la obtención de nuevos conocimientos para aplicar en la solución de problemas.

### **2.1.8. Estrategia**

Una estrategia se compone de una serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y a conseguir los mejores resultados posibles

<https://www.significados.com/estrategia/>

Las empresas o las personas que emprenden desarrollan su estrategia al elegir su visión del futuro, cada estrategia esta visualizada a su producto en venta, es un conjunto de objetivos, una forma de conquistar el mercado

### **2.1.9. Ventas**

Las ventas constituyen la base para la elaboración de los presupuestos de materia prima (consumo, compra, costo e inventario), de mano de obra y de costos indirectos de fabricación. (Constanza, 2016, pág. 24).

Entre más se logre colocar en el consumo de los mercados un producto, la empresa va a tener más ingresos para tratar de invertir en desarrollo, innovación y tecnología, con el fin de hacer más atractivo el bien o servicio.

### **2.1.10. Demanda.**

La demanda es una petición para conseguir algo, en la economía, se refiere a la cuantía total de un bien o servicio que las personas quieren tener.

<https://www.billin.net/glosario/definicion-demanda/>, 27 de enero del 2021

Cuando una persona elige comprar algún bien, para cumplir sus necesidades, lo hace conscientemente, con base en sus criterios tanto a las condiciones acorde al nivel educativo y socioeconómico, sexo, edad, entre otros factores.

### **2.1.11. Eficiencia**

Los economistas dedican gran parte de sus investigaciones a explorar la eficiencia de los distintos tipos de estructuras de mercado, incentivos e impuestos. (Samuelson, 2019, pág. 75).

La eficiencia es la capacidad de hacer las cosas bien, la eficiencia comprende y un sistema de pasos e instrucciones con los que se puede garantizar calidad en el producto final de cualquier tarea. La misma depende de la calidad humana o motora de los agentes que realizan una labor,

para expandir un producto de calidad, es necesario comprender todos los ángulos desde donde a fin de satisfacer todas las necesidades que el producto pueda ofrecer.

### **2.1.12. Consumo**

Es la fase final del proceso económico, principalmente del proceso productivo, que es el momento en que un bien causa alguna utilidad a la persona consumidora tomada de: <https://concepto.de/consumo/#ixzz6jUKrsMI1> , 13 de enero 2021.

El consumo consiste en la satisfacción de las necesidades presentes o futuras. Encierra la actividad en cuanto que el hombre produce para poder consumir y a la vez consume para producir, la economía considera el consumo como el fin esencial de la actividad económica.

### **2.1.13. Capacidad**

Se refiere a la cualidad de ser capaz para algo determinado, dicha cualidad puede recaer en una persona, entidad o institución, e incluso, en una cosa.

<https://www.significados.com/capacidad/>. 13 de enero de 2021

La Capacidad son las cualidades que tiene un ente destinado para hacer una función, la capacidad de realizar una labor está orientada a varios factores fundamentales, uno de ellos es el destino que le fue adjudicado, si algo fue elaborado para cumplir una función determinada su única capacidad será la de cumplir esa función, para eso que fue creado, la orientación de las capacidades de un agente para decidir y tener raciocinio de sus acciones es múltiple, dependerá de las necesidades y causalidades que se le presenten en el camino.

### **2.1.14. Pandemia**

Es la propagación a nivel internacional de una nueva enfermedad donde la mayoría aún no tienen inmunidad contra ella. <https://www.significados.com/pandemia/>, 13 de enero del 2021

Ha tenido un efecto enorme en las vidas muchos de las personas han enfrentado a retos que pueden ser estresantes, abrumadores y provocar emociones fuertes en adultos y niños. Las medidas de salud pública, como el distanciamiento social, son necesarias para reducir la propagación del COVID-19, pero pueden hacer sentir aislados y aumentar el estrés y la ansiedad. Aprender a sobrellevar el estrés de manera sana permitirá que usted, sus seres queridos y las personas con las que está en contacto desarrollen una mayor convivencia.

### **2.1.15. Autoempleo**

El autoempleo es una actividad en la que una persona crea su propio puesto de trabajo y decide ser su propio jefe y esto puede hacerse, entre otras formas, por medio de la creación de un negocio propio o un emprendimiento digital. <https://blog.hotmart.com/es/autoempleo/> , 24 de febrero del 2021

Se refiere a los individuos que trabajan para obtener utilidades u honorarios de su propio negocio, profesión, oficio o granja. El autoempleo exige esfuerzo y sacrificio, y significa una apuesta de futuro en la que el autoempleado no sólo participará con su capital sino también con su ingenio, ilusión y potencial.

### **2.1.16. Emprendimientos por subsistencia**

Son Acciones empresariales dirigidas a generar ingresos diarios para vivir (autoempleo), sin una planificación o sin visión de crecimiento y que tiende a no generar excedentes. Es la actividad laboral que lleva a cabo una persona que trabaja para ella misma de forma directa, ya sea en un comercio, un oficio o un negocio, esa unidad económica es de su propiedad y la dirige, gestiona y obtiene ingresos ella, tomado de: <https://prezi.com/e9t1m-w1qrqq/emprendimiento-por-subsistencia/> , 06 de abril del 2021

Son aquellos en los cuales las personas manifiestan no tener otra manera de ganarse la vida y aquellas que se involucran en actividades emprendedoras fundamentalmente para mantener cierto nivel de ingreso. En algunos casos también incluye aquellos cuyo objetivo es cubrir ciertos niveles de subsistencia personal y el de su familia o atender las necesidades específicas de ciertos sectores sociales.

### **2.1.17. Emprendimientos dinámicos**

Son proyectos innovadores que están en capacidad de crecer de manera rentable, rápida y sostenible en el tiempo, es decir, que tienen alto potencial de crecimiento que puede deberse a la calidad de su equipo emprendedor, la mejora de una buena idea existente, o porque interviene en nichos de oportunidades no cubiertos. Los emprendimientos dinámicos no están necesariamente basados en conocimiento sofisticado, además generan alto valor agregado y pueden diferenciarse de otros porque tienen un modelo de negocio, producto o servicio innovador que les da una ventaja competitiva –puede ser tecnológica o no – para convertirse en una mediana empresa. <https://www.rutanmedellin.org/es/recursos/abc-de-la-innovacion/item/emprendimiento-dinamico> , 06 de abril de 2021

Son aquellos nuevos o recientes proyectos empresariales que tienen un potencial realizable de crecimiento gracias a una ventaja competitiva --tecnológica o no --como para al menos convertirse en una mediana empresa, es decir, que opera bajo una lógica de acumulación generando ingresos muy por encima de los niveles de subsistencia del propietario que son reinvertidos en el desarrollo del emprendimiento y que crece muy por encima de la media de su sector.

### **2.1.18. Exigencia de un emprendedor y Principios de un emprendedor**

Considera a las personas como individuos aislados, ordenados de acuerdo con sus habilidades personales y con las exigencias de la tarea que será ejecutada. (Chiavenato. L, 2019, pág. 43)

Son los requerimientos bien establecidos para un producto, los emprendedores deben de tener claro que poner una estrategia en marcha es una actividad muy exigente.

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1.1. Enfoque cualitativo**

Los datos cualitativos de investigación proporcionan clases o categorías para sus valores de datos. (Spiegel, & Stephens, 2020, pág. 41)

El enfoque cualitativo se basa en observación de los comportamientos naturales o sociales se puede comprender cuando tiene como objetivo cuando las personas hacen un estudio a partir de lo que dicen o hacen desde un escenario social, se trata de comprender las experiencias vividas desde el punto de vista de las personas. Contiene respuestas para la posterior interpretación.

#### **3.1.2. Enfoque cuantitativo**

Los datos cuantitativos o numéricos consisten en números que representan conteos mediciones (Triola, 2020, pág. 36)

El enfoque cuantitativo pretende es explicación de una realidad, desde una perspectiva su intención es buscar mediciones o indicadores el mismo se puede basar a partir de números para analizar y poder comprobar los datos recolectados e información concreta para así poder obtener respuestas los cuales tienen que ser analizados por métodos estadísticos.

#### **3.1.3. Enfoque mixto**

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio.

<https://sites.google.com/site/metodologiadeinvestigaciontese/enfoques-mixtos> 04 febrero de 2021.

La investigación o enfoque mixto implica combinar los enfoques cualitativo y cuantitativo en un mismo estudio. Sobre un estudio cuantitativo que ofrezca unos resultados llamativos en alguna de sus variables y que afecte a una determinada franja de población, se puede utilizar posteriormente un estudio cualitativo en esa franja poblacional para comprender mejor el fenómeno. Concluyendo, el enfoque mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder un planteamiento.

Para esta investigación se tendrá un enfoque cualitativo, la crisis del COVID-19 ha desconcertado a la población, a estar encerrados en casa y ha crecido el desempleo. Ya que es necesario comprender el impacto a la económica. Ser emprendedor es un desafío constante y probablemente esta característica radica su principal virtud día a día las personas que se quedaron sin empleo deben enfrentarse a nuevos desafíos y encontrar la forma de sobrellevarlos para alcanzar ingresos y mantener sus familias. Esto se reafirma hoy más que nunca, donde muchos emprendimientos se encuentran superando de formas muy creativas una situación tan adversa como la pandemia, muchos emprendimientos que están sobresaliendo en este momento son como por ejemplos venta de comidas como: comida rápida, repostería, decoración de automóviles, venta de cubre bocas o caretas y muchas de estas en su mayoría cuentan con servicio a domicilio.

### **Limitaciones**

- Los límites para un emprendimiento o para quien lo emprende pueden ser externo o internos, es decir, puede que la barrera sea el mercado o también puede ser que la barrera sea los elementos que se necesitan para emprender.

- Una de las barreras más comunes por el cual muchos emprendimientos no logran alcanzar el éxito, es la barrera económica, esta podría considerarse interna, pero por la situación que se enfrenta como sociedad, por la crisis económica, esta es considerada también externa.

- Las limitaciones también son consideradas obstáculos, pero la ventaja de estas hay que saber superarlas, si se tiene miedo al qué dirán o no saber por dónde empezar se puede buscar ayuda profesional.

-La falta de tiempo y dedicación al proyecto también es otra de las limitantes, si decides que este será tu nuevo estilo de vida, merece tener el nivel de prioridad competente y si sólo es algo extra haz algo que esté al alcance de tu tiempo o encárgate de conseguir la ayuda de personas de confianza para que haya un balance y no sea el tiempo una limitante.

- La rivalidad con la competencia puede considerarse una limitante, pero a su vez es el motor que impulsa a un emprendedor a ser cada día mejor y buscar mejores estrategias para destacar entre los demás, puesto que, si la competencia no existiera, no se tendría la necesidad de esforzarse.

### **Oportunidades.**

- Busca ideas en la frustración de la gente
- Piensa en cómo eliminar las barreras tradicionales
- Piensa en las nuevas tecnologías
- Identifica clientes que tengan necesidades
- Identifica lo que puede ser mejorado en el mercado

## **3.2. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.2.1. Exploratorio**

Investigan fenómenos o problemas poco estudiados, de los cuales se tienen dudas o no se han abordado en el contexto (Hernández Sampieri R. , 2018, pág. 145).

El alcance exploratorio es un tipo de investigación utilizada para estudiar un problema que no está claramente definido, por lo que se lleva a cabo para comprenderlo mejor, pero sin proporcionar resultados concluyentes, cabe mencionar que la investigación exploratoria se encarga de generar hipótesis que impulsen el desarrollo de un estudio más profundo del cual se extraigan resultados y una conclusión.

### **3.2.2. Descriptivo**

Tienen como finalidad proveer propiedades y características de conceptos, fenómenos, variables o hechos en un contexto determinado. (Hernández Sampieri R. , 2018, pág. 145)

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 ésta

### **3.2.3. Correlacional**

Tienen como propósito conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, variables, categorías o fenómenos en un contexto en particular. (Hernández Sampieri R. , 2018)

La investigación correlacional, hace una relación entre dos variables, pero con frecuencia buscan el estudio con más variables 3 o 4 para que puedan interactuar entre para probar o no

las hipótesis, de modo que cuando una variable cambia, la persona, al hacer una investigación tendrá clara la manera en la que la otra variable también va a cambiar.

#### **3.2.4. Explicativo o causal.**

Establecen relaciones de causalidad entre conceptos, variables, hechos o fenómenos en un contexto concreto. (Hernández Sampieri R. , 2018).

La investigación explicativo o causal se trata de entender como la relación que se encuentra entre variables, su objetivo se trata de conocer como el efecto positivo o negativo que puede producir un cambio inesperado de las variables independientes en un producto o servicio se puede realizar tanto bajo el control del investigador en un laboratorio o en el campo donde la manipulación se encuentra limitada. Generan un sentido de entendimiento sobre un fenómeno y determinan la causa.

Se determina que el alcance para esta investigación se va a desarrollar como descriptivo, consiste en dar características para conocer las nuevas tendencias, perfiles o gustos para el emprendimiento, si como características principales de la demanda de este tipo de negocios durante lo que fue el tiempo de crisis pandémica, y si eso generó o no algún factor adicional que impulsan a las personas a emprender.

### **3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.3.1. Teoría Fundamentalada**

La teoría fundamentada es un método cualitativo que enfatiza la inducción o emergencia de información de los datos para establecer una teoría o modelo.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0034745018300891> , 8 de febrero de 2021.

La teoría fundamentada implica en la recolección y el análisis simultáneo de datos, ya que se pueden combinar métodos cuantitativos y cualitativos, además de diferentes técnicas de investigación, pueden realizarse composiciones metodológicas apropiadas para abordar al objeto de estudio y generar teoría acerca del mismo.

### **3.3.2. Estudio de Casos**

El estudio de casos consiste en un método o técnica de investigación, habitualmente utilizado en las ciencias de la salud y sociales, el cual se caracteriza por precisar de un proceso de búsqueda e indagación, así como el análisis sistemático de uno o varios casos.

<https://psicologiaymente.com/psicologia/estudio-de-caso> , 8 de febrero de 2021.

El estudio de casos consiste en la observación detallada de un único sujeto o grupo con la meta de generalizar los resultados y conocimientos obtenidos se puede dar a conocer y comprender más profundamente de la situación dada para ver sus funciones que se presenta.

### **3.3.3. Fenomenológico**

Se fundamenta en el estudio de las experiencias de vida, respecto de un suceso, desde la perspectiva del sujeto. Este enfoque asume el análisis de los aspectos más complejos de la vida humana, de aquello que se encuentra más allá de lo cuantificable.

[http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2307-79992019000100010](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2307-79992019000100010) , 8 de febrero de 2021.

Se propone el estudio y la descripción de los fenómenos de la conciencia o, dicho de otro modo, de las cosas tal y como se manifiestan y se muestran en esta. Asienta que el mundo es aquello que se percibe a través de la conciencia del individuo, y se propone interpretarlo según sus experiencias, valora el empirismo y la intuición como instrumentos del conocimiento fenomenológico. Esto ayuda a comprender las dificultades y las circunstancias en que los

seres humanos están rodeados, las circunstancias que pueden ser diferentes el mismo es un contacto directo.

### **3.3.4. Etnográfico**

El método etnográfico define en gran medida el carácter de la Antropología Social y Cultural, por cuando surge con la disciplina, por pura necesidad metodológica, y se convierte en uno de sus rasgos de identidad. (Martínez Rodrigo, 2016, pág. 27).

Se aprende el modo de vida social más concreto, el cual puede ser una familia o una clase social para comprender los procesos culturales que rodean una marca o un producto, investigar los pensamientos de cada uno, más allá del producto y comprender a la persona de manera más personal.

### **3.3.5. Investigación-Acción**

Es la búsqueda del conocimiento por el conocimiento mismo, sin considerar sus posibles aplicaciones prácticas. Es decir, su objetivo principal es ampliar y profundizar los conocimientos acerca de la realidad y, dado que el saber que está en construcción es científico, se enfoca en la producción de generalizaciones cada vez mayores (hipótesis, leyes, teorías) para describir y comprender los objetos o fenómenos estudiado. (Pimienta Prieto J. H., 2018, pág. 9). Es una problemática social que requiere una solución, el cual puede ser un método con validez de resultados los mismos son relevantes para los que participan en el proceso de investigación, es un método de investigación en el que investiga tanga un doble rol. Donde se desea mejorar la practica o la comprensión personal, su finalidad fundamental es mejorar la acción. Se determina para la siguiente investigación se va a proceder con el diseño fenomenológico, porque al detectar el problema, las personas se tuvieron que reinventar, generar una nueva fuente de ingreso, para no quedar en pobreza, creyendo en sí mismo, donde

el esfuerzo y la voluntad permiten crear un cumulo de empresas que de no ser por este fenómeno pandémico muchos estarían en su estado de confort gracias a un salario, sin ver que se puede tener la suficiente entereza para tener una mejor riqueza gracias a un negocio propio, por lo que se buscara obtener un diagnóstico y a partir de la retroalimentación de quienes vivieron esto en carne propia y del cómo han logrado salir adelante no solo como personas sino con una nueva etapa de vida, ser empresarios.

### **3.4. UNIDADES DE ANÁLISIS U OBJETOS DE ESTUDIO**

#### **3.4.1. Población**

Es un conjunto universo, se refiere a la colección de todos los elementos en estudio que tienen una o más características comunes, y cuyas propiedades se han de analizar. (Sánchez Colindres, 2019)

La población para este estudio comprende a mujeres y hombres que sean jóvenes o adultos, sin importar la nacionalidad, rango social, que vivan en los cantones que están en el GAM de las provincias de Heredia y San José, por lo que se tomarán los siguientes distritos:

- San José
- Escazú
- Desamparados
- Aserrí
- Mora
- Goicoechea
- Santa Ana
- Alajuelita
- Vázquez de Coronado
- Tibás
- Moravia
- Montes de Oca
- Curridabat
- Heredia
- Barva
- Santo Domingo
- Santa Bárbara
- San Rafael
- San Isidro
- Belén
- Flores
- San Pablo

El rango de edad de los emprendedores debe de estar entre los 20 años a los 59 años, sin importar el nivel de educación. Que hayan creado su propio emprendimiento para salir adelante a falta por el desempleo.

En este caso no se necesita tener una segmentación por ingresos ya que entre más sea la necesidad mayor podría ser la posibilidad de emprender, al igual que aquellos que tiene recurso para poder desarrollar nuevos emprendimientos, por lo que no se hará distinción monetaria.

En el caso del ciclo de vida lo importante aquí es que las personas a entrevistar sea personas que sepan que el emprendimiento es un tipo de negocio que busca ser su propio dueño y que podría abrir la posibilidad de tener más ingresos o ingresos propios dejando de ser un asalariado o combinando ambas actividades.

### Costa Rica: Población total proyectada al 30 de junio por grupos de edades, según provincia y cantón 2021

| Provincia y cantón  | Total   | Edades  |         |         |         |         |         |         |         |
|---------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
|                     |         | 20 - 24 | 25 - 29 | 30 - 34 | 35 - 39 | 40 - 44 | 45 - 49 | 50 - 54 | 55 - 59 |
| San José            | 209 175 | 26 081  | 30 046  | 31 218  | 31 813  | 27 195  | 22 083  | 20 194  | 20 545  |
| Escazú              | 41 306  | 5 203   | 5 438   | 5 884   | 6 013   | 5 280   | 4 683   | 4 519   | 4 286   |
| Desamparados        | 145 039 | 20 100  | 21 745  | 22 326  | 21 114  | 17 668  | 14 711  | 13 691  | 13 684  |
| Aserrí              | 37 936  | 5 303   | 5 621   | 5 831   | 5 451   | 4 679   | 3 866   | 3 707   | 3 478   |
| Mora                | 18 536  | 2 376   | 2 701   | 2 827   | 2 632   | 2 306   | 2 005   | 1 912   | 1 777   |
| Goicoechea          | 82 023  | 11 015  | 12 607  | 12 660  | 12 138  | 10 149  | 7 981   | 7 553   | 7 920   |
| Santa Ana           | 35 189  | 4 332   | 4 589   | 5 119   | 5 065   | 4 571   | 4 093   | 3 814   | 3 606   |
| Alajuelita          | 55 286  | 8 444   | 8 831   | 8 584   | 7 989   | 6 512   | 5 262   | 4 940   | 4 724   |
| Vásquez de Coronado | 42 036  | 5 481   | 5 514   | 6 568   | 6 254   | 4 974   | 4 231   | 4 446   | 4 568   |
| Tibás               | 50 102  | 7 058   | 8 178   | 7 134   | 7 031   | 6 296   | 5 215   | 4 568   | 4 622   |
| Moravia             | 36 913  | 4 472   | 4 985   | 5 371   | 5 652   | 4 967   | 4 153   | 3 676   | 3 637   |
| Montes de Oca       | 37 744  | 4 818   | 5 727   | 5 683   | 5 926   | 5 055   | 3 672   | 3 321   | 3 542   |
| Curridabat          | 46 871  | 6 511   | 6 869   | 7 042   | 6 863   | 5 890   | 4 799   | 4 474   | 4 423   |
| Heredia             | 85 619  | 10 581  | 10 632  | 12 826  | 13 309  | 11 428  | 9 438   | 8 756   | 8 649   |
| Barva               | 27 490  | 3 571   | 3 769   | 4 266   | 4 169   | 3 522   | 2 844   | 2 645   | 2 704   |

|               |                  |                |                |                |                |                |                |                |                |
|---------------|------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Santo Domingo | 28 438           | 3 391          | 3 769          | 4 187          | 4 291          | 3 729          | 3 093          | 2 914          | 3 064          |
| Santa Bárbara | 25 020           | 3 380          | 3 589          | 3 842          | 3 685          | 3 066          | 2 614          | 2 465          | 2 379          |
| San Rafael    | 32 435           | 4 285          | 4 495          | 4 830          | 4 864          | 4 198          | 3 423          | 3 159          | 3 181          |
| San Isidro    | 13 694           | 1 712          | 1 862          | 2 103          | 2 040          | 1 622          | 1 482          | 1 422          | 1 451          |
| Belén         | 15 895           | 2 023          | 2 264          | 2 413          | 2 304          | 2 081          | 1 626          | 1 583          | 1 601          |
| Flores        | 14 351           | 1 821          | 1 829          | 2 074          | 2 118          | 1 890          | 1 670          | 1 479          | 1 470          |
| San Pablo     | 18 848           | 2 167          | 2 431          | 2 894          | 2 946          | 2 528          | 2 141          | 1 908          | 1 833          |
| <b>Total</b>  | <b>1 099 946</b> | <b>144 125</b> | <b>157 491</b> | <b>165 682</b> | <b>163 667</b> | <b>139 606</b> | <b>115 085</b> | <b>107 146</b> | <b>107 144</b> |

### 3.4.2. Tipo de muestra

El muestreo está normalmente orientado por uno o varios propósitos. Las primeras acciones para elegir la muestra ocurren desde el planteamiento mismo y cuando seleccionas el contexto, en el cual esperas encontrar los casos o unidades de muestreo que te interesan. En las investigaciones cualitativas te cuestionas qué casos requieres inicialmente y dónde puedes encontrarlos. Las unidades de muestreo pueden ser obviamente personas, pero también. (Hernández Sampieri R. , 2018, pág. 426).

Son datos pertenecientes a una población de datos. Estadísticamente hablando, debe estar constituido por un cierto número de observaciones que representen adecuadamente el total de los datos.

En este caso se desarrolla un marco poblacional de las

#### 3.4.2.1. Muestra no probabilística

En las muestras no probabilísticas, la elección de las unidades no depende de la probabilidad, sino de razones relacionadas con las características y contexto de la investigación. Aquí el procedimiento no es mecánico o electrónico, ni con base en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de un investigador o de un grupo de

investigadores y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios. Elegir entre una muestra probabilística o una no probabilística depende del planteamiento del problema, el esquema de investigación, la homogeneidad de las unidades estudiadas y la contribución que se piensa hacer con él. (Hernández Sampieri R. , 2018, pág. 200)

Se utiliza en la muestra estadística, no permite que todos los individuos de una población a investigar, posean las mismas oportunidades de selección. predominan aquellos individuos que, al cumplir con cierta cualidad o característica, benefician la investigación.

#### **3.4.2.2.Muestra por convivencia**

El investigador selecciona a los miembros de la población de quienes será más fácil obtener información. (Kotler P. , 2017, pág. 116)

El método del muestreo por conveniencia permite seleccionar una muestra con muchísima facilidad. Suele utilizarse en estudios iniciales para comprobar si se cumplen las hipótesis que se plantea el investigador. Una vez realizado el estudio, si se comprueba que los resultados son favorables a sus predicciones, ya se puede plantear la posibilidad de hacer el estudio para generalizar el resultado.

#### **3.4.2.3.Muestra de juicio**

El muestreo por juicio se utiliza su juicio para seleccionar a los miembros de la población que sean buenos prospectos para obtener información precisa. (Kotler P. , 2017, pág. 116).

Las muestras se seleccionan basándose únicamente en el conocimiento y la credibilidad del investigador, los investigadores eligen solo a aquellos que estos creen que son los adecuados para participar en un estudio de investigación.

#### **3.4.2.4.Muestras por cuotas**

El investigador localiza y entrevista a un número predeterminado de sujetos en cada una de diversas categorías. (Kotler P. , 2017, pág. 116).

El muestreo por cuotas el investigador solo necesitará una muestra, no a toda la población.

Además, el investigador está interesado en estratos particulares dentro de la población. Es aquí donde el muestreo por cuotas ayuda a dividir la población en estratos o grupos.

#### **3.4.2.5.Muestra probabilística**

En las muestras probabilísticas todas las unidades, casos o elementos de la población tienen al inicio la misma posibilidad de ser escogidos para conformar la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño adecuado de la muestra, y por medio de una selección aleatoria de las unidades de muestreo. (Hernández Sampieri R. , 2018, pág. 200).

El proceso del método de muestreo probabilísticos se puede desarrollar cuando son aquellos que se basan en el principio de probabilidad entre ellos. todas las posibles muestras de tamaño tienen la misma probabilidad de ser seleccionadas. Sólo estos métodos de muestreo probabilísticos aseguran la representatividad de la muestra extraída y son, por tanto, los más recomendables.

#### **3.4.2.6.Aleatoria Simple**

Cada uno de los miembros de la población tiene la misma probabilidad conocida de ser seleccionado. (Kotler P. , 2017, pág. 116)

Es un procedimiento de muestreo probabilístico que da a cada elemento de la población objetivo y a cada posible muestra de un tamaño determinado, la misma probabilidad de ser seleccionado

### **3.4.2.7. Aleatoria Estratificada**

Se divide a la población en grupos mutuamente excluyentes (como grupos de edad) y se obtienen muestras aleatorias de cada grupo. (Kotler P. , 2017, pág. 116)

Este tipo de muestreo que se utiliza cuando en la población se pueden distinguir subgrupos o subpoblaciones claramente identificables. Mediante este método de muestreo, la selección de los elementos que van a formar parte de la muestra se realiza por separado dentro de cada estrato.

Trata de obviar las dificultades que presentan los anteriores ya que simplifican los procesos y suelen reducir el error muestral para un tamaño dado de la muestra. Consiste en considerar categorías típicas diferentes entre sí, que poseen gran homogeneidad respecto a alguna característica (se puede estratificar, por ejemplo, según la profesión, el municipio de residencia, el sexo, el estado civil)

### **3.4.2.8. Muestras por grupos**

Se divide a la población en grupos mutuamente excluyentes (por ejemplo, por manzanas de un vecindario) y el investigador determina una muestra de los grupos que entrevistará. (Kotler P. , 2017, pág. 116)

Dividir la población en conglomerados no excesivamente grandes. Estas divisiones se realizan habitualmente atendiendo a divisiones geográficas, administrativas, u otro tipo que resulten evidentes, se realiza las mediciones de las variables bajo estudio en todos los individuos de los seleccionados.

Para esta investigación se utilizará el muestreo probabilístico, aleatorio simple al azar, se utilizará la población de los cantones según la tabla del INEC, con personas que emprendieron ante la pandemia, por lo que se debe de seleccionar por medio de criterios de filtración a

aquellas personas que tenga características que las unan o las agrupen dentro de los sujetos en estudio que esta investigación define como emprendedor y que estén en el lapso donde la pandemia golpeo más a las personas y que por ende tuvieron que reinventarse en una nueva actividad que genere ingreso. Así se puede dar puntos fuertes que tienen a producir muestras representativas y permite su uso para el análisis de datos recogido, culminando con la determinación del grado de emprendimientos que nacieron a causa del COVID-19 en la población en estudio. Para eso se determina que el estudio tomara por Juicio un gremio de la población la cual debe de ascender a una cuota deseada de 120 personas que respondan la encuesta entre los meses de marzo abril y mayo de 2021, tomando como dato que es el tiempo donde se cumple un año de estar en esta crisis mundial.

Donde:

- n: el tamaño de la población
- Z: nivel de confianza
- p: probabilidad a favor
- q: probabilidad en contra
- d: error muestral

Para aplicar la muestra, se obtiene un tamaño de población de 1,099,946 personas que componen la población a estudiar, un 92% del nivel de confianza, donde a mayor nivel de confianza requiere mayor muestra; obteniendo un 50% de probabilidad a favor, y un 50% en contra, un 8% de margen de error, lo que da 120 muestras de personas a encuestar.

EL dato se calcula de la siguiente manera:

$$\frac{n \cdot z_{\alpha/2} \cdot \sqrt{p \cdot q}}{e} = n$$

$$\frac{1099946 \cdot 3.0600 \cdot \sqrt{0.5 \cdot 0.5}}{0.0064} = n$$

$$\frac{841458.69}{7039.648 + 0.765} = n$$

$$\frac{841458.69}{7040.413} = n$$

$$\boxed{119.5} = n$$

### 3.4.3. Criterios de inclusión y exclusión

| Criterios de inclusión  | Criterios de exclusión   |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Personas entre los 20 años y los 59 años</li> <li>Personas que realizaron actividades económicas en lo propio en los meses de marzo a agosto 2020</li> <li>Personas que fueron despedidas</li> <li>Personas que se vieron afectadas por la reducción de jornada laboral</li> <li>Personas que no tenían ingresos durante la pandemia que iniciaron un negocio</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Personas menores de 20 años y mayores de 59 años.</li> <li>Personas que no realizaron ninguna actividad económica propia en épocas de pandemia,</li> <li>Personas que continuaron asalariadas</li> <li>Personas que no se vieron afectadas por la reducción de jornada laboral</li> <li>Personas que no iniciaron negocios en pandemia</li> </ul> |

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

La investigación procurar tener como objetivo estudiar como las personas tienen que emprender por el desempleo causado por el COVID-19, es importante tener claro la estructura de los proyectos donde se dará la recolección de todos los datos, se tendrá información donde se pueda interpretar, analizar para poder tomar una decisión de los datos recolectados de una manera segura, privada y confidencial.

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

Para la presente investigación se utilizará el cuestionario como instrumento de recolección de los datos.

Cuestionario: es un método de recopilación de información que se aplica a un grupo de personas, mejor conocido como muestra. La intención de los diferentes tipos de cuestionarios es obtener información que pueda ser útil para una organización, empresa o institución. Esta información y opinión recopilada de la muestra es a menudo una generalización de lo que piensa una gran población o un grupo más grande de personas.

**Cuestionarios en línea:** Hoy en día la tecnología es algo esencial en nuestra vida y es por eso por lo que los cuestionarios en línea cada vez se vuelven más populares. Este tipo de cuestionarios está integrado por una serie de preguntas que se pueden implementar fácilmente en línea a los encuestados a través de correo electrónico, redes sociales, etc.

**Cuestionarios escritos (en papel):** Como su nombre indica, en este cuestionario se utiliza el método tradicional de papel y el lápiz. Muchos creen de hecho que este tipo de cuestionarios

son cosas del pasado. Sin embargo, son muy utilizados aun cuando se trata de investigación de campo y recolección de datos. Pero claro, a pesar de su gran uso cabe mencionar que los cuestionarios en papel tienen un lado negativo, ya que este método de investigación es un método más costoso. Además, igual requiere implementación de una gran cantidad de recursos humanos, tiempo y dinero.

**Cuestionarios telefónicos:** Esta clase de cuestionario se realiza evidentemente por teléfono. En estos tipos de cuestionarios el tiempo para contestar es mayor, y su éxito depende de cuantas personas contestan el teléfono y cuantas sí invierten su tiempo en responder las preguntas.

**Cuestionarios cara a cara:** Esta entrevista le ayuda a los investigadores a recopilar información o datos directamente de un encuestado. Es un método de investigación cualitativo y depende del conocimiento y la experiencia del investigador. Este debe trabajar en hacer preguntas relevantes para poder recopilar información valiosa. La implementación de este tipo de cuestionarios puede durar desde 30 minutos, hasta algunas horas.

<https://www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-cuestionarios/>, 23 de febrero del 20121

### 3.6. VARIABLES O CATEGORÍAS

| Objetivo específico   | Variable       | Definición conceptual   | Definición operacional  | Dimensión  | Indicadores  | Instrumento  |
|---|----------------|---|---|--|--|--|
| A) Determinar las exigencias y los principios que debe tener un emprendedor para de iniciar su proyecto, durante el primer cuatrimestre del 2021. | emprendimiento | Es un verbo que hace referencia a llevar adelante una obra o un negocio. <a href="http://masmenthe.com/que-es-el-emprendimiento">http://masmenthe.com/que-es-el-emprendimiento</a> , 11 de enero de 2021. | El emprendimiento hoy en día ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su estabilidad económica. por altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores. | <p>Los 3 aspectos muy importantes: dinero para la inversión inicial. los gastos de operación y aspectos legales de creación.</p> <p>El primero corresponde a maquinaria, equipos, licencias, productos, montajes para poder empezar a funcionar.</p> <p>El segundo está relacionado con el personal, arriendos y demás gastos diarios o mensuales que tendrá la empresa en funcionamiento mientras esta empieza a generar sus propios recursos.</p> <p>El tercero los requerimientos legales para poder emprender o formalizar un emprendimiento en Costa Rica</p> | <p>Capital inicial.<br/>Cumplimiento de leyes tributarias<br/>Inscripción<br/>Investigación de mercado<br/>Leyes de ministerio salud<br/>Leyes municipales<br/>Monto de inversión<br/>Recursos financieros<br/>Tiempo de inversión</p> | Investigación en fuentes secundarias cuestionario a los emprendedores en estudio |

| Objetivo específico  | Variable   | Definición conceptual  | Definición operacional  | Dimensión  | Indicadores  | Instrumento                                 |
|--|--|--|---|--|--|---|
| B) Describir los campos más innovadores (Productos bienes o servicios o experiencias) de los negocios para dar origen y oportunidades en la creación de un negocio, durante el primer cuatrimestre del 2021. | Oportunidades de emprendimiento<br><br>Innovación<br><br>Productos bienes o servicios o experiencias | Si un emprendedor podía superar los obstáculos para crear un producto, habría una saludable red de tiendas y organizaciones de vendedores listos para dar la bienvenida a la innovación, viniera de donde viniera. (Pieri, 2020, pág. 4)<br><br>La innovación y el sentido de la moda de sus ofertas, lo que les ha permitido tener éxito. Sin embargo, algunos critican las modas pasajeras por su obsolescencia planeada y el desperdicio resultante. (Kotler P. , 2016, pág. 533) | Creación o modificación de un producto, y su introducción en el mercado, Emprender está al alcance de todos, solo hay que saber por dónde empezar y diseñar una estrategia. | Ideas de negocios que permitan la innovación en el mercado actual de bienes productos o servicios. | Capacidad de innovación ideas de negocios ideas de promoción | Cuestionario a los emprendedores en estudio |

| Objetivo específico   | Variable                     | Definición conceptual   | Definición operacional   | Dimensión                            | Indicadores   | Instrumento                                 |
|---|------------------------------|---|--|--------------------------------------|---|---|
| C) Reconocer los elementos que impiden a los emprendedores desarrollar sus proyectos para evitar que los mismos no se ponga en marcha, durante el primer cuatrimestre del 2021. | Elementos del emprendimiento | La planeación incluye actividades como el desarrollo de una misión organizacional viable. (Robbins, 2018, pág. 13).<br>Control Función que consiste en determinar si la organización avanza o no hacia sus metas y objetivos y en tomar medidas correctivas en caso negativo. (Hernández y Rodríguez, 2020, pág. 315) | No todo lo que se dice va a ser lo que se espera o se quiere oír. Es importante estar dispuestos a entender de dónde proviene el punto de vista de la otra persona y partiendo de eso valorar si es algo que se puede aplicar o hacernos cambiar de opinión. | Planeación estratégica de un negocio | Misión<br>Visión<br>Objetivos<br>Estrategia<br>Alcances<br>Limitaciones | Cuestionario a los emprendedores en estudio |

| Objetivo específico  | Variable        | Definición conceptual  | Definición operacional   | Dimensión   | Indicadores   | Instrumento  |
|--|-----------------|--|--|---|---|--|
| D) Estudiar el paso a paso de un estudio técnico legal para la creación de una microempresa para proveer el conocimiento a los que deseen emprender como requerimientos legales básicos para emprender, durante el primer cuatrimestre del 2021. | Estudio técnico | Investigación que consta de determinación de tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal. (Urbina, 2016, pág. 6) | Se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar. El proyecto de inversión debe mostrar en su estudio técnico todas las maneras que se puedan elaborar un producto o servicio, que para esto se necesita precisar su proceso de elaboración | Permisos sanitarios también como legales. Capacidad de producir Procesos operativos. Distribución, materiales, almacenamiento. Equipamiento e inmobiliario a utilizar abarcando La estructura organizacional de empresa | Requisitos y condiciones legales para iniciar el proyecto. Evaluación de las entidades financieras para obtener presupuesto para la inversión inicial de la empresa | Investigación de campo de manera electrónica en las diferentes entidades gubernamentales que refieren las leyes de este país (Municipalidad, Ministerio de Salud, MEIC, INS, Ministerio de Hacienda, CCSS) Estudio técnico |

| Objetivo específico   | Variable               | Definición conceptual   | Definición operacional   | Dimensión                                    | Indicadores  | Instrumento                                 |
|---|------------------------|---|--|--|--|---|
| E) Determinar las herramientas digitales que utiliza un emprendedor, para la creación, el fortalecimiento, y comunicación de su negocio, durante el primer cuatrimestre del 2021. | Herramientas digitales | Estas herramientas tienen como finalidad poner en uso los beneficios de esta transformación y aprovechar las nuevas posibilidades que nos plantean. <a href="https://aonialearning.com/herramientas/herramientas-digitales-en-el-aula/">https://aonialearning.com/herramientas/herramientas-digitales-en-el-aula/</a> | La tecnología sin duda es una palabra clave para promocionar el producto en el momento de emprender  | Accesibilidad digital<br>Integración digital | Competencias digitales<br>Agilidad de cambio<br>M-commerce<br>E-commerce | Cuestionario a los emprendedores en estudio |
| F) Establecer cuáles son las mejores opciones para la venta de productos emprendedores, digitales o físicos, durante el primer cuatrimestre del 2021.                             | Producto               | Un producto se define normalmente como un artículo o sustancia que es manufacturado o refinado para la venta. (Heitman, 2020, pág. 147)   | Es todo lo que se produce o lo que resulta del proceso de la producción. Desde el punto de vista económico un producto es todo aquello que se intercambia en el mercado. | Funcional, social, emocional,<br>Económico   | Satisfacción<br>Seguridad<br>Eficiencia<br>Calidad                       | Cuestionario a los emprendedores en estudio |

| Objetivo específico   | Variable | Definición conceptual   | Definición operacional  | 3.1. Dimensión                              | Indicadores  | Instrumento                                 |
|---|----------|---|---|---|--|---|
| G) Exponer cuales son las herramientas que utilizan los emprendedores para la determinación de los precios de sus productos, durante el primer cuatrimestre del 2021. | Precio   | Tanto el sentido común como la observación científica cuidadosa muestran que la cantidad de mercancías que los individuos adquieren depende de su precio. (Samuelson, 2019, pág. 75). | Todos los productos y servicios que se ofrecen en el mercado tienen un precio, que es el dinero que el comprador o cliente debe abonar para concretar la operación. | Métodos que utilizan para poner los precios | Precio psicológico<br><br>Precios por costos<br><br>Por margen de ganancias<br><br>Con relación a la competencia | Cuestionario a los emprendedores en estudio |

### **3.2. ANÁLISIS DE DATOS**

El análisis de resultados es uno de los apartados más importantes del reporte de investigación.

La APA en su última edición recomienda que el investigador exponga la idea principal que resume a los hallazgos y sobre esa base se presenten paulatina y detalladamente cada uno de ellos. En este apartado el investigador puede hacer uso de tablas, gráficas, cuadros, imágenes, dibujos, diagramas, mapas y figuras, que faciliten la exposición de los hallazgos. (Pimienta Prieto J. C., 2018, pág. 125)

El análisis de datos consiste en la realización de las operaciones a las que el investigador someterá los datos con la finalidad de alcanzar los objetivos del estudio. Todas estas operaciones no pueden definirse de antemano de manera rígida, la recolección de datos y ciertos análisis preliminares pueden revelar problemas. Sin embargo, es importante planificar los principales aspectos del plan de análisis en función de la verificación de cada una de las hipótesis formuladas ya que estas definiciones condicionarán a su vez la fase de recolección de datos.

## **CAPÍTULO IV: RESULTADOS**

## **4.1. ESTUDIO TÉCNICO LEGAL PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA**

### **4.1.1. Declaración de inscripción tributaria**

#### **1. Inscripción en el Registro Único Tributario**

Las personas físicas, jurídicas y entidades que tienen la obligación de inscribirse ante la Administración Tributaria son las siguientes:

##### **a. Persona física, jurídica y entidades con actividad económica**

Las personas físicas y jurídicas, así como las entidades que carezcan de personalidad jurídica, están obligadas a inscribirse en el Registro Único Tributario, al iniciar cualquier actividad o negocio de carácter lucrativo (venta de mercancías o prestación de servicios) que esté sujeto a tributos administrados por la Dirección General de Tributación, o cuando por ley, reglamento o resolución general así se establezca.

A partir de la inscripción en el Registro Único Tributario, se debe cumplir con las obligaciones tributarias correspondientes, como son la presentación de declaraciones de autoliquidación y los demás deberes formales y materiales que le sean aplicables, aun en caso de que no tenga impuesto por pagar (en lo que respecta al IVA).

Según lo establece el artículo 22 del Reglamento de Procedimiento Tributario, la inscripción se deberá realizar dentro de los diez días hábiles siguientes a la fecha en que inicie actividades u operaciones. Sólo procederá a partir del momento en que se tramite o una fecha anterior, pero nunca a partir de una fecha futura.

##### **b. Personas jurídicas inactivas**

Las personas jurídicas inactivas domiciliadas en el país que no desarrollen actividad lucrativa tienen la obligación de inscribirse en el Registro Único Tributario dentro de los 10 días hábiles

siguientes a que queden legalmente constituidas, para lo cual deberán indicar el código de actividad económica “960113”. Para estos fines, deberán utilizar la plataforma digital denominada Administración Tributaria Virtual (ATV)

Las personas jurídicas que no hayan realizado actividades lucrativas o sustantivas en el período fiscal deberán presentar la declaración jurada del Impuesto Sobre la Renta, mediante el formulario D-101. Para tal efecto deberán incluir la información de activos, pasivos y capital social, en cuyo caso el monto a pagar por concepto del Timbre Educación y Cultura se calculará con base en el monto del capital social declarado. Dicha declaración estará disponible en la plataforma digital Administración Tributaria Virtual (ATV)

Esta declaración debe ser presentada del 1 de enero al 15 de marzo de cada año.

#### **4. Sanción por la omisión de la declaración de inscripción, modificación o de inscripción**

Los obligados tributarios que omitan presentar ante la Administración Tributaria la declaración de inscripción, de inscripción o modificación de información relevante sobre el representante legal o su domicilio fiscal, en los plazos establecidos, tipificarán la infracción administrativa establecida en el artículo 78 del Código de Normas y Procedimientos Tributarios, por lo que podrán ser sancionados con pagar una multa equivalente al cincuenta por ciento (50%) de un salario base por cada mes o fracción de mes, sin que la sanción total supere el monto equivalente a tres salarios base.

#### **5. Medios y lugares para realizar la inscripción, modificación de datos y de inscripción**

##### **1. Portal de la Administración tributaria virtual (ATV)**

De conformidad con la resolución DGT-R-043-2018, se establece el uso obligatorio del portal

Administración Tributaria Virtual (ATV). como único medio para que los contribuyentes presenten los siguientes formularios D-140:

- Declaración de Inscripción en el Registro Único Tributario.
- Declaración de Modificación de Datos en el Registro Único Tributario.
- Declaración de Des inscripción en el Registro Único Tributario.

## **2. Medios alternativos disponibles**

Los contribuyentes y responsables que carezcan de medios tecnológicos para la confección y presentación de las declaraciones indicadas pueden hacerlo en los siguientes lugares:

Canales de autoservicio Centros Comunitarios Inteligentes (CECIS y Municipalidades) y Quioscos tributarios que se encuentran ubicados en las administraciones tributarias territoriales de todo el país y/o asistencia a través de los Núcleos de Asistencia Fiscal

## **3. Plataformas de servicio de las administraciones tributarias**

En las plataformas de servicio al contribuyente de las administraciones tributarias, se realizarán los trámites del Registro Único Tributario, en las siguientes situaciones:

En caso de personas con discapacidad, que se les dificulte realizar su gestión en el quiosco tributario y que requiera colaboración para cumplir con sus obligaciones tributarias.

Personas que modifiquen el periodo fiscal y se trasladen a un cierre fiscal especial del Impuesto sobre la Renta o lo restituyan al periodo ordinario, cuyas fechas les impida realizar la modificación por sus propios medios, según lo establecido en la resolución N° DGT-R-27-2015 del 21 de agosto del 2015 y sus reformas.

Las situaciones especiales establecidos en el inciso b) del artículo 8 y en el anexo 2, incisos b), d), e), f), g) h), j), k), l), m), n), o), q) r), s) t), u) v), w), x), de la resolución N° DGT-R-060-

2017, las cuales se requiere cumplir con requisitos específicos que deben ser verificados por un funcionario tributario.

Los documentos presentados en otros medios y formatos, con la intención de realizar el trámite de inscripción, modificación o de inscripción de datos en el Registro Único Tributario, se tendrá por no presentados con los efectos legales que ello conlleva, sin necesidad de notificación alguna al interesado.

## 7. **Fundamento legal**

Artículo 78 del Código de Normas y Procedimientos Tributarios.

Artículos 22 al 27 y 34 al 39 del Reglamento de Procedimiento Tributario.

Resolución DGT-R-060-2017. Inscripción, modificación y de inscripción en el Registro Único Tributario.

Resolución DGT-R-043-2018. Uso obligatorio del portal de administración Tributaria virtual (ATV) para los trámites del Registro único tributario y modificación de la resolución DGT-R-060-2017.

Resolución DGT-R-075-2019. Deber de inscripción de las personas jurídicas inactivas domiciliadas en el país en el Registro Único Tributario la Dirección General de Tributación.

Resolución DGT-R-038-2020 Modificaciones y adiciones a la resolución No DGT-R-075-2019 sobre el deber de inscripción, de inscripción y declaración de sociedades inactivas y adición a la resolución No. DGT-R-012-2018 sobre comprobantes electrónicos.

2021 tomado de:

<https://www.hacienda.go.cr/contenido/13358-declaracion-de-inscripcion-modificacion-de-datos-desinscripcion-en-atv>

#### **4.1.2. Patente o licencia Municipal**

##### **PATENTE MUNICIPAL EN COSTA RICA:**

Cualquier actividad lucrativa requiere una licencia (o patente) de la municipalidad del cantón en el cual es desarrollada la actividad. Ella implica el pago de un impuesto durante el tiempo de operación (Código Municipal, Ley N° 7794, Artículo 79).

En virtud de la autonomía municipal, el trámite y requisitos para la obtención de una patente pueden variar entre una y otra municipalidad, conforme a su legislación y disposiciones administrativas. En el Anexo de esta sección, se incluye un listado de las leyes de patentes de las 81 municipalidades existentes.

Con independencia de la heterogeneidad de estos trámites para la obtención de patentes, es común que las municipalidades soliciten los siguientes requisitos.

##### **REQUISITOS COMUNES:**

- Copia del permiso de funcionamiento, en los casos que proceda, según el Reglamento General para el Otorgamiento de Permisos Sanitarios de Funcionamiento del Ministerio de Salud, Decreto Ejecutivo N° 34728-S. y sus reformas.
- Si la actividad es industrial, debe presentar el permiso extendido por las oficinas centrales.
- Si la actividad es comercial, debe presentar el permiso extendido por la oficina local.
- Clasificación del tipo de industria por el Ministerio de Salud.
- El solicitante y dueño de la propiedad deben estar al día con el pago de sus impuestos municipales, por tanto, usualmente se les solicita aportar las constancias respectivas.

- Si es física, copia de cédula por ambos lados, extranjeros, copia completa de la cédula de residencia y si es persona jurídica debe presentar la personería jurídica de la sociedad, cédula jurídica y copia de cédula de identidad de apoderado generalísimo.
- Uso de suelo o certificado de uso de suelo, que según el Artículo 28 de la Ley de Planificación Urbana y el Código Municipal, lo otorga la misma municipalidad. Tomado de: [https://www.companiescr.com/Inicio\\_de\\_operaciones\\_comerciales\\_en\\_Costa\\_Rica.html](https://www.companiescr.com/Inicio_de_operaciones_comerciales_en_Costa_Rica.html).

#### **4.1.3. Inscripción en el Seguro Social**

Conforme con la legislación costarricense, el patrono debe contribuir al régimen de seguridad social de sus trabajadores. Para esos efectos, previamente al pago de las cuotas de seguridad social, debe inscribirse como patrono en las oficinas centrales o regionales de la CCSS.

La inscripción patronal y el aseguramiento de los trabajadores debe hacerse dentro de los ocho días siguientes a la fecha de ingreso de los empleados.

Las cargas sociales para cubrir son:

| Caja Costarricense de Seguro Social   |              |              |               |
|---------------------------------------|--------------|--------------|---------------|
| Concepto                              | Patrono      | Trabajador   | Monto         |
| SEM                                   | 9,25%        | 5,50%        | €0            |
| IVM                                   | 5,25%        | 4,00%        | €0            |
| <b>TOTAL CCSS</b>                     | <b>14,5%</b> | <b>9,5%</b>  | <b>€0</b>     |
| Recaudación Otras Instituciones       |              |              |               |
| Institución                           | Patrono      | Trabajador   | Monto         |
| Cuota Patronal Banco Popular          | 0,25%        | -            | €0            |
| Asignaciones Familiares               | 5,00%        | -            | €0            |
| IMAS                                  | 0,50%        | -            | €0            |
| INA                                   | 1,50%        | -            | €0            |
| <b>TOTAL OTRAS INSTITUCIONES</b>      | <b>7,25%</b> | <b>-</b>     | <b>€0</b>     |
| Ley de Protección al Trabajador (LPT) |              |              |               |
| Concepto                              | Patrono      | Trabajador   | Monto         |
| Aporte Patrono Banco Popular          | 0,25%        | -            | €0            |
| Fondo de Capitalización Laboral       | 1,50%        | -            | €0            |
| Fondo de Pensiones Complementarias    | 2,00%        | -            | €0            |
| Aporte Trabajador Banco Popular       | -            | 1,00%        | €0            |
| INS                                   | 1,00%        | -            | €0            |
| <b>TOTAL LPT</b>                      | <b>4,75%</b> | <b>1,00%</b> | <b>€0</b>     |
| Total                                 |              |              |               |
|                                       | Patrono      | Trabajador   | Total         |
| <b>PORCENTAJES TOTALES</b>            | <b>26,5%</b> | <b>10,5%</b> | <b>37,00%</b> |
| <b>MONTOS TOTALES</b>                 | <b>€0</b>    | <b>€0</b>    | <b>€0</b>     |

Tomado de: <https://www.ccss.sa.cr/calculadora> el 05 de abril de 2021.

#### 4.1.4. Permisos sanitarios

De acuerdo con la Ley General de Salud y el Reglamento General para Autorizaciones y Permisos Sanitarios de Funcionamiento otorgados por el Ministerio de Salud, todos los establecimientos industriales, comerciales y de servicio deben contar la autorización o permiso sanitario de Funcionamiento para operar en el territorio nacional, según sea la actividad.

Precisamente, en el citado reglamento se establece los requisitos y lineamientos que deben realizar y cumplir toda persona que procure formalizar una actividad en Costa Rica, para poder obtener la autorización o el permiso sanitario de funcionamiento de esta Institución.

Para facilidad de los interesados, a continuación, se anexa las siguientes herramientas digitales como apoyo para esta clase de trámites, así como, la regulación de respaldo.

#### **PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO DE COMERCIO E INDUSTRIA**

- Decreto No. 39472-S Reglamento General para Autorizaciones y Permisos Sanitarios de Funcionamiento otorgados por el Ministerio de Salud.
- Clasificación de establecimientos y actividades comerciales, industriales y de servicios reguladas por el ministerio de salud según nivel de riesgo sanitario y ambiental.
- Formulario con su instructivo para la solicitud de permisos sanitario de funcionamiento.
- Declaración jurada para el Trámites de Solicitud de Permisos Sanitarios de Funcionamiento por primera vez o renovaciones.
- Cuenta cliente para depósitos de dinero para permisos de funcionamiento.
- Inspección general actividades comerciales e industriales.
- Requisitos previos, renovación y por primera vez.

Tomado de: <https://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/tramites-ms/permisos-a-establecimientos-ms>.

#### **4.1.5. Suscripción de Pólizas**

Toda labor, por más sencilla que sea, puede producir a los trabajadores un riesgo de trabajo.

Por esta razón en Costa Rica todos los trabajadores tienen el derecho a que sus patronos los protejan con un Seguro de Riesgos de Trabajo del INS. El Título IV del Código de Trabajo en

su artículo 193, establece como una obligación de los patronos la suscripción de este seguro para proteger a sus trabajadores, tanto aquellos que trabajan directamente para él, como aquellos que trabajan para sus intermediarios.

“Artículo 193.- Todo patrono, sea persona de Derecho Público o de Derecho Privado, está obligado a asegurar a sus trabajadores contra riesgos del trabajo, por medio del Instituto Nacional de Seguros, según los artículos 4° y 18 del Código de Trabajo.

La responsabilidad del patrono, en cuanto a asegurar contra riesgos del trabajo, subsiste aun en el caso de que el trabajador esté bajo la dirección de intermediarios, de quienes el patrono se valga para la ejecución o realización de los trabajos.”

La póliza de Riesgos del Trabajo protege a los trabajadores que sufren un riesgo de trabajo brindándoles la asistencia médico-quirúrgica, hospitalaria, farmacéutica y de rehabilitación que necesitan para reincorporarse a la sociedad, además le brinda un subsidio económico durante el periodo de incapacidad temporal y una indemnización en caso de incapacidad permanente o muerte por un riesgo de trabajo. Tomado de: <https://www.ins-cr.com/seguro-de-riesgos-del-trabajo/>

**REQUISITOS GENERALES:**

\*La suscripción de cualquier seguro solo puede ser realizado de forma personal. En el caso de Personas Jurídicas, solo puede ser realizado por el representante legal que conste en la Personería Jurídica.

\*En caso no poder presentarse personalmente, puede enviar a una persona autorizada con un poder autenticado por un notario, indicando claramente el trámite que va a realizar.

\* Para todo trámite es requisito indispensable presentar el documento de identificación en original, vigente y buen estado.

\*Presentar debidamente cumplimentado el formulario "Solicitud de Seguro". Por las características del tipo de póliza existe un formulario para cada producto.

**4.1.6. Registro de la marca**

El organismo encargado del registro de marcas es el Registro de la Propiedad Industrial (RPI), que es una unidad administrativa adscrita al Registro Nacional (RN). Lo más importante es que sepas que actualmente el registro de una marca sólo puede realizarse de manera presencial, así que tendrás que ir personalmente al Registro de la Propiedad y entregar tu solicitud junto con el resto de documentos en la oficina de Registro de Marcas. El costo va a depender de las clases que elijas para definir tu marca. Cada clase se pagará aparte, teniendo un costo cada clase de \$50. Continúa leyendo para saber con exactitud cuánto te puede costar el registro. Registrar una marca requiere de unos pasos a realizar. Ten en cuenta que puedes hacer el trámite tú mismo, aunque también hay empresas o gestores que se dedican a hacer este tipo de registros y tal vez te interese delegar en ellos. Lo que sí es cierto es que estas empresas cobran una comisión por hacerte el trámite. A continuación, se muestran los pasos para que tú mismo puedas realizar el registro de tu marca

## Requisitos para registrar una marca

- Asegúrate de que tu marca es original y que no ha sido registrada por otra persona en Costa Rica.
- Ten preparado un logo si es que quieres registrarlo junto con la marca (no es obligatorio).
- Averigua qué número de clase de la clasificación de Niza le corresponde. Puedes asignar una clase o varias a tu producto o servicio para definirlo.
- Dispón del comprobante de pago de derechos equivalente a \$50 (por cada una de las clases que asignes a tu marca) en timbres del Registro Nacional.
- Aporta ¢20,00 en timbres de Archivo Nacional.
- Sólo en el caso de que solicites el registro de tu marca como persona jurídica (es decir, como empresa o sociedad) tendrás que presentar cédula vigente (o copia) de Personería Jurídica. Si lo solicitas como persona particular este documento no es necesario. Tomado de: <https://registrarunamarca.net/como-registrar-una-marca/costa-rica/>

### 4.1.7. Registro como PYME

El Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), a través de la Dirección General de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (DIGEPYME), hace un llamado de atención para que todas aquellas empresas que se encuentran en proceso de inscripción por primera vez ante el Registro PYME, o cuentan con su condición PYME y requieren renovarla, no realicen ningún tipo de pago por dicho trámite. Por ello, el trámite es gratuito y voluntario, por lo que sí es contactado para ofrecerle el servicio, es importante que lo informe a través del correo [siec@meic.go.cr](mailto:siec@meic.go.cr).

Los requisitos del registro son:

Como persona física o jurídica, deben aportar dos de los tres requisitos que establece la Ley No. 8262 “Ley de Fortalecimiento a las PYMES” y su reglamento, a saber:

El pago de cargas sociales, estar inscrito al día como patrono (planilla) o como trabajador independiente ante la CCSS. •El cumplimiento de obligaciones tributarias; entendiéndose por estas la Declaración del Impuesto sobre la Renta del último periodo fiscal (Formulario D 101 del Régimen Tradicional o el Formulario D 105 del Régimen Simplificado) •El cumplimiento de obligaciones laborales; entendiéndose al equivalente del recibo de la póliza de riesgos el trabajo que emite el INS y que se encuentra vigente. Además, debe aportar el formulario:

“Solicitud de Inscripción al registro PYME”, que se puede obtener en las oficinas del MEIC, 400 metros al oeste de la Contraloría General de la República o a través de la dirección <http://www.meic.go.cr/web/220/tramites/registros/registro-de-empresas-pyme>. Las PYME que desean optar por la exoneración del impuesto de sociedades jurídicas, de conformidad con el artículo 8 de la Ley No. 9024 “Ley del Impuesto a las Personas Jurídicas” deben tomar en cuenta, que se tramitarán las solicitudes recibidas hasta el 12 de diciembre del 2014.

Tomado de: <https://www.meic.go.cr/meic/documentos/2bt1h3gfq/Registro%20Pyme.pdf>

#### **4.1.8. Apertura de cuentas bancarias**

La apertura de las cuentas bancarias es necesaria para poder gestionar de la mejor manera durante la actividad comercial. Esta apertura se puede realizar sin ningún problema en cualquier institución financiera, la cual tiene un costo acorde a su tipo de actividad comercial, la duración de la entrega de estas es de un plazo de quince días hábiles. Los requisitos que solicitan son los siguientes:

- Aportar una identificación personal.
- Dejar un depósito mínimo en la cuenta.

- Probar mi residencia.
- Probar mis ingresos y salario.
- Aportar formularios adicionales.

#### **4.1.9. Solicitud para obtención de datafonos**

El Banco Nacional le ofrece el servicio de aquerencia, esta es una solución integral y segura para recibir pagos con tarjetas de débito y crédito, de manera que las transacciones no involucrarán dinero en efectivo, pues las ventas se acreditarán a su cuenta con el Banco Nacional. Lo anterior permitirá agilizar la experiencia de compra de sus clientes y obtendrá un aumento en sus ventas, logrando expandir su negocio.

#### **Requisitos Personas físicas:**

- Original y Copia de la cédula de identidad del dueño del negocio.
- Estar inscrito como contribuyente ante el Ministerio de Hacienda (de ser necesario, el cliente debe solicitar a la Administración Tributaria respectiva, que notifique a Banco Nacional, sobre el factor de retención de impuesto de ventas).

#### **Requisitos Personas jurídicas:**

- Original y Copia de la cédula del apoderado o apoderados generalísimos de la sociedad.
- Original y Copia de la cédula jurídica, o en su lugar se podrá presentar una Certificación de la Personería Jurídica donde también se indique el número de cédula jurídica. La personería podrá ser emitida por el Registro Público o por un Notario Público.
- Certificación de la composición accionaria y tipo de acciones.

- Estar inscrito como contribuyente ante el Ministerio de Hacienda (de ser necesario, el cliente debe solicitar a la Administración Tributaria respectiva, que notifique a Banco Nacional, sobre el factor de retención de impuesto de ventas). Tomado de:

<https://bnmascerca.com/preguntas/datafono/>

## 4.2. GENERALIDADES

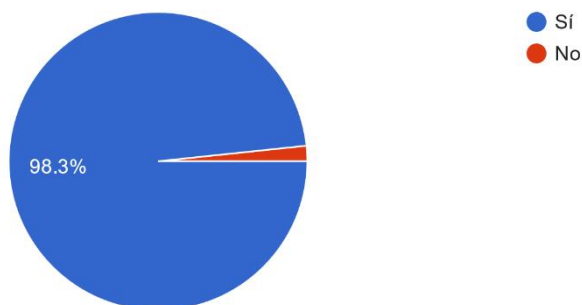
Para poder cumplir con el desarrollo y puesta en marcha de este proyecto se debe de realizar un estudio técnico el cual se detalla a continuación.

**Tabla N° 1 Emprendedor de algún negocio actualmente**

| Emprendedor  | Absoluto   | Relativo    |
|--------------|------------|-------------|
| No           | 2          | 1.66%       |
| Si           | 118        | 98.33%      |
| <b>Total</b> | <b>120</b> | <b>100%</b> |

*Fuente: Elaboración propia 2021*

Actualmente es usted emprendedor en algún negocio?  
120 respuestas



*Ilustración N° 1 Emprendedor de algún negocio actualmente Fuente: Elaboración propia 2021*

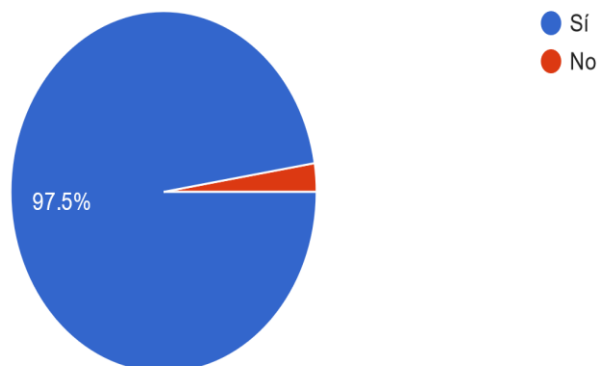
De las 120 encuestas realizadas se determina que el 98.33% que equivalen a personas si son emprendedores, 1.66% actualmente no son emprendedores

**Tabla N° 2 Residencia actual de los encuestados**

| <b>Residencia</b> | <b>Absoluto</b> | <b>Relativo</b> |
|-------------------|-----------------|-----------------|
| No                | 3               | 2.55%           |
| Si                | 115             | 97.45%          |
| <b>Total</b>      | <b>118</b>      | <b>100%</b>     |

*Fuente: Elaboración propia 2021*

Reside actualmente en alguno de los siguientes cantones San José• Escazú• Desamparados• Aserri• Mora• Goicoechea• Santa Ana• Alajuelita• Vá...• San Rafael• San Isidro• Belén• Flores• San Pablo  
118&nbsp;respuestas



*Ilustración N° 2 Residencia actual de los encuestados. Fuente: Elaboración propia 2021*

Del total de encuestados se determina que el 97.45% 115 personas vienen los cantones citados, mientras que el al 2.55% no redicen en de estos cantones

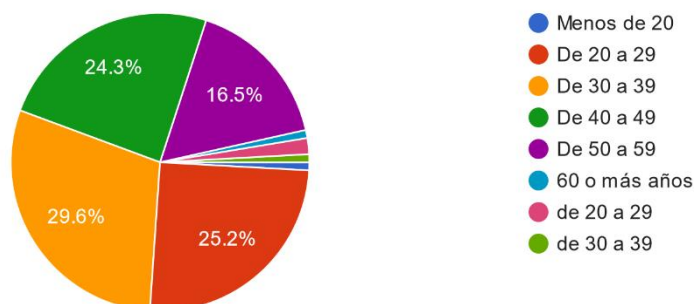
**Tabla N° 3 Rango de edad de los encuestados**

| <b>Edad</b>        | <b>Absoluto</b> | <b>Relativo</b> |
|--------------------|-----------------|-----------------|
| <b>60 o más</b>    | <b>1</b>        | <b>0.86%</b>    |
| <b>de 20 a 29</b>  | <b>31</b>       | <b>26.95%</b>   |
| <b>de 30 a 39</b>  | <b>35</b>       | <b>30.43%</b>   |
| <b>De 40 a 49</b>  | <b>28</b>       | <b>24.34%</b>   |
| <b>De 50 a 59</b>  | <b>19</b>       | <b>16.52%</b>   |
| <b>Menos de 20</b> | <b>1</b>        | <b>0.86%</b>    |
| <b>Total</b>       | <b>115</b>      | <b>100%</b>     |

*Fuente: Elaboración propia 2021*

Por favor indique su rango de edad

115 respuestas



*Ilustración N° 3 Rango de edad de los encuestado. Fuente: Elaboración propia 2021*

En la figura número 3 se muestra los rangos de edad, tomados en cuenta para la encuesta donde la población siendo el 24.34% en edad de 40 a 49 años, donde el 30.43 % se encuentran en un rango de edad de los de 30 a los 39 años, donde el 26,95 % se encuentran en un rango de edad de los de 20 a los 29 años y donde el 16.52 % se encuentran en un rango de edad de los de 50 a los 59 años, donde el 0.86 % se encuentran en un rango de edad de los de 60 o más años

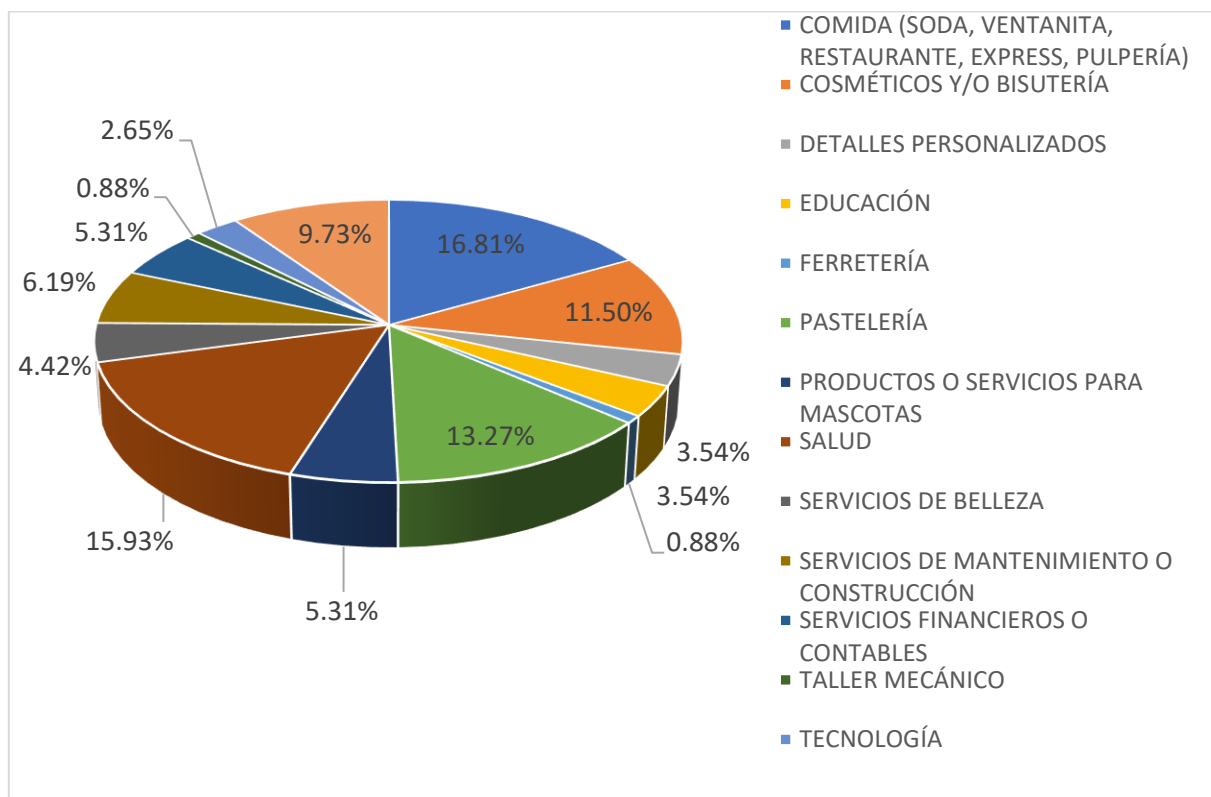
**Tabla N° 4 Categoría del emprendimiento**

| <b>Categorías</b>  | <b>Absoluto</b> | <b>Relativo</b> |
|--|-----------------|-----------------|
| COMIDA (SODA, VENTANITA, RESTAURANTE, EXPRESS, PULPERÍA) | 19              | 16.81%          |
| COSMÉTICOS Y/O BISUTERÍA                                 | 13              | 11.50%          |
| DETALLES PERSONALIZADOS                                  | 4               | 3.54%           |
| EDUCACIÓN  | 4               | 3.54%           |
| FERRETERÍA   | 1               | 0.88%           |
| PASTELERÍA   | 15              | 13.27%          |
| PRODUCTOS O SERVICIOS PARA MASCOTAS                      | 6               | 5.31%           |
| SALUD  | 18              | 15.93%          |
| SERVICIOS DE BELLEZA                                     | 5               | 4.42%           |
| SERVICIOS DE MANTENIMIENTO O CONSTRUCCIÓN                | 7               | 6.19%           |
| SERVICIOS FINANCIEROS O CONTABLES                        | 6               | 5.31%           |
| TALLER MECÁNICO  | 1               | 0.88%           |
| TECNOLOGÍA   | 3               | 2.65%           |
| TEXTIL (ROPA, ROPA INTERIOR, PAÑOS, ETC)                 | 11              | 9.73%           |
| <b>Total</b>   | <b>113</b>      | <b>100%</b>     |

*Fuente: Elaboración propia 2021*

### Cuál de las siguientes categorías pertenece el producto que ofrece su emprendimiento?

113 respuestas



*Ilustración N° 4 Categoría del emprendimiento. Fuente: Elaboración propia 2021*

Se puede encontrar que el 9.73 % son emprendimientos textiles, 13.27 % son emprendimientos de pastelería, el 16.81 % son emprendimientos de comida y el 15.93 % son emprendimientos sobre salud, el 3.54 % son emprendimientos educación, el 11.50 % son emprendimientos cosméticos o bisutería, el 4.42 % son emprendimientos servicios de belleza, 6.19 % son emprendimientos servicios de mantenimiento o construcción, el 5.3 % servicios financieros o contables, el 5.31 % son emprendimientos productos o servicios para mascotas,

el 5.31 % emprendimientos de equipos tecnológicos y varios, y el 0.88 % son emprendimientos de ferreterías

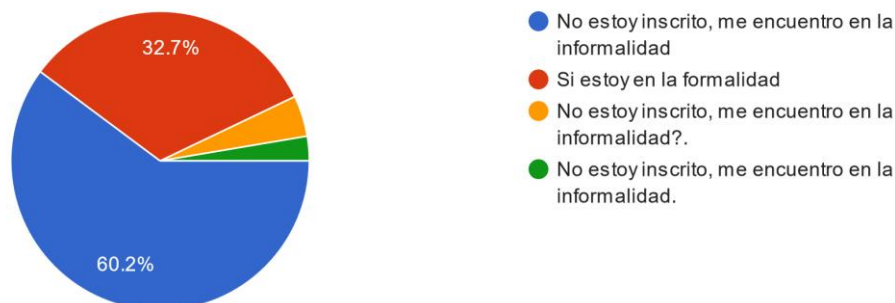
**Tabla N° 5 Categoría del emprendimiento**

| <b>Emprendimiento en la legalidad o en la informalidad</b> | <b>Absoluto</b> | <b>Relativo</b> |
|--|-----------------|-----------------|
| No estoy inscrito, me encuentro en la informalidad         | 68              | 60.17%          |
| No estoy inscrito, me encuentro en la informalidad.        | 3               | 2.65%           |
| ¿No estoy inscrito, me encuentro en la informalidad?       | 5               | 4.42%           |
| Si estoy en la formalidad                                  | 37              | 32.75%          |
| <b>Total,</b>  | <b>113</b>      | <b>100%</b>     |

*Fuente: Elaboración propia 2021*

Se encuentra su emprendimiento en la legalidad o en la informalidad

113&nbsp;respuestas



*Ilustración N° 5 Emprendimiento en la legalidad o en la informalidad. Fuente: Elaboración propia 2021*

Se puede encontrar que el 67.24 % de la población no está inscrita, el 32.7 % si se encuentra en la formalidad.

**Tabla N° 6 Con cuáles permisos cuenta su emprendimiento**

| <b>Permisos cuenta su emprendimiento</b>   | <b>Absoluto</b> | <b>Relativo</b> |
|--|-----------------|-----------------|
| Estoy inscrito en hacienda   | 14              | 37.83%          |
| Estoy inscrito en hacienda; Estoy inscrito en la CCSS  | 2               | 5.40%           |
| Estoy inscrito en hacienda; Estoy inscrito en la CCSS;<br>Tengo patente municipal  | 3               | 8.11%           |
| Estoy inscrito en hacienda; Estoy inscrito en la CCSS;<br>Tengo patente municipal; Tengo permiso de salud o en<br>su defecto de SENASA | 6               | 16.21%          |
| Estoy inscrito en hacienda; Tengo patente municipal  | 3               | 8.11%           |
| Tengo patente municipal  | 5               | 13,51 %         |
| Tengo patente municipal; Tengo permiso de salud o en<br>su defecto de SENASA   | 1               | 2.70%           |
| Tengo permiso de salud o en su defecto de SENASA   | 3               | 8.11%           |
| <b>Total</b>   | <b>37</b>       | <b>100%</b>     |

Fuente: Elaboración propia 2021

### Se encuentra su emprendimiento en la legalidad o en la informalidad?

37 respuestas

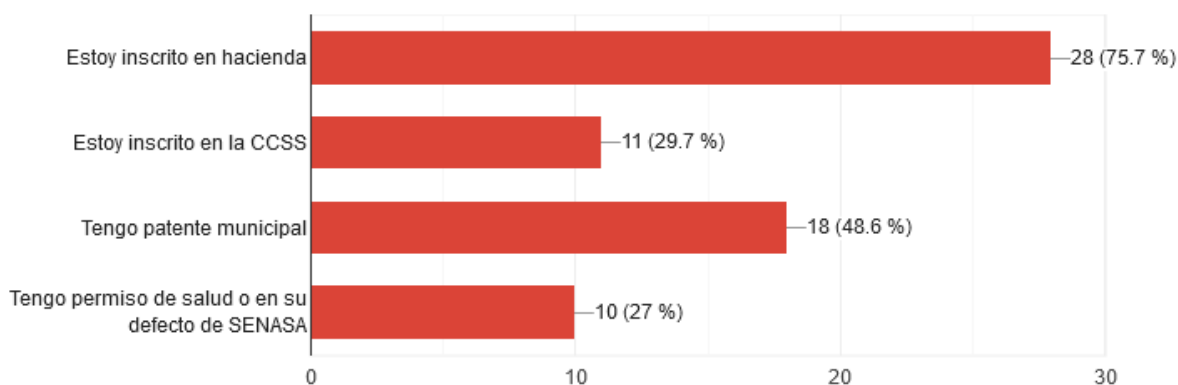


Ilustración N° 6 Permisos cuenta su emprendimiento. Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la figura anterior se informa que el 75.7 % están inscritos en hacienda, mientras 29.7 % están inscritos en la CCSS, el 48.6 % están inscritos con patente municipal y el 27% están inscritos en SENASA.

**Tabla N° 7 De la estrategia de su emprendimiento**

| Idea de su emprendimiento   | Absoluto   | Relativo    |
|---|------------|-------------|
| A raíz de la situación económica actual del país                                | 1          | 0.88%       |
| Desarrollo de una idea de un producto tradicional con valor de diseño           | 1          | 0.88%       |
| un emprendimiento que se diferencia por dejar a cada cliente más que satisfecho | 33         | 29.20%      |
| Un emprendimiento que se diferencia por la calidad                              | 27         | 23.89%      |
| Un emprendimiento que se diferencia por una mayor eficiencia para el consumidor | 22         | 19.46%      |
| Una idea innovadora que no estaba en el mercado                                 | 29         | 25.66%      |
| <b>Total</b>  | <b>113</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración propia 2021

Como nació la idea de su emprendimiento?

113 respuestas



Ilustración N° 7 Idea de su emprendimiento. Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la figura anterior se informa a raíz de la situación económica actual del país que el 0.88 %, desarrollo de una idea de un producto tradicional con valor de diseño 0.88 %,

un emprendimiento que se diferencia por dejar cada cliente más que satisfecho el 29.20 %, un emprendimiento que se diferencia por la calidad, el 23.89 %, un emprendimiento que se diferencia por una mayor eficiencia para el consumidor el 19.46 %, una idea innovadora que no estaba en el mercado el 25.66 %

### Tabla N° 8 De la estrategia de su emprendimiento

| Misión       | Absoluta   | Relativo    |
|--------------|------------|-------------|
| No           | 44         | 38.93%      |
| Si           | 69         | 61.06%      |
| <b>Total</b> | <b>113</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración propia 2021

Tiene actualmente escrita la misión de su emprendimiento?

113&nbsp;respuestas

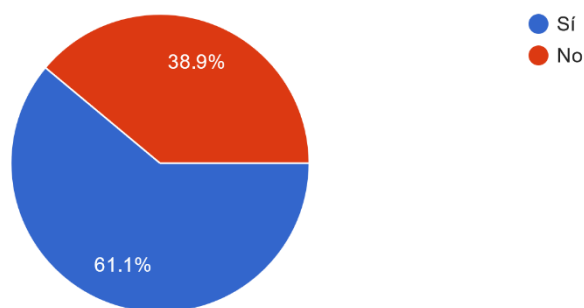


Ilustración N° 8 Misión de su emprendimiento. Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la figura anterior se informa que el 61.1% de los emprendedores si tiene escrita la misión y el 38.93% no la tienen escrita.

### Tabla N° 9 De la estrategia de su emprendimiento

| Visión       | Absoluta   | Relativo    |
|--------------|------------|-------------|
| No           | 47         | 41.59%      |
| Si           | 66         | 58%         |
| <b>Total</b> | <b>113</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración propia 2021

Tiene actualmente escrita la visión de su emprendimiento?

113 respuestas

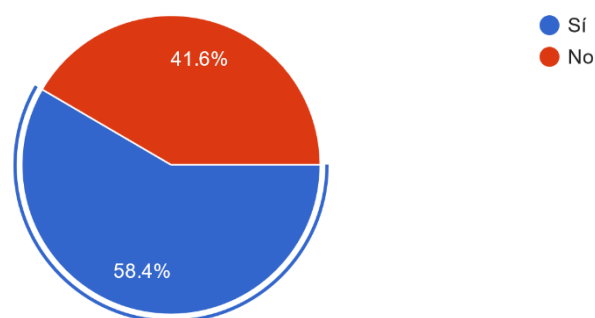


Ilustración N° 9 Visión de su emprendimiento. Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la figura anterior se informa que el 58 % de los emprendedores si tiene escrita la visión y el 41.59 % no la tienen escrita.

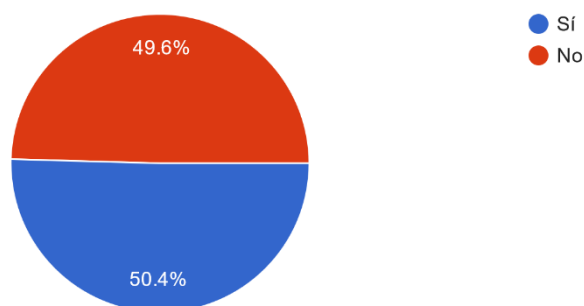
### Tabla N° 10 De la estrategia de su emprendimiento

| Estrategia   | Absoluto   | Relativo    |
|--------------|------------|-------------|
| No           | 56         | 49.55%      |
| Si           | 57         | 50.44%      |
| <b>Total</b> | <b>113</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración propia 2021

Tiene actualmente escrita la estrategia de su emprendimiento?

113 respuestas



*Ilustración N° 10 Estrategia de su emprendimiento. Fuente: Elaboración propia*

De acuerdo con la figura anterior se informa que el 50.4% de los emprendedores si tiene escrita la estrategia y el 49.6% no la tienen escrita.

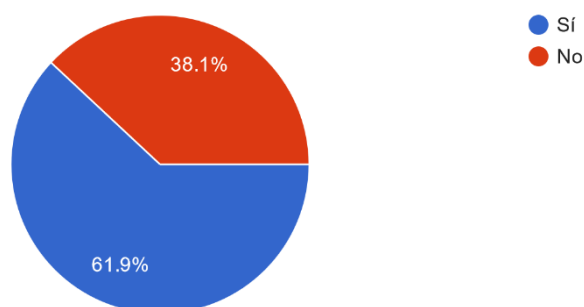
### Tabla N° 11 De la estrategia de su emprendimiento

| Objetivo     | Absoluto   | Relativo    |
|--------------|------------|-------------|
| No           | 43         | 38.05%      |
| Si           | 70         | 61.94%      |
| <b>Total</b> | <b>113</b> | <b>100%</b> |

*Fuente: Elaboración propia 2021*

Tiene actualmente escrito los objetivos de su emprendimiento?

113 respuestas



*Ilustración N° 11 Objetivos de su emprendimiento. Fuente: Elaboración propia*



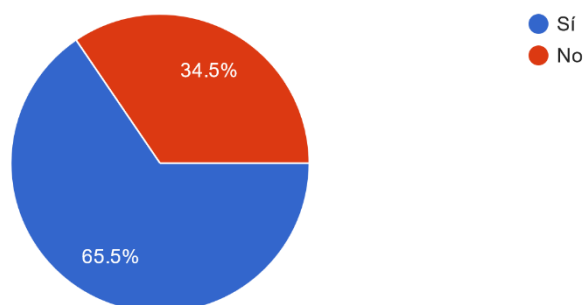
**Tabla N° 13 De la estrategia de su emprendimiento**

| <b>Alcances</b> | <b>Absoluto</b> | <b>Relativo</b> |
|-----------------|-----------------|-----------------|
| No              | 39              | 34.51%          |
| Si              | 74              | 65.48%          |
| <b>Total,</b>   | <b>113</b>      | <b>100%</b>     |

*Fuente: Elaboración propia 2021*

Tiene actualmente identificados cuáles son los alcances su emprendimiento?

113 &nbsp;respuestas



*Ilustración N° 13 Alcances de su emprendimiento. Fuente: Elaboración propia*

De acuerdo con la figura anterior se informa que el 65.48 % de los emprendedores si tienen sus alcances identificados y el 34.51 % no tienen identificados sus alcances.



Tabla N° 15 Razones para emprender

| Que determinó su idea de innovación  | Absoluto   | Relativo    |
|--|------------|-------------|
| Determino mediante un estudio que el producto es viable  | 13         | 11.50%      |
| Las personas a mi alrededor me comentaban que mi producto era bueno y que debería de venderlo y realice una prueba y comencé a vender  | 1          | 0.88%       |
| Las personas a mi alrededor me comentaban que mi producto era bueno y que debería de venderlo, realizo una prueba y comencé a vender   | 23         | 20.40%      |
| No realice ningún estudio, la necesidad me puso a reinventarme e inicie con el negocio.  | 31         | 27.43%      |
| no realice ningún estudio, la necesidad me puso a reinventarme e inicie con el negocio.  | 2          | 1.77%       |
| Realice un estudio de mercado  | 18         | 15.92%      |
| Realice una estrategia de anuncios en redes para comprobar si el negocio funcionaba, respondieron los clientes e inicie con el emprendimiento a partir de esas publicaciones (marketing) | 13         | 11.50%      |
| Se realiza un plan de negocio previo a la puesta en marcha   | 12         | 10.61%      |
| <b>Total</b>   | <b>113</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración propia 2021

Indique si se identifica usted con alguna de las afirmaciones para responder la siguiente pregunta ¿ como emprendedor, cuál fue el factor que determi...idea de innovación en la creación de su negocio? 113&nbsp;respuestas

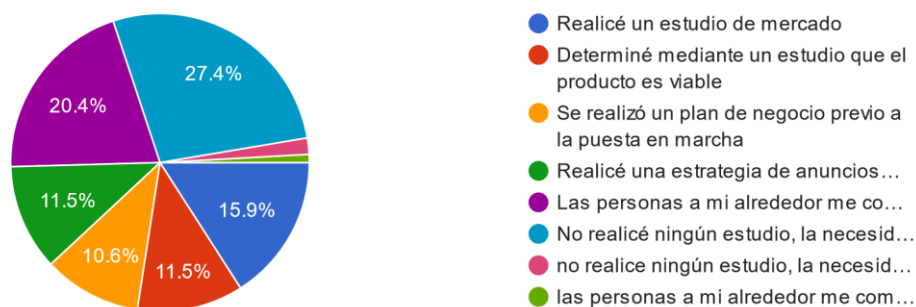


Ilustración N° 15 Razones para iniciar su emprendimiento. Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la figura anterior se informa que 11.50 % Determino mediante un estudio que el producto es viable , 0.88 % las personas a mi alrededor me comentaban que mi producto era bueno y que debería de venderlo y realice una prueba y comencé a vender, 20.40 % Las personas a mi alrededor me comentaban que mi producto era bueno y que debería de venderlo, realizo una prueba y comencé a vender, el 29.20% no realice ningún estudio, la necesidad me puso a reinventarme e inicie con el negocio, 15,92 % realice un estudio de mercado , 11.50 % realice una estrategia de anuncios en redes para comprobar si el negocio funcionaba, respondieron los clientes e inicie con el emprendimiento a partir de esas publicaciones (marketing) y 10.61 % se realiza un plan de negocio previo a la puesta en marcha.

**Tabla N° 16 Financiamiento**

| <b>Financiamiento</b>   | <b>Absoluto</b> | <b>Relativo</b> |
|---|-----------------|-----------------|
| Se inicio con un préstamo de un familiar o amigo  | 25              | 22.12           |
| Se inicio con los ahorros personales o de la familia o dinero proveniente de la liquidación             | 70              | 61.94%          |
| se inició con los ahorros personales o de la familia o dinero proveniente de la liquidación             | 3               | 2.65%           |
| Se realizo un préstamo con un banco   | 7               | 6.19%           |
| Se realizo un préstamo con una cooperativa  | 6               | 5.30%           |
| Se realizo un préstamo con una entidad financiera de fácil acceso (Instacredit //Beto le presta u otro) | 2               | 1.76%           |
| <b>Total</b>  | <b>113</b>      | <b>100%</b>     |

*Fuente: Elaboración propia 2021*

Su emprendimiento inició con algún financiamiento?

113 respuestas



*Ilustración N° 16 Financiamiento para iniciar su emprendimiento. Fuente: Elaboración propia*

De acuerdo con la figura anterior se informa que el 22.12 % se inició con el préstamo de un familiar o amigo, el 64.94 % se inició con los ahorros personales o de la familia u dinero proveniente de la liquidación, el 1.76 % se realizó un préstamo con una entidad financiera de fácil acceso (Instacredit, Beto le presta), 6.19 % se realizó un préstamo a un banco y el 5.30% se realizó un préstamo con una cooperativa.

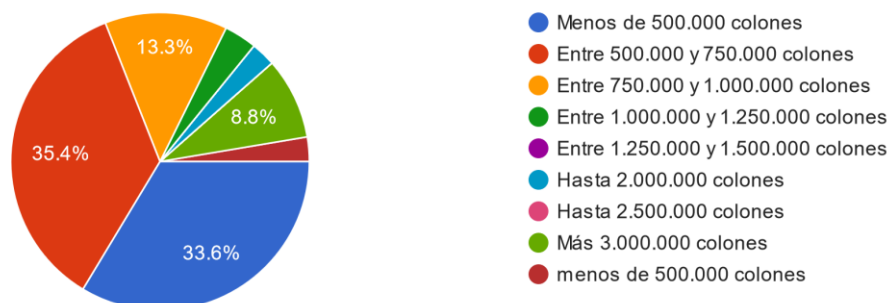
**Tabla N° 17 Financiamiento**

| Inversión inicial                   | Absoluto   | Relativo    |
|-------------------------------------|------------|-------------|
| Entre 1.000.000 y 1.250.000 colones | 4          | 3.53%       |
| Entre 500.000 y 750.000 colones     | 40         | 35.39%      |
| Entre 750.000 y 1.000.000 colones   | 15         | 13.27%      |
| Hasta 2.000.000 colones             | 3          | 2.65%       |
| Más 3.000.000 colones               | 10         | 8.84%       |
| menos de 500.000 colones            | 41         | 36.28%      |
| <b>Total</b>                        | <b>113</b> | <b>100%</b> |

*Fuente: Elaboración propia 2021*

Cuánto fue el monto de dinero que dispuso para realizar el arranque de su negocio? (inversión inicial más inventarios)

113 respuestas



*Ilustración N° 17 Arranque para iniciar su emprendimiento. Fuente: Elaboración propia*

De acuerdo con la figura anterior se informa el 3.53 % entre 1.000.000 y 1.250.000 colones, 35.39 % entre 500.000 y 750.000 colones, 13.27 % entre 750.000 y 1.000.000 colones, 2.65 % hasta 2.000.000 colones, 8.84 % más 3.000.000 colones y 36.28 % menos de 500.000 colones

**Tabla N° 18 Ingresos generado por el emprendimiento**

| Ingresos                                  | Absoluto   | Relativo      |
|---|------------|---------------|
| de 100.000 a menos de 150.000 a la semana | 32         | 28.31%        |
| De 150.000 a menos de 200.000 a la semana | 11         | 9.73%         |
| De 50.000 a menos de 100.0000 a la semana | 26         | 23.00%        |
| Entre 200.00 y 300.000 a la semana        | 10         | 8.84%         |
| Mas de 300.000 a la semana                | 7          | 6.19%         |
| <b>menos de 50.000 a la semana</b>        | <b>27</b>  | <b>23.89%</b> |
| <b>Total</b>                              | <b>113</b> | <b>100%</b>   |

*Fuente: Elaboración propia 2021*

Cuánto ingreso le genera su emprendimiento, monto de ganancia o de utilidad(rebajando costos y gastos)? Esto es solo con fines de analizar datos ...n a nadie más y se maneja un perfil 100% anónimo.  
113&nbsp;respuestas



*Ilustración N° 18 Ingresos para su emprendimiento. Fuente: Elaboración propia*

De acuerdo con la figura anterior se informa el 9.73 % tienen ingresos de 150.000 a menos de 200.000 a la semana, el 28.31 % tienen ingresos de 100.000 a menos de 150.000 a la semana, el 23% tiene ingresos de 50.000 a menos de 100.000 a la semana, el 22.1% tienen ingresos menos de 50000 a la semana, el 8.84 % tienen ingresos entre 200,000 a 300.000 a la semana, el 6.9 % más de 300.000 y el 23.89 % menos de 50.000 a la semana.

**Tabla N° 19 Redes Sociales**

| Redes Sociales                | Absoluto | Relativo |
|-------------------------------|----------|----------|
| WhatsApp                      | 1        | 0.88%    |
| Facebook                      | 35       | 30.97    |
| Facebook; Instagram           | 59       | 52.21%   |
| Facebook; Instagram; Snapchat | 1        | 0.88%    |
| Facebook; Instagram; Twitter  | 3        | 7.96%    |
| Facebook; Instagram; WhatsApp | 1        | 0.88%    |
| Facebook; Instagram; WhatsApp | 1        | 0.88%    |
| Facebook; Instagram; YouTube  | 2        | 1.76%    |
| Facebook; Twitter             | 1        | 0.88%    |
| Facebook; WhatsApp            | 1        | 0.88%    |
| Instagram                     | 6        | 5.30%    |
| Ninguno                       | 1        | 0.88%    |
| no uso redes sociales         | 1        | 0.88%    |

**Total** **113** **100%**

Fuente: Elaboración propia 2021

**Utiliza alguna de las siguientes redes sociales para promover su negocio?**

113 respuestas

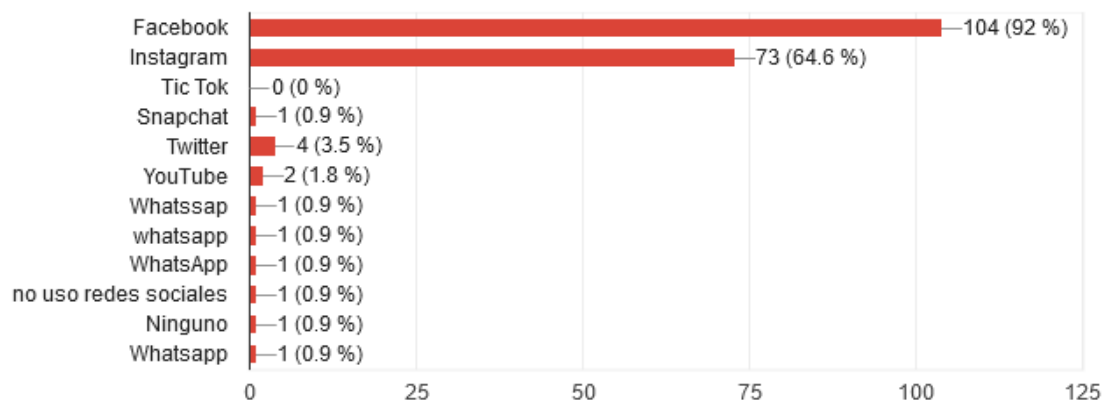


Ilustración N° 19 Redes Sociales. Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la figura anterior se informa el 0.88 % usa WhatsApp, 30.97 % Facebook , 52.21 % Facebook; Instagram , 0.88 % Facebook; Instagram; Snapchat , 7.96 % Facebook; Instagram; Twitter , 1.76 % Facebook; Instagram; WhatsApp , 1.76 % Facebook; Instagram; YouTube , 0.88 % Facebook; Twitter , 0.88 % Facebook; WhatsApp , 0.88% Ninguno, 0.88 % no uso redes sociales

**Tabla N° 20 Redes Sociales**

| Con cuál frecuencia publica en redes sociales        | Absoluto | Relativo |
|--|----------|----------|
| de 1 o 2 veces al día en cada red                    | 36       | 31.85%   |
| De 3 o 4 veces al día en cada red                    | 12       | 10.61%   |
| Doce veces por semana en la red social de más uso    | 14       | 12.38%   |
| solo público en fines de semana en la red de más uso | 18       | 15.92%   |
| Solo público en fines de semana en todas mis redes   | 12       | 10.61%   |
| una vez por semana en la red social de más uso       | 1        | 0.88%    |
| Una vez por semana en la red social de más uso       | 20       | 17.69%   |

**Total** **113** **100%**

Fuente: Elaboración propia 2021

Con qué frecuencia publica en redes sociales?

113 respuestas



Ilustración N° 20 Frecuencia publica en redes sociales. Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la figura anterior se informa el 15.92 % solo lo publican los fines de semana, 12.38 % lo publican 2 veces a la semana en la red social que más usan, el 17.69 % lo publica una vez a la semana en la red que más usan, el 10.61 % de 3 a 4 veces al día en cada red, el 31.85% de 1 a 2 veces al día en cada red, el 10.6 % solo lo publican los fines de semana en cada red, el 0.88 % una vez por semana en la red social de más uso.

**Tabla N° 21 Comercio en redes y celular**

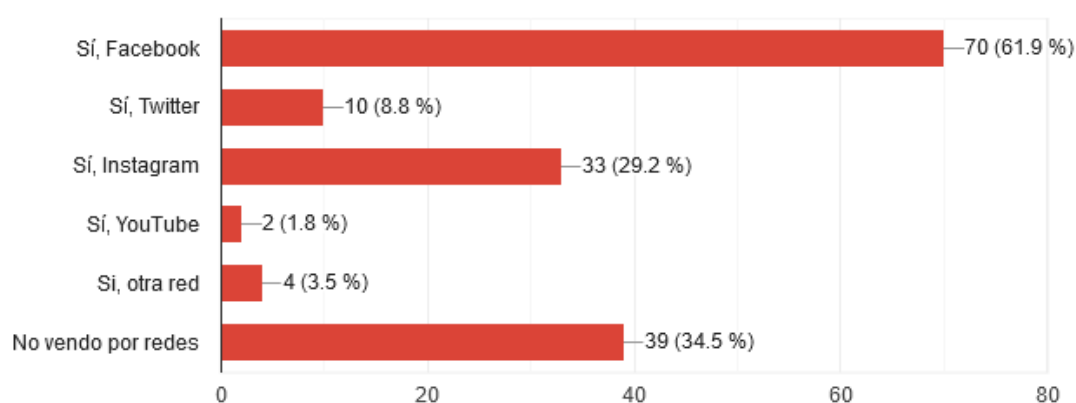
| Vende en alguna red social                | Absoluto | Relativo |
|---|----------|----------|
| No vendo por redes                        | 36       | 31.85%   |
| Si, Facebook                              | 34       | 30.08%   |
| Si, Facebook;                             | 2        | 1.76%    |
| Si, Facebook; Si, Instagram               | 22       | 19.46%   |
| Si, Facebook; Si, Instagram; Si, otra red | 2        | 1.76%    |
| Si, Facebook; Si, Instagram; Si, YouTube  | 1        | 0.88%    |
| Si, Facebook; Si, otra red                | 1        | 0.88%    |
| Si, Facebook; Si, Twitter                 | 3        | 2.65%    |
| Si, Facebook; Si, Twitter; Si, Instagram  | 4        | 3.53%    |

|  |            |             |
|--|------------|-------------|
| Si, Facebook; Si, Twitter; Si, YouTube | 1          | 0.88%       |
| Si, Instagram                          | 3          | 2.65%       |
| Si, Instagram                          | 1          | 0.88%       |
| Si, otra red                           | 1          | 0.88%       |
| Si, Twitter                            | 2          | 1.76%       |
| <b>Total.</b>                          | <b>113</b> | <b>100%</b> |

*Fuente: Elaboración propia 2021*

#### Realiza ventas a través en alguna red social?

113 respuestas



*Ilustración N° 21 Ventas en redes sociales. Fuente: Elaboración propia*

De acuerdo con la figura anterior se informa, el 31.85 % no vendo por redes, el 31,84 % vende por Facebook , 19.46% venden por Facebook, Instagram, el 1.76 % venden por Facebook, Instagram y otra red , el 0.88% vende por Facebook, Instagram, YouTube , el 0.88 % venden por Facebook y otra red , 2,65% vende por Facebook , Twitter , el 3,53% Facebook , Twitter, Instagram , el 0.88 % venden por Facebook , Twitter, YouTube , el 2.73 % ven por Instagram , el 0.88% venden por otra red y 1.76% venden Twitter

Tabla N° 22 Comercio en redes y celular

| Ventas por plataformas    | Absoluto   | Relativo    |
|---------------------------|------------|-------------|
| No vendo por plataformas  | 86         | 76.10%      |
| Si, glovo                 | 1          | 0.88%       |
| Si, otra plataforma       | 7          | 6.19%       |
| Si, Pedidos ya            | 2          | 1.76%       |
| Si, Rappi                 | 1          | 0.88%       |
| Si, Rappi; Si, Pedidos ya | 1          | 0.88%       |
| Si, Uber                  | 7          | 6.19%       |
| Si, Uber; Si, Go Pato     | 1          | 0.88%       |
| Si, Uber; Si, Pedidos ya  | 7          | 6.19%       |
| <b>Total</b>              | <b>113</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración propia 2021

Realiza ventas por plataformas como UBER, RAPPI, Pedidos Ya u otra similar?

113 respuestas

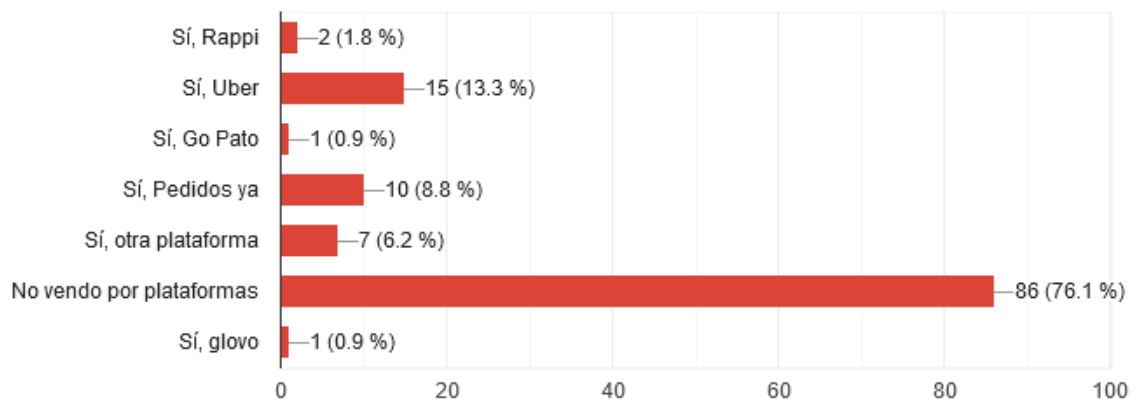


Ilustración N° 22 Ventas en plataformas. Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la figura anterior se informa, el 76.10 % no venden por plataformas, el 0.88 % venden por globo, el 16.19% venden por otra plataforma, el 1.76 % venden por pedidos ya, el 0.88 % venden por rapi, el 0.88% venden por Rappi y pedidos ya, el 6.19 % venden por Uber, el 0.88 % venden por Uber, Go Pato y el 6,19 % venden por Uber y pedidos ya.

**Tabla N° 23 Cómo fija los precios del producto o servicio de su negocio**

| <b>Establecer el precio a su producto o servicio</b>  | <b>Absoluto</b> | <b>Relativo</b> |
|---|-----------------|-----------------|
| Conozco los costos de mi producto y dependiendo de la zona geográfica donde vendo así determino el precio                 | 7               | 6.19%           |
| Conozco los costos de mi producto y dependiendo del perfil del cliente establezco el precio                               | 4               | 3.53%           |
| Conozco los costos de mi producto y fijo el precio que sea atractivo en números cerrados como 1.000 o 5.000 o 15.000      | 14              | 12.38%          |
| Conozco los costos de mi producto y fijo el precio que sea atractivo en números de terminaciones como 995 o 1450 o 14.750 | 25              | 22.12%          |
| Conozco los costos de mi producto y fijo el precio similar pero más alto que el de la competencia                         | 5               | 4.42%           |
| Conozco los costos de mi producto y fijo el precio similar pero más bajo que el de la competencia                         | 10              | 8.84%           |
| conozco los costos de mi producto y sumo un margen de ganancia  | 48              | 42.47%          |
| <b>Total</b>  | <b>113</b>      | <b>100%</b>     |

Fuente: Elaboración propia 2021

Con cuál de las siguientes afirmaciones se identifica usted al poner o establecer el precio a su producto o servicio?

113 respuestas

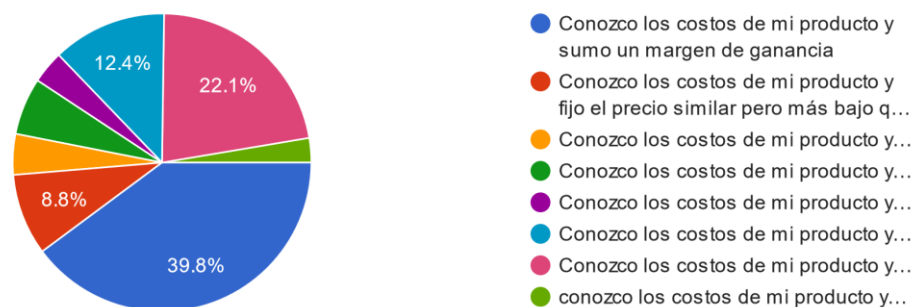


Ilustración N° 23 Establecer el precio a su producto o servicio. Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la figura anterior se informa, el 6.19 % conozco los costos de mi producto y dependiendo de la zona geográfica donde vendo así determino el precio, 3.53 % conozco los costos de mi producto y dependiendo del perfil del cliente establezco el precio, el 12.38 % conozco los costos de mi producto y fijo el precio que sea atractivo en números cerrados como 1.000 o 5.000 o 15.000 , el 22.12 % conozco los costos de mi producto y fijo el precio que sea atractivo en números de terminaciones como 995 o 1450 o 14.750, 4.42 % Conozco los costos de mi producto y fijo el precio similar pero más alto que el de la competencia, 8.84 % Conozco los costos de mi producto y fijo el precio similar pero más bajo que el de la competencia y el 42.47 % conozco los costos de mi producto y sumo un margen de ganancia

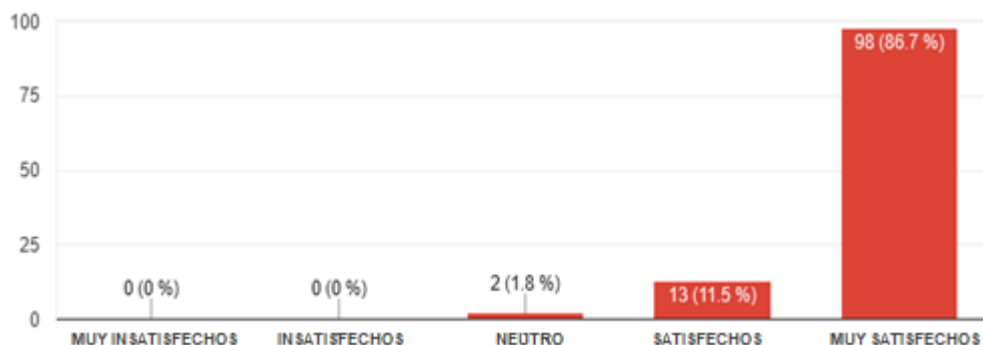
**Tabla N° 24 De las características de su producto o servicio**

| Sus actuales consumidores están satisfechos | Absoluto   | Relativo    |
|---|------------|-------------|
| Neutro                                      | 2          | 1.76%       |
| Satisfechos                                 | 13         | 11.50%      |
| Muy satisfechos                             | 98         | 86.72%      |
| <b>Total</b>                                | <b>113</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración propia 2021

En una escala del 1 al 5, sus actuales consumidores están satisfechos?

113 respuestas



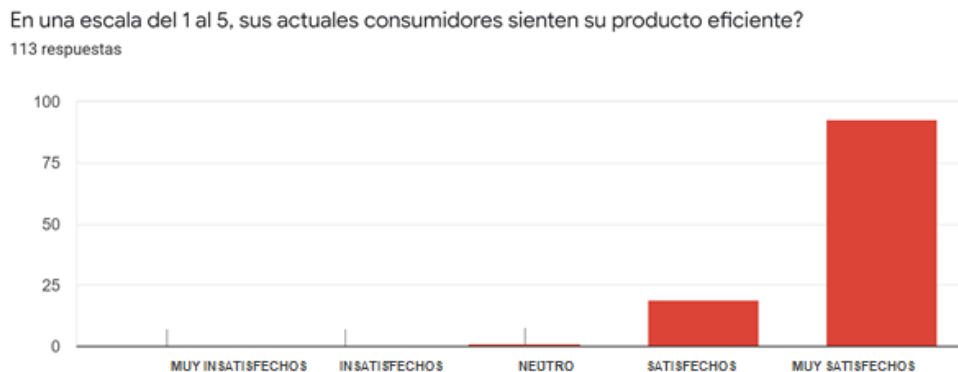
*Ilustración N° 24 Sus actuales consumidores están satisfechos. Fuente: Elaboración propia*

De acuerdo con la figura anterior se informa, 86.7 % de los consumidores están muy satisfechos del producto, 11.50 % de los consumidores están satisfechos del producto y un 1.76% de los consumidores se sienten neutro.

**Tabla N° 25 De las características de su producto o servicio**

| <b>Los consumidores sienten su producto eficiente</b> | <b>Absoluto</b> | <b>Relativo</b> |
|---|-----------------|-----------------|
| Neutro  | 1               | 0.88%           |
| Satisfecho  | 19              | 16.81%          |
| Muy satisfecho  | 93              | 82.30%          |
| <b>Total</b>  | <b>113</b>      | <b>100%</b>     |

*Fuente: Elaboración propia 2021*



*Ilustración N° 25 Los consumidores sienten su producto eficiente. Fuente: Elaboración propia*

De acuerdo con la figura anterior se informa, 82.30 % de los consumidores se sienten muy satisfechos por que el producto es eficiente, 16.81 % de los consumidores se sienten satisfechos por que el producto es eficiente y 0.88 % de los consumidores sienten neutro el producto eficiente

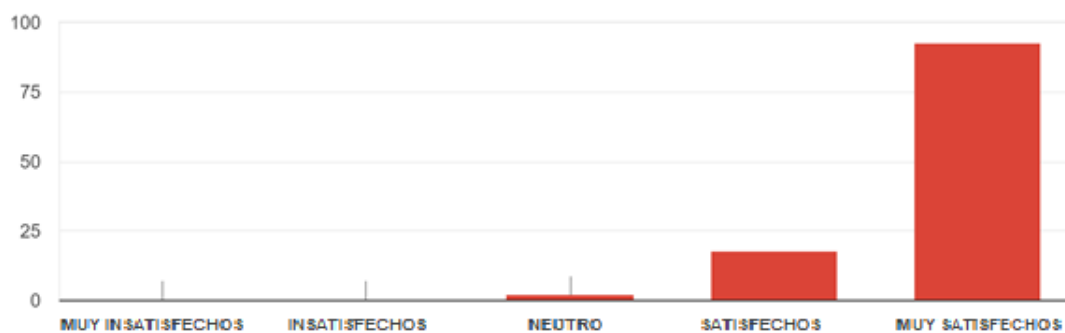
**Tabla N° 26 De las características de su producto o servicio**

| Los consumidores sienten con la marca de su producto seguros o inseguros | Absoluto   | Relativo    |
|--|------------|-------------|
| Neutro   | 2          | 1.76%       |
| Satisfecho   | 18         | 15.92       |
| Muy Satisfecho   | 93         | 82.30%      |
| <b>Total, general</b>  | <b>113</b> | <b>100%</b> |

*Fuente: Elaboración propia 2021*

En una escala del 1 al 5, sus actuales consumidores sienten con la marca de su producto seguros o inseguros?

113 respuestas



*Ilustración N° 26 Los consumidores sienten con la marca de su producto seguros inseguros,*

*Elaboración propia*

De acuerdo con la figura anterior se informa, 82.30 % de los consumidores se sienten muy satisfechos por lo seguro que es el producto, el 15.92 % de los consumidores se sienten satisfechos por lo seguro que es el producto y 1.76 % de los consumidores sienten neutro lo seguro que es el producto.

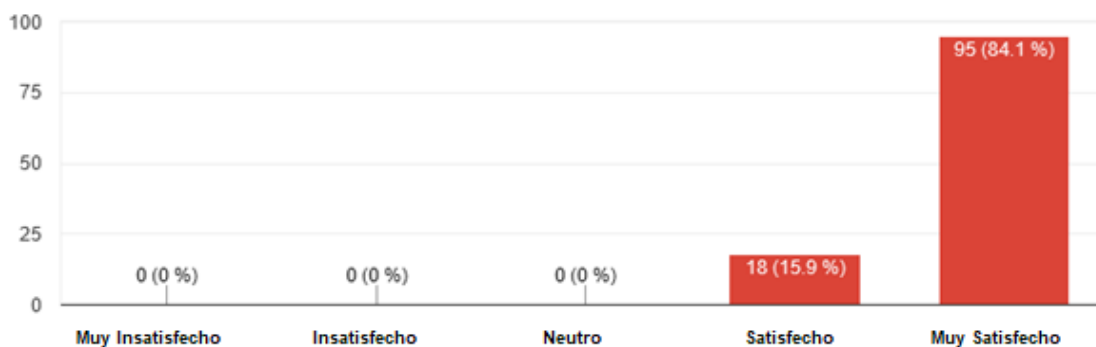
**Tabla N° 27 De las características de su producto o servicio**

| Los consumidores como sienten la calidad de su producto | Absoluto   | Relativo    |
|---|------------|-------------|
| Satisfechos   | 18         | 15.92%      |
| Muy Satisfechos   | 95         | 84.10%      |
| <b>Total</b>  | <b>113</b> | <b>100%</b> |

*Fuente: Elaboración propia 2021*

En una escala del 1 al 5, sus actuales consumidores como sienten la calidad de su producto?

113 respuestas



*Ilustración N° 27 Los consumidores como sienten la calidad de su producto Fuente: Elaboración propia*

De acuerdo con la figura anterior se informa, 84.1 % de los consumidores se sienten muy satisfechos por la calidad del producto y el 15.9 % de los consumidores se sienten satisfechos por la calidad del producto

Tabla N° 28 Genero

| Genero              | Absoluto   | Relativo    |
|---------------------|------------|-------------|
| Hombre              | 45         | 39.82%      |
| Mujer               | 58         | 51.32%      |
| Prefiero no decirlo | 10         | 8.84%       |
| <b>Total</b>        | <b>113</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración propia 2021

Indique su género

113 respuestas

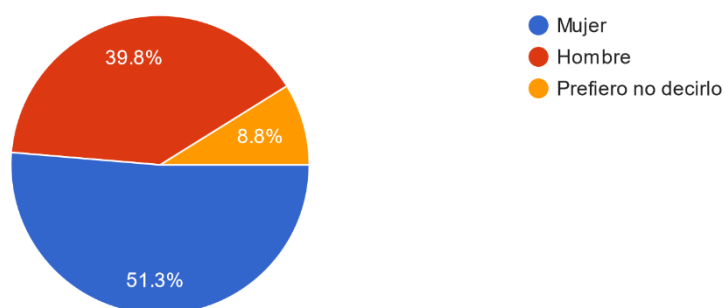


Ilustración N° 28 Genero de los encuestados. Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la figura anterior se informa, 51.32 % son mujeres, 39.82 % son hombre y el 8.84 % prefirieron no decir el género.

## **CAPÍTULO V: DISCUSIÓN E INTERPRETACIÓN**

## 5.1. DE LOS RESULTADOS

Para esta investigación se planteó una pregunta, que es la queda formulación a todo lo realizado y presentado.

Esta pregunta radica en: ¿Es un reto para las personas ejecutar la acción de emprender ante las limitaciones provocadas por el impacto económico causado por el COVID-19, en el primer cuatrimestre del 2021 en Costa Rica?

Para responder a esta pregunta se plantearon diferentes objetivos para poder llegar a una adecuada repuesta de esta pregunta, los cuales se detallan según los hallazgos que a continuación se discutirán.

En este caso de proceder a detallar cada uno de los objetivos para poder fundamentar esta discusión: En el caso del planteamiento que se realiza en el objetivo uno *Determinar las exigencias y los principios que debe tener un emprendedor para de iniciar su proyecto, durante el primer cuatrimestre del 2021.*

El capital inicial para los emprendedores es uno de los principales obstáculos para iniciar su idea de negocio y es conseguir el capital inicial para hacer la empresa una realidad. Se debe pensar cuánto dinero se va a necesitar, para qué y cómo voy a administrarlo ya que el mismo será la inversión inicial para utilizar y necesario para comenzar un negocio el mismo puede ser muy variado como por ejemplo con los ahorros personales o de la familia o dinero proveniente de las liquidaciones, con un préstamo de un familiar o amigo, préstamos a entidades financieras. Se extrae del gráfico N° 17.

Las personas físicas y jurídicas, así como las entidades que carezcan de personalidad jurídica, están obligadas a inscribirse en el Registro Único Tributario, al iniciar cualquier actividad o negocio por eso es necesario está en la formalidad para que no vayan a sufrir cierres por no estar inscrito. Se extrae del grafico N° 5

Se realizará la recolección y análisis de información que sirve para identificar las características de un mercado y comprender cómo funciona para esto es necesario ver las diferentes circunstancias del mercado, como realizar estudios de producto si es viable, realizar un plan de negocio, realizar estrategias. Se extrae del grafico N° 15

Cualquier actividad lucrativa requiere una licencia (o patente) de la municipalidad del cantón en el cual es desarrollada la actividad. Ella implica el pago de un impuesto durante el tiempo de operación (Código Municipal, Ley N° 7794, Artículo 79). La importancia fundamental que tiene una patente comercial municipal es mantener un orden respecto a las contribuciones que debe pagar cada usuario y cautelar exhaustivamente los rubros, en el sentido de adicionar más presupuesto municipal, además de ser una obligación legal, Se extrae del gráfico N° 6

Cuando se proyecta un negocio, se debe realizar una primera inversión, con la cual se conseguirán aquellos recursos necesarios para mantener en funcionamiento dicho negocio. Se espera que luego de haber realizado esta inversión, en los períodos posteriores el negocio se retorne una cantidad de dinero suficiente como para justificar la inversión inicial, lo cual se puede profundizar en el gráfico N° 17

Una vez que se tiene la idea de un negocio, el siguiente paso es conseguir el capital para desarrollarlo. Pero como no todos los emprendedores no disponen desde el inicio de la cantidad necesaria de inversión, este se momento se trata de buscar el sistema financiero más accesible, Se extrae del gráfico N° 16

En el caso del planteamiento que se realiza en el objetivo dos que se relata el “*Describir los campos más innovadores (Productos bienes o servicios o experiencias) de los negocios para dar origen y oportunidades en la creación de un negocio, durante el primer cuatrimestre del 2021*”, los resultados a discutir son:

La innovación, como base de la creación de un nuevo modelo productivo y clave para ganar el futuro y el reto de la competitividad debe contar áreas a nivel de conocimiento, de negocio y normativo, el mercado actual se considerará características muy importantes que se productos que se diferencian por la calidad, dejar satisfecho, ser eficientes son características que se pueden utilizar a la hora de innovar, se extrae gráfico N° 7.

Cuando la idea está bien ejecutada se puede convertir en una oportunidad de emprendimiento e incursionarse en el mundo de los negocios de manera eficaz, Conocer algún sector puedes utilizar a tu favor el conocimiento básico que tengas en cierta área o mercado para poder empezar e idear tu negocio. Ser observador existen diferentes tipos de oportunidades de negocio, pero el que estés preparado te ayudará a involucrarte y aprovechar cada una de estas oportunidades que se te puedan presentar, se extrae del gráfico N° 4

Las estrategias de promoción uno de los recursos de marketing más importantes. Con ellas se podrá dar a conocer tus productos, crear la necesidad de ellos en el mercado, incluso conseguir un buen posicionamiento de tu marca. Por ello, si se quiere vender productos o servicios es muy importante que se tenga claro qué estrategias de promoción existe y cuál va mejor para tu negocio, pues es una acción clave para que alcances el éxito. Se extrae del gráfico N° 7

Como tercer objetivo se tiene que: *Reconocer los elementos que impiden a los emprendedores desarrollar sus proyectos para evitar que los mismos no se ponga en marcha, durante el primer cuatrimestre del 2021.*

La misión de una empresa es que ésta sirva como punto de referencia que permita que todos los miembros de la empresa actúen en función de ésta, es decir, lograr que se establezcan objetivos, diseñen estrategias, tomen decisiones y se ejecuten tareas, bajo la luz de ésta; logrando así, coherencia y organización, se extrae del gráfico N° 8

Se resume que, establecer la visión de una empresa se permite enfocar los esfuerzos de todos sus miembros hacia una misma dirección, este tema se une a la formulación de los objetivos es muy importante porque sirven para la consecución para la misión y la visión, ratificado por lo que se desprende del gráfico N° 9.

Definir objetivos es una de las partes más importantes que se debe tener en cuenta cuando se decide elaborar el plan de Marketing de nuestra empresa. Para asegurarse de cumplir la meta que se va a marcar, los objetivos sobre la que se apoya deben ser específicos, medibles, alcanzables, relevantes, se extrae del gráfico N° 11

Todo emprendedor, que gestiona su proyecto, estará más cerca del éxito si visualiza cómo se verá o funcionará su empresa, producto o servicio una vez creado y cuáles son los pasos que debe dar para alcanzar este resultado final. Una vez que se identifica una necesidad, social o de mercado, lo siguiente en el desarrollo de un proyecto es darle respuesta La estrategia es dirigida al mercado cuando ha sido conducida tratando del presente ganando una ventaja favorable y competitiva encontrando la estrategia correcta que se ajuste entre las capacidades y oportunidades del medio, se extrae del gráfico N° 10

Para detallar el alcance del producto, el cual se necesita una descripción detallada y precisa de las características y funcionalidad que tendrá el producto, servicio a desarrolla, se implica tener en cuenta el trabajo estrictamente necesario para completar el proyecto. Se detalla en el gráfico N° 13

El mercado es cambiante por lo que la información tiende a cambiar continuamente, La investigación de mercados da una medición del mercado, sin embargo, el saber interpretarla es muy importante. Gráfico N° 12

En el objetivo cuatro esta investigación busca, *Estudiar el paso a paso de un estudio técnico legal para la creación de una microempresa para proveer el conocimiento a los que deseen emprender como requerimientos legales básicos para emprender, durante el primer cuatrimestre del 2021.*

Por lo que elegir la forma jurídica, Capital social, Creación de la sociedad, registrar la marca y puesta de en marcha, así como la apertura de las cuentas bancarias es necesaria para poder gestionar de la mejor manera durante la actividad comercial. Esta apertura se puede realizar sin ningún problema en cualquier institución financiera se puede notar en los gráficos N° 16 Y 17

Las personas físicas, jurídicas y entidades que tienen la obligación de inscribirse ante la Administración Tributaria. Por lo que elegir la forma jurídica, Capital social, Creación de la sociedad, registrar la marca y puesta de en marcha, así como la apertura de las cuentas bancarias es necesaria para poder gestionar de la mejor manera durante la actividad comercial esta apertura se puede realizar sin ningún problema en cualquier institución financiera. Las personas físicas y jurídicas, así como las entidades que carezcan de personalidad jurídica, están obligadas a inscribirse en el Registro Único Tributario, al iniciar cualquier actividad o

negocio de carácter lucrativo (venta de mercancías o prestación de servicios) que esté sujeto a tributos administrados por la Dirección General de Tributación, o cuando por ley, reglamento o resolución general así se establezca. siguientes a que queden legalmente constituidas, para lo cual deberán indicar el código de actividad económica “960113”. Para estos fines, deberán utilizar la plataforma digital denominada Administración Tributaria Virtual ([ATV](#)).

Los obligados tributarios que omitan presentar ante la Administración Tributaria la declaración de inscripción, de inscripción o modificación de información relevante sobre el representante legal o su domicilio fiscal, en los plazos establecidos, tipificarán la infracción administrativa establecida en el artículo 78 del Código de Normas y Procedimientos Tributarios, por lo que podrán ser sancionados con pagar una multa equivalente al cincuenta por ciento (50%) de un salario base por cada mes o fracción de mes. Los contribuyentes y responsables que carezcan de medios tecnológicos para la confección y presentación de las declaraciones indicadas pueden hacerlo en los siguientes lugares: [Canales de autoservicio](#) Centros Comunitarios Inteligentes (CECIS y Municipalidades) y Quioscos tributarios que se encuentran ubicados en las administraciones tributarias territoriales de todo el país y/o asistencia a través de los [Núcleos de Asistencia Fiscal](#), En las plataformas de servicio al contribuyente de las administraciones tributarias, se realizarán los trámites del Registro Único Tributario, en las siguientes situaciones:

En caso de personas con discapacidad, que se les dificulte realizar su gestión en el quiosco tributario y que requiera colaboración para cumplir con sus obligaciones tributarias, la información se puede conocer en los siguientes fundamentos legales:

[Artículo 78 del Código de Normas y Procedimientos Tributarios.](#)

[Artículos 22 al 27 y 34 al 39 del Reglamento de Procedimiento Tributario.](#)

[Resolución DGT-R-060-2017. Inscripción, modificación y de inscripción en el Registro Único Tributario.](#)

[Resolución DGT-R-043-2018. Uso obligatorio del portal de administración Tributaria virtual \(ATV\) para los trámites del Registro único tributario y modificación de la resolución DGT-R-060-2017.](#)

[Resolución DGT-R-075-2019. Deber de inscripción de las personas jurídicas inactivas domiciliadas en el país en el Registro Único Tributario la Dirección General de Tributación.](#)

[Resolución DGT-R-038-2020 Modificaciones y adiciones a la resolución No DGT-R-075-2019 sobre el deber de inscripción, de inscripción y declaración de sociedades inactivas y adición a la resolución No. DGT-R-012-2018 sobre comprobantes electrónicos,](#) cualquier

actividad lucrativa requiere una licencia (o patente) de la municipalidad del cantón en el cual es desarrollada la actividad. Ella implica el pago de un impuesto durante el tiempo de operación (Código Municipal, Ley N° 7794, Artículo 79). Conforme con la legislación costarricense, el patrono debe contribuir al régimen de seguridad social de sus trabajadores. Para esos efectos, previamente al pago de las cuotas de seguridad social, debe inscribirse como patrono en las oficinas centrales o regionales de la CCSS.

La inscripción patronal y el aseguramiento de los trabajadores debe hacerse dentro de los ocho días siguientes a la fecha de ingreso de los empleados. De acuerdo con la Ley General de Salud y el Reglamento General para Autorizaciones y Permisos Sanitarios de Funcionamiento otorgados por el Ministerio de Salud, todos los establecimientos industriales, comerciales y de servicio deben contar la autorización o permiso sanitario de funcionamiento para operar en el territorio nacional, según sea la actividad, toda labor por más sencilla que sea, puede producir a los trabajadores un riesgo de trabajo. Por esta razón en Costa Rica todos los trabajadores

tienen el derecho a que sus patronos los protejan con un Seguro de Riesgos de Trabajo del INS. El organismo encargado del registro de marcas es el [Registro de la Propiedad Industrial](#) (RPI), que es una unidad administrativa adscrita al [Registro Nacional](#) (RN). El Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), a través de la Dirección General de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (DIGEPYME), hace un llamado de atención para que todas aquellas empresas que se encuentran en proceso de inscripción por primera vez ante el Registro PYME, o cuentan con su condición PYME y requieren renovarla, no realicen ningún tipo de pago por dicho trámite. Por ello, el trámite es gratuito y voluntario, por lo que sí es contactado para ofrecerle el servicio, es importante que lo informe a través del correo [siec@meic.go.cr](mailto:siec@meic.go.cr). La apertura de las cuentas bancarias es necesaria para poder gestionar de la mejor manera durante la actividad comercial, Solicitud para obtención de datafonos el banco le ofrece el servicio de aquerencia, esta es una solución integral y segura para recibir pagos con tarjetas de débito y crédito, de manera que las transacciones no involucrarán dinero en efectivo, Se extrae de los gráficos N° 16 Y 17

Como quinta manera de poder dar respuesta a este estudio se planteó que se debe de Determinar las herramientas digitales que utiliza un emprendedor, para la creación, el fortalecimiento, y comunicación de su negocio, durante el primer cuatrimestre del 2021. La transformación en la era digital da un proceso transversal que afecta a cada una de las piezas que intervienen en la evolución de cualquier pyme o gran empresa hacia la digitalización., la capacitación de todos es esencial mediante la adquisición de las competencias. Se puede ver en el grafico N° 19

La capacidad de la empresa para estar atenta e incluso liderar los cambios del mercado lo que hace que puedan adaptarse mucho más rápido. Con esa visión de mercado, la empresa debe reorientar a su organización según la revisión de sus procesos estratégicos.

En esta era digital es necesario contar con una buena estrategia de m-commerce para potenciar tus ventas. Esto se debe al auge del uso de dispositivos móviles a nivel mundial, lo cual les ha facilitado la vida a los consumidores. Ahora casi todo es posible de hacer a través de un smartphone. Lo mejor de estas nuevas tecnologías es que las personas pueden adquirir los productos que desean, a la hora y en el lugar que quieran. Sin dejar a un lado que pueden interactuar de forma más cercana con la marca a la que están comprando. Se extrae del gráfico N° 21

En todas las Pymes es recomendable desarrollar y fortalecer la oferta de e-commerce. Esto quiere decir que cada empresario debe ver Internet como una fuente de crecimiento para su negocio. Aventurarse en el comercio electrónico es una excelente oportunidad para que las empresas aumenten sus niveles de ventas en sus productos y servicios. Se puede ver en el gráfico N° 21

En el objetivo 6 esta investigación, establecer cuáles son las mejores opciones para la venta de productos emprendedores, digitales o físicos, durante el primer cuatrimestre del 2021.

La satisfacción aparece cuando las necesidades o expectativas del cliente se han cumplido, hoy en día la satisfacción al cliente es esencial para las empresas, no importa el rubro al que pertenezcas, ya no basta con llegar primero al mercado. Los tiempos han cambiado y con ello la forma en la que los consumidores piensan, y esto conlleva a modificar los hábitos de compra. Gráfico N° 24

La seguridad en el consumo y supone que todos los productos que se comercializan en el mercado deben ser seguros, para que no presenten riesgos o presenten únicamente riesgos mínimos compatibles con el uso del producto y, por lo tanto, estén libre de riesgos inadmisibles, La seguridad de un producto estará dada por las características del producto en sí mismo (su diseño, componentes, composición, formas, envase, entre otros), así como por las condiciones de uso (contexto, tipo de consumidor, interacción con el producto, mantenciones, entre otros) y la información y advertencias que contenga. se puede ver en el grafico N° 26

La calidad no es ni más ni menos que el reflejo que tienen los clientes al sentir una necesidad. Si los clientes son felices en esta primera adquisición de producto, sin duda volverán a sentir esa felicidad cuando tengan que volver a comprarlos en una fecha posterior. Esto quiere decir que la calidad está directamente relacionada con la satisfacción y la lealtad y además hace marca, hace que crezca el nombre, tan importante en el mercado, el que se encarga de reflejar la experiencia de compra del cliente y el uso del producto. Lograr los atributos del producto que satisface las necesidades, deseos y demandas del cliente, la eficiencia en el servicio al cliente puede brindar una atención integral, con respuestas inmediatas, soluciones al instante, y resultados óptimos a las solicitudes de los clientes, los consumidores de hoy buscan que los servicios sean rápidos, que los productos cumplan con la calidad y que la experiencia en su totalidad supere sus expectativas. Se puede ver en el gráfico N° 25

La calidad de los productos es de una importancia tremenda en el mundo de los negocios, este es el pilar fundamental donde se unirán todos los demás. Es el que garantiza la satisfacción del cliente y hace que se perciba la marca distanciándose del resto de la competencia. Es un requisito indispensable a la hora de negociar con el cliente, se extrae en el gráfico N° 27

Por último, pero no menos importante *Exponer cuales son las herramientas que utilizan los emprendedores para la determinación de los precios de sus productos, durante el primer cuatrimestre del 2021.*

*En este caso este estudio se basa en que hay ciertos precios que tienen un mayor impacto*

Se logran visualizar con una respuesta emocional del cliente para fomentar las ventas y sirven para vender más sin reducir costes. Los precios psicológicos funcionan porque se basan en la teoría de que ciertos precios tienen un impacto psicológico en el consumidor, se visualiza en el gráfico N° 23.

Es uno de los tantos procesos que se puede usar para el asignar el precio o servicio. Para asignar un precio, siguiendo el método de fijación de precios, se le agrega al costo de un producto una suma fija o un porcentaje del costo total. se visualiza en el gráfico N° 23.

Una de las razones por las que una empresa desarrolla un producto o servicio, o ejerce su actividad económica, es la búsqueda de un objetivo de rentabilidad a nivel financiero y económico, que le permita, Si bien es normal asumir que las pequeñas empresas tienen márgenes de ganancia más bajos, no suele ser siempre el caso. Aunque las pequeñas empresas tienen volúmenes de ventas más reducidos, también tienden a tener menos empleados y menores gastos, lo que contribuye a obtener mayores márgenes de ganancias se visualiza en el gráfico N° 23.

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

## 6.2. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

| Objetivo específico  | Conclusión   | Recomendación   |
|--|--|---|
| <p>A) Determinar las exigencias y los principios que debe tener un emprendedor para de iniciar su proyecto, durante el primer cuatrimestre del 2021.</p> | <p>La capacidad que tenga la empresa de generar efectivo con una menor inversión o u una menor utilización de activos, tiene gran efecto en el capital de trabajo</p> <p>Los impuestos constituyen el sustento básico del presupuesto gubernamental, así que el ingreso que obtiene el Estado por la recaudación de impuestos es sólo del Estado</p> <p>En este sentido se constituyen en el mejor canal de promoción y comercialización del producto.</p> | <p>También hay que proyectar la capacidad financiera, no sólo en términos de los flujos es necesario para que la empresa pueda funcionar, sino que también, apoya a la a la realización de presupuestos porque determina las metas y objetivos</p> <p>Por ello es indispensable apoyar políticas fiscales viables en donde exista certeza jurídica y recta aplicación de la norma tributaria, para de esta manera evitar en lo posible distorsiones o interpretaciones erradas, que en muchos casos se transformarían en evasión.</p> |

|  |   |   |
|--|---|---|
|  | <p>La gestión municipal permite establecer las necesidades básicas de los habitantes de la población</p> <p>Una inversión es la base de casi cualquier proyecto económico, ya que un nuevo emprendimiento suele sustentarse a partir del capital recibido para su gestión</p> <p>Gracias a la información que te da, entiendes mejor los riesgos que deberás tomar y cómo gestionarlo</p> | <p>Tener una idea acerca de cómo la empresa apoyará la introducción del producto al mercado</p> <p>Por eso la planificación juega un papel crucial para cualquier área de nuestro emprendimiento y vida personal, pero cuando se está hablando de inversión de dinero, es aún más relevante, no te dejes llevar por los impulsos, planifica tus proyectos en tiempo y espacio.</p> <p>Para encontrar el punto de equilibrio, tu empresa debe obtener la misma cantidad de ingresos que de gastos. Es decir, que cuando hagas un corte de lo que has tenido que invertir contra lo que ganaste haya un empate: ni utilidad, ni pérdida</p> |
|--|---|---|

|  |  |   |
|--|--|---|
| <p>B) Describir los campos más innovadores (Productos bienes o servicios o experiencias) de los negocios para dar origen y oportunidades en la creación de un negocio, durante el primer cuatrimestre del 2021</p> | <p>El mejoramiento continuo describe muy bien la calidad y refleja lo que las empresas necesitan si quiere ser competitivas a lo largo del tiempo</p> <p>Hacer un plan de negocios con las características que lo conllevan a elevar la posibilidad de tener éxito y crecer.</p> <p>El proceso de comunicación es importante tanto en la vida diaria como en el trabajo ya que las empresas utilizan la comunicación con una herramienta básica para poder dar a conocer sus productos, las nuevas ideas que tienen, los nuevos proyectos que presentara</p> | <p>Innovar sobre el conocimiento de otras experiencias existentes</p> <p>Haz investigaciones adicionales y conoce los costos estándar dentro de la industria. Esto no sólo te ayudará a manejar el negocio más eficientemente</p> <p>Cada negocio tiene sus características y tipo de público específico, así como hay que tomar en consideración la etapa de desarrollo en que se encuentre, se debe poder detectar tácticas comunes que son efectivas para implementar una estrategia</p> |
|--|--|---|

|  |   |  |
|--|---|--|
| <p>C) Reconocer los elementos que impiden a los emprendedores desarrollar sus proyectos para evitar que los mismos no se ponga en marcha, durante el primer cuatrimestre del 2021.</p> | <p>La misión depende de la actividad, el entorno y los recursos de la empresa.</p> <p>Es la imagen que la empresa quiere conseguir a largo plazo, es decir, como se ve en el futuro. Esta expectativa es real por lo que se espera que ocurra.</p> <p>Debe ser apropiada para sus recursos, objetivos y circunstancias y a la vez debe conectar con la misión y visión.</p> <p>Las limitaciones que permiten alcanzar eficazmente los objetivos deben ser claras y comprensibles para todos los miembros de la empresa.</p> | <p>La visión debe ser realista y a la vez ansiosa y soñadora para guiar a tu equipo.</p> <p>Debe ser realista pero también debe ser ambiciosa, su función es guiar y motivar para continuar con el trabajo</p> <p>Un elemento para tener en cuenta, es decir, si teniendo las necesidades del negocio y se define un objetivo que facilite aumentar el valor a la hora de vender el producto o servicio</p> <p>Diseñar una estrategia de comunicación para coordinar, gestionar y evaluar los avances. Eso te permitirá estar al tanto de los cambios efectuados</p> |
|--|---|--|

|   |  |   |
|---|--|---|
|   | <p>En la actualidad las empresas implementan procesos y programas de calidad con la finalidad de estandarizar sus prácticas ya que con ello se busca no solo mejorar la oferta del servicio, sino también la calidad de los productos.</p> <p>Con tantos referentes a su capacidad de conseguir los objetivos marcados por la empresa como desde determinadas limitaciones legales en su ejecución</p> | <p>Para lograr ser un emprendedor hay que dejar de lado el miedo y creer realmente en el producto o servicio que se esté ofreciendo</p> <p>El mercado es cambiante por lo tanto la información tiende a modificarse continuamente. Los cambios se dan no sólo por las acciones que una empresa tenga, cuenta mucho la influencia de la competencia y el mercado en general.</p> |
| <p>D) Estudiar el paso a paso de un estudio técnico legal para la creación de una microempresa para proveer el conocimiento a los que deseen emprender como requerimientos legales básicos para emprender, durante el primer cuatrimestre del 2021.</p> | <p>Los emprendedores constituyen uno de los factores más dinámicos que estimulan las actividades productivas de mayor valor agregado, desarrollo económico y social. Permite el crecimiento, ya que permite generar desarrollo sustentable y la creación de riqueza</p>  | <p>Para obtener buenos resultados al momento de comenzar un emprendimiento es necesario tomar decisiones de forma correcta. También es importante asegurarse de cumplir con las leyes, regulaciones y mantener un registro actualizado de todas las actividades de su negocio</p>   |

|  |  |  |
|--|--|--|
| <p>E) Determinar las herramientas digitales que utiliza un emprendedor, para la creación, el fortalecimiento, y comunicación de su negocio, durante el primer cuatrimestre del 2021.</p> | <p>La pequeña y mediana empresa se sitúa a la altura de las grandes empresas en términos de digitalización. Los próximos años serán determinantes para que las pymes finalicen el proceso de transformación digital en todas las disciplinas que necesita cualquier compañía</p> <p>Crear que aquellas ventajas del pasado permitirán ser competitivos en el presente y en el futuro puede ser letal. Los clientes, el mercado, la competencia y las habilidades para vender han cambiado, y en este contexto, cada negocio debe cambiar para lograr sus objetivos comerciales.</p> <p>El impacto que está generando el uso de comercio electrónico y que generará es arrollador, tanto en las empresas como en la sociedad</p> <p>Capacidad de comprar y vender a otros consumidores y aprovechar las ventajas del comercio</p> | <p>Aprovechar el comercio electrónico depende más que la herramienta disponible, de las competencias y la visión en el negocio para aprovechar las posibilidades de mercadeo.</p> <p>Implica el compromiso de toda la organización para ser ágiles y una serie de olas de transformación</p> <p>Esta nueva tecnología está adquiriendo gran importancia debido a que las empresas están teniendo una presencia electrónica básica sobre la red global abierta, aprendiendo de la experiencia, siendo gradualmente más sofisticada en el uso que hacen de las tecnologías</p> <p>A la hora de comprar hay más facilidades porque hay que hacer largas para comprar filas para cancelar.</p> |
|--|--|--|

|  |  |   |
|--|--|---|
| <p>F) Establecer cuáles son las mejores opciones para la venta de productos emprendedores, digitales o físicos, durante el primer cuatrimestre del 2021.</p> | <p>Todo servicio debe ir más allá de la satisfacción del cliente, además satisfacer expectativas del producto.</p> <p>En el mundo los mercados en tanto avanzan en su desarrollo deben enfrentar como consecuencia un esquema que pone en contacto de manera directa a todos los puntos del planeta en cadenas crecientemente complejas y expansivas además de dispersos tienen diferentes responsabilidades respecto de la seguridad de los productos que diseñan, fabrican, importan o venden.</p> <p>La importancia básica de los indicadores de gestión es brindar información necesaria y requerida para evaluar el rumbo de la empresa,</p> <p>La calidad se ha convertido en un aspecto trascendental dentro de las organizaciones en los últimos años, búsqueda de aspectos que permitan mayor crecimiento de las instituciones, así como, mayor satisfacción del cliente.</p> | <p>Se sugiere realizar un seguimiento de la información referente a las percepciones, necesidades y expectativas de sus clientes para mejorar día a día.</p> <p>La seguridad es un aspecto muy positivo ya que es un apoyo y la vez permite tomar decisiones. Enfrentar al compromiso, a los retos y asumir riesgos, da energía y fortaleza para desarrollar acciones con decisión. Sin temor a nada.</p> <p>La motivación y la implicación de esta en cada momento son pilares para un funcionamiento positivo.</p> <p>La calidad es un factor fundamental cuando se trata de cualquier producto o servicio en el área competitiva que está el mercado actualmente, la calidad se ha convertido en el diferenciador más fuerte para todos los productos y servicios en la actualidad</p> |
|--|--|---|

|  |   |   |
|--|---|---|
| <p>G) Exponer cuales son las herramientas que utilizan los emprendedores para la determinación de los precios de sus productos, durante el primer cuatrimestre del 2021.</p> | <p>La estrategia de precios psicológicos; de hecho, son pocas las empresas que usan números redondeados para fijar sus precios.</p> <p>La determinación del precio de venta permitirá saber en qué nivel de costos puede incurrir la empresa para vender rentablemente un producto.</p> <p>Para incrementar las ganancias de la organización estarán respaldados por el trabajo de tus empleados y rindan los frutos que tanto anhelas.</p> | <p>Es por ello por lo que se debe ubicar la estrategia de precio que mejor favorezca al negocio y con la cual se puedan cumplir los objetivos de ventas planificados.</p> <p>Haz que los consumidores conozcan los beneficios que ofrecen tu producto. De tal manera que el precio que asignes pueda estar por encima y esté respaldado por el valor de tu producto.</p> <p>El Servicio al Cliente es esencial y para incrementar las ganancias de la organización estarán respaldados por el trabajo de tus empleados y rindan los frutos que tanto anhelas.</p> |
|--|---|---|

## REFERENCIAS

- Ariza, F. A. (2016). Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=4895&pg=149>
- Ariza, F. A. (2016). *Comunicación y atención al client*. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=4895&pg=149>
- chavesta, M. (20 de 4 de 2020). Emprendedores exitosos | 10 Casos que cambiaron el mundo. *Emprendedores exitosos | 10 Casos que cambiaron el mundo*. Obtenido de <https://experienciajoven.com/emprendedores-exitosos/>
- Codegia, A. (24 de 9 de 2018). Jóvenes emprendedores: ¡15 casos de éxito para inspirarte. *Jóvenes emprendedores: ¡15 casos de éxito para inspirarte*. Obtenido de <https://blog.hotmart.com/es/jovenes-emprendedores/>
- Constanza, M. ., (2016). *Presupuestos*. (2a ed.). Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=4691&pg=24>
- Dessler, G. ., (2017). *Administración de recursos humanos*. Pearson Educació. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=4874&pg=32>
- Fischer, L. (2017). En *McGraw-Hill Interamericana*. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=4612&pg=120>
- Fischer, L. E. (2017). 4a. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=4616&pg=35>
- Grande, P. d. (10 de 12 de 2019). Inspírate con estos 5 casos de éxito de emprendimiento femenino en Chile. *Inspírate con estos 5 casos de éxito de emprendimiento femenino en Chile*, pág. 1. Obtenido de <https://www.conletragrande.cl/mi-empresa/inspirete-con-estos-5-casos-de-exito-de-emprendimiento-femenino-en-chile>
- Heitman, W. (2020). *La paradoja de la productividad en la era del conocimiento* (1 ed.). McGraw-Hill Interamerican. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=10916>

- Hernández Sampieri, R. (2018). *Metodología de la investigación* (Las rutas cuantitativa, cuantitativo y mixta / McGraw-Hill ed.). Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=6443>
- Hernández Sampieri, R. (2018). *Metodología de la investigación* (las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw-Hill ed.). Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=6443>
- Hidalgo, K. S. (15 de 01 de 2021). 4Kakes. (R. R. Sanchez, Entrevistador)
- Interamericana, C. y.-H. (Ed.). (s.f.). Ariza, F., Ariza, J. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=4895&pg=149>
- Kotler, P. (2016). *Dirección de marketing* (15a ed.). Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=4273&pg=71>
- Kotler, P. (2016). *Dirección de marketing* (15 ed.). Pearson Educación. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=4273>
- Kotler, P. (2017). *Fundamentos del marketing*. 13. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=4393>
- Martínez Rodrigo, E. M. (2016). *Investigación, desarrollo e innovación universitarios*. McGraw-Hill . Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=7473>
- Ortiz, D. (29 de 01 de 2021). 25 Emprendedores exitosos que hicieron historia con sus triunfos. *25 Emprendedores exitosos que hicieron historia con sus triunfos*. Obtenido de <https://www.emprendiendohistorias.com/emprendedores-exitosos/>
- Parra, A. (17 de 9 de 2019). La Cocotería, una experiencia diferente para el paladar. *La Cocotería, una experiencia diferente para el paladar*, pág. 2. Obtenido de <https://www.larepublica.net/noticia/la-cocoteria-una-experiencia-diferente-para-el-paladar>

- Pimienta Prieto, J. C. (2018). *Metodología de la investigación : competencias + aprendizaje + vida*. Pearson Educación. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=7587>
- Pimienta Prieto, J. H. (2018). *Metodología de la investigación: competencias + aprendizaje + vida*. Pearson Educación. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=7587>
- Quintana, C. (22 de 12 de 2020). 10 emprendedores exitosos que han marcado el comercio electrónico. *10 emprendedores exitosos que han marcado el comercio electrónico*. Obtenido de <https://ar.oberlo.com/blog/ejemplos-emprendedores-exitosos>
- Salud, M. d. (s.f.). *Ministerio de Salud Costa Rica*. Recuperado el 6 de 11 de 2020, de <https://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/tramites-ms/permisos-a-establecimientos-ms>
- Samuelson, P. (2019). *Microeconomía con aplicaciones* (19a ed.). McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=9161&pg=75>
- Samuelson, P. (2019). *Economía con aplicaciones*. (19a ed.). Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=9243&pg=36>
- Samuelson, P. (2019). *Microeconomía con aplicaciones*. 19a. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=9161&pg=42>
- Sánchez Colindres, C. (2019). *Bioestadística*. McGraw-Hill. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=10296>
- Sibaja, J. E. (26 de 01 de 2021). Pandemia provocó cierre de 30 mil microempresas: Casi 15 mil trabajadores independientes perdieron fuente de ingresos. *Pandemia provocó cierre de 30 mil microempresas: Casi 15 mil trabajadores independientes perdieron fuente de ingresos*, pág. 1. Obtenido de

<https://www.monumental.co.cr/2021/01/26/pandemia-provoco-cierre-de-30-mil-microempresas-casi-15-mil-trabajadores-independientes-perdieron-fuente-de-ingresos/>

Spiegel, , M., & Stephens, L. (2020). *Estadística* (6a ed.). McGraw-Hill Interamericana.

Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=10328&pg=62>

Triola, M. (2020). *Estadística*. (12a ed.). Pearson Educación. Obtenido de [http://ebooks7-](http://ebooks7-24.com/?il=7386&pg=36)

[24.com/?il=7386&pg=36](http://ebooks7-24.com/?il=7386&pg=36)

Urbina, G. B. (2016). *Evaluacion de Proyectos* (Octava ed.). Mexico: McGraw Hill

Education. Recuperado el 12 de 09 de 2020, de [http://ebooks7-](http://ebooks7-24.com.uh.remotexs.xyz/mobile/Viewer.aspx)

[24.com.uh.remotexs.xyz/mobile/Viewer.aspx](http://ebooks7-24.com.uh.remotexs.xyz/mobile/Viewer.aspx)

Venegas, J. U. (1 de 11 de 2017). Emprendedores que diseñan productos con sello tico.

*Emprendedores que diseñan productos con sello tico*. Obtenido de

<https://www.tec.ac.cr/hoyeneltec/2017/11/15/emprendedores-disenan-productos-sello-tico>

## ANEXOS

## Registro MiPyme

| Dirección General de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (DIGEPYME)  |  |  |                 |
|---|--|--|-----------------|
| Registro PYME   |  |  |                 |
| Declaración Jurada Trámite de Inscripción y Renovación  |  |  |                 |
| Teléfono 2549-1400 Apartado postal:10216-1000   |  | www.siec.go.cr Correo siec@meic.go.cr                        |                 |
| I. Información General de la Empresa  |  |  |                 |
| Nombre de la Persona o Empresa:   |  |  |                 |
| Tipo de Identificación: ( ) Física ( ) Jurídica   |  | No. Identificación   | Telefono:       |
| Documento de identificación: Pasaporte( ) Cédula de identidad( ) Cédula de Residencia( ) Cédula Jurídica ( )                        |  |  |                 |
| Tipo de persona Jurídica: Sociedad Anónima ( ) Responsabilidad Ltda ( ) Comandita Simple ( ) Sociedad de Capital e Industria ( )    |  |  |                 |
| Sociedad de Hecho ( ) Empresa Unipersonal ( ) Otro:   |  |  |                 |
| Correo electrónico para notificaciones:   |  | Página Web:  |                 |
| Dirección Exacta de la Empresa:   |  |  |                 |
| Provincia:  | Cantón:                                  | Distrito:  | Región:         |
| Sector al que pertenece la Empresa: Industria ( ) Comercio ( ) Servicios ( ) Agropecuario* ( ) Otro ( )                             |  |  |                 |
| Para el Sector Comercio indique: Comercio Por Menor ( ) Comercio al Por Mayor ( )   |  |  |                 |
| Descripción de la Actividad Económica Principal (En caso de tener más de una actividad indique porcentajes):                        |  |  |                 |
| II. Información de los Personeros Legales (tanto para empresa física o jurídica en lo que corresponda)                              |  |  |                 |
| Representante Legal:  | Primer apellido:                         | Segundo apellido   | Nombre completo |
| Tipo identificación: Cédula Identidad ( ) Cédula Residencia ( ) Pasaporte ( )   |  | Número:  |                 |
| Sexo: Mujer ( ) Hombre ( ) Fecha Nacimiento:  |  | Nacionalidad:  |                 |
| Cargo que desempeña en la empresa: Propietario ( ) Gerente ( ) Administrador ( ) Otro:  |  |  |                 |
| Tipo Poder: Apod. generalísimo ( ) Apod. general ( ) Apod. Especial ( ) Representante judicial y extra judicial ( ) Desconocido ( ) |  |  |                 |
| Porcentaje de su participación accionaria en la empresa:  |  |  |                 |
| Nivel Educativo: Primaria ( ) Secundaria ( ) Técnico ( ) Diplomado ( ) Bachiller ( ) Licenciatura ( ) Posgrado ( ) Carrera prof.:   |  |  |                 |
| III. Información operacional de la empresa  |  |  |                 |
| Fecha de constitución de la empresa ante el Registro Nacional:  |  | Fecha de inicio de operaciones:                              |                 |
| Marcas registradas:   |  |  |                 |
|   | Descripción de los productos o servicios | Descripción de las Materias Primas, Insumos o Requerimientos |                 |
| 1   |  |  |                 |
| 2   |  |  |                 |
| 3   |  |  |                 |
| 4   |  |  |                 |
| 5   |  |  |                 |
| IV. Información obligatoria para registrarse como PYME  |  |  |                 |
| Cantidad de Empleados Total:  |  | Hombres:   | Mujeres:        |
| Respecto al último período fiscal: Total  |  | Cumple con los requisitos siguientes:                        |                 |
| Valor de Ventas Brutas  |  | Póliza de Riesgos del Trabajo                                | SI NO           |
| Valor de los Activos Fijos  |  | Obligaciones tributarias                                     | SI NO           |
| Valor de los Activos Totales  |  | Cargas Sociales  | SI NO           |

(\*) Si la empresa pertenece al Sector Agropecuario, el registro se realiza en el Ministerio de Agricultura y Ganadería



| V. Información General de Permanencia en el Mercado   |        |        |  |        |        |
|---|--------|--------|--|--------|--------|
| Es Proveedora del Estado:   | SI ( ) | No ( ) | Participa o ha participado en Incubadora:    | SI ( ) | No ( ) |
| Exporta:  | SI ( ) | No ( ) | Tiene contratos en firme con otras empresas: | SI ( ) | No ( ) |
| Es parte de una Franquicia:   | SI ( ) | No ( ) | Señ o más mesas de soltar en el mercado:     | SI ( ) | No ( ) |
| Empresario (a) con dos o más años experiencia en la actividad:  |        |        |  |        |        |
| SI ( )  |        |        |  |        |        |
| No ( )  |        |        |  |        |        |
| <p>Los interesados deben velar por que los cambios en su Información básica sean reportados a la DICEPYME y anualmente deberán renovar los documentos presentados. El incumplimiento de la actualización de datos puede acarrear la exclusión del Registro PYME. Asegúrese de que la información solicitada se presente en forma completa. Los solicitantes que no cumplan los requisitos serán prevenidos y dispondrán de 10 días hábiles para completarlos. Transcurrido ese plazo, se archivará su gestión y no serán incluidos en el Registro PYME. Después de 5 días hábiles de presentados los documentos los interesados podrán verificar su correcta inclusión al Registro PYME. El MEIC podrá verificar la veracidad de estos datos y el proporcionar información falsa tendrá consecuencias legales para la empresa, además de ser excluida del registro y de los beneficios de la Ley 8262, Ley de fortalecimiento de la Pequeñas y Medianas Empresas.</p> |        |        |  |        |        |
| <p>YO, _____<br/>(Nombre y apellidos)</p> <p>representante legal o dueño interesado, declaro bajo la FE de Juramento, que la información que brindo en la presente declaración es verídica y actual, estando consciente de los delitos de perjurio y falso testimonio.</p>  |        |        |  |        |        |
| Autorizo al MEIC a través de la DICEPYME, a dar información a terceros, en lo que se refiere a datos como:  |        |        |  | SI ( ) | NO ( ) |
| Nombre de la empresa, Nombre del representante Legal, número telefónico, Correo electrónico y dirección física  |        |        |  |        |        |
| Estoy de acuerdo en que el MEIC utilice los datos de mi representación con fines estadísticos   |        |        |  | SI ( ) | NO ( ) |
| Firma del Propietario o Representante legal:  |        |        | Fecha:                                       |        |        |
| <b>Uso Exclusivo de DigePYME (SIEC)</b>   |        |        |  |        |        |
| <b>Actividad Principal según CAU:</b>   |        |        |  |        |        |
| Sector de la Empresa:   |        |        | Subsector de la Empresa:                     |        |        |
| <b>Sección del Código CIU:</b>  |        |        |  |        |        |
| Sección:  |        |        | División:                                    |        |        |
| Grupo:  |        |        | Clase:                                       |        |        |
| Subclase:   |        |        |  |        |        |
| <b>Sección del Código UNSI/SC:</b>  |        |        |  |        |        |
| Código de clasificación de ocho dígitos de productos y servicios para la clasificación de productos.  |        |        |  |        |        |
| Descripción en español del Código de clasificación.   |        |        |  |        |        |
| Código de clasificación de ocho dígitos de productos y servicios para la clasificación de materiales.   |        |        |  |        |        |
| Descripción en español del código de clasificación.   |        |        |  |        |        |
| Puntaje "P" obtenido por la empresa:  |        |        | Tamaño de la Empresa:                        |        |        |
| Nombre de Archivos Adjuntos:  |        |        | Comentario para el archivo adjunto:          |        |        |
| <b>Observaciones:</b>   |        |        |  |        |        |
| Estado de Inscripción de la Empresa en el Registro PYME: Aprobada ( ) Rechazada ( ) Archivada ( ) Devuelta ( )  |        |        |  |        |        |
| <b>NOTA IMPORTANTE: ESTE SERVICIO ES TOTALMENTE GRATUITO</b>  |        |        |  |        |        |
| El valor que debe colocar en la Casilla de Ingresos es el dato de la línea 35, en el caso del valor de los activos fijos corresponde a la línea 23, y el valor de los activos totales es el equivalente al de la línea 24 del formulario de la declaración del Impuesto sobre la Renta D-101. En caso de no presentar como requisito ese formulario debe indicar los datos estimados.   |        |        |  |        |        |
| Se debe indicar los datos del personero legal tanto si es personería física o jurídica. En el caso de persona física omitir datos de Tipo de Poder.   |        |        |  |        |        |
| En el caso del Sello PYME, se regula por lo dispuesto en el Decreto Ejecutivo No 38254 MEIC - 28-02-2014.   |        |        |  |        |        |
| Además de este Formulario firmado y debidamente lleno para poder proceder con la inscripción PYME, debe adjuntar al menos 2 de 3:   |        |        |  |        |        |
| 1. Fotocopia de la última declaración del Impuesto sobre la Renta del último periodo fiscal (formulario D-101 ó D-105).   |        |        |  |        |        |
| 2. Fotocopia de la planilla presentado ante la CCSSo comprobante de trabajador independiente según sea el caso.   |        |        |  |        |        |
| 3. Fotocopia del pago de la póliza de riesgos del trabajo (último recibo cancelado vigente y que contenga la fecha).  |        |        |  |        |        |
| Los trámites de Inscripción por primera vez y de renovación los pueden realizar personalmente o en línea, mediante la página Web.   |        |        |  |        |        |
| Ley 8262: "Artículo 3"- Para todos los efectos de esta Ley y de las políticas y los programas estatales o de instituciones públicas de apoyo a las pymes, se entiende por pequeñas y medianas empresas (pymes) toda unidad productiva de carácter permanente que disponga de los recursos humanos, los maneje y opere bajo las figuras de persona física o de persona jurídica, en actividades industriales, comerciales, de servicios o agropecuarias que desarrollen actividades de agricultura orgánica.   |        |        |  |        |        |