

**UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

*Tesis para optar por el grado académico de*

*Licenciatura en Banca y Finanzas*

**ANALISIS COMPARATIVO DE  
MICROEMPRESAS DE VENTA DE COMIDA  
(sodas) EN EL DISTRITO DE SAN JUAN  
CANTON DE TIBAS A JULIO DEL 2020**

**Estudiante: Gerardo Francisco Ramírez**

**Quesada**

**Tutor: Lic. Rodolfo Bonilla Núñez**

**Julio 2020**

## CONTENIDO

Declaración Jurada .....	i
Carta del tutor.....	ii
Carta Lector.....	iii
Carta de Autorización de los autores para la consulta.....	iv
Dedicatoria .....	vi
Agradecimiento .....	vii
ABREVIATURAS Y SIGLAS .....	viii
RESUMEN EJECUTIVO .....	ix
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN .....	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1 Antecedentes del Problema .....	3
1.1.2 Delimitación del problema .....	11
1.1.2.1 Delimitación de la muestra.....	11
1.1.2.2 Delimitación demográfica .....	11
1.1.2.3 Delimitación temporal.....	11
1.1.2.4 Delimitación geográfica .....	11
1.1.3 Justificación del problema.....	11
1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN .....	13
1.3 OBJETIVOS .....	13
1.3.1 Objetivo general .....	14
1.3.2 Objetivos específicos.....	14
1.4 ALCANCES Y LIMITACIONES .....	14
1.4.1 Alcances de la investigación .....	14
1.4.2 Limitaciones de la investigación .....	15
1.4.2.1 Limitación de enfoque.....	16
1.4.2.2 Limitación de alcance.....	16
1.4.2.3 Limitación de diseño .....	16
1.4.2.4 Limitación del objeto de estudio .....	16
1.4.2.5 Limitación de criterios .....	16
1.4.2.6 Limitación de manejo y contacto .....	16
1.4.2.7 Limitación de instrumentos .....	16
1.4.2.8 Limitación de categorías .....	16

1.4.2.9 Limitación de análisis de datos .....	16
2.1 EL CONTEXTO TEÓRICO-CONCEPTUAL .....	18
2.1.1 Antecedentes del tema.....	18
2.1.2 Condiciones para registrarse como Pyme en el Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC) .....	19
2.1.3 Promoción y Mercadeo .....	20
Definiciones .....	21
Marca: .....	21
Identidad:.....	21
Mercadeo:.....	21
Estudio de mercado .....	21
Estrategia de comunicación.....	21
Estrategias de mercadotecnia y promoción .....	22
Canales de comunicación externa .....	23
Medios digitales .....	23
Medios físicos .....	23
Recomendación general .....	23
2.1.4 Beneficios de pymes.....	23
Condición PYME: ¿Qué es la condición PYME?.....	24
¿Qué beneficios puedo obtener, si la PYME queda registrada y obtiene la condición PYME? .....	24
Registro y beneficios .....	25
Requisitos para inscribir una Pyme:.....	26
2.1.5 Riesgos de una empresa formal y una informal .....	26
CAPÍTULO III: PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO .....	29
3.1 Enfoque de la investigación .....	30
3.2 Alcance de la investigación.....	30
3.3 Diseño de la investigación.....	31
3.4 Unidades de Análisis.....	31
3.4.1 Población.....	31
3.4.2 Muestra.....	31
3.4.3 Criterios de inclusión y exclusión. ....	32
3.4.4 Cuidados éticos para el manejo de la información y el contacto con participantes. ....	32
3.5 Instrumentos para la recolección de la información.....	33
3.5.1 Cuestionario .....	33

3.6 Operacionalización de las Variables .....	36
3.7 Análisis de Datos.....	37
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	38
4.1 Resultados del cuestionario aplicado a las personas autorizadas por los negocios que estuvieron de acuerdo en participar en esta investigación .....	39
4.1.1 Objetivos específicos.....	39
4.1.2 Objetivos específicos.....	45
4.1.3 Objetivos específicos.....	50
4.1.4 Objetivos específicos.....	55
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS .....	60
5.1 Hallazgos.....	61
5.1.1 Hallazgo 1. Incumplimiento de registro como Pyme ante el Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC) .....	61
5.1.2 Hallazgo 2. El no aprovechamiento de las herramientas tecnológicas y redes sociales.....	62
5.1.3 Hallazgo 3. Existe poco conocimiento y utilización de los beneficios que promueve el MEIC para las empresas registradas como MiPymes .....	62
5.1.4 Hallazgo 4. El desconocimiento de las microempresas formales con respecto a los riesgos en beneficio de ampliar su funcionamiento.....	63
CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	64
6.1 Conclusiones .....	65
6.1.1 Conclusión general o principal.....	65
6.1.2 Conclusiones específicas.....	66
6.1.2.1 De acuerdo con el primer objetivo específico, se concluye .....	66
6.1.2.2 De acuerdo con el segundo específico, se concluye.....	66
6.1.2.3 De acuerdo con el tercer objetivo específico, se concluye .....	67
6.1.2.4 De acuerdo con el cuarto objetivo específico, se concluye .....	67
6.2 Recomendaciones.....	67
6.2.1 Recomendación general .....	67
6.2.2 Recomendaciones específicas .....	68
6.2.2.1 De acuerdo con el primer objetivo específico, se sugiere: .....	68
6.2.2.2 En relación con el segundo objetivo específico, se recomienda: .....	68
6.2.2.3 Según el tercer objetivo específico, se aconseja:.....	69
6.2.2.4 En el caso del cuarto objetivo específico, se sugiere: .....	69
CAPÍTULO VII: PROPUESTAS .....	70
7.1 Propuesta para la creación de una red de información, orientación y capacitación donde participe el ente rector, gobiernos locales, grupos organizados de la zona, las microempresas de venta de	

comida y entidades autorizadas encargadas de brindar los beneficios que se adquieren al registrarse como MIPYMES ante el MEIC .....	71
7.1.1 Justificación.....	71
7.1.2 Objetivo general .....	71
7.1.3 Objetivos específicos.....	72
7.1.4 Lugar de implementación.....	72
7.1.5 Actividades por desarrollar .....	73
7.1.6 Cronograma de actividades .....	73
7.1.7 Presupuesto necesario .....	74
7.1.8 Desarrollo de las actividades.....	74
7.1.8.1 Divulgación y capacitación de los requisitos y beneficios que se adquieren al registrarse como MiPymes en el MEIC .....	74
7.1.8.2 Información y capacitación de las herramientas que puede utilizar una microempresa en el funcionamiento de su negocio .....	75
7.1.8.3 Capacitación a las microempresas registradas en el MEIC con respecto a la utilización de los beneficios que tienen opción de acceder.....	76
7.1.8.4 Capacitación de los riesgos que tienen las microempresas formales e informales, así como sus beneficios o perjuicios.....	77
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>78</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>80</b>
Anexo 1-Cuestionario .....	80

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1- ¿Por qué? ¿Por qué es importante una estrategia de comunicación en mi negocio? ..	22
Tabla 2-Categorías relacionadas con su operación.....	28
Tabla 3-Criterios de inclusión y exclusión .....	32
Tabla 4-Definición conceptual, instrumental y operacional de variables .....	36
Tabla 5-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 1, trámite de permisos, julio 2020 .....	40
Tabla 6-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 1, tiempo de gestión de permisos, julio 2020 .....	41
Tabla 7-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 1, régimen tributario, julio 2020 .....	42
Tabla 8-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 1, registro en la CCSS, julio 2020 .....	43
Tabla 9-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 1, dificultad en trámites, julio 2020 .....	44
Tabla 10-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 2, capacitación, julio 2020	45
Tabla 11-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 2, importancia de capacitación, julio 2020.....	46
Tabla 12-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 2, necesidad de capacitación, julio 2020.....	47
Tabla 13-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 2, motivos de la no capacitación, julio 2020.....	48
Tabla 14-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 2, servicios que tiene el negocio, julio 2020 .....	49
Tabla 15-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 3, conocimiento de beneficios al registrarse al MEIC, julio 2020 .....	50
Tabla 16-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 3, necesidad de financiamiento, julio 2020.....	51
Tabla 17-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 3, como financia el negocio, julio 2020.....	52

Tabla 18-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 3, oportunidad de financiamiento, julio 2020.....	53
Tabla 19-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 3, conocimiento de beneficios al estar registrado como PYME, julio 2020.....	54
Tabla 20-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 4, consideraciones de negocios formales, julio 2020.....	55
Tabla 21-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 4, consideraciones de negocios informales, julio 2020 .....	56
Tabla 22-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 4, necesidades para formalizar el negocio, julio 2020.....	57
Tabla 23-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 4, conocimiento de la situación contable, julio 2020.....	58
Tabla 24-Cronograma de actividades .....	73

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1-Cronograma de actividades .....	73
--	----

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-Objetivo específico 1, trámite de permisos, julio 2020.....	40
Gráfico 2-Objetivo específico 1, tiempo de gestión de permisos, julio 2020 .....	41
Gráfico 3-Objetivo específico 1, régimen tributario, julio 2020 .....	42
Gráfico 4-Objetivo específico 1, registro en la CCSS, julio 2020 .....	43
Gráfico 5-Objetivo específico 1, dificultad en trámites, julio 2020 .....	44
Gráfico 6-Objetivo específico 1, capacitaciones, julio 2020.....	45
Gráfico 7-Objetivo específico 2, importancia de capacitación, julio 2020 .....	46
Gráfico 8-Objetivo específico 2, necesidad de capacitación, julio 2020.....	47
Gráfico 9-Objetivo específico 2, motivos de la no capacitación, julio 2020.....	48
Gráfico 10-Objetivo específico 2, servicios que tiene el negocio, julio 2020.....	49
Gráfico 11-Objetivo específico 3, conocimiento de beneficios al registrarse al MEIC, julio 2020 .....	50
Gráfico 12-Objetivo específico 3, necesidad de financiamiento, julio 2020.....	51
Gráfico 13-Objetivo específico 3, como financia el negocio, julio 2020.....	52
Gráfico 14-Objetivo específico 3, oportunidad de financiamiento, julio 2020 .....	53
Gráfico 15-Objetivo específico 3, conocimiento de beneficios al estar registrado como PYME, julio 2020.....	54
Gráfico 16-Objetivo específico 4, consideraciones de negocios formales, julio 2020.....	56
Gráfico 17-Objetivo específico 4, consideraciones de negocios informales, julio 2020 .....	57
Gráfico 18-Objetivo específico 4, necesidades para formalizar el negocio, julio 2020.....	58
Gráfico 19-Objetivo específico 4, conocimiento de la situación contable, julio 2020.....	59

## ÍNDICE DE MAPAS

<b>Mapa 1-Cantón de Tibás.....</b>	<b>15</b>
------------------------------------	-----------

## Declaración Jurada

### DECLARACIÓN JURADA

Yo, Gerardo Francisco Ramírez Quesada, mayor de edad, portador de la cédula de identidad número 106450062 egresado de la carrera de Administración de Negocios con Énfasis en Banca y Finanzas de la Universidad Hispanoamericana, hago constar por medio de éste acto y debidamente apercebido y entendido de las penas y consecuencias con las que se castiga en el Código Penal el delito de perjurio, ante quienes se constituyen en el Tribunal Examinador de mi trabajo de tesis para optar por el título de Licenciatura en Administración de Negocios con Énfasis en Banca y Finanzas, juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado: Análisis comparativo de microempresas de venta de comida (sodas) en el distrito de San Juan Cantón de Tibás a julio del 2020, es una obra original que ha respetado todo lo preceptuado por las Leyes Penales, así como la Ley de Derecho 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; incluyendo el numeral 70 de dicha ley que advierte; artículo 70. 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, quedo advertido que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público. en fe de lo anterior, firmo en la ciudad de San José, a los 23 días del mes de agosto del año dos mil veinte.

  
Firma del estudiante

Cédula 1-645-062

## Carta del tutor

### CARTA DEL TUTOR

San José, 24 de agosto de 2020

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

Estimado señor:

El estudiante Gerardo Francisco Ramírez Quesada, cédula de identidad número 1-0645-0062, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado "ANÁLISIS COMPARATIVO DE MICROEMPRESAS DE VENTA DE COMIDA (sodas) EN EL DISTRITO DE SAN JUAN CANTON DE TIBAS A JULIO DEL 2020.", el cual ha elaborado para optar por el grado académico de Licenciatura en Administración de Empresas, con Énfasis en Banca y Finanzas.

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

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

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

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

Atentamente,

RODOLFO ANTONIO  
 BONILLA NUÑEZ  
 (FIRMA)

Firmado digitalmente por  
 RODOLFO ANTONIO BONILLA  
 NUÑEZ (FIRMA)  
 Fecha: 2020.08.24 15:55:55 -06'00'

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

## Carta Lector

San José, 20 de setiembre 2020

Señor  
Lic. Luis Vargas Zúñiga.  
Director Administración de Negocios  
Universidad Hispanoamericana

Estimado señor

**El estudiante Gerardo Francisco Ramírez Quesada**, cédula de identidad: **1-0645-0062**, me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **“ANÁLISIS COMPARATIVO DE MICROEMPRESAS DE VENTA DE COMIDA (sodas) EN EL DISTRITO DE SAN JUAN CANTON DE TIBAS A JULIO DEL 2020.”** el cual ha elaborado para obtener su grado de **Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Banca y Finanzas .**

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, así como la consistencia de los datos recopilados y la coherencia entre éstos y las conclusiones.

La aplicabilidad y originalidad de las recomendaciones, en términos de aporte de la investigación son muy apropiadas. He verificado que se han cumplido con las exigencias de forma y fondo correspondientes a las observaciones indicadas.

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

Atentamente,

**Lic. Oscar Leiton Muñoz**  
Cédula 0106450926

Numero de Carné Colegio de Profesionales,  
**CPCECR # 036698.**

**OSCAR  
EDUARDO  
LEITON  
MUÑOZ  
(FIRMA)**

Firmado  
digitalmente por  
OSCAR EDUARDO  
LEITON MUÑOZ  
(FIRMA)  
Fecha: 2020.09.26  
20:13:33 -06'00'

## Carta de Autorización de los autores para la consulta

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

San José, 29 de septiembre del 2020


Señores:  
Universidad Hispanoamericana  
Centro de Información Tecnológico (CENIT)

Estimados Señores:

El suscrito Gerardo Francisco Ramírez Quesada con número de identificación 106450062 autor del trabajo de graduación titulado: Análisis comparativo de microempresas de venta de comida (sodas) en el distrito de San Juan cantón de Tibás a julio del 2020, presentado y aprobado en el año 2020 como requisito para optar por el título de Licenciado en Administración de Negocios con Énfasis en Banca y Finanzas; si autorizo al Centro de Información Tecnológico (CENIT) para que con fines académicos, muestre a la comunidad universitaria la producción intelectual contenida en este documento.

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

Cordialmente,

  
106450062  
Firma y Documento de Identidad

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

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

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

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

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

## **Dedicatoria**

Dedico por sobre todas las cosas a Dios, por cuidarme, protegerme, darme paz en mi corazón y mi mente, por su misericordia y tantas bendiciones y oportunidades de avanzar en este proceso educativo y alcanzar este grado académico.

De igual manera, se lo dedico a mis tres hijos y mi nieto que han sido el motor de mi vida, quienes me han apoyado incondicionalmente en todos los proyectos que me he propuesto, así como a mi compañera sentimental, mi mamá, hermanos y amigos, quienes siempre han estado a mi lado con su apoyo, orientación, paciencia y comprensión que se necesita para poder avanzar en la vida.

También a mi padre y tío que donde quiera que estén en compañía de Diosito, estoy seguro están muy contentos de este logro.

## **Agradecimiento**

Agradezco a la Universidad, a la joven que me atendió por primera vez en el área de información, por haberme insistido tanto y haberme buscado todos los beneficios posibles para que me fuera accesible matricular la licenciatura, a cada uno de los profesores que tuve la oportunidad de conocer y me enseñaron su especialidad, pero principalmente su don de gente, respeto, vivencias y consideración en algunas cosas personales.

A mi tutor, un agradecimiento especial, por motivarme y acompañarme en este trabajo final, siempre respetuoso, jovial y preocupado por mi bienestar personal, muchas gracias.

## ABREVIATURAS Y SIGLAS

CCSS	Caja Costarricense de Seguro Social
DIGEPYME	Dirección General de la Pequeña y Mediana Empresa
ICC	Índice de competitividad cantonal
INEC	Instituto Nacional de Estadística y Censos
MEIC	Ministerio de Economía Industria y Comercio
MIPYME	Micro, pequeña y mediana empresa
ODS	Objetivos de Desarrollo Sostenible
OIT	Organización Internacional del Trabajo
PIB	Producto interno bruto
PNUD	Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo
PROCOMER	Promotora de Comercio Exterior
PYME	Pequeña y mediana empresa
TUDCN-RSCD	The Trade Union Development Cooperation Network Red de Cooperación sindical para el desarrollo

## RESUMEN EJECUTIVO

Esta investigación pretende evidenciar el impacto que tiene una microempresa dedicada al procesamiento y venta de comidas (sodas) al pasar de la informalidad o semiformalidad a la formalidad de la economía de Costa Rica, específicamente para las ubicadas en el distrito de San Juan del cantón de Tibás, mediante un comparativo entre ellas desde la perspectiva del negocio, requisitos, costos de la formalización, capacidades y recursos financieros.

El objetivo principal es analizar las variables que tiene una microempresa formal e informal de venta de comidas del distrito de San Juan del cantón de Tibás a julio del 2020; y los objetivos específicos: Determinar los requisitos legales que deben cumplir las empresas del sector servicio, establecidos por Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC). Evaluar las herramientas mercadológicas, logísticas, de comunicación y tecnología, que utilizan empresas de servicio del sector en estudio. Estudiar los beneficios a los cuales tienen acceso toda pyme debidamente registrada. Valorar los riesgos de una empresa formal a una informal. Igualmente, se detallan los conceptos teóricos, los cuales son la base para el desarrollo de esta investigación y posterior análisis de variables.

El alcance de la investigación es de tipo descriptivo, ya que no solo busca la recolección y tabulación de datos a través de la aplicación de un cuestionario a los responsables de los negocios, y, la creación de una base estadística, sino que también realiza un análisis e interpretación de los datos consignados. En esta investigación no se va a manipular deliberadamente las variables, por lo que se va a aplicar el diseño no experimental y de una forma transversal donde la recolección de datos se dará en un momento determinado al mes de junio y julio 2020. Tiene un enfoque cualitativo, debido a que tiene como finalidad identificar,

evaluar y analizar la información, de manera que se pueda realizar una comparación de las diferentes variables entre las sodas. Se explican los alcances obtenidos de los resultados, así como las alternativas de cambios para la resolución del problema. Abarca los hallazgos de la investigación, indicando los aspectos más relevantes, las conclusiones y la propuesta sugerida.

Palabras claves: MiPymes, PYMES, Pequeña industria, Microempresas, Economía informal, Economía alimentaria, Formalidad.

# **CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN**

## 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

De acuerdo con los datos proporcionados por el Banco Central de Costa Rica (2017) citado por Arce (2019), para el año 2017 las PYMES representaron el 97.5% del parque empresarial a nivel nacional (p.4), con respecto al año 2012 que incremento en 6.8% (p.4), las microempresas tuvieron un incremento del año 2012 al 2017 del 5.7%, pasando de 102.177 a contabilizar 108.079, siendo San José la provincia que contabiliza mayor cantidad de empresas de menor tamaño (p.4), manteniéndose las micro empresas en un 81.0% del total de empresas en el país, las pequeñas en un 12.5 % las medianas de un 4.0% y las empresas grandes en alrededor de un 2.5% (p.17).

Arce (2019) explica además que, tomando como referencia el total de empresas en el 2017, el sector servicios representó un 64.2%, comercio un 22.4%, agropecuario un 6.6%, sector industria un 5.3%, y otros sectores (sin clasificar) un 1.5% (pp.21-22).

Expone además que las empresas PYME para el año 2017 concentraron el 33.0% del total del empleo, distribuido de la siguiente forma: las microempresas con 10.2%, las pequeñas empresas con 11.2% y las medianas empresas con 11.7%. (p.30). Otro aspecto importante que expone es que las PYME para el año 2017 mantuvo un aporte al PIB del 35.73% (p.7); y de ese total las microempresas aportaron el 11.40% (pp.56-57).

Los datos anteriores corresponden a empresas legalmente constituidas, registradas en diferentes bases de datos a nivel institucional, por lo que la situación de las empresas en informalidad limita contar con información confiable y de calidad para su caracterización y cuantificación; de hecho, en el último Informe del Estado de las MiPymes en Costa Rica, se infiere que el fenómeno de la informalidad solo se da en los primeros meses de constituida

la microempresa, y que luego de dos años esta cumple con todos los requisitos en su formalización (Chacón, 2012 citado en Abarca, 2019). Explica, además,

Esta apreciación quizás se debe a que se deja de lado a empresas que operan parcial o totalmente fuera del marco legal. A esto se suma que los estudios se realizan en el ámbito nacional, por lo que no permiten obtener información acerca de la problemática de este sector a nivel regional y local. (p.4).

Si bien, existen esfuerzos por adoptar definiciones para la medición del empleo formal e informal, como es el caso del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), el país no cuenta con una política específica para atender la problemática de la economía informal, por lo que el Gobierno y las organizaciones de empleadores y trabajadores adoptaron en octubre del 2016 el Acuerdo Tripartito para la Implementación de la Recomendación núm. 204 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) sobre la Transición de la Economía Informal a la Economía Formal en Costa Rica (TUDCN-RSCD).

Por lo anterior, se define como objeto de estudio de esta investigación, determinar los requisitos, herramientas, beneficios, riesgos y el impacto que tiene la microempresa dedicada al procesamiento y venta de comida (sodas) al incursionar a la actividad económica formal, mediante un análisis comparativo de las microempresas del distrito de San Juan, cantón de Tibás, para el periodo establecido de junio y julio del 2020.

### **1.1.1 Antecedentes del Problema**

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

Brenes y Bermúdez (2012) en el estudio titulado Semiformalidad de la mediana y pequeña empresa (MIPYME) en Costa Rica y su relación con la competitividad y el desarrollo. Se analiza la dinámica empresarial del país refiriéndose a dos situaciones: las empresas formales y las informales.

Para este estudio se recolectó la información del registro de patentes municipales en cada cantón. Según lo estipulado en el artículo 79 del Código Municipal (Asamblea Legislativa de Costa Rica, 1998), los establecimientos deben contar con patentes municipales para llevar actividades productivas dentro del cantón donde están ubicadas por medio del pago de un impuesto, durante el tiempo en que se disponga de dicha licencia.

La comparación entre la cantidad de patentes otorgadas y el número de patronos inscritos en cada provincia permite constatar que en el 2007 había aproximadamente 3,5 patentes por cada patrono (142 249 patentes y 51 264 patronos). Las cifras del 2010 muestran una relación similar entre estas dos variables.

Es notable el caso de la provincia de Limón, donde la relación entre el número de patentes y patronos es de 6,7 en 2007 y de 5,4 en 2010. Por otra parte, San José es la provincia que presenta una relación más baja con aproximadamente dos patentes por cada patrono. Se observa una relación directa entre el número de patentes otorgadas y el de patronos inscritos en la CCSS

En el país hay aproximadamente tres patentes por cada patrono inscrito en la CCSS, lo cual indica que la semiformalidad de la MIPYME es una realidad empresarial que amerita ser objeto de mayor análisis. Asimismo, se logró comprobar una relación directa entre la densidad de patentes y patronos, y sus correlaciones significativas con otras variables e indicadores de la competitividad y el desarrollo cantonal. Por ende, existen cantones cuyas

condiciones favorecen el desarrollo de iniciativas empresariales, tanto formales como semiformales.

A pesar de que para el cálculo del ICC (Índice de Competitividad Cantonal) sólo se toma en cuenta la cantidad de empresas industriales medianas y grandes (dentro del pilar empresarial), este indicador muestra alta relación con la formalidad y semiformalidad de la MIPYME. Llama la atención el grupo de los cinco primeros lugares según los conglomerados y según el ICC: en ambos coinciden San José y Montes de Oca, sin embargo, Tibás, Curridabat y Goicoechea están en los primeros cinco lugares según los conglomerados, mientras que en el ICC son Belén, Alajuela y Heredia. Esto puede deberse a la importancia que ICC (Índice de Competencia Cantonal) les atribuye a las empresas grandes. En el caso específico del pilar infraestructura, los cinco cantones concuerdan con la clasificación obtenida.

También es recomendable seguir investigando el parque empresarial costarricense para conocer mejor las características de las empresas semiformales: las razones por las cuales no completan su proceso de formalización, su composición por género y actividad económica, la correlación que podría existir entre la densidad empresarial y aspectos de la gestión municipal del cantón, la presencia de instituciones y proyectos que apoyen al sector empresarial.

El presente estudio enfatiza en el análisis de la tramitación, no obstante, se reconoce que la problemática de la informalidad empresarial también debe ser objeto de estudios y propuestas para superar los obstáculos y desafíos. Al respecto, tal como señala Brenes y Bermúdez (2012), debe hacerse la distinción con la semiformalidad: “la MYPE informal

orientada a la subsistencia es sujeto de políticas sociales; y la MYPE semiformal orientada a la acumulación es sujeto de la política económica” (p.115).

Cheng, R. (2018) en la investigación “Costa Rica: el diálogo social en la construcción de una estrategia nacional para la transición de la economía informal a la economía formal”, explica que el porcentaje de empleo informal en Costa Rica se incrementó de 36% a casi 45% durante la presente década. La preocupación por el impacto económico, político y social que puede generar la creciente pérdida de empleos formales ha movilizó al gobierno y a las organizaciones de empleadores y trabajadores a adoptar, en octubre de 2016, el Acuerdo Tripartito para la Implementación de la Recomendación núm. 204 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

Dicho instrumento propone estrategias y lineamientos sobre las políticas y medidas que los países pueden asumir para facilitar la transición de la economía informal a la economía formal, en aras de avanzar hacia un modelo de desarrollo incluyente y sostenible. Para realizar este estudio se utilizó un enfoque de investigación cualitativo, donde las principales técnicas de recolección de datos fueron la revisión documental y las entrevistas semiestructuradas. Para procurar el balance de opiniones y percepciones, se consultaron representantes de las instituciones de gobierno, de las organizaciones de empleadores y trabajadores, así como funcionarios de la OIT y del PNUD que han brindado asistencia técnica para la implementación de la recomendación número 204 y para la Agenda 2030, respectivamente.

El “Acuerdo Tripartito para la Implementación de la Recomendación núm. 204 de la OIT” constituye un instrumento clave para colocar la problemática en la agenda pública,

elevant los niveles de compromiso de los diferentes actores sociales, y promover la articulación de diversas iniciativas con potencial para prevenir y erradicar la informalidad.

El proceso de diálogo social que se ha generado a partir de dicho Acuerdo ha permitido la articulación de diversas instituciones en torno al tema y avanzar en la construcción de una estrategia de corto y mediano plazo que moviliza voluntades y recursos en torno a propuestas relevantes y viables para las instituciones involucradas en el proceso.

Las acciones que se están articulando en torno a la estrategia nacional sobre economía informal constituyen una contribución a los esfuerzos que realizan las instituciones públicas, y están en línea con los ODS, principalmente en materia de reducción de la desigualdad de género (ODS 5) y mejora de las condiciones de trabajo decente (ODS 8) de sectores vulnerables, tales como trabajadoras domésticas, poblaciones indígenas y migrantes dedicadas a la recolección de café y trabajadores independientes de bajos ingresos, por medio de la ampliación de las modalidades de acceso a la protección social (ODS 10)

Además, las medidas de apoyo a las unidades productivas que operan en la informalidad promueven mayor acceso a formación profesional, exoneraciones temporales en materia de cargas sociales y reducción de gastos administrativos al simplificar trámites. Estas medidas contribuyen al empoderamiento e inclusión económica de grupos de escasos recursos (ODS 1), así como a reducir la brecha de desigualdad existente entre el empleo formal y el informal (ODS 10).

Fonseca (2019) en el artículo Mercado virtual: ¿Cómo hacerlo más accesible y funcional para las PYMES? La identificación de las variables y los elementos a considerar en la mejora de las plataformas virtuales se realizó mediante los siguientes dos métodos: una encuesta aplicada a empresarios que han utilizado un mercado virtual para vender o comprar

bienes y servicios en los últimos cinco años; y un análisis comparativo de ocho plataformas que ofrecen el servicio de mercado virtual, tanto a nivel nacional como internacional.

La base de datos para la realización de la encuesta fue suministrada por la Promotora de Comercio Exterior (Procomer), con datos al 2016, compuesta por 917 registros. Se entrevistó a una muestra de 47 empresarios (estadísticamente significativa al 85 % de confianza). Los sujetos de estudio se seleccionan por medio de la técnica aleatoria, con remplazos elegidos bajo el mismo método, en caso de no obtener respuesta al tercer envío del correo electrónico y segunda llamada telefónica realizada. La encuesta se realizó con el apoyo de la herramienta Formularios de Google.

La información se levantó entre los meses de noviembre 2016 y enero 2017. Entre los principales resultados del estudio: Los mercados virtuales son una línea de acción que permite apoyar el área estratégica del desarrollo de plataformas tecnológicas de comunicación, vigente en la política de Fomento al Emprendimiento en Costa Rica 2014-2018. Dichas plataformas ahorran tiempo, costos importantes y amplían el mercado nacional e internacional al que pueden acceder las empresas costarricenses. En este sentido, se recomienda como acción dentro de política de apoyo al sector pyme y emprendimiento, el mejoramiento de la plataforma Marketplace de Procomer, o bien, el desarrollo de una nueva plataforma que encuentre las áreas operativas del Ministerio de Economía, Industria y Comercio con la Promotora de Comercio Exterior.

La plataforma a reforzarse o crearse debería incorporar o mejorar los siguientes elementos competitivos y funcionales para hacerla más accesibles y adaptada a las necesidades de las pymes: diseñar una estrategia de mejora a corto plazo; renovar el diseño y ofrecer opciones de idioma; mejorar el registro y perfil de las empresas a registrar; habilitar

la plataforma a diferentes industrias, sectores y nacionalidades; incluir funcionalidades tales como poder realizar negociaciones y compras con el respaldo de la plataforma, contar con un sistema de notificaciones, asistencia en línea, información y estadísticas de uso, así como estar disponible en diversos dispositivos; el costo debería ser gratuito y financiar los gastos operativos por medio de publicidad. También es necesario establecer una estrategia de divulgación y promoción del mercado virtual, realizar una depuración y actualización constante de la base de datos y contemplar la generación de respaldos frecuentes de la información.

Abarca (2019) en la investigación La semiformalidad de las microempresas. El caso de la Región Brunca, Costa Rica. La población de estudio de esta investigación está conformada por todos aquellos microempresarios/as tanto del sector formal como informal que desarrollen actividades comerciales y productivas en alguno de los cantones de la Región Brunca. Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, citados por Rojas y Sequeira (2012), para el año 2011, existían en la Región 1.659 empresas que contrataban entre uno y cinco empleados. Tomando como base esta cifra, y ante la carencia de un marco muestral que contenga información sobre las empresas tanto formalmente inscritas como informales, en este estudio se utilizó una muestra de 320 unidades microempresariales localizadas en las áreas comerciales de los distritos cabecera de cada cantón estudiado, lo que representa el 20% del total de la población objeto de estudio.

Como punto de referencia para la validez de este estudio, se indica que el total de microempresas encuestadas equivalen en términos relativos al 54% de las 595 microempresas que fueron incluidas en el segundo diagnóstico del estado de las MiPymes

por parte de la Universidad Estatal a Distancia en el año 2011, con la diferencia de que, en este caso, es a nivel regional y no nacional (Brenes y Govaere, 2012, p. VIII).

La recopilación de la información se realizó en el primer semestre del año 2014, mediante una encuesta que se aplicó en forma presencial al propietario(a) de cada establecimiento comercial que cumpliera con los siguientes requisitos: emplear de uno a cinco trabajadores, ubicarse en el sector o actividad económica previamente seleccionada (comercial, industrial y servicios), y estar en disposición de brindar la información respectiva, independientemente de su condición de formalidad o informalidad.

Entre los principales resultados del estudio se releva una relación directa entre el nivel de escolaridad y el cumplimiento de requisitos de formalidad por parte de los empresarios(as) de las microempresas. Se concluye que a mayor escolaridad mayor cumplimiento de requisitos

Se muestra una tendencia favorable en la participación de la mujer como microempresaria, principalmente en aquellas empresas nuevas. Existe una baja participación de los empresarios(as) de las microempresas en organizaciones o gremios, lo cual denota una situación de desventaja en relación con las medianas y grandes empresas.

La mayoría de las microempresas siguen siendo de carácter familiar, existiendo muy poca asociatividad en su forma jurídica de organización. Al ponderar en un solo indicador el cumplimiento de por lo menos dos requisitos de formalización, los resultados del estudio indican que el nivel de semiformalidad e informalidad de las microempresas en la Región Brunca es menor al reportado a nivel nacional.

No existe correlación entre los indicadores de competitividad a nivel cantonal con los datos de formalidad y semiformalidad de las microempresas. Cantones categorizados con una competitividad superior a los otros a nivel regional, muestran los indicadores de formalidad más bajos de acuerdo con los resultados del estudio.

### **1.1.2 Delimitación del problema**

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

**1.1.2.1 Delimitación de la muestra:** De acuerdo con los datos suministrados por la Municipalidad de Tibás, en el distrito de San Juan existen 27 sodas y 5 soda/restaurante activas registradas, de las cuales se seleccionan 10, para aplicar el formulario definido para recabar la información requerida.

**1.1.2.2 Delimitación demográfica:** Se definió como población a los dueños, administradores y/o contadores que tengan a cargo la información comercial, legal y financiera del establecimiento seleccionado.

**1.1.2.3 Delimitación temporal:** En los meses de junio y julio del 2020.

**1.1.2.4 Delimitación geográfica:** Distrito de San Juan, del cantón de Tibás, de la provincia de San José.

### **1.1.3 Justificación del problema**

En este apartado se citan las razones que sustentan el desarrollo de la investigación, el por qué y el para qué, o bien “exponer los motivos por los cuales es importante llevar a cabo

el respectivo estudio” (Bernal, 2010) citado por (González, L.). Las temáticas que justifican una investigación son: de conveniencia; relevancia social; implicaciones prácticas; valor teórico; o utilidad metodológica (Hernández et al., 2014) citado por (González, L.).

En Costa Rica no existe una política pública específica dirigida a la reducción o erradicación de la economía informal, por lo que nos parece importante estudiar y valorar el impacto en las microempresas en la incursión a la formalidad

Parte de los objetivos de todo país es aumentar la productividad, el crecimiento económico, la reducción del desempleo y la generación de más y mejores empleos, de ahí la importancia de por qué se debe estudiar este tema, dado el aporte de las microempresas a la economía. Los resultados de esta investigación aportan insumos para el análisis que se realiza para minimizar el impacto en la transición de una microempresa informal a la formalidad

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

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

La investigación basa su estudio de un análisis comparativo en la recolección de datos, validación de información y la relación de estos con lo dispuesto por el Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC), este sería su aporte al campo disciplinar.

## 1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

Las microempresas informales se crean para subsistir o generar un ingreso adicional en las familias, muchas ubicadas en casas de habitación lo que permite disminuir costos, con recurso humano mínimo y sin capacitación, lo que provoca un desconocimiento de la información que deben presentar en las entidades autorizadas.

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

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

**¿Cuál es el impacto que tiene una microempresa dedicada al procesamiento y venta de comidas al incursionar a la actividad económica formal que establece el Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC)?**

## 1.3 OBJETIVOS

Según (Bernal, 2010) en toda investigación se requiere plantear dos niveles en los objetivos: El general y los específicos. El objetivo general debe reflejar la esencia del

planteamiento del problema y la idea expresada en el título del proyecto de investigación. Los objetivos específicos son los pasos que se dan para lograr el objetivo general. (p.96).

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

### **1.3.1 Objetivo general**

1.3.1.1 Analizar las variables que tiene una microempresa formal e informal de venta de comidas del distrito de San Juan del cantón de Tibás a julio del 2020.

### **1.3.2 Objetivos específicos**

1.3.2.1 Determinar los requisitos legales que deben cumplir las empresas del sector servicio, establecidos por Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC).

1.3.2.2 Evaluar las herramientas mercadológicas, logísticas, de comunicación y tecnología, que utilizan empresas de servicio del sector en estudio.

1.3.2.3 Estudiar los beneficios a los cuales tienen acceso toda pyme debidamente registrada.

1.3.2.4 Valorar los riesgos de una empresa formal a una informal.

## **1.4 ALCANCES Y LIMITACIONES**

Explica Hernández, et al. 2016 que el alcance o cobertura indica donde se va a empezar y hasta donde va a cubrir la investigación. (p.89)

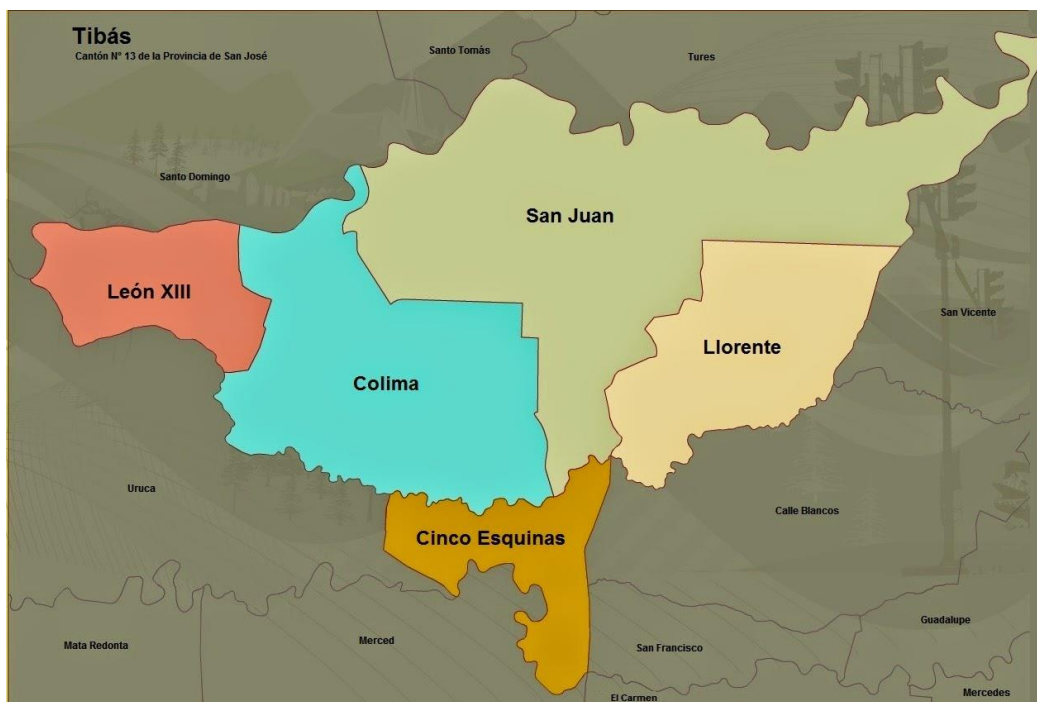
### **1.4.1 Alcances de la investigación**

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

cantón, con 3,38 km<sup>2</sup> de superficie, y según el Censo 2011, con una población de 21.744 habitantes residiendo en 7.472 viviendas.

Se determinó una población de estudio de 10 sodas de las cuales 5 sodas están registradas y activas en la Municipalidad de Tibás he inscritas en el MEIC y 5 sodas que no están inscritas en el MEIC, que tienen la condición de microempresas, esta última definida por la cantidad de empleados que laboren para éstas, se efectúa un cuestionario con el fin de determinar sus generalidades. El trabajo tiene una duración de dos meses, junio y julio del 2020, donde se recabará la información necesaria utilizando los instrumentos metodológicos adecuados para obtener los datos primordiales de la investigación.

### Mapa 1-Cantón de Tibás



Fuente: Google. (2020). [Mapa de Tibás en Google Maps].

### 1.4.2 Limitaciones de la investigación

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

**1.4.2.2 Limitación de alcance:** Se requiere de la apertura de los dueños de las sodas para ahondar en las dimensiones específicas y se espera que en este aspecto las limitaciones sean mínimas.

**1.4.2.3 Limitación de diseño:** No se estiman limitaciones en la aplicación del diseño.

**1.4.2.4 Limitación del objeto de estudio:** No se estima limitación para la determinación de los casos a estudiar

**1.4.2.5 Limitación de criterios:** No se estiman limitaciones

**1.4.2.6 Limitación de manejo y contacto:** Limitación en el tiempo laboral dependiendo del conocimiento o disposición de las personas encargadas de las sodas.

**1.4.2.7 Limitación de instrumentos:** No se estiman limitaciones

**1.4.2.8 Limitación de categorías:** No se estiman limitaciones

**1.4.2.9 Limitación de análisis de datos:** No se estiman limitaciones

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

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

### **2.1.1 Antecedentes del tema**

Una de las transformaciones que ha enfrentado Costa Rica se refiere al cambio de rumbo en la política económica nacional, desde el proteccionismo hacia la apertura económica, que ha expuesto a la industria costarricense a la realidad de la competencia en los mercados internacionales.

Para la dinámica económica, desde hace varios años, es ampliamente reconocida la importancia de la microempresa, pequeña y mediana empresa (PyME), particularmente su desempeño como motor de la economía y base para el desarrollo sostenible. Tanto su papel de generador de empleo, su función democrática y social, como su importancia en la lucha contra la pobreza, se han descrito en numerosos estudios de la literatura económica. Sin embargo, más recientemente, la comprensión de la dimensión sistémica de la competitividad ha puesto especial énfasis en esta trascendencia de la PyME, ya que tiene la capacidad de contribuir a una estructura económica más flexible y competitiva; disminuir el grado de concentración económica y, por tanto, mejorar la distribución del ingreso.

Si bien el Gobierno ha tomado una serie de medidas para facilitar el proceso de modernización de las microempresas, pequeñas y medianas empresas, como por ejemplo la creación de alternativas de financiamiento, la mayor parte de estas empresas carece de la capacidad para, por sí misma, identificar sus oportunidades y diseñar los planes de acción que les permitiría aprovecharlas con existo el estar en la economía formal.

### **2.1.2 Condiciones para registrarse como Pyme en el Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC)**

Según el Reglamento General de la Ley No. 8262 de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas No. 33111, Capítulo II, Artículos 8 y 9, para registrarse como pyme ante el Ministerio de Economía Industria y Comercio, se deben de cumplir varios requisitos según se indica:

Artículo 8°—A efecto de obtener la condición Pyme, conforme a los artículos Nos. 3, 4 y 5 de este Reglamento, la PYME deberá completar el formulario que para dichos efectos ha elaborado la DIGEPYME del Ministerio de Economía, Industria y Comercio. El formulario se debe llenar de manera completa, con letra clara y sin ningún tipo de tachadura, pudiéndose obtener el mismo en las oficinas centrales o regionales del MEIC. Asimismo, dicho formulario estará disponible en el sitio de Internet del MEIC.

Artículo 9°—El formulario que complete la PYME contemplará la siguiente información: A) Datos del Formulario 1. Datos Generales de la PYME. a. Para los casos de Personas Jurídicas se deberá de indicar, el nombre y tipo de razón social, el número de cédula jurídica y año de inicio de operaciones. En los casos de personas físicas se deberá de indicar el nombre completo y el número de cédula de identidad. b. Indicar a que sector empresarial pertenece, ya sea al industrial, comercial, de servicio, agroindustrial o de artesanía. c. Señalar la dirección exacta, con indicación de la provincia, cantón y distrito en donde opera la empresa, número de teléfono y apartado postal. d. Número de fax y dirección de correo electrónico donde atender notificaciones. e. Descripción

de la actividad económica. f. Nombre del Apoderado o Representante de la Empresa, número de cédula de identidad y el tipo de poder o representación que ostenta. 2) Información específica de la PYME. La PYME deberá aportar la siguiente información con respecto al último período fiscal: a. Número promedio de empleados contratados, b. Valor de las ventas netas anuales, c. Valor de los activos fijos netos, d. Valor de los activos totales netos. B) Una vez completado el formulario, la PYME deberá aportar los siguientes documentos: 1. Fotocopia de la cédula de identidad en los casos de personas físicas. 2. Fotocopia de la cédula jurídica y de la cédula de identidad del o los representantes legales por ambos lados, de conformidad con la certificación de personería jurídica.

La información contenida en el formulario se brindará por el interesado bajo la fe de juramento de que es actual y verdadera; pudiéndose derivar consecuencias penales del hecho, cuando se demuestre lo contrario. La DIGEPYME podrá verificar en cualquier momento la veracidad de estos datos.

### **2.1.3 Promoción y Mercadeo**

El Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC) y la Organización Internacional del Trabajo (OIT) (2019), definen que:

La identidad empresarial es vital a la hora de proyectarse ante el mercado. Desde el logo y la marca, hasta las estrategias de promoción y la construcción de prestigio alrededor de un emprendimiento, sus productos y/o servicios y su valor agregado, como herramienta clave de desarrollo y proyección. (p. 52)

## **Definiciones**

Igualmente, el MEIC y la OIT (2019) detallan los siguientes conceptos (p.53)

**Marca:** Es el símbolo que representa a la empresa, ya sea gráfico o no. Es la síntesis máxima del propósito y el negocio que supone la empresa o emprendimiento, y constituye el principal instrumento de promoción e identificación de este.

**Identidad:** Es el conjunto de rasgos, características de una empresa, que la definen y la distinguen de otras.

**Mercadeo:** Es el proceso administrativo y creativo que conecta la empresa con el cliente. El mercadeo es el responsable de identificar, anticipar y satisfacer los requerimientos rentables del cliente y los intereses del mercado. Lo logra a través de la promoción perfecta del producto adecuado, al precio ideal, para los clientes correctos.

**Estudio de mercado:** Es un conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado ante un producto o servicio. Analiza desde la oferta y la demanda, hasta los precios y los canales de distribución, tanto cualitativa como cuantitativamente.

**Estrategia de comunicación:** Se refiere al conjunto de acciones que recopila, procesa y distribuye conocimientos e información alrededor de la actividad del negocio, tanto a nivel interno como externo. Es una herramienta que permite organizar y conectar las distintas rutas de traslado de información con el objetivo de maximizar el propósito, el impacto y la rentabilidad del negocio. (p.56)

Asimismo, proponen una guía con preguntas generadoras para construir la base de una estrategia de comunicación para emprendimientos:

Tabla 1- ¿Por qué? ¿Por qué es importante una estrategia de comunicación en mi negocio?

¿Qué?	¿Qué quiero comunicar? ¿Cuál es el objetivo de la estrategia de comunicación para mi negocio?
¿Quién?	¿A quién o quiénes va dirigida mi estrategia de comunicación? ¿Quién es la imagen y la voz de la estrategia?
¿Dónde?	¿Dónde debo estar presente para llegar a mis públicos meta? ¿A través de cuáles canales me conviene comunicar?
¿Cuándo?	¿Cuándo es oportuno comunicar lo que somos o lo que hacemos? ¿Cuáles hitos marcan un momento importante para comunicar públicamente?
¿Cómo?	¿Cómo voy a transmitir el mensaje y proyectar el impacto? ¿Cómo innovo y marco diferencia constantemente en la comunicación?

Fuente: MEIC; OIT, 2019 (p.56)

**Estrategias de mercadotecnia y promoción:** Las estrategias de marketing o mercadotecnia son un conjunto de acciones centradas en el consumidor cuyo fin es el de alcanzar los objetivos de negocio de la empresa con éxito. Buscan transmitir el mensaje de la empresa, posicionar la marca o el producto en la mente del consumidor y por supuesto aumentar las ventas y los recursos. Es un proceso estratégico de comunicación externa que inicia desde la definición del modelo de negocio y se extiende hasta la operatividad diaria, proponiendo congruencia y enfoque de las acciones hacia las metas organizacionales. (p.58)

Existen diversos tipos de estrategias de mercadeo. La selección e implementación de esta varía según elementos como la meta organizacional, el nicho de mercado, el área o la dimensión del negocio.

Se recomienda investigar acerca de las estrategias de mercadotecnia y promoción disponibles para tener claro cuál o cuáles son las ideales para el negocio, así como los canales ideales para activarlas.

## **Canales de comunicación externa**

**Medios digitales:** Son plataformas y formatos a través de los cuales se puede crear, observar, transformar y compartir información y contenido en dispositivos electrónicos digitales. Ejemplos: redes sociales, correos electrónicos, páginas web, etc. (p.58).

**Medios físicos:** Son plataformas y formatos a través de los cuales se puede crear, observar, y compartir información y contenido fijo en elementos físicos, sin que este pueda modificarse. Periódicos físicos, vallas publicitarias, volantes, etc. (p.58).

**Recomendación general:** El mercadeo es relevante para cualquier tipo de empresa, principalmente si consideramos que el ambiente para hacer negocios es cada día más complicado debido a la competencia, los cambios del entorno, y la incertidumbre del mercado. Lo anterior no es ajeno al emprendedor ni a la MIPYME por lo que se deben considerar seriamente todos los aspectos indicados. (p.58).

### **2.1.4 Beneficios de pymes**

En el sitio electrónico del MEIC se detallan en la sección “Preguntas frecuentes” las siguientes interrogantes que permiten guiar a los interesados e informan sobre la temática de la investigación:

**Condición PYME: ¿Qué es la condición PYME?**

Consiste en estar al día en el Registro PYME del Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), ya sea porque realizó el trámite del Registro PYME por primera vez o que realizó el trámite de renovación.

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

1. Participar como proveedor PYME del Estado
2. Financiamiento, avales y garantías Fodemipyme (Banco Popular)
3. Fondos no reembolsables para innovación Propyme (MICITT)
4. Servicios de desarrollo empresarial, charlas, capacitaciones
5. Ferias empresariales y encuentros de negocio
6. Sello PYME y constancia de condición PYME gratuitos
7. Recursos financieros del Sistema de Banca para Desarrollo
8. Exoneración impuesto personas jurídicas micro y pequeñas empresas
9. Exoneración IVA alquiler micro y pequeñas, monto menor a ¢669,000
10. Pago escalonado nuevas microempresas: Cargas Sociales CCSS – Impuesto

Renta Ministerio de Hacienda

11. Permiso sanitario de funcionamiento Microempresas \$20
12. Tarifa diferenciada en registro sanitario (20%) para Microempresas

De la misma forma, Salas (2020) en el sitio electrónico Nidux detalla:

### **Registro y beneficios**

El 16 de abril se celebra el Día Mundial del Emprendimiento y el 27 de junio fue declarado por la ONU como el Día Mundial de las Microempresas y las Pequeñas y Medianas Empresas (PYME).

Explica que las *microempresas* se definen con unidades productivas de bienes o servicios con menos de 5 empleados; mientras que las *pequeñas empresas* tienen de 6 a 30 empleados; y las *medianas* de 31 a 100 trabajadores.

De acuerdo con el último informe PYME presentado por el Ministerio de Economía Industria y Comercio, para el año 2017 las pymes representaron el 97,5% del parque empresarial a nivel nacional. Se registró un aumento de 125.198 en el año 2012, a 133.765 en el año 2017; para un incremento del 6,8%

Explica el procedimiento de registro de las PYME y los beneficios que pueden optar quienes se inscriban:

1. Exoneración anual del pago al impuesto de las personas jurídicas;
2. Exoneración del IVA en el pago del alquiler (el monto debe ser menor a C 669.00 colones)
3. Participar como proveedor del Estado
4. Acceder a recursos del fondo para innovación PROPYME del MICIT;
5. Acceso a recursos de financiamiento por medio del FONDEMIPYME del Banco Popular y el Sistema Banca para el Desarrollo.

6. Obtener a servicios de desarrollo empresarial y asistencia técnica por medio del Instituto Nacional de Aprendizaje;
7. Programas de apoyo para la internacionalización impulsadas por PROCOMER.
8. Permiso sanitario de funcionamiento de microempresas (valor de US \$ 20)
9. Tarifa diferenciada en el Registro sanitario para microempresas (un 20%)
10. Pago escalonado para nuevas microempresas en las cargas sociales de la CCSS y el impuesto sobre la renta.

### **Requisitos para inscribir una Pyme:**

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

- Estar al día en el pago de cargas sociales (C.C.S.S.)
- Inscrito y al día en el cumplimiento de obligaciones tributarias (Ministerio de Hacienda)
- Inscripción y al día en el cumplimiento de obligaciones laborales (póliza de riesgos del trabajo del I.N.S.)

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

En una guía publicada por el Periódico El Financiero (2017) se especifican los riesgos de una empresa formal y una informal y de los requisitos establecidos por el gobierno.

Algunas causas de la informalidad en las empresas pequeñas:

1. Baja productividad a altos costos para convertirse en negocios formales.
2. Complejidad de los procedimientos (trámites burocráticos).

### 3. Atractivo de la informalidad como opción de flexibilidad e independencia.

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

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

Tabla 2-Categorías relacionadas con su operación

<b>Libertad y Tranquilidad</b>	
<b>PYME formal</b>	<b>PYME informal</b>
Trabaja con mayor libertad, sin temor de ser castigado por las autoridades.	Labora a hurtadillas, sin plena libertad, pues corre el riesgo de ser descubierta
Tiene menor posibilidad de recibir sanciones administrativas (pago de multas o clausura de locales) e, incluso, demandas legales	Hay un mayor riesgo de ser sancionada y demandada legalmente, lo cual generará gastos económicos que pueden comprometer su existencia
<b>Acceso a financiamiento y estabilidad laboral</b>	
<b>PYME formal</b>	<b>PYME informal</b>
Tiene mayores opciones de acceder a financiamiento y obtener el apoyo de inversionistas	Es menos probable que reciba recursos financieros de entidades bancarias y de eventuales inversionistas o socios, pues su modo de operar le resta credibilidad.
Ofrece una mayor estabilidad laboral, pues los empleados gozan de todas las garantías fijadas por ley.	Se genera descontento en los empleados, a quienes no se les respetan sus derechos, lo cual va en detrimento del negocio
<b>Garantías sociales</b>	
<b>PYME formal</b>	<b>PYME informal</b>
El propietario de la pyme –al cotizar ante la Caja Costarricense de Seguro Social– tendrá acceso a los servicios de salud públicos y en el futuro se beneficiará de una pensión, al igual que sus empleados	Al dueño de la empresa y a sus empleados se les dificultará acceder a servicios médicos públicos y no podrán disfrutar de una pensión, cuando posean la edad para jubilarse. En algunos casos, esto las forzará a solicitar una pensión del régimen no contributivo, cuyo monto es mucho más bajo que si hubiesen cotizado.
<b>Acceso a nuevos mercados y oportunidades</b>	
<b>PYME formal</b>	<b>PYME informal</b>
Tiene mayores oportunidades de participar en procedimientos de contratación administrativa, así como de venderles a empresas transnacionales y hasta de exportar.	Se restringen las posibilidades de acceso a nuevos mercados: venderle al Estado, a empresas grandes o a proveedores que solo establecen relaciones comerciales con empresas que cumplen con la ley.
El negocio puede vincularse con un mayor número de empresas del mercado y atraer a personal talentoso.	Existen obstáculos para contratar trabajadores o vincularse a proveedores y clientes más allá de los círculos familiares y de amigos.
<b>Nivel de corrupción</b>	
<b>PYME formal</b>	<b>PYME informal</b>
Al cumplir con la legislación, hay menor riesgo de buscar atajos impropios para realizar las gestiones o sucumbir ante los funcionarios corruptos	Son vulnerables a la extorsión de funcionarios corruptos a la hora de realizar trámites.

Fuente: Elaboración propia, 2020 con base en Dinarte y Villalobos (2017).

## **CAPÍTULO III: PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO**

### 3.1 Enfoque de la investigación

La investigación debe indicar su naturaleza, esta puede ser cuantitativa o cualitativa.

Sampieri (2014) los define de la siguiente manera:

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

Esta investigación tiene un enfoque cualitativo, debido a que tiene como finalidad identificar, evaluar y analizar la información, de manera que se pueda realizar una comparación de las diferentes variables entre las sodas.

### 3.2 Alcance de la investigación

Hernández *et al.* (2014) concluyeron lo siguiente:

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

El alcance de la investigación es de tipo descriptivo, ya que no solo busca la recolección y tabulación de datos a través de la aplicación de un cuestionario a los responsables de los negocios (sodas) y la creación de una base estadística con los mismos, sino que también es objetivo realizar un análisis e interpretación de los datos consignados.

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

En esta investigación no se va a manipular deliberadamente las variables, por lo que se va a aplicar el diseño no experimental y de una forma transversal donde la recolección de datos se dará en un momento determinado al mes de junio y julio 2020.

### **3.4 Unidades de Análisis**

#### **3.4.1 Población**

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

De acuerdo con la información suministrada por la Municipalidad de Tibás, al mes de mayo del año 2020, se encuentran registradas y activas 27 sodas y 5 más que tienen la condición de soda-restaurante, para lo cual se determinó que la población de investigación será de 10 sodas que tienen la condición de microempresas.

#### **3.4.2 Muestra**

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

Para efectos de esta investigación la muestra al ser cualitativa se determinó tomando en cuenta los siguientes tipos: voluntarios oportunidad y conveniencia.

### 3.4.3 Criterios de inclusión y exclusión.

En relación con la muestra utilizada se llevó a cabo un análisis que determinó los parámetros de inclusión y exclusión permitiendo obtener la información correcta de las personas quienes fueron sujetas de estudio por los instrumentos de recolección de datos.

Tabla 3-Criterios de inclusión y exclusión

CRITERIOS DE INCLUSIÓN	CRITERIOS DE EXCLUSIÓN
Microempresas del distrito de San Juan del cantón de Tibás	Microempresas no registradas en la Municipalidad de Tibás
Encargados de las sodas	Las microempresas con la condición soda-restaurante

**Fuente:** Elaboración propia, 2020.

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

Si en el proceso de recolección de información se determina en conjunto con las personas a las que se les aplica el cuestionario que existe información que los comprometa en su operación ante terceros de forma ética o laboral, será compromiso de esta investigación que no será utilizada sin la debida autorización de la persona y de no existir su autorización la misma será desecha y no será manifiesta en esta investigación.

Las microempresas seleccionadas para este estudio serán notificadas y advertidas por escrito del objeto y propósito de esta investigación de forma detallada previo a la aplicación del cuestionario.

## **3.5 Instrumentos para la recolección de la información**

### **3.5.1 Cuestionario.**

Hernández et al. (2014) concluyeron lo siguiente:

...un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir (Chasteauneuf, 2009). Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis (Brace, 2013). Los cuestionarios se utilizan en encuestas de todo tipo (por ejemplo, para calificar el desempeño de un gobierno, conocer las necesidades de hábitat de futuros compradores de viviendas y evaluar la percepción ciudadana sobre ciertos problemas como la inseguridad) ... (p. 217).

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

La información solicitada en el cuestionario que abarca de 43 preguntas es “estrictamente confidencial” y únicamente se usará para fines académicos.

Instrucciones generales:

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

### **1. Objetividad**

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

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

### **2. Validez**

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

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

### **3. Confiabilidad**

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

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

La información tabulada de los resultados de la aplicación del cuestionario se presenta por medio de tablas y gráficos para una presentación más concreta.

### 3.6 Operacionalización de las Variables

Tabla 4-Definición conceptual, instrumental y operacional de variables

Objetivo Específico	Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumentos
Determinar los requisitos legales que deben cumplir los negocios del sector servicio, establecidos por el Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC)	Principales aspectos dispuestos por el Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC)	Para efectos de este estudio se define conceptualmente la variable 2.1.2 - Condiciones	Con relación a la operacionalización de esta variable, con el cuestionario se busca la recolección y tabulación de datos.	Importancia de analizar e interpretar datos consignados en el cuestionario	Agrupar las variables según su naturaleza de tipo legal, tributaria, operativa y funcional	Se establece el uso de cuestionario abierto
Evaluar las herramientas mercadológicas, logísticas, de comunicación y tecnología, que utilizan los negocios de servicio del sector en estudio	Principales herramientas del E-Commerce y M-Commerce	Para efectos de este estudio se define conceptualmente la variable 2.1.3 - Promoción y Mercadeo	Con relación a la operacionalización de esta variable, con el cuestionario se busca la recolección y tabulación de datos.	Importancia de analizar e interpretar datos consignados en el cuestionario	1. Identificar que tipo de estrategias de mercadeo y promoción utilizan / 2. identificar si utilizan medios difitales y/o físicos	Se establece el uso de cuestionario abierto
Estudiar los beneficios a los cuales tienen acceso toda pyme debidamente registrada.	Principales aspectos dispuestos por el Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC)	Para efectos de este estudio se define conceptualmente la variable 2.1.4 - Beneficios de Pyme's	Con relación a la operacionalización de esta variable, con el cuestionario se busca la recolección y tabulación de datos.	Importancia de analizar e interpretar datos consignados en el cuestionario	Determinar cuantos de los beneficios indicados por el entrevistado estan entre la lista de beneficios que promueve el MEIC	Se establece el uso de cuestionario abierto
Valorar los riesgos de una empresa formal y una informal	Las variables determinadas por el Ministerio de Economía y la Organización Internacional del Trabajo (OIT)	Para efectos de este estudio se define conceptualmente la variable 2.1.5 - Riesgos de una empresa formal y una informal	Con relación a la operacionalización de esta variable, con el cuestionario se busca la recolección y tabulación de datos.	Importancia de analizar e interpretar datos consignados en el cuestionario	1. Identificar los motivos por los que la microempresa esta formal o informal / 2. Identificar el grado de conocimiento de del microempresario de los riesgos de la formalidad e informalidad	Se establece el uso de cuestionario abierto

Fuente: Elaboración propia, 2020

### **3.7 Análisis de Datos**

Esta investigación de carácter cualitativo se realizará mediante anotaciones del cuestionario realizado y del análisis de contenido.

## **CAPÍTULO IV: RESULTADOS**

Los resultados que se exponen en este capítulo se han elaborado de acuerdo con lo propuesto en los objetivos específicos y sus categorías definidas, para lo cual se pretende evidenciar de forma detallada y comprensible cada ítem que se generó de la aplicación del cuestionario diseñado para la recolección de los datos.

Se inicia exponiendo los resultados del objetivo específico número uno y así se avanza sucesivamente en los cuatro objetivos propuestos, con los datos obtenidos del cuestionario aplicado a las personas dueñas, administradores o dependientes que fueron autorizados para brindar la información.

Los resultados se exponen mediante tablas expresadas en valores absolutos y porcentuales, de igual forma con gráficos que pretenden facilitar su mejor comprensión y explicación de los ítems aplicados, adicionalmente, se incluyen comentarios que realizaron las personas.

## **4.1 Resultados del cuestionario aplicado a las personas autorizadas por los negocios que estuvieron de acuerdo en participar en esta investigación.**

### **4.1.1 Objetivos específicos**

Determinar los requisitos legales que deben cumplir las empresas del sector servicio, establecidos por Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC).

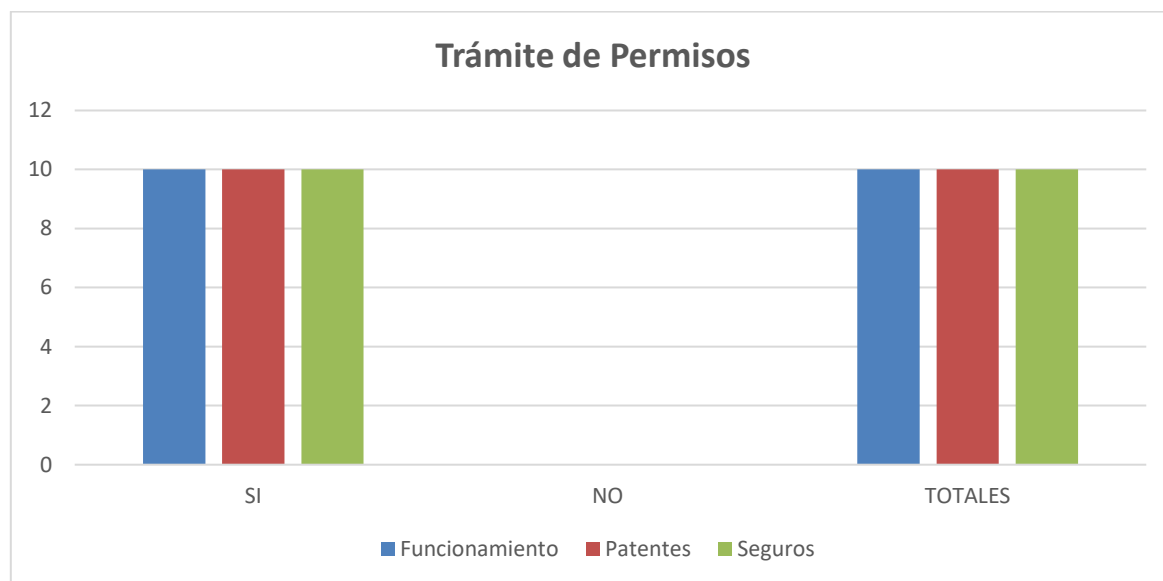
Ítems consultados:

Tabla 5-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 1, trámite de permisos, julio 2020

¿Cuándo inició su negocio tramitó los siguientes permisos?:	SI	NO	TOTALES
Funcionamiento	10	0	10
Patentes	10	0	10
Seguros	10	0	10

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

Gráfico 1-Objetivo específico 1, trámite de permisos, julio 2020



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

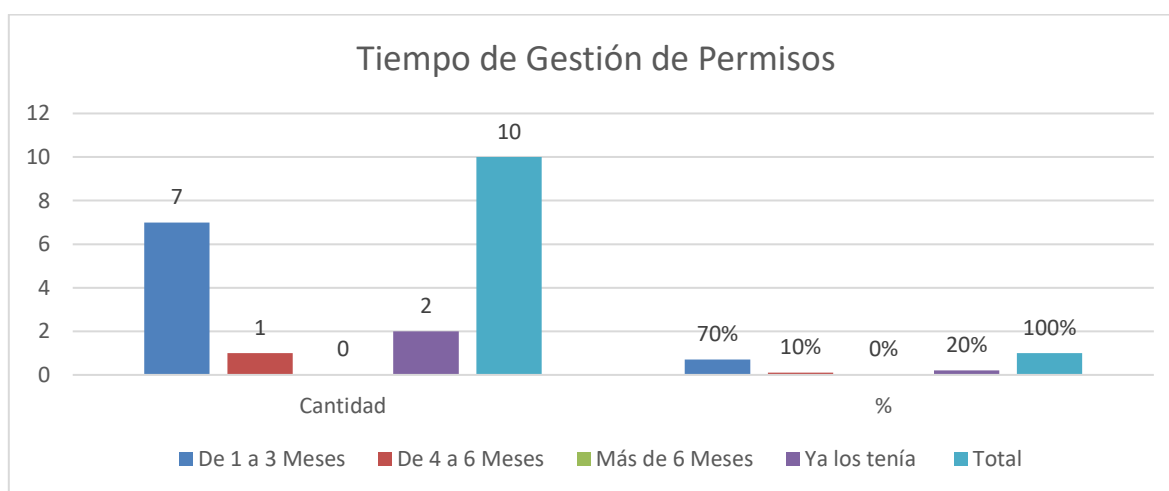
A la pregunta del cumplimiento de requisitos iniciales de operación del negocio, todos respondieron que, si cumplieron el trámite del permiso de funcionamiento, patentes y seguros, se tuvo que explicar que el seguro al que se refiere es al seguro básico de riesgo y no de aseguramiento, aspecto que confundió a los entrevistados.

Tabla 6-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 1, tiempo de gestión de permisos, julio 2020

¿Cuánto tiempo (en meses) tardó gestionando los permisos?	Cantidad	%
De 1 a 3 meses	7	70%
De 4 a 6 meses	1	10%
Más de 6 meses	0	0%
Ya los tenía	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

Gráfico 2-Objetivo específico 1, tiempo de gestión de permisos, julio 2020



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

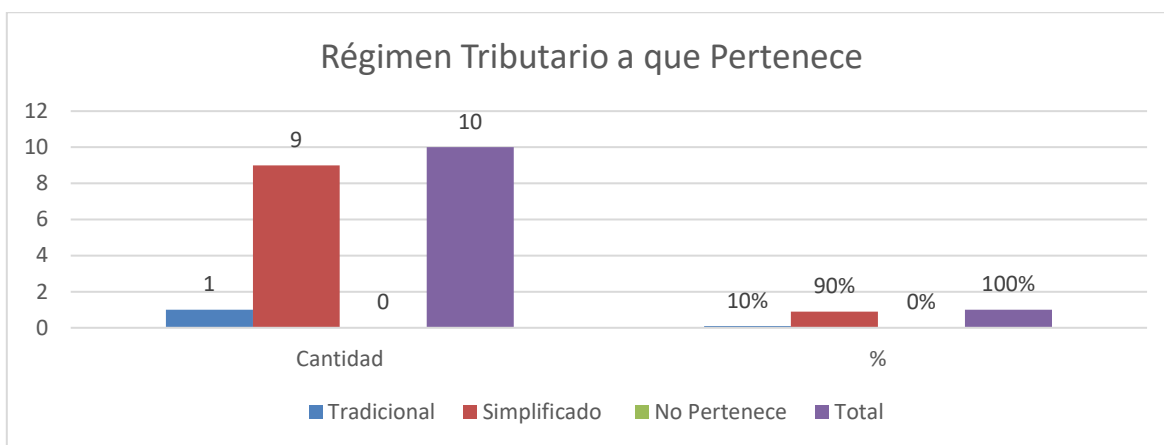
En la pregunta con relación al tiempo que duraron tramitando los permisos básicos de inicio de operación 7 de los entrevistados indicaron que entre uno y tres meses de duración, 2 de los entrevistados indicaron que cuando adquirieron el negocio ya tenían los permisos y solo tuvieron que renovar en el momento que correspondía y solo 1 indicó que duró casi los 6 meses, todos a su vez manifestaron que el tiempo que duraron tramitando los permisos les significó al inicio costos adicionales porque de previo tuvieron que realizar inversiones que no pudieron utilizar de inmediato hasta que no salieron los permisos.

Tabla 7-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 1, régimen tributario, julio 2020

¿A cuál régimen tributario pertenece?	Cantidad	%
Tradicional	1	10%
Simplificado	9	90%
No pertenece	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

Gráfico 3-Objetivo específico 1, régimen tributario, julio 2020



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

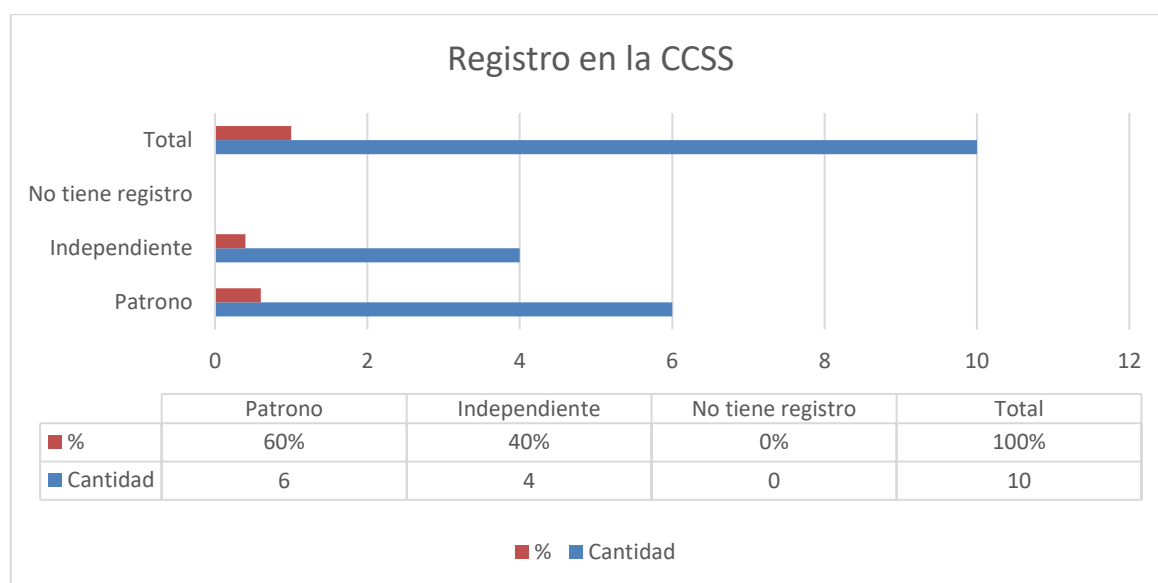
A la pregunta del régimen tributario a que pertenecen 9 de los 10 indicaron que pertenecen al régimen simplificado, varios entrevistados indicaron que estaban inscritos bajo este régimen pero que por sus características deberían estar en el régimen tradicional, pero que iban a esperar a que así se los solicitaran

Tabla 8-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 1, registro en la CCSS, julio 2020

¿Qué tipo de registro tiene en la CCSS?	Cantidad	%
Patrono	6	60%
Independiente	4	40%
No tiene registro	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

Gráfico 4-Objetivo específico 1, registro en la CCSS, julio 2020



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

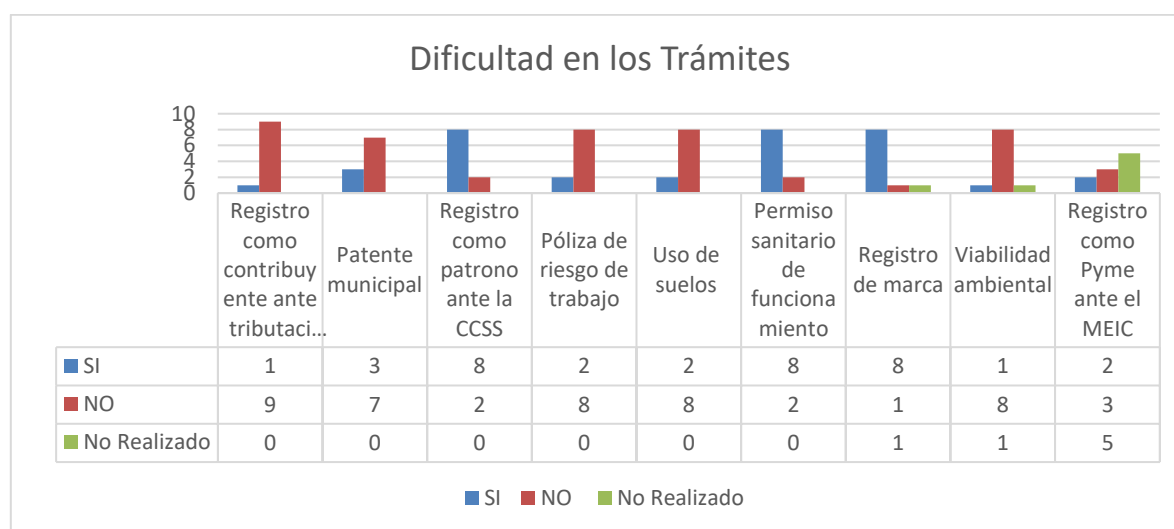
A la pregunta del registro que tienen ante la CCSS, 6 indicaron que estaban registrados como patronos y 4 cuatro de ellos de forma independiente. Punto aparte y aunque se hizo la observación los entrevistados manifestaron que tienen mucha confusión entre estar registrado como patrono o independiente.

Tabla 9-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 1, dificultad en trámites, julio 2020

¿Tuvo dificultad al realizar los siguientes trámites?	SI	NO	No Realizado	TOTALES
Registro como contribuyente ante Tributación Directa	1	9	0	10
Patente municipal	3	7	0	10
Registro como patrono ante la CCSS	8	2	0	10
Póliza de riesgo de trabajo	2	8	0	10
Uso de suelos	2	8	0	10
Permiso sanitario de funcionamiento	8	2	0	10
Registro de marca	8	1	1	10
Viabilidad ambiental	1	8	1	10
Registro como PYME ante el MEIC	2	3	5	10

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

Gráfico 5-Objetivo específico 1, dificultad en trámites, julio 2020



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

Con relación a la pregunta de la dificultad que tuvieron los entrevistados en realizar trámites de registro, 8 entrevistados indicaron que tuvieron dificultad con los registros ante la CCSS, permisos sanitarios y registro de marca, 3 con la patente municipal, 2 indicaron que con la póliza de riesgos, uso de suelo y registro como pyme ante el MEIC, uno de los

entrevistados con el registro como contribuyente y la viabilidad ambiental porque el propietario del local comercial no tenía los papeles en regla y eso le dificultó el trámite.

#### 4.1.2 Objetivos específicos

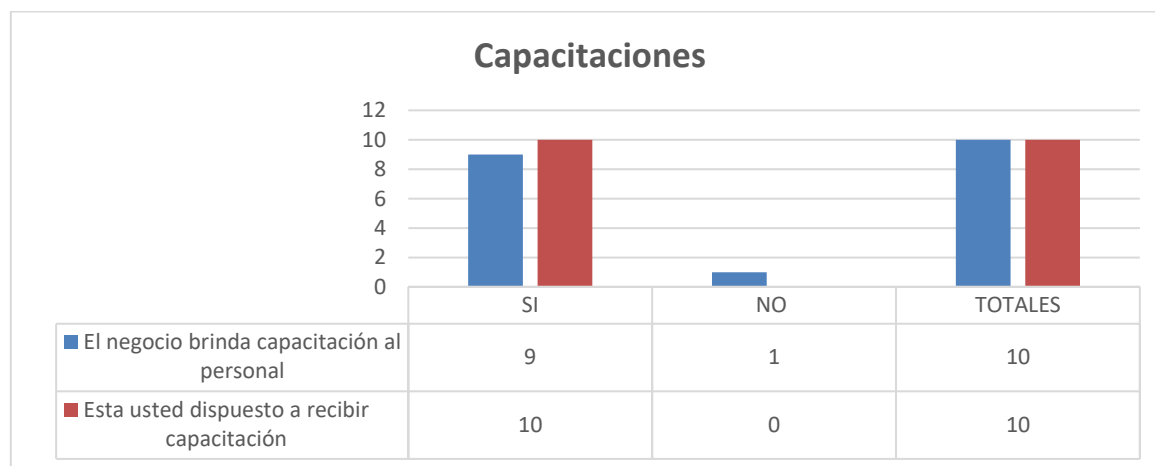
Evaluar las herramientas mercadológicas, logísticas, de comunicación y tecnología, que utilizan empresas de servicio del sector en estudio.

Tabla 10-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 2, capacitación, julio 2020

Descripción	SI	NO	TOTALES
El negocio brinda capacitación al personal	9	1	10
Esta usted dispuesto a recibir capacitación	10	0	10

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

Gráfico 6-Objetivo específico 1, capacitaciones, julio 2020



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

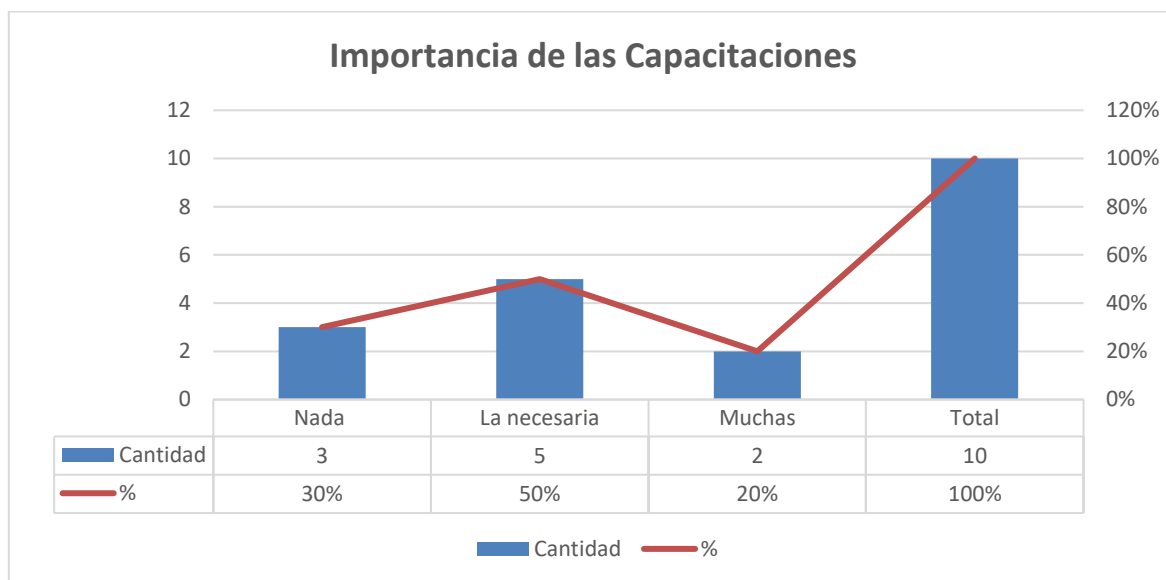
Con relación a la capacitación que recibe el personal del negocio, 9 de los entrevistados indicaron que el negocio si brinda capacitación y que todos están dispuestos a recibir capacitación

Tabla 11-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 2, importancia de capacitación, julio 2020

¿Qué importancia le da usted a la capacitación a los empleados?	Cantidad	%
Nada	3	30%
La necesaria	5	50%
Muchas	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

Gráfico 7-Objetivo específico 2, importancia de capacitación, julio 2020



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

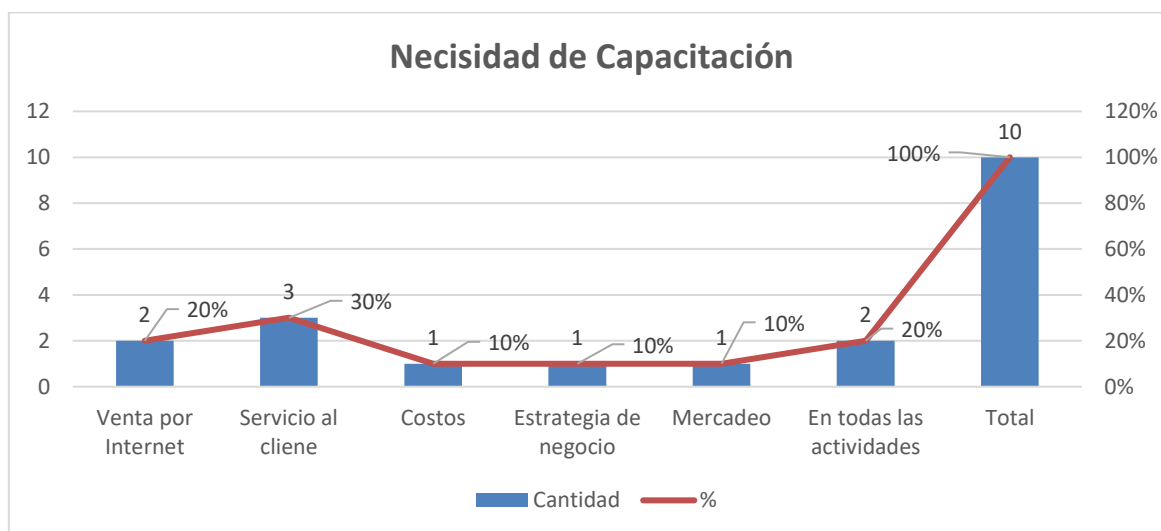
A la pregunta relacionada a la importancia que le dan a la capacitación al personal, 5 de los entrevistados indicaron que la necesaria, 3 indicaron que no le dan importancia y 2 indicaron que le dan mucha importancia a la capacitación

Tabla 12-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 2, necesidad de capacitación, julio 2020

¿Qué necesidad de capacitación tiene el negocio en este momento?	Cantidad	%
Venta por Internet	2	20%
Servicio al cliente	3	30%
Costos	1	10%
Estrategia de negocio	1	10%
Mercadeo	1	10%
En todas las actividades	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

Gráfico 8-Objetivo específico 2, necesidad de capacitación, julio 2020



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

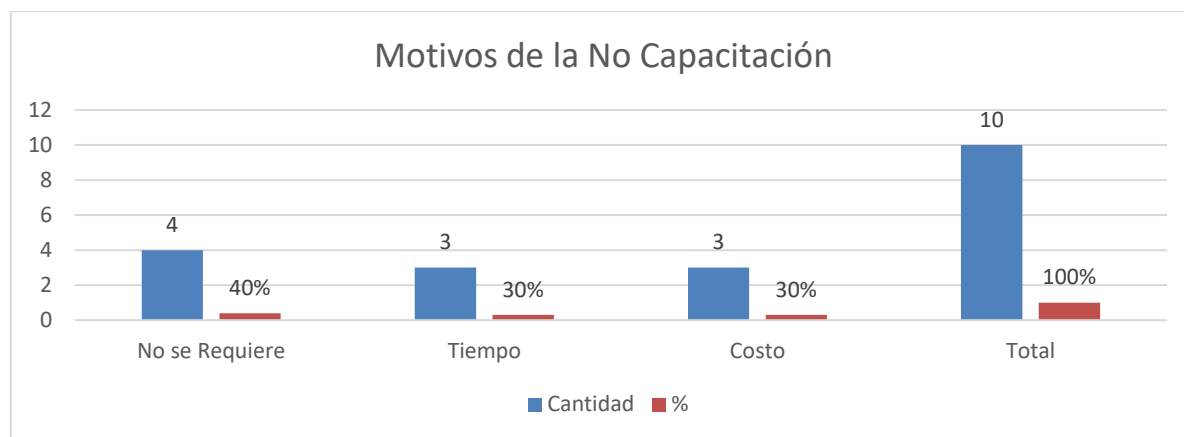
A la pregunta de la necesidad de capacitación, 3 de los entrevistados indicaron que temas relacionados al servicio al cliente, 2 más indicaron que requieren lo que tiene que ver con ventas por internet, 2 indicaron que todo lo que tuviera que ver con la actividad del negocio ellos necesitan de eso y por último 3 indicaron que les interesa saber de costos, estrategia de negocios y mercadeo.

Tabla 13-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 2, motivos de la no capacitación, julio 2020

<b>¿Por qué no invierte en capacitación al personal?</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
No se Requiere	4	40%
Tiempo	3	30%
Costo	3	30%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

Gráfico 9-Objetivo específico 2, motivos de la no capacitación, julio 2020.



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

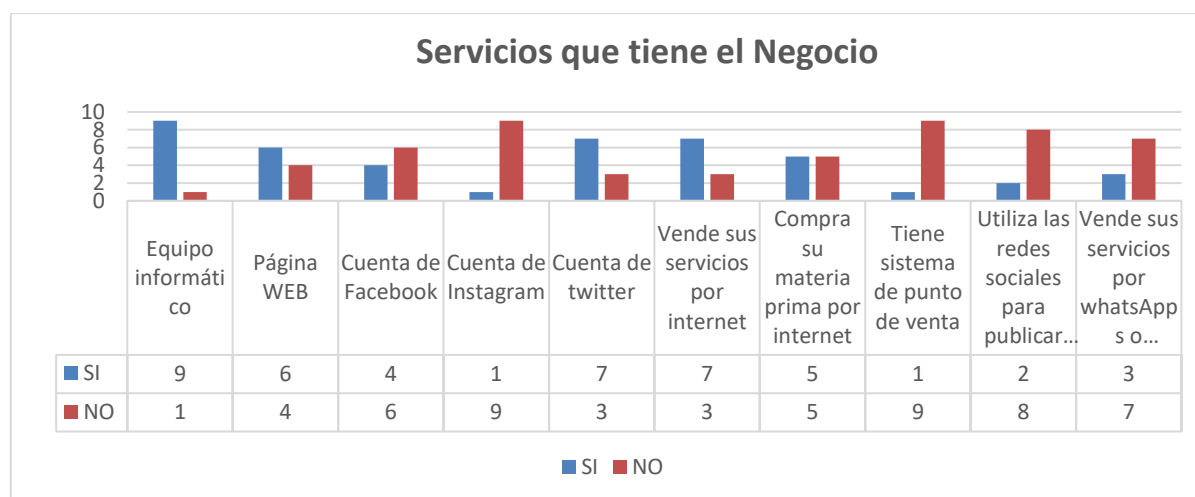
A la pregunta de porque no invierten en capacitación al personal, 4 de los entrevistados indicaron que, porque el negocio no lo requiere, 3 indicaron que por asuntos de tiempo y los otros 3 por asuntos de costos.

Tabla 14-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 2, servicios que tiene el negocio, julio 2020

¿Con cuáles de los siguiente servicios cuenta el negocio?	SI	NO	TOTALES
Equipo informático	9	1	10
Página WEB	6	4	10
Cuenta de Facebook	4	6	10
Cuenta de Instagram	1	9	10
Cuenta de twitter	7	3	10
Vende sus servicios por internet	7	3	10
Compra su materia prima por internet	5	5	10
Tiene sistema de punto de venta	1	9	10
Utiliza las redes sociales para publicar su negocio	2	8	10
Vende sus servicios por whatsApps o mensaje de texto	3	7	10

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

Gráfico 10-Objetivo específico 2, servicios que tiene el negocio, julio 2020



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

Con relación a la pregunta relacionadas con los servicios con que cuenta el negocio, 9 indicaron que tienen equipo de cómputo, 7 cuentan con cuenta en Twitter, y venden sus servicios por medio del internet, 6 tiene página Web, 5 hacen sus compras por internet, 4

cuentan con Facebook, 3 venden sus servicios por WhatsApp, 2 utilizan sus redes sociales para publicar su negocio y solo uno tiene punto de ventas y cuenta en Instagram

¿Cuál es el porcentaje de ventas que realiza por estos medios?

Con excepción de tres entrevistados, los cuales manifestaron que el aporte andaba en menos del 10%, los demás no tienen el dato de cuanto venden por estos medios.

#### 4.1.3 Objetivos específicos

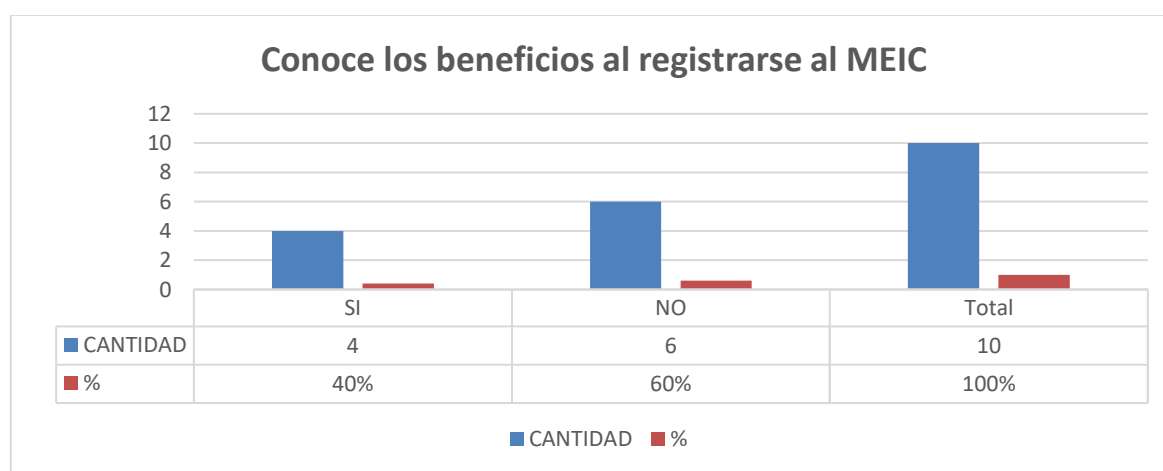
Estudiar los beneficios a los cuales tienen acceso toda MiPymes debidamente registrada.

Tabla 15-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 3, conocimiento de beneficios al registrarse al MEIC, julio 2020

¿Conoce usted que beneficios tiene una PYME al registrarse en el MEIC?	CANTIDAD	%
SI	4	40%
NO	6	60%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

Gráfico 11-Objetivo específico 3, conocimiento de beneficios al registrarse al MEIC, julio 2020



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

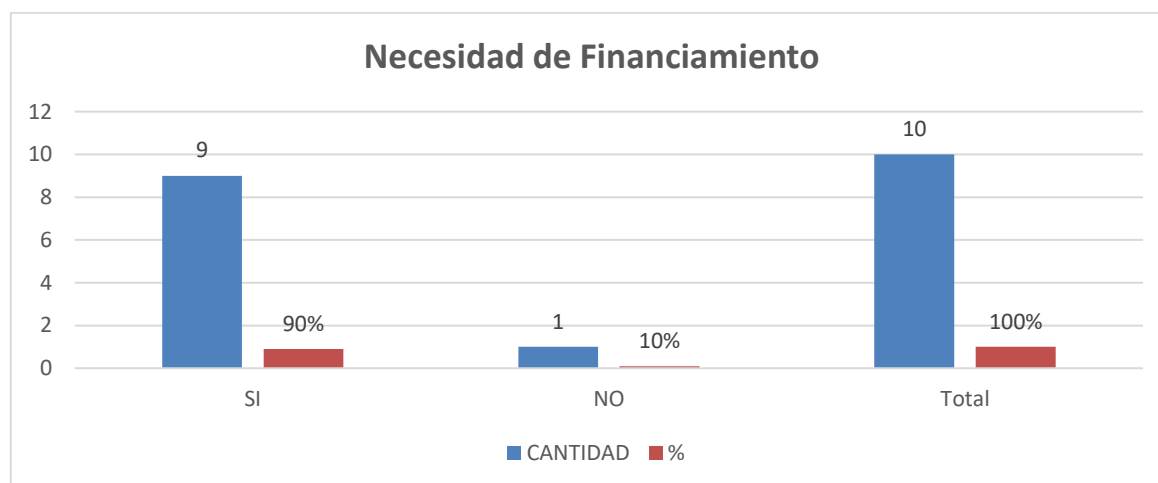
Ante la pregunta que si conocen los beneficios que tiene una pyme al registrarse en el MEIC, 6 de los entrevistados indicaron que no los conocen y 4 dicen que se los conocen pero que no los pueden indicar de forma puntual.

Tabla 16-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 3, necesidad de financiamiento, julio 2020

<b>¿Ha necesitado de algún financiamiento para operar el negocio?</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
SI	9	90%
NO	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

Gráfico 12-Objetivo específico 3, necesidad de financiamiento, julio 2020



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

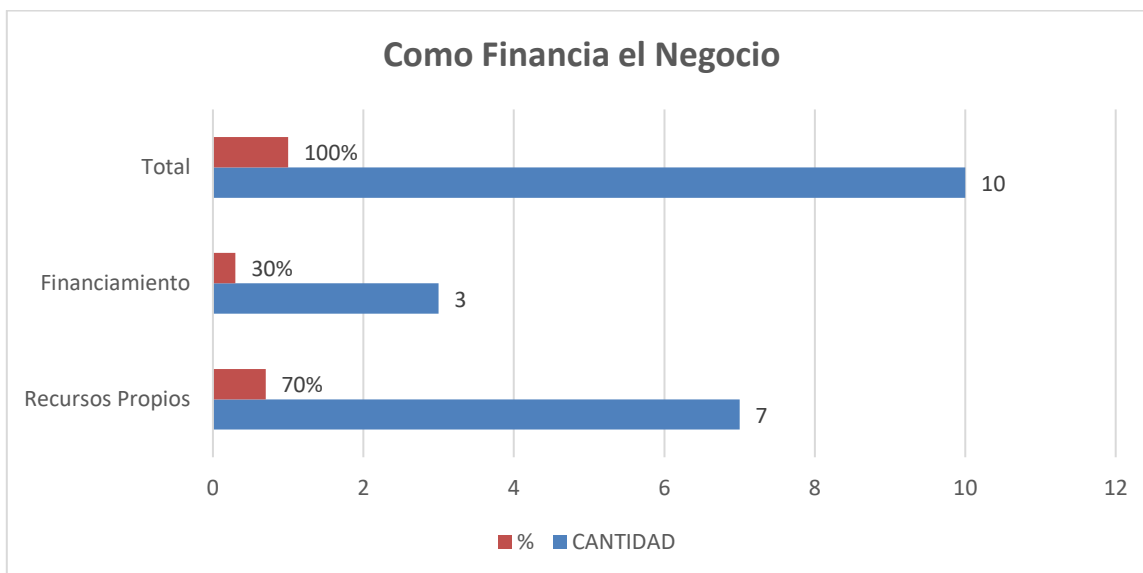
A la pregunta que, si ha requerido de financiamiento para operar el negocio, 9 de los entrevistados indicaron que sí.

Tabla 17-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 3, como financia el negocio, julio 2020

¿Cómo financia hoy las necesidades del negocio?	CANTIDAD	%
Recursos Propios	7	70%
Financiamiento	3	30%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

Gráfico 13-Objetivo específico 3, como financia el negocio, julio 2020



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

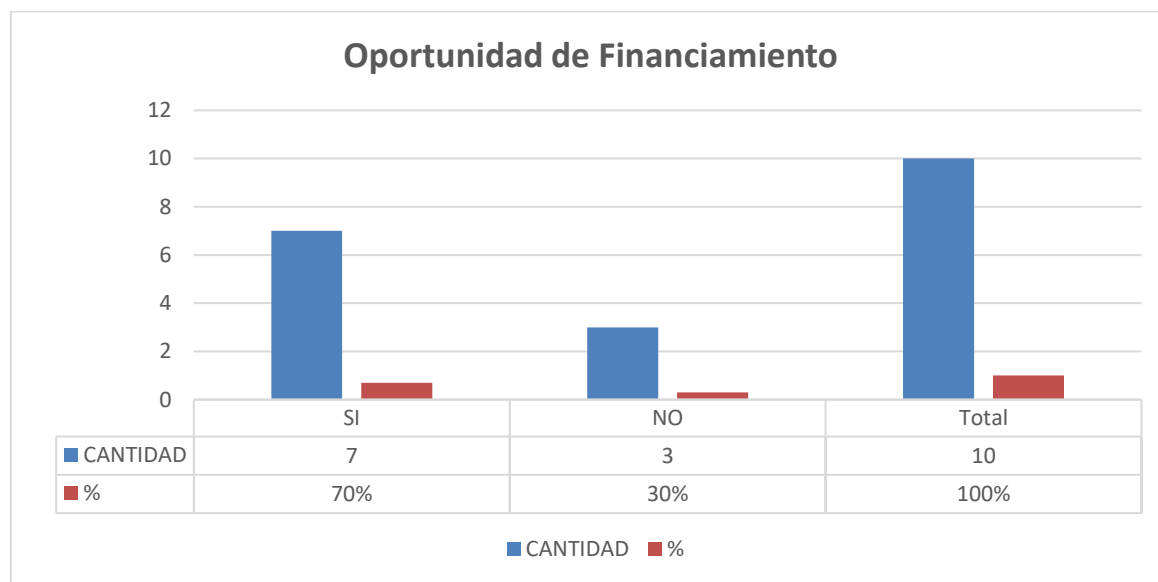
Quando se le pregunta que a hoy como financian sus necesidades, 7 de los entrevistados indican que con recursos propios y los 3 restantes con financiamiento

Tabla 18-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 3, oportunidad de financiamiento, julio 2020

¿Cree que ha perdido oportunidad de negocio por falta de financiamiento?	CANTIDAD	%
SI	7	70%
NO	3	30%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

Gráfico 14-Objetivo específico 3, oportunidad de financiamiento, julio 2020



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

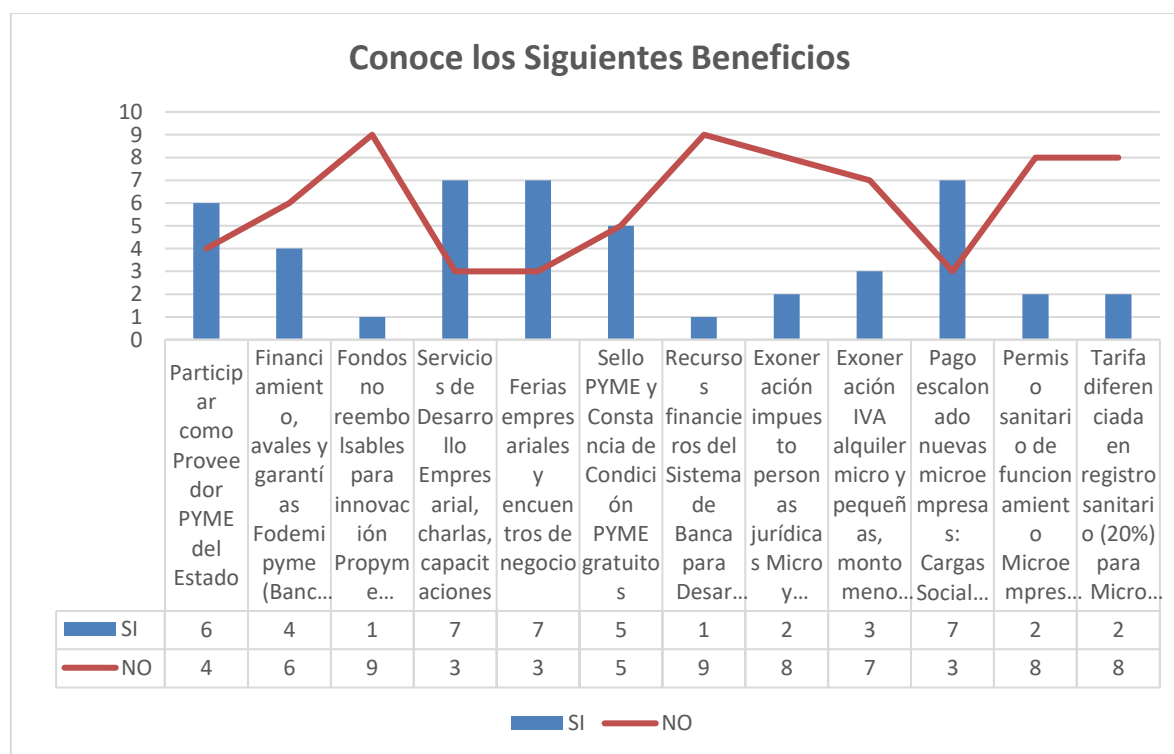
A la pregunta que, si a falta de financiamiento ellos estiman que han perdido oportunidades de negocio, 7 de los entrevistados indican que sí y 3 más indican que no.

Tabla 19-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 3, conocimiento de beneficios al estar registrado como PYME, julio 2020

¿Conoce los siguientes beneficios que tiene al estar registrado como PYME?	SI	NO	TOTALES
Participar como Proveedor PYME del Estado	6	4	10
Financiamiento, avales y garantías Fodemipyme (Banco Popular)	4	6	10
Fondos no reembolsables para innovación Propyme (MICITT)	1	9	10
Servicios de Desarrollo Empresarial, charlas, capacitaciones	7	3	10
Ferías empresariales y encuentros de negocio	7	3	10
Sello PYME y Constancia de Condición PYME gratuitos	5	5	10
Recursos financieros del Sistema de Banca para Desarrollo	1	9	10
Exoneración impuesto personas jurídicas Micro y Pequeñas empresas	2	8	10
Exoneración IVA alquiler micro y pequeñas, monto menor a €669,000	3	7	10
Pago escalonado nuevas microempresas: Cargas Sociales CCSS – Impuesto Renta Ministerio de Hacienda	7	3	10
Permiso sanitario de funcionamiento Microempresas \$20	2	8	10
Tarifa diferenciada en registro sanitario (20%) para Microempresas	2	8	10

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

Gráfico 15-Objetivo específico 3, conocimiento de beneficios al estar registrado como PYME, julio 2020



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

A la pregunta de forma específica para cada uno de los beneficios que indica el MEIC que tiene una PYME al registrarse al MEIC, 7 de los entrevistados dicen que conocen lo referente a las capacitaciones, ferias y pagos escalonados de la CCSS e impuesto de renta, 6 conocen que pueden participar como proveedores del estado, 5 indican que si conocen que el sello pyme es gratis, 4 conocen de los avales del banco popular, 3 de las exoneraciones del IVA, 2 de conocen de la exoneración del impuesto a las personas jurídicas, el pago al permiso sanitario y la tarifa reducida en el registro sanitario, solo uno sabe del acceso al financiamiento a los fondos de banca para el desarrollo.

#### 4.1.4 Objetivos específicos

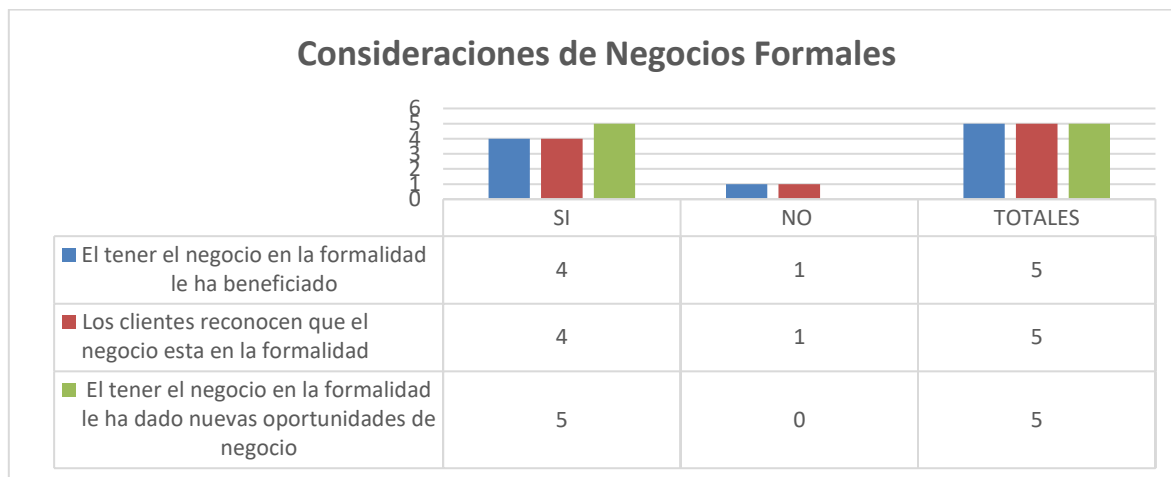
Valorar los riesgos de una empresa formal a una informal.

Tabla 20-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 4, consideraciones de negocios formales, julio 2020

<b>Descripción</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>TOTALES</b>
El tener el negocio en la formalidad le ha beneficiado	4	1	5
Los clientes reconocen que el negocio esta en la formalidad	4	1	5
El tener el negocio en la formalidad le ha dado nuevas oportunidades de negocio	5	0	5

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

Gráfico 16-Objetivo específico 4, consideraciones de negocios formales, julio 2020



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

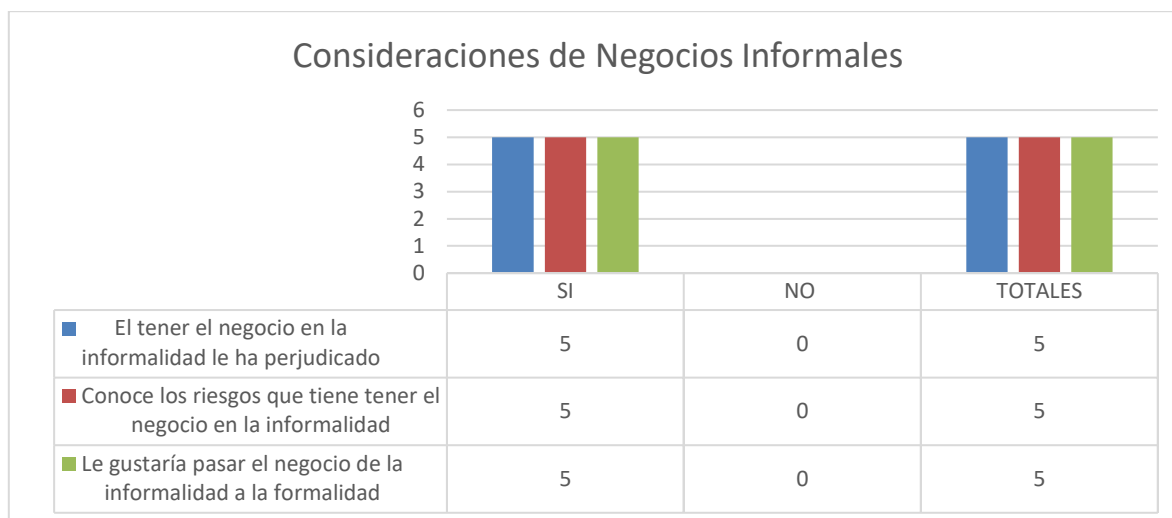
A las preguntas relacionadas a los beneficios de que el negocio este en la formalidad, 5 de los entrevistados indicaron que el estar en la formalidad les ha dado nuevas oportunidades de negocios, 4 de ellos indican que la formalidad les ha beneficiado y de igual forma los clientes reconocen en que el negocio este en la formalidad

Tabla 21-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 4, consideraciones de negocios informales, julio 2020

<b>Descripción</b>	SI	NO	TOTALES
El tener el negocio en la informalidad le ha perjudicado	5	0	5
Conoce los riesgos que tiene tener el negocio en la informalidad	5	0	5
Le gustaría pasar el negocio de la informalidad a la formalidad	5	0	5

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

Gráfico 17-Objetivo específico 4, consideraciones de negocios informales, julio 2020



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

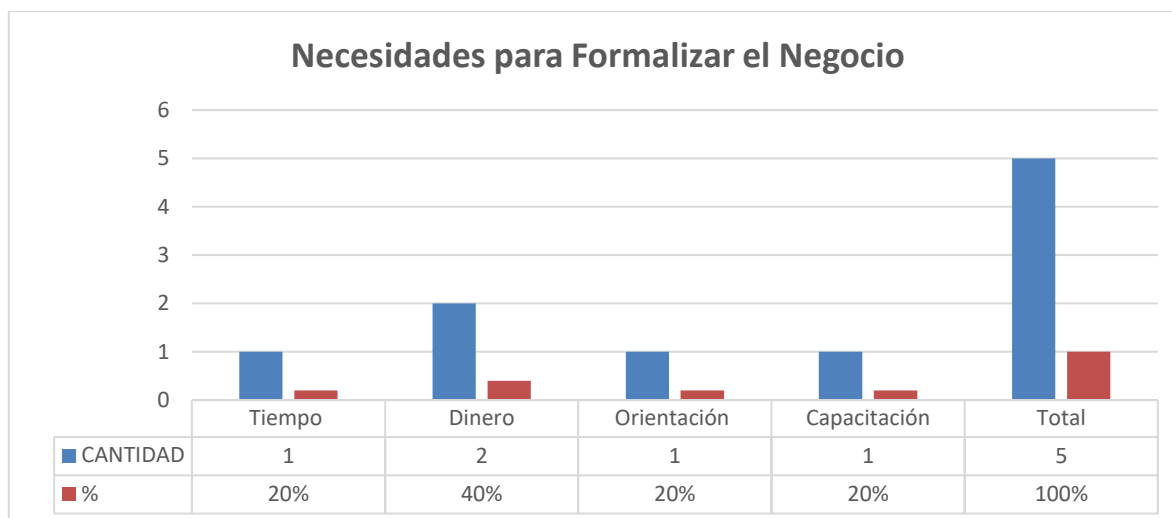
A las preguntas que tiene que ver con los negocios que todavía están informales, todos coincidieron en que el estar de esa forma les ha perjudicado, que tiene muchos riesgos y que les gustaría pasarse a la formalidad

Tabla 22-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 4, necesidades para formalizar el negocio, julio 2020.

<b>¿Qué necesita para realizar los trámites en la formalización del negocio?</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Tiempo	1	20%
Dinero	2	40%
Orientación	1	20%
Capacitación	1	20%
Total	5	100%

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

Gráfico 18-Objetivo específico 4, necesidades para formalizar el negocio, julio 2020.



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

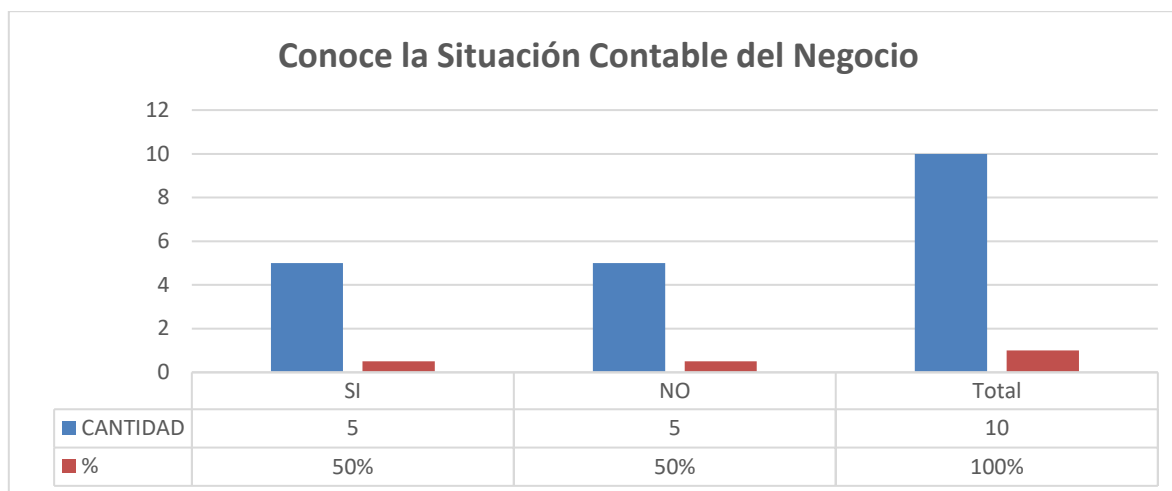
A la pregunta de lo que los negocios necesitan para formalizar su situación, 2 de los entrevistados indican que requieren de dinero dado que es muy costoso todo el trámite, uno indica que es por cuestión de tiempo que no ha podido realizar los trámites, así uno más indica que es por falta de orientación y capacitación, aunque estos últimos reconocen que no han buscado la ayuda para hacerlo.

Tabla 23-Microempresas de venta de comida, objetivo específico 4, conocimiento de la situación contable, julio 2020.

¿Conoce usted la situación contable y financiera al día de su negocio?	CANTIDAD	%
SI	5	50%
NO	5	50%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

Gráfico 19-Objetivo específico 4, conocimiento de la situación contable, julio 2020



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, julio 2020

A la pregunta a que, si conocen su situación contable-financiera al día de su negocio, 5 de los entrevistados dicen que si y los otros 5 indican que no.

## **CAPÍTULO V: DISCUSIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

## 5.1 Hallazgos

Del resultado del análisis de los datos anteriormente expuestos, se obtuvieron hallazgos que se utilizan para dar respuesta a la pregunta del problema de investigación, así como de una propuesta de solución a las deficiencias encontradas.

A continuación, se presenta un hallazgo por cada objetivo específico y su desarrollo de acuerdo con la condición, criterio, efecto y causa.

### 5.1.1 Hallazgo 1. Incumplimiento de registro como Pyme ante el Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC)

Para el objetivo específico No. 1 nos propusimos determinar los requisitos legales que deben cumplir las empresas del sector servicios establecidos por el MEIC para su registro como ente rector de las PYMES, así como los requisitos que deben cumplir las mismas para su funcionamiento.

**Condición:** Todos los negocios cumplen con los requisitos mínimos que establece la ley municipal, tributaria y de salud para su funcionamiento y solo el 50% de los negocios manifiestan estar registradas como pymes ante el MEIC

**Criterio:** Debe existir de parte del MEIC una mayor acción en crear alianzas estratégicas con grupos organizados que favorezca el registro como pymes de las microempresas de venta de comida en la zona de estudio.

**Efecto:** Los negocios escogen los tramites que realmente les permiten operar y aquellos que no les impida laborar los dejan de lado y rara vez los analizan o estudian para su aplicación o registro.

**Causa:** A raíz de la cantidad y variedad de actividades de las microempresas en la zona de estudio, la atención y el cruce de información limita el accionar del MEIC

### **5.1.2 Hallazgo 2. El no aprovechamiento de las herramientas tecnológicas y redes sociales**

Para el objetivo específico No. 2, nos propusimos evaluar las herramientas mercadológicas, logísticas, de comunicación y tecnología que utilizan las empresas en estudio

**Condición:** La mayoría de los negocios no utilizan herramientas tecnológicas y de redes sociales para mejorar y/o ampliar su capacidad de negocio en sus ventas, posicionamiento y permanencia en el mercado

**Criterio:** Las microempresas deben incursionar más decididamente a la utilización e implementación de herramientas que le permita adaptarse a las exigencias del mercado.

**Efecto:** El negocio actualmente no ofrece las facilidades que sus clientes demandan por vía de las herramientas tecnológicas y de redes sociales.

**Causa:** La falta de inversión en capacitación y orientación de las microempresas en la obtención de herramientas tecnológicas y de redes sociales les hace perder oportunidad de ventas y nuevos negocios.

### **5.1.3 Hallazgo 3. Existe poco conocimiento y utilización de los beneficios que promueve el MEIC para las empresas registradas como MiPymes**

Para el objetivo específico No. 3, nos propusimos estudiar los beneficios que adquieren las MiPymes debidamente registradas ante el MEIC.

**Condición:** Las microempresas no tienen un conocimiento claro de los beneficios y del impacto que tienen los mismos en su negocio al registrarse como MiPymes.

**Criterio:** El MEIC es el responsable de dar seguimiento y velar porque los beneficios que se promueven sean de uso y utilidad para las microempresas.

**Efecto:** Las microempresas no muestran interés en los beneficios promovidos por el MEIC y prefieren las opciones que estén más a la mano y que impliquen menos requisitos.

**Causa:** Las políticas de acceso establecidas por las entidades encargadas de facilitar los beneficios que adquiere una microempresa registrada ante el MEIC, no están acorde a como las promueve el MEIC.

#### **5.1.4 Hallazgo 4. El desconocimiento de las microempresas formales con respecto a los riesgos en beneficio de ampliar su funcionamiento**

Para el objetivo específico No. 4, nos propusimos valorar los riesgos de una empresa formal e informal,

**Condición:** Las microempresas relacionan sus riesgos básicamente a los que le den la opción de funcionamiento y no valoran los beneficios que pueden aprovechar para mejorar su mercado de atención.

**Criterio:** Las microempresas entienden que los riesgos y beneficios de estar en la condición de formalidad solo se pueden acceder si se registran ante el MIEC como MiPymes y eso crea una barrera en la búsqueda de mayor información y capacitación.

**Efecto:** A la falta de interés de las microempresas y la poca efectividad de la divulgación de los riesgos y beneficios por parte del MEIC, los negocios manifiestan que hasta que no los obliguen no avanzarían en otros aspectos por un asunto de costo.

**Causa:** Falta una política clara del Gobierno de la Republica y los Gobiernos locales que ayuden o incentiven la formalidad de las microempresas.

## **CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## **6.1 Conclusiones**

En este capítulo se evidencia una conclusión y recomendación general, así como una para cada objetivo específico que se lograron concretar con base a los datos recopilados y tabulados en el desarrollo de la investigación.

### **6.1.1 Conclusión general o principal**

Con el propósito de recabar la mayor cantidad de información de las microempresas dedicadas al procesamiento y venta de comidas, tratadas en este estudio como los negocios o sodas, se utilizó la herramienta del cuestionario ampliado que incluyó preguntas cerradas y abiertas, lo cual brindo información relevante para las diferentes conclusiones que se aportan en adelante.

Las microempresas o negocios tomados en la muestra para el estudio, evidencian un desconocimiento importante en el impacto que tiene en su operación administrativa, financiera, mercadológica y de riesgos los aspectos validados al registrarse como pymes ante el Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC), situación que influye directamente en la perspectiva o análisis que tienen los dueños y/o encargados de la situación de formalidad o en la informalidad que tiene el negocio, dado que tienen la idea que para sus efectos es estar hablando de lo mismo.

Ellos aluden, que lo que tenga que ver con registro o formalidad, les afecta y pone en riesgo su operación, por lo que han preferido no averiguar, ni buscar quien les pueda orientar para aprovechar lo que esto los pueda ayudar en su negocio. Esta situación también afecta a los que incluso están registrados y en condición de formalidad, dado que no han utilizado la mayoría de los beneficios y herramientas disponibles.

## **6.1.2 Conclusiones específicas**

### **6.1.2.1 De acuerdo con el primer objetivo específico, se concluye:**

El Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC) promueve la inscripción de los negocios de los diferentes sectores como Pyme, en el cumplimiento de 2 de los 3 requisitos que se establecen, como estar al día en pago de cargas sociales, estar inscrito y al día en el cumplimiento de obligaciones tributarias y/o estar inscrito y al día en el cumplimiento de obligaciones laborales (póliza de riesgo del trabajo del INS); sin embargo, cuando al dueño del negocio se le indica que debe completar un formulario que entre otras cosas, solicita información con respecto al último período fiscal como: número promedio de empleados contratados, valor de ventas netas anuales, valor de los activos fijos netos y valor de los activos totales netos y que además, en el formulario se indica que la MIGEPYME podrá verificar en cualquier momento la veracidad de los datos aportados bajo fe de juramento, los mismos prefieren no iniciar con el trámite de inscripción porque sienten que tiene que aportar información sensible de sus negocio y que más bien esa información podría ser utilizada en su contra.

### **6.1.2.2 De acuerdo con el segundo específico, se concluye:**

La mayoría de los negocios, tienen conocimiento de las diferentes herramientas mercadológicas de comunicación y tecnología, sin embargo, no son utilizadas apropiadamente para mejorar sus ventas, ampliar su mercado de atención, mejorar o ampliar su oferta de servicios, mantener el intereses de sus clientes y valorar su aceptación y preferencia en el mercado, dicen que utilizan lo necesario dado el costo que les representa y al trabajo que deben realizar de capacitación en el personal tomando en cuenta que el perfil de empleados que contratan es bajo.

### **6.1.2.3 De acuerdo con el tercer objetivo específico, se concluye:**

Estudiamos y evaluamos 12 beneficios y diferentes plataformas de apoyo que pone el Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC) al servicio de las pymes inscritas y concluimos que son adecuados y ajustadas a las posibilidades de la entidad y de mucho provecho para quienes lo utilizan, sin embargo, aun los mismos negocios que a la fecha del estudio indicaron que estaban inscritas en el MEIC no conocen ni un tercio de estos.

### **6.1.2.4 De acuerdo con el cuarto objetivo específico, se concluye:**

Valorando los riesgos desde la perspectiva de trabajo, acceso a financiamiento, estabilidad laboral, garantías sociales, acceso a nuevos mercados y oportunidades de negocios, concluimos que este tipo de información no es de fácil acceso, ni es promovido entre los dueños y/o administradores de los negocios de forma que cree conciencia y genere un cambio de acción en ellos.

## **6.2 Recomendaciones**

Como resultado final de este trabajo de investigación mediante la recopilación y análisis de datos que nos planteamos en el problema, así como del objetivo general y específicos, es que definimos las siguientes recomendaciones:

### **6.2.1 Recomendación general**

Se recomienda establecer una red de información y promoción integral, que convoque al Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC) como ente rector, la municipalidad de Tibás como gobierno local con facultadas para promover incentivos que permita

incorporar a grupos organizados y la empresa privada para motivar el acceso, capacitación y productividad de las microempresas en el distrito de San Juan.

### **6.2.2 Recomendaciones específicas**

#### **6.2.2.1 De acuerdo con el primer objetivo específico, se sugiere:**

Dado que los beneficios que indica el MEIC que adquiere una pyme al registrarse, los brindan, tramitan y aprueban entidades gubernamentales diferentes al MEIC y con la intención de incrementar la cantidad de negocios en su inscripción, se recomienda:

- Que el MEIC utilice la información que ya existe y esté disponible en otras entidades gubernamentales para lo sea estrictamente necesario para sus registros internos.
- Trasladar la condición del cumplimiento de 2 de los 3 requisitos que se piden para una etapa más avanzada del registro.
- Permitir la inscripción con la información básica de tipo legal, misma que es la que le permite al negocio funcionar.
- Crear niveles de certificación Pyme, que le permita a los negocios conforme avanzan en el cumplimiento de los requisitos ir adquiriendo mayor estatus de certificación.
- Establecer variedad de incentivos de acuerdo a los niveles de certificación de Pyme

#### **6.2.2.2 En relación con el segundo objetivo específico, se recomienda:**

- Que el MEIC cree una alianza estratégica con la Municipalidad y grupos comunitarios organizados para enfocar esfuerzos en la capacitación y utilización de herramientas tecnológicas en este tipo de negocios.
- Organizar un grupo de trabajo representativo de los negocios de venta de comida para entre otros esfuerzos a futuro solicitar a empresas tecnológicas de la misma zona

brinden capacitación en la adecuada utilización y de los beneficios que tienen estas herramientas y que no les signifique costo.

**6.2.2.3 Según el tercer objetivo específico, se aconseja:**

- Que el MEIC cree alianzas estrategias con entidades gubernamentales y/o empresas privadas que conozcan o bien que ya hayan utilizado los diferentes servicios por estar registrada como Pymes, mediante incentivos capturen información, como el correo electrónico, de negocios de la misma zona para enviar información seleccionada por temporadas de los beneficios que se tienen si se registran como pymes.

**6.2.2.4 En el caso del cuarto objetivo específico, se sugiere:**

- Que el MEIC realice de forma focalizada una campaña de divulgación y conciencia de los riesgos que le representan a los negocios estar en la informalidad, con fin de lograr unos de los objetivos metas del Gobierno, que es motivar a la formalidad de los negocios.

## **CAPÍTULO VII: PROPUESTAS**

## **7.1 Propuesta para la creación de una red de información, orientación y capacitación donde participe el ente rector, gobiernos locales, grupos organizados de la zona, las microempresas de venta de comida y entidades autorizadas encargadas de brindar los beneficios que se adquieren al registrarse como MIPYMES ante el MEIC.**

La siguiente propuesta se realiza con el propósito de generar un opción participativa de actores existentes en el mercado, específicamente en el distrito de San Juan de Tibás para que las microempresas dedicadas al procesamiento y venta de comidas, que genere la mayor cantidad de insumos para que estas tengan los suficientes elementos de análisis administrativos y financieros para incorporarse de lleno en la actividad formal y así puedan utilizar adecuadamente los beneficios que se adquieren en bien de su permanencia, mejora en las ventas y la incursión en nuevos negocios.

### **7.1.1 Justificación**

De conformidad con los resultados del cuestionario aplicado y los hallazgos planteados en la investigación de las microempresas dedicadas al procesamiento y venta de comidas al incursionar a la actividad económica formal que promueve el Ministerio de Economía Industria y comercio (MEIC), donde se evidencia que el desinterés por su registro como MiPymes y la opción de utilizar los beneficios promovidos para solventar aspectos de capacitación, acceso a financiamiento, reducción de costos en trámites y acceso a nuevos mercados, entre otros, obedece principalmente a la falta de información, orientación y capacitación de las microempresas, esta es la razón por la cual se presenta la siguiente propuesta.

### **7.1.2 Objetivo general**

Analizar canales de comunicación entre los actores económicos de la zona del distrito de San Juan de Tibás, junto con el ente rector, para generar mayor cantidad de información

a las microempresas dedicadas a la venta de comida, que les permita tener mayor criterio de la importancia de su registro y los beneficios administrativos y financieros a su negocio.

### **7.1.3 Objetivos específicos**

- Determinar los actores económicos complementarios a utilizar en la red de divulgación e información que sean de utilidad y necesidad en la gestión de las microempresas en estudio.
- Priorizar el tipo y cantidad de información necesaria que se hará de conocimiento a las microempresas.
- Definir el mecanismo de realimentación a utilizar para comprobar que los hallazgos planteados fueron solventados.

### **7.1.4 Lugar de implementación**

Se estaría realizando en la provincia de San José, cantón de Tibás, en el distrito de San Juan.

### 7.1.5 Actividades por desarrollar

Se establecen una serie de acciones, duración de ejecución y responsables, las cuales se detallan más adelante para su implementación y cumplimiento.

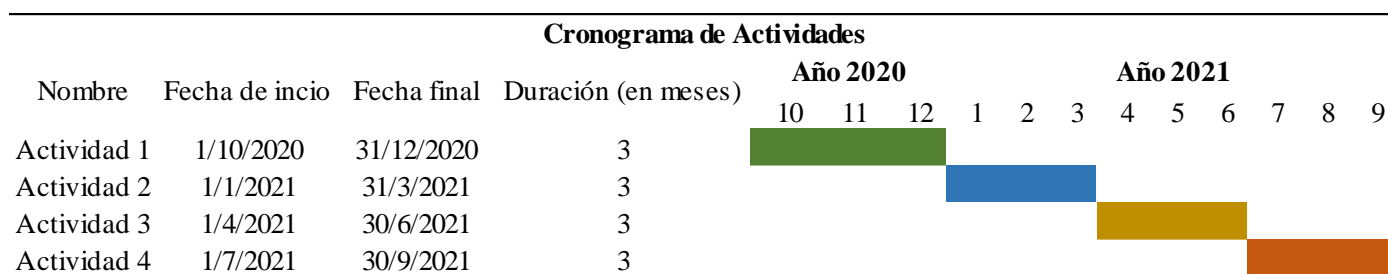
### 7.1.6 Cronograma de actividades

Tabla 24-Cronograma de actividades

Nombre	Fecha inicio	Fecha final	Duración (meses)	Descripción de la tarea	Responsable
Actividad 1	1/10/2020	31/12/2020	3	Divulgación y capacitación de los requisitos y beneficios que se adquieren al registrarse como MiPyme en el MEIC	El MEIC en coordinación con el gobierno local y grupos organizados.
Actividad 2	1/1/2021	31/3/2021	3	Información y capacitación de las herramientas que puede utilizar una microempresa en el funcionamiento de su negocio	El MEIC en coordinación con el gobierno local y empresas privadas de la zona
Actividad 3	1/4/2021	30/6/2021	3	Capacitación a las microempresas registradas en el MEIC con respecto a la utilización de los beneficios que tienen opción de acceder	El MEIC
Actividad 4	1/7/2021	30/9/2021	3	Capacitación de los riesgos que tienen las microempresas formales e informales, así como sus beneficios o perjuicios.	El MEIC en coordinación con el gobierno local y grupos de apoyo.

Fuente: Elaboración propia, julio 2020.

Cuadro 1-Cronograma de actividades



Fuente: Elaboración propia, julio 2020

### **7.1.7 Presupuesto necesario**

No se define un presupuesto para el desarrollo de las actividades bajo el supuesto que las mismas serán coordinadas por funcionarios del MEIC, que ya cuentan con un presupuesto que servirá para ajustar la programación de estas de forma trimestral empezando en el mes de octubre del año 2020, lo cual permite reacomodar estas actividades a las ya establecidas.

### **7.1.8 Desarrollo de las actividades**

Acorde a los resultados obtenidos en el trabajo de investigación, se detallan las actividades definidas, su descripción, plan de acción para cada una, el responsable de su ejecución y tiempo de desarrollo.

#### **7.1.8.1 Divulgación y capacitación de los requisitos y beneficios que se adquieren al registrarse como MiPymes en el MEIC.**

##### **Descripción de la actividad**

Enfocar la divulgación de los requisitos y beneficios mediante un proceso de capacitación estratégica a las microempresas dedicadas a la venta de comida, con el apoyo de la Municipalidad y de grupos organizados en la zona.

##### **Plan de acción**

- Que el MEIC genere una iniciativa de participación de las áreas a cargo de las microempresas para que las municipalidades en el momento de brindar sus servicios a las microempresas distribuyan información a las mismas.
- Que el MEIC estimule en conjunto con la municipalidad alianzas estratégicas con grupos organizados de la zona para que a través de ellos se brinden capacitaciones y

distribución de información relacionada con los requisitos de registro y beneficios para las microempresas.

### **Responsabilidades y tiempo**

El responsable de esta actividad es el Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC) en coordinación con el gobierno local y grupos organizados de la zona y está definida que se realice para el último trimestre del año 2020.

#### **7.1.8.2 Información y capacitación de las herramientas que puede utilizar una microempresa en el funcionamiento de su negocio**

### **Descripción de la actividad**

El propósito de esta iniciativa es crear conocimiento específico de las herramientas tecnológicas y de redes sociales más utilizadas por los negocios, mediante una alianza estratégica con la municipalidad y las empresas tecnológicas privadas de la zona.

### **Plan de acción**

- Que el MEIC en coordinación con la municipalidad generen incentivos para las empresas privadas en tecnología ubicadas en la zona para realizar capacitaciones mediante talleres y charlas sobre las herramientas tecnológicas y de redes sociales a las microempresas de servicio dedicadas a la venta de comida.
- Que el MEIC proponga a la municipalidad que aplique una estrategia de incentivos para aquellas microempresas que utilicen mayormente las herramientas tecnológicas y de redes sociales se conviertan en formadores de otras microempresas.

### **Responsabilidades y tiempo**

El responsable de esta actividad es el Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC) en coordinación con el gobierno local y empresas privadas de la zona y está definida que se realice para el primer trimestre del año 2021

### **7.1.8.3 Capacitación a las microempresas registradas en el MEIC con respecto a la utilización de los beneficios que tienen opción de acceder.**

#### **Descripción de la actividad**

El MEIC debe realizar un acercamiento con las microempresas ya registradas con el propósito de capacitar y/o aclarar dudas con respecto a los beneficios promovidos, su utilidad y aceptación.

#### **Plan de acción**

- Establecer un contacto obligatorio que implique una capacitación concreta en los beneficios que se adquieren en el momento de registrarse como MiPymes.
- Que el MEIC cronograme por lo menos una vez al año un contacto de valoración de utilización de los beneficios con las microempresas registradas.
- Que el MEIC establezca mediante herramientas tecnológicas valuaciones semestrales a las microempresas de la utilización de los beneficios promovidos.

#### **Responsabilidades y tiempo**

El responsable de esta actividad es el Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC) y está definida que se realice para el segundo trimestre del año 2021.

#### **7.1.8.4 Capacitación de los riesgos que tienen las microempresas formales e informales, así como sus beneficios o perjuicios.**

##### **Descripción de la actividad**

La iniciativa es crear conocimiento específico de los riesgos, sus beneficios o perjuicios que tienen las microempresas de estar en la formalidad o en la informalidad, mediante una alianza estratégica con la municipalidad y los grupos de apoyo de la zona.

##### **Plan de acción**

- Que el MEIC genere información electrónica específica de las diferencias entre lo que son las microempresas formales e informales, con el propósito de ponerlas a disposición de la municipalidad y grupos de apoyo para su distribución.
- Que el MEIC genere información electrónica de los beneficios que tiene una microempresa al estar en la formalidad, con el propósito de que la municipalidad y grupos de apoyo la distribuyan.

##### **Responsabilidades y tiempo**

El responsable de esta actividad es el Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC), en coordinación con el gobierno local y grupos de apoyo y está definida que se realice para el tercer trimestre del año 2021

## BIBLIOGRAFÍA

- Abarca, G. (2019). La semiformalidad de las microempresas. El caso de la Región Brunca, Costa Rica en *Tec Empresarial*, 13 (1), pp.3-18.
- Acuerdo Tripartito para la Implementación de la Recomendación núm. 204 de la OIT. 20 de febrero del 2018. [En línea] Recuperado en [https://www.ilo.org/sanjose/programas-y-proyectos/sector-informal/WCMS\\_544287/lang--es/index.htm](https://www.ilo.org/sanjose/programas-y-proyectos/sector-informal/WCMS_544287/lang--es/index.htm)
- Arce, J.A. (2019). Informe Estado situacional de la PYME en Costa Rica, Serie 2012-2017. Nueva metodología. DIGEPYME-INF-012-19. San José, Costa Rica: Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC).
- Bernal, C.A. (2010). Metodología de la investigación. Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. México: Pearson Educación.
- Brenes, L.; Bermúdez, L. (2012) en el estudio titulado Semiformalidad de la mediana y pequeña empresa (MIPYME) en Costa Rica y su relación con la competitividad y el desarrollo. San José, Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia (UNED).
- Brenes, L.; Govaere V. (2012). Estado Nacional de las MIPYMES 2012. San José, Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia (UNED).
- Cheng, R. (2018). Costa Rica: el diálogo social en la construcción de una estrategia nacional para la transición de la economía informal a la economía formal”. Borrador. CSIRSCD/OIT. Marzo de 2018 - [https://www.ituc-csi.org/IMG/pdf/sd\\_informality\\_costa\\_rica\\_en.pdf](https://www.ituc-csi.org/IMG/pdf/sd_informality_costa_rica_en.pdf).
- Fonseca, R. (2019) en el artículo Mercado virtual: ¿Cómo hacerlo más accesible y funcional para las PYMES? En *Revista de Política Económica y Desarrollo Sostenible* Vol. 4 (2) Enero-Junio, 2019: 1-19. [En línea]. Recuperado en <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/politicaeconomica/article/view/11651/15614>

Hernández, R.; Fernández, C.; Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. (6 edic.). México: McGraw-Hill

Ley N°7794. Código Municipal. Diario Oficial La Gaceta San José, Costa Rica el 30 de abril de 1998. Modificada el 30 de marzo del 2013. [En línea]. Recuperado en [http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=40197&nValor3=98846&strTipM=TC](http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=40197&nValor3=98846&strTipM=TC)

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

Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC); Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2019). Manual para las personas emprendedoras de Costa Rica. [En línea]. Recuperado en: [https://www.meic.go.cr/meic/documentos/08k2mt84w/Manual\\_PersonasEmprendedorasCR300519.pdf](https://www.meic.go.cr/meic/documentos/08k2mt84w/Manual_PersonasEmprendedorasCR300519.pdf)

Dinarte, D.; Villalobos, A. (2017). Manual Pymes. En Periódico El Financiero. Sección comercial. [En línea]. Recuperado en Manual Pymes. [https://www.elfinancierocr.com/gnfactory/ELF/GNF/2017/01/20/0003/Formalice-pyme-ingrese-mundo-oportunidades\\_19\\_1107679224.html](https://www.elfinancierocr.com/gnfactory/ELF/GNF/2017/01/20/0003/Formalice-pyme-ingrese-mundo-oportunidades_19_1107679224.html)

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

Salas, P. (2020). Pyme en Costa Rica. [En línea]. Recuperado en <https://www.nidux.com/pyme-en-costa-rica-beneficios-y-tramites-para-inscribir-tu-ecommerce/>

## **ANEXOS**

### **Anexo 1-Cuestionario**

**Cuestionario aplicado a dueños y/o encargados de las microempresas de venta de comida (sodas) en el distrito de San Juan Cantón de Tibás a julio del 2020.**

#### **UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA**

#### **Licenciatura en Administración de Negocios con Énfasis en Banca y Finanzas**

##### **Introducción**

Como parte del proceso para optar por el grado académico de Licenciatura en Administración de Empresas con Énfasis en Banca y finanzas, se lleva a cabo la investigación para el análisis comparativo de microempresas de venta de comida (sodas) en el distrito de San Juan del Cantón de Tibás a la fecha de corte de julio 2020.

Para su respaldo y colaboración es importante que sepa que la información suministrada por usted es de carácter confidencial.

Indicaciones generales: A continuación, se hacen una serie de preguntas relacionadas con el conocimiento que usted tiene de los requisitos del Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC) para inscribirse como Pyme, de las herramientas de tecnología y mercadeo que utiliza, los beneficios que promueve el MEIC al momento de registrarse y por último de los riesgos del estar en una situación de informalidad.

Por favor marque con una “X” la opción que considere le aplica de acuerdo a su situación actual y rellenar las que son de opinión.

**Datos del negocio**

Nombre del entrevistado

¿Puesto o cargo en el negocio?  dueño  Administrador  Dependiente

¿Grado académico que Tiene?

Primaria  Secundaria  Universitaria  Técnico  Ninguna de las anteriores

Nombre o razón del Negocio

Nombre de Fantasía

¿El negocio Funciona bajo la figura de persona?  Física  Jurídica

¿Tiene teléfono?  Fijo  Móvil  Ambos

¿El negocio se encuentra registrada ante el MEIC como PYME?  Si  No

Como nació la idea de iniciar el negocio

¿El negocio es propio?  Si  No

¿El negocio está ubicado en?  Lugar Independiente  Casa de Habitación

Cuántas personas trabajan en el negocio

En qué año inició operaciones la empresa

¿Cuándo la empresa inicio estaba ubicada en?  Lugar Independiente  Casa de Habitación

¿El financiamiento inicial para desarrollar la empresa provino de?

Recursos Propios  Financiamiento

**Preguntas relaciones al objetivo 1.**

Determinar los requisitos legales que deben cumplir las empresas del sector servicio, establecidos por Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC).

**Trámites**

¿Cuándo inicio su negocio tramitó los siguientes permisos?

Funcionamiento  Patentes  Seguros

¿Cuánto tiempo (en meses) duro gestionando los permisos?

De 1 a 3 meses  De 4 a 6 Meses  Más de 6 meses

¿A cuál régimen tributario pertenece?

Tradicional  Simplificado  No Pertenece

¿Qué tipo de registro tiene en la CCSS?

Patrono  Independiente  No Registro

¿Tuvo dificultad al realizar los siguientes trámites?

1. Registro como contribuyente ante tributación directa.  Si  No
2. Patente municipal.  Si  No
3. Registro como patrono ante la CCSS.  Si  No
4. Póliza de riesgo de trabajo.  Si  No
5. Uso de suelos.  Si  No
6. Permiso sanitario de funcionamiento.  Si  No
7. Registro de marca.  Si  No
8. Viabilidad ambiental.  Si  No

9. Registro como Pyme ante el MEIC.  Si  No

### **Preguntas relaciones al objetivo 2.**

Evaluar las herramientas mercadológicas, logísticas, de comunicación y tecnología, que utilizan empresas de servicio del sector en estudio.

### **Formación**

¿El negocio brinda capacitación al personal?  Si  No

Qué entidad, empresa o persona le brinda capacitación

¿Qué importancia le da usted a la capacitación a los empleados?

Nada  La necesaria  Mucha

Qué necesidad de capacitación tiene el negocio en este momento

De qué entidad, empresa o persona le gustaría recibir capacitación

¿Porque no invierte en capacitación al personal?  No se requiere  Tiempo  Costo

¿Está usted dispuesto a recibir capacitación?  Si  No

### **Herramientas Tecnológicas**

¿Con cuáles de los siguientes servicios cuenta el negocio?

1. Cuenta el negocio con equipo informático  Si  No
2. Página WEB  Si  No
3. Cuenta de Facebook  Si  No
4. Cuenta de Instagram  Si  No
5. Cuenta de Twitter  Si  No
6. Vende sus servicios por internet  Si  No

7. Compra su materia prima por internet  Si  No
8. Tiene sistema de punto de venta  Si  No
9. Utiliza las redes sociales para publicar su negocio  Si  No
10. Vende sus servicios por WhatsApp o mensaje de texto  Si  No

¿Cuál es el porcentaje de ventas que realiza por estos medios?

### **Preguntas relaciones al objetivo 3.**

Estudiar los beneficios a los cuales tienen acceso toda MiPymes debidamente registrada.

¿Conoce usted que beneficios tiene una PYME al registrarse en el MEIC?  Si  No

¿Ha necesitado de algún financiamiento para operar el negocio?  Si  No

¿Como financia hoy las necesidades del negocio?  Recursos Propios  Financiamiento

¿Cree que ha perdido oportunidad de negocio por falta de financiamiento?  Si  No

¿Conoce los siguientes beneficios que tiene al estar registrado como PYME?

1. Participar como Proveedor PYME del Estado.  Si  No
2. Financiamiento, avales y garantías Fodemipyme (Banco Popular).  Si  No
3. Fondos no reembolsables para innovación Propyme (MICITT).  Si  No
4. Servicios de Desarrollo Empresarial, charlas, capacitaciones.  Si  No
5. Ferias empresariales y encuentros de negocio.  Si  No
6. Sello PYME y Constancia de Condición PYME gratuitos.  Si  No
7. Recursos financieros del Sistema de Banca para Desarrollo.  Si  No
8. Exoneración impuesto personas jurídicas Micro y Pequeñas empresas.  Si  No

9. Exoneración IVA alquiler micro y pequeñas, monto menor a ¢669,000.  Si  No
10. Pago escalonado nuevas microempresas: Cargas Sociales CCSS – Impuesto Renta Ministerio de Hacienda.  Si  No
11. Permiso sanitario de funcionamiento Microempresas \$20.  Si  No
12. Tarifa diferenciada en registro sanitario (20%) para Microempresas.  Si  No

#### **Preguntas relaciones al objetivo 4.**

Valorar los riesgos de una empresa formal a una informal.

#### **Riesgos**

¿El tener el negocio en la formalidad le ha beneficiado?  Si  No

¿Los clientes reconocen que el negocio está en la formalidad?  Si  No

¿El tener el negocio en la formalidad le ha dado nuevas oportunidades de negocio?

Si  No

¿El tener el negocio en la informalidad le ha perjudicado?  Si  No

¿Conoce los riesgos que tiene tener el negocio en la informalidad?  Si  No

¿Le gustaría pasar el negocio de la informalidad a la formalidad?  Si  No

¿Qué necesita para realizar los trámites en la formalización del negocio?  Si  No

Tiempo  Dinero  Orientación  Capacitación

¿Conoce usted la situación contable y financiera al día de su negocio?  Si  No