

UNIVERSIDAD TÉCNICA NACIONAL

Sede Pacífico

Carrera Gestión Empresarial

Investigación de los indicadores sociales y económicos que inciden en el desarrollo y la permanencia de las microempresas establecidas en el poblado de Jicaral, del distrito de Lepanto, del cantón central de la provincia de Puntarenas, durante el período 2023

Proyecto final de graduación como requisito para optar por el grado académico de

LICENCIATURA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Sustentantes:

Morales Casanova Escharley María

Núñez Delgado Fabio Alberto

Puntarenas, Costa Rica

2025

Hoja de aprobación



Universidad Técnica Nacional
Gestión y Administración Empresarial
Sede del Pacífico

HOJA DE APROBACIÓN

En la ciudad de Puntarenas, el día 23 de mayo del año 2025 al ser las 16:00 horas estando presentes en el Campus Juan Rafael Mora Porras de la Sede del Pacífico de la Universidad Técnica Nacional, las siguientes personas:

Profesor Tutor: Otto Arroyo Quesada.

Profesor Lector Interno: Christian Porras Fernández.

Profesora Lectora Externa: Teresa Villalobos Zúñiga.

Representante del Sector productivo: Virginia Brenes Zúñiga.

Presidente del Tribunal Examinador: Marco Castro Mendoza.

En su condición de miembros del Tribunal Evaluador, para evaluar la tesis y optar por el grado de **Licenciatura en Gestión Empresarial**, de la estudiante Escharley María Morales Casanova.

Reunido el Tribunal Evaluador la aspirante procedió a presentar/defensa su tesis titulada "Investigación de los indicadores sociales y económicos que inciden en el desarrollo y permanencia de las microempresas establecidas en el poblado de Jicaral del distrito de Lepanto, del cantón Central de la provincia de Puntarenas durante el periodo 2023".

Concluida la presentación/defensa de la tesis, el Tribunal Evaluador consideró que, de conformidad con la normativa en la materia, la estudiante obtuvo la **APROBACIÓN DE SU TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN** y les es conferido el grado de **Licenciada en Gestión Empresarial**.


Otto Arroyo Quesada
Profesor Tutor


Christian Porras Fernández
Lector interno


Teresa Villalobos Zúñiga
Lectora Externa


Marco Castro Mendoza
Presidente del Tribunal Examinador


Virginia Brenes Zúñiga
Sector Productivo


Estudiante



Escharley María Morales Casanova



Universidad Técnica Nacional
Gestión y Administración Empresarial
Sede del Pacífico

HOJA DE APROBACIÓN


En la ciudad de Puntarenas, el día 23 de mayo del año 2025 al ser las 16:00 horas estando presentes en el Campus Juan Rafael Mora Porras de la Sede del Pacífico de la Universidad Técnica Nacional, las siguientes personas:


Profesor Tutor: Otto Arroyo Quesada.
Profesor Lector Interno: Christian Porras Fernández.
Profesora Lectora Externa: Teresa Villalobos Zúñiga.
Representante del Sector productivo: Virginia Brenes Zúñiga.
Presidente del Tribunal Examinador: Marco Castro Mendoza.

En su condición de miembros del Tribunal Evaluador, para evaluar la tesis y optar por el grado de **Licenciatura en Gestión Empresarial**, del estudiante Fabio Alberto Núñez Delgado.


Reunido el Tribunal Evaluador la aspirante procedió a presentar/defensa su tesis titulada **"Investigación de los indicadores sociales y económicos que inciden en el desarrollo y permanencia de las microempresas establecidas en el poblado de Jicaral del distrito de Lepanto, del cantón Central de la provincia de Puntarenas durante el periodo 2023"**.


Concluida la presentación/defensa de la tesis, el Tribunal Evaluador consideró que, de conformidad con la normativa en la materia, el estudiante obtuvo la **APROBACIÓN DE SU TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN** y les es conferido el grado de **Licenciado en Gestión Empresarial**.


Otto Arroyo Quesada
Profesor Tutor


Christian Porras Fernández
Lector interno


Teresa Villalobos Zúñiga
Lectora Externa


Marco Castro Mendoza
Presidente del Tribunal Examinador


Virginia Brenes Zúñiga
Sector Productivo


Estudiante

Fabio Alberto Núñez Delgado



Dedicatoria

Dedico este trabajo final de graduación, primero, a mi Dios, por darme la sabiduría, guiarme y bendecirme durante todo mi proceso de carrera universitaria.

Se lo dedico a mis padres, quienes me han apoyado desde el inicio para superarme y han sido pilares en mi vida.

Además, se lo dedico a mis seres queridos, especialmente a mi hija, que es mi motor para seguir, quienes han estado presentes durante esta etapa y que, de una u otra manera, me han apoyado y motivado.

Fabio Alberto Núñez Delgado

Dedicatoria

Dedico este trabajo de investigación, primero, a Dios, quien me ha ayudado a cumplir mis metas y sueños durante toda mi vida; a mi mamá, que ha sido mi principal motivación para salir adelante; a mis hermanas y sobrina, que son mi principal incentivo; a mi padre, quien me ha dado fuerzas desde el cielo y a mi pareja, que nunca ha dudado de mí ni de lo que soy capaz de lograr.

Además, quiero dedicarlo a todas aquellas personas que me han aportado un granito de sabiduría y ayuda durante todo mi período de aprendizaje, desde profesores hasta familiares y amigos que nunca han dudado de mi capacidad.

Escharley María Morales Casanova

Agradecimientos

Agradecemos, en primer lugar, a Dios, por bendecirnos y otorgarnos la oportunidad de estudiar y obtener la Licenciatura en Gestión Empresarial, así como por brindarnos salud, trabajo y sabiduría a lo largo de toda esta etapa de la carrera universitaria.

Extendemos nuestro agradecimiento al lector externo e interno, tutor y a nuestro filólogo, quienes nos ofrecieron el tiempo y la atención necesarios para realizar este proyecto final de graduación. A todas las personas que nos proporcionaron información sobre sus microempresas en Jicaral, les agradecemos por haber aceptado la ejecución de este importante proyecto en sus empresas, lo que permitió realizar el presente trabajo.

A todas las personas docentes que compartieron su conocimiento durante los cursos que integraron nuestra vida en esta carrera universitaria de Gestión y Administración Empresarial en la Universidad Técnica Nacional, sede del Pacífico. Al profesor y director de la carrera de Gestión y Administración Empresarial, Edgar Brown Alvarado, quien, dondequiera que esté, se sentirá muy orgulloso de que hayamos cumplido con el objetivo de convertirnos en licenciados.

Agradecemos a la Universidad Técnica Nacional por habernos formado como profesionales éticos y de gran calidad. A nuestra familia, seres queridos, amigos y compañeros que han estado presentes en la consecución de esta meta en nuestra vida.

Fabio Alberto Núñez Delgado y Escharley María Morales Casanova.

Tabla de contenido

Hoja de aprobación	ii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimientos	v
Tabla de contenido.....	vi
Lista de tablas	xiv
Lista de gráficos.....	xvii
Tabla de figuras	xx
Resumen ejecutivo.....	xxi
CAPÍTULO I	
1.1 Introducción.....	2
1.2 Área de estudio	4
1.3 Justificación	5
1.4 Alcances.....	7
1.5 Limitaciones.....	7
1.6 Delimitación del problema.....	8

1.6.1	Delimitación espacial.....	8
1.6.2	Delimitación temporal	8
1.6.3	Delimitación del universo.....	9
1.6.4	Delimitación del contenido.....	9
1.6.5	Planteamiento del problema.....	9
1.7	Pregunta de investigación	10
1.8	Estado de la cuestión.....	10
1.9	Objetivos.....	53
1.9.1	Objetivo general.....	53
1.9.2	Objetivos específicos	53

CAPÍTULO II

2.1	Marco teórico.....	55
2.2	Marco conceptual.....	55
2.2.1	Zona rural.....	55
2.2.2	Emprender.....	56
2.2.3	Microempresas.....	57
2.2.3.1	Microempresa comercial.....	59

2.2.3.2	Microempresa de servicio	59
2.2.3.3	Microempresa productiva o industrial	60
2.2.3.4	Microempresa artesanal	60
2.2.3.5	Microempresa agroindustrial	61
2.2.4	Indicadores sociales microempresarial	61
2.2.4.1	Indicadores comerciales y de satisfacción del cliente	62
2.2.4.2	Costo de adquisición de clientes (CAC)	62
2.2.4.3	Retención de compradores	63
2.2.5	Crisis económica	63
2.2.6	Indicadores económicos y su importancia	64
2.2.7	Crecimiento del PIB y su impacto en el entorno empresarial	65
2.2.8	Tasa de desempleo y su influencia en la demanda de productos y servicios	
	66	
2.2.9	Inflación y su impacto en los costos de producción y precios	67
2.2.10	Importancia de la microempresa en la economía	68
2.2.11	Relación entre los indicadores económicos y la toma de decisiones	
	empresarial	69

2.2.12	Permanencia de las microempresas	70
2.2.13	Capacitación para emprendedores	72
2.2.14	Habilidades y capacidades empresariales	73
2.2.15	Indicadores estratégicos	74
2.2.16	Capacidad de adaptación al cambio	75
2.2.16.1	Microempresas exploradoras	76
2.2.16.2	Microempresas defensivas	77
2.2.16.3	Microempresas reactivas	77
2.2.17	Mercado	78
2.2.18	Emprendimiento sostenible	79
2.2.19	La función de los actores externos en el fomento de la sostenibilidad comercial en microempresas	79
2.2.20	Teoría y enfoque del emprendimiento sostenible	80
2.2.21	Sostenibilidad empresarial y su relación con el emprendimiento	81
2.2.22	Principios de la sostenibilidad empresarial	82
2.2.22.1	Sostenibilidad empresarial ambiental	83
2.2.22.2	Sostenibilidad empresarial económica	83

2.2.22.3	Sostenibilidad empresarial social.....	83
2.2.23	Modelos de negocio sostenibles y su aplicabilidad en las pymes.....	83
2.2.24	Innovación en los modelos de negocio de las pymes	84
2.2	Marco institucional	85
2.2.1	Cámara de Comercio de Costa Rica	85
2.2.2	Fondo para el Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Fodemipyme).....	87
2.2.2.1	Fondo de crédito	87
2.2.2.2	Fondo de avales y garantías	88
2.2.2.3	Fondo de servicios de desarrollo empresarial.....	88
2.2.3	Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC)	88
2.2.4	Sistema de Banca para el Desarrollo (SBD).....	89
2.2.5	Banco Nacional de Costa Rica (BNCR)	90
2.2.6	Banco de Costa Rica (BCR)	91
2.2.7	Cámara de Industrias de Costa Rica (CICR)	91
2.3	Marco legal	92
2.3.1	Tipo de actividad y razón social	93

		xi
2.3.2	Permiso sanitario de funcionamiento.....	94
2.3.3	Legislación tributaria.....	95
2.3.4	Patente comercial.....	95

CAPÍTULO III

3.1	Estrategias metodológicas.....	98
3.1.1	Tipo de investigación.....	98
3.1.2	Enfoque metodológico.....	98
3.1.3	Enfoque cuantitativo.....	98
3.1.4	Enfoque cualitativo.....	99
3.2	Alcance de la investigación.....	100
3.2.1	Investigación exploratoria.....	100
3.3	Fuentes de la investigación.....	101
3.3.1	Fuentes primarias.....	101
3.3.2	Fuentes secundarias.....	103
3.4	Instrumentos y técnicas de recolección de datos.....	104
3.4.1	Encuesta.....	104
3.4.2	Entrevista.....	105

3.5	Selección de técnicas	105
3.5.1	Histogramas	106
3.6	Procedimientos metodológicos de la investigación	106
3.7	Definición, operacionalización e instrumentalización de las variables	107
3.8	Matriz de congruencia	113
3.9	Etapas de la investigación	119
3.9.1	Diseño y aplicación de los instrumentos de recolección de datos	119
3.9.2	Diseño de instrumentos de recolección de datos	119
3.9.3	Período de aplicación del instrumento	120
3.10	Procesamiento y análisis de datos	120
3.10.1	Procesamiento de datos	120
3.10.2	Análisis de la información	121
3.11	Diseño de instrumentos	121

CAPÍTULO IV

4.1	Presentación y análisis de resultados	125
4.2	Hallazgos correspondientes a la variable: tipo de microempresarios del objetivo	
n.º 1		126

4.3	Hallazgos correspondientes a la variable: indicadores sociales objetivo n.º 2 ...	133
4.4	Hallazgos correspondientes a la variable: indicadores económicos objetivo n.º 3	142
4.5	Hallazgos correspondientes a la variable: permanencia microempresarial objetivo n.º2	153
4.6	Hallazgos correspondientes a la variable: estrategia microempresarial objetivo n.º 3	154
4.7	Hallazgos correspondientes a la variable: estrategia sostenibilidad comercial	3 158
4.1.1	Estado de resultados mes a mes	158
4.1.2	Innovación constante	159
4.1.3	Generar confianza y atención personalizada	160
4.1.4	Misión y visión claras	160

CAPÍTULO V

5.1	Conclusiones y recomendaciones	162
5.1.1	Conclusiones	162
5.1.2	Recomendaciones	166
5.2	Referencia bibliográfica.....	168
5.3	Anexos	177

Lista de tablas

Tabla 1 Estado del arte: características de las pymes en Guanacaste	11
Tabla 2 Estado del arte: las microempresas y la necesidad de fortalecimiento	13
Tabla 3 Estado del arte: la permanencia empresarial	15
Tabla 4 Estado del arte: diagnóstico de las micro, pequeñas y medianas empresas de Paquera, Cóbano, Jicaral y Lepanto, Puntarenas	17
Tabla 5 Estado del arte: proyecto de turismo rural	19
Tabla 6 Estado del arte: administración empresarial para sostenibilidad económica.....	21
Tabla 7 Estado del arte: construcción de una propuesta de turismo rural comunitario	23
Tabla 8 Estado del arte: emprendimiento por oportunidad.....	25
Tabla 9 Estado del arte: emprender en ciudades pequeñas.....	27
Tabla 10 Estado del arte: emprendimiento social	29
Tabla 11 Estado del arte: emprendimiento e innovación.....	31
Tabla 12 Estado del arte: metodología de la investigación en la administración	33
Tabla 13 Estado del arte: caracterización de las capacidades y aptitudes emprendedoras ...	34
Tabla 14 Estado del arte, el surgimiento de algunas pymes en Costa Rica.....	36

Tabla 15 Estado del arte, factores que favorecen o limitan el fortalecimiento del capital social	38
Tabla 16 Estado del arte, Turismo en Costa Rica.....	39
Tabla 17 Estado del arte, estrategia de marketing verde internacional para el turismo rural	41
Tabla 18 Estado del arte: proyecto turístico rural comunitario para la asociación.....	43
Tabla 19 Estado del arte, establecer estrategias de mejoras ante el impacto económico	44
Tabla 20 Estado del arte, factores condicionantes de la actividad emprendedora.....	46
Tabla 21 Estado del arte, el turismo en Costa Rica, análisis de tendencias y desempeño empresarial.....	48
Tabla 22 Estado del arte, Análisis de los pilares para el desarrollo del turismo rural.....	50
Tabla 23 Estado del arte, Principio de realización de una apertura de una empresa en la zona de Jicaral.....	51
Tabla 24 Resumen requisitos legales.....	93
Tabla 25 Fuentes primarias.....	102
Tabla 26 Fuentes secundarias	103
Tabla 27 Conceptualización e instrumentalización de la primera variable	107
Tabla 28 Conceptualización e instrumentalización de la segunda variable.....	108

Tabla 29	Conceptualización e instrumentalización de la tercera variable.....	109
Tabla 30	Conceptualización e instrumentalización de la cuarta variable.....	110
Tabla 31	Conceptualización e instrumentalización de la quinta variable.....	111
Tabla 32	Conceptualización e instrumentalización de la sexta variable	112
Tabla 33	Matriz de congruencia y operacionalización de las variables	113
Tabla 34	Cronograma de actividades para finalizar el trabajo final de graduación	118
Tabla 35	Diseño de encuesta	177
Tabla 36	Diseño de la entrevista.....	182

Lista de gráficos

Gráfico 1 Jicaral: categoría de las microempresas Al 31 de diciembre de 2023	127
Gráfico 2 Jicaral: perspectivas de crecimiento para las microempresas Al 31 de diciembre de 2023.....	128
Gráfico 3 Jicaral: cantidad de años de las microempresas Al 31 de diciembre de 2023 ...	129
Gráfico 4 Jicaral: tipo de modelo de la microempresa: formal o informal Al 31 de diciembre de 2023.....	130
Gráfico 5 Jicaral: cantidad de empleados de la microempresa Al 31 de diciembre de 2023	131
Gráfico 6 Jicaral: elecciones específicas sobre la creación de las microempresas Al 31 de diciembre de 2023.....	132
Gráfico 7 Jicaral: nivel académico de los microempresarios Al 31 de diciembre de 2023	133
Gráfico 8 Jicaral: género del microempresario Al 31 de diciembre de 2023	134
Gráfico 9 Jicaral: rango de edad de los microempresarios Al 31 de diciembre de 2023....	135
Gráfico 10 Jicaral: nivel de conocimiento de los microempresarios en gestión empresarial Al 31 de diciembre de 2023	136
Gráfico 11 Jicaral: acceso a servicios financieros a la microempresa Al 31 de diciembre de 2023	137

Gráfico 12 Jicaral: segundo ingreso de los microempresarios Al 31 de diciembre de 2023	138
Gráfico 13 Jicaral: principales obstáculos para el desarrollo y la permanencia de las microempresas Al 31 de diciembre de 2023.....	139
Gráfico 14 Jicaral: oportunidades de mercado que se identificaron en el área local para el crecimiento de las microempresas Al 31 de diciembre de 2023.....	140
Gráfico 15 Jicaral: cantidad de microempresarios involucrados en alguna red de emprendedores o asociaciones empresariales Al 31 de diciembre de 2023	141
Gráfico 16 Jicaral: cantidad de locales alquilados Al 31 de diciembre de 2023	142
Gráfico 17 Jicaral: ventas del año 2023 comparadas a las ventas del año 2022 Al 31 de diciembre de 2023.....	143
Gráfico 18 Jicaral: gastos del año 2023 comparados al año 2022 Al 31 de diciembre de 2023	144
Gráfico 19 Jicaral: presentación de dificultades económicas para mantener la microempresa en el año 2023 Al 31 de diciembre de 2023	145
Gráfico 20 Jicaral: cantidad de reportes financieros mensual o anualmente de las microempresas Al 31 de diciembre de 2023.....	146
Gráfico 21 Jicaral: cantidad de deudas para el desarrollo de la microempresa Al 31 de diciembre de 2023.....	147

Gráfico 22 Jicaral: principales costos operativos que enfrentan las microempresas Al 31 de diciembre de 2023.....	148
Gráfico 23 Jicaral: competencia directa en el sector de negocio Al 31 de diciembre de 2023	149
Gráfico 24 Jicaral: accesos a nuevos mercados para la expansión de la microempresa Al 31 de diciembre de 2023.....	150
Gráfico 25 Jicaral: innovación o mejoras en los productos, servicios o procesos empresariales Al 31 de diciembre de 2023	151
Gráfico 26 Jicaral: obstáculos financieros para el desarrollo y la permanencia de las microempresas en el área Al 31 de diciembre de 2023	152
Gráfico 27 Jicaral: recursos necesarios para el desarrollo de la microempresa Al 31 de diciembre de 2023.....	153
Gráfico 28 Jicaral: visión y misión según la microempresa Al 31 de diciembre de 2023.....	154
Gráfico 29 Jicaral: metas a largo y corto plazo según la microempresa Al 31 de diciembre de 2023.....	155
Gráfico 30 Jicaral: estrategias efectivas para impulsar el crecimiento comercial Al 31 de diciembre de 2023.....	156
Gráfico 31 Jicaral: preferencia en capacitación con base en el nivel de conocimiento según microempresarios Al 31 de diciembre de 2023	157

Tabla de figuras

Figura 1: Cronograma de recopilacion de datos 117

Resumen ejecutivo

El presente trabajo de investigación se desarrolla en la zona de Jicaral, en la provincia de Puntarenas y se enfocará en la importancia de detectar los indicadores sociales y económicos en los sectores microempresariales.

Esta detección de estos indicadores es de gran ayuda para el desarrollo de una comunidad, ya que permite analizar lo necesario para implementar mejoras en la comercialización, lo cual resulta de gran utilidad para los microempresarios, quienes constituyen un factor significativo en la economía local.

En la actualidad, Jicaral cuenta con una zona céntrica donde se ubican varios establecimientos comerciales, sin embargo, es un sector que no posee un alto flujo turístico, debido a que se considera una zona de paso.

Por este motivo, surge la necesidad de conocer sus indicadores sociales y económicos, así como el esfuerzo de los microempresarios y las estrategias que implementan para su desarrollo adecuado y permanencia.

Por tal motivo, el objetivo principal es identificar la importancia de los indicadores sociales y económicos en la zona de Jicaral.

Palabras clave: Indicadores sociales, indicadores económicos, permanencias de las microempresas, estrategias, sostenibilidad comercial, competencia en la zona.

CAPÍTULO I

1.1 INTRODUCCIÓN

La presente investigación se desarrolla en la zona de Jicaral, provincia de Puntarenas, la cual está ubicada a 35 km de la ciudad de Puntarenas; 19 km son de camino y el resto es vía marítima. Este pueblo se fundó, aproximadamente, hace 65 años, en donde existía un embarcadero que servía como punto de ida y venida hacia Puntarenas. Se nombró *Jicaral* debido a la gran cantidad de jícaros que había en la zona.

En los últimos años, esta región ha crecido económica y comercialmente, cuenta con una zona céntrica, donde se ubican varios establecimientos comerciales donde muchas personas han optado por emprender. Sin embargo, es un sector con escaso turismo; ya que es una zona de paso.

Ante esta situación, surge la duda sobre la ruta que debe trazarse para mejorar los indicadores sociales y económicos, así como la necesidad de que dicha ruta sea colectiva y no improvisada o individual, como ha sucedido hasta hoy.

Además, se debe considerar el esfuerzo de los microempresarios y las estrategias por implementar un desarrollo adecuado y una permanencia.

La importancia de identificar los indicadores sociales y económicos en los sectores sociales puede ser de gran ayuda para el desarrollo de una comunidad, esto permite enfocar y analizar lo necesario para llevar a cabo y de manera efectiva la comercialización, lo cual es

de gran utilidad para los microempresarios, quienes constituyen un factor significativo para el desarrollo comunal.

Reconocer las fortalezas que permiten la permanencia de las microempresas mediante los indicadores y las entrevistas dirigidas a las personas que tienen un establecimiento de categoría de microempresa, en el sector de Jicaral centro, resulta factible para recabar los datos necesarios.

En el surgimiento de una comunidad es sustancial la participación de los establecimientos locales, ya que, sus estrategias, sus proyectos y sus aportes son indispensables para el desarrollo del sector.

Por lo tanto, se buscarán estas estrategias y aumentar la información sobre el crecimiento y desarrollo de Jicaral, mediante entrevistas a las personas que se encargan de desarrollar dichas estrategias, así como utilizar fuentes bibliográficas, como aporte para la investigación.

Jicaral es conocida por ser una zona de paso, por lo tanto, su turismo es bajo; sin embargo, con base en su sostenibilidad comercial, este sector presenta un gran potencial.

Al establecer las estrategias correctas, se puede obtener un resultado positivo que aumente la permanencia de las distintas microempresas de la zona de Jicaral.

La presente investigación tiene como finalidad recomendar estrategias de sostenibilidad comercial para los microempresarios en el sector de Jicaral.

Durante el desarrollo del estudio se utilizará la información con los datos actualizados sobre los indicadores sociales y económicos, así como el surgimiento comercial y el desarrollo de las distintas microempresas que realizan su actividad económica en Jicaral, mediante fuentes bibliográficas, entrevistas y encuestas.

1.2 Área de estudio

Los indicadores sociales y económicos son importantes para cualquier tipo de sector, ya sea urbano o rural, porque pueden medir las condiciones que presenta una comunidad o grupo social como: la cantidad de personas con estudios, empleos y situación económica.

Además, determina los constantes cambios que ocurren a lo largo del tiempo, los cuales pueden afectar a todo un sector y fortalecer su desarrollo.

En relación con el aspecto económico, las zonas rurales de Costa Rica, se caracterizan por tener una menor cantidad de habitantes, en comparación con las áreas urbanas de la Meseta Central. Por esto, existe una diferencia económica, ya que los ingresos per cápita de esta población son menores, lo cual obliga a los ciudadanos a enfocarse en otras alternativas productivas y empresariales que permitan aumentar sus ingresos y mejorar su situación económica.

El comercio es una actividad económica que se presenta como una alternativa para mejorar la economía de la población, tanto en los negocios, como en los distintos emprendedores que, poco a poco, se establecen y se han convertido en microempresarios.

El comercio y el emprendimiento no generan los ingresos que la población necesita para subsistir. Por tanto, los microempresarios se encuentran con un panorama complicado en el desarrollo de sus actividades económicas.

1.3 Justificación

Actualmente, Costa Rica presenta una baja empleabilidad en las zonas rurales y las microempresas constituyen una ayuda para que las personas puedan establecer actividades económicas independientes y pequeñas y medianas empresas (pymes) con poco personal. Por consiguiente, la migración hacia las zonas urbanas con mayores oportunidades es un fenómeno relevante.

En relación con el desempleo, se desarrolla otra problemática relacionada con los ingresos, ya que los microempresarios deben subsistir y adaptarse a los cambios que se generen en la comunidad de Jicaral, una de las consecuencias es que durante este 2023, la economía crezca a un ritmo menor que en el 2022, podría ser un incremento en la cantidad de personas desempleadas. (Alvarado, 2023). Asimismo, el aumento en la tasa de desempleo, debido a este menor crecimiento, podría impactar, principalmente, la mano de obra no calificada y la población de las zonas rurales. (Alvarado, 2023).

La zona rural presenta una tasa de empleo limitada, debido a la escasez de empresas de servicios, construcción o producción. Cuando la empleabilidad disminuye, se genera una falta de ingresos en los hogares, lo cual afecta, en gran medida, a sus habitantes.

Lo anterior, provoca una disminución económica y comercial; por tal razón, la mayoría de los microempresarios han limitado sus esfuerzos por renovar sus negocios o implementar mejores estrategias comerciales, otros han cerrado indefinidamente.

El desarrollo económico, a través de las microempresas o pymes, es un tema importante desde varios ámbitos, ya que ayuda a combatir el aislamiento económico, desarrolla capacidades o habilidades empresariales e impide que las personas migren a ciudades con mayor impacto económico, entre otros aspectos.

Debido a este factor, se realiza esta investigación para conocer a fondo los indicadores que, la población de Jicaral, implementa con el objetivo de crecer y desarrollar los factores económicos de la zona.

Cabe destacar que, cada comunidad puede tener distintos planes, los cuales pueden desarrollarse o, en otros casos, no se conoce la potencialidad que pueda existir para progresar o estabilizar la economía.

Jicaral es una comunidad que tiene la capacidad para desarrollar actividades económicas. Sin embargo, la falta de conocimiento sobre los indicadores más importantes que se relacionan con aspectos sociales y económicos se ha mantenido limitada.

Los microempresarios son un segmento muy importante para el desarrollo económico, ya que conforman parte de la población económicamente activa. Por lo tanto, es necesario tener conocimiento sobre los indicadores y las estrategias empleadas por los locales para fomentar su propio desarrollo y asegurar su permanencia en el ámbito comercial.

1.4 Alcances

Se pretende constituir una base de información para que otros investigadores puedan utilizar los datos que se obtienen como referencia para sus trabajos, debido a que, la investigación, también será un aporte para los microempresarios.

Mostrar, hasta donde sea posible, la cantidad de microempresas establecidas en el centro de Jicaral y obtener datos sociales y económicos sobre los microempresarios, así como el total de empleos que generan y los métodos que utilizan para permanecer en el comercio.

Utilizar toda la investigación para realizar recomendaciones a los microempresarios sobre los negocios y optar por aumentar la permanencia de las microempresas, así como, mostrar las situaciones que se pueden mejorar en el comercio.

1.5 Limitaciones

Antes de iniciar la presente investigación, se elaboró una lista donde se identifican los datos de las microempresas que concedieron el permiso para continuar, en el momento, con la aportación al trabajo, en este caso, con la participación en la entrevista y la encuesta. Sin embargo, a medida que ha transcurrido el tiempo de estudio, se presentaron varias limitaciones.

La primera limitación que se presentó fue el cambio que han experimentado algunas microempresas que, debido a dificultades en su entorno personal, han cambiado de ubicación, completamente fuera del área en donde la investigación se aplica.

En otros casos, fue complicado obtener el apoyo de algunas microempresas debido a la falta de confianza que las personas tienen hacia una investigación, cuando se generan preguntas sobre sus negocios. Aunque se explicó, no se obtuvo el permiso de cinco microempresas del sector.

Las preguntas, con base en los indicadores económicos, debieron modificarse a preguntas más generales, las cuales no contienen datos numéricos, porque muchos comerciantes encuestados no llevan registros de sus ventas mensuales o anuales y no lograban contestar las preguntas, esto impedía generar respuestas que permitieran una única conclusión.

1.6 Delimitación del problema

1.6.1 Delimitación espacial

La investigación de campo se realiza en la comunidad de Jicaral, Puntarenas. Aunque esta zona pertenece al distrito de Lepanto, Puntarenas, no cabe duda de que, Jicaral es la zona con mayor desarrollo económico y comercial, destacándose por ser el centro de la mayoría de los establecimientos.

1.6.2 Delimitación temporal

El tiempo de la investigación transcurre desde febrero del 2023, hasta diciembre del 2023. Toda la información necesaria para implementar el proyecto investigativo, se obtiene de los últimos 3 años.

1.6.3 Delimitación del universo

La recolección de datos abarca la zona central de Jicaral del distrito de Lepanto, en el cantón de Puntarenas y las microempresas que se encuentran en el centro.

1.6.4 Delimitación del contenido

La investigación delimita el tema sobre los indicadores sociales y comerciales en las zonas rurales, los factores de crecimiento económico, el proyecto investigativo sobre el desarrollo de microempresarios, la sostenibilidad comercial, las estrategias empleadas en las microempresas, el comercio, la economía rural y las leyes que se relacionan con los temas mencionados.

1.6.5 Planteamiento del problema

La zona de Jicaral se considera una zona de paso; por lo tanto, hasta la fecha, algunos microempresarios no se han expandido debido a la falta de una gestión comercial adecuada, la cual permita aprovechar de manera sostenible sus recursos y promueva la participación de los pobladores locales, para que logren una mejor calidad de vida.

Esta situación implica un descuido de las prácticas y expresiones locales, que poco a poco pierden su uso entre las personas ciudadanas, el desconocimiento sobre las ventajas económicas y sociales que ofrecen los recursos turísticos y comerciales del territorio y el conformismo de la población local, al no contar con representatividad social ni participación en el desarrollo de su comunidad.

Por este motivo, se determinan, a través de la investigación, las estrategias locales para el desarrollo de los microempresarios, los recursos de la zona y detectar los factores que inciden y forman parte del pensamiento estratégico de las microempresas. Lo anterior, tiene el fin de ayudar a desarrollar un mejor este enfoque comercial.

1.7 Pregunta de investigación

¿Cómo inciden los indicadores sociales y económicos en el desarrollo y permanencia de los microempresarios de la zona de Jicaral, para determinar las estrategias necesarias que colaboren en el surgimiento de las microempresas en el área comercial?

1.8 Estado de la cuestión

El estado de la cuestión tiene como finalidad identificar antecedentes que se puedan enlazar con la investigación, con el propósito de abarcar mejor los datos que se obtienen y utilizarlos a favor.

Esto contribuye a que los investigadores y lectores tengan un conocimiento más completo sobre el tema y sobre lo que se desea estructurar con este documento.

Por consiguiente, se presentan diversas investigaciones que abordan la materia empresarial, desde distintas perspectivas, incluye: emprendimientos, microempresas y pymes. Asimismo, se exponen proyectos de estrategias para desarrollar una localidad en el ámbito comercial, lo cual constituye información relevante para el estudio actual.

Tabla 1**Estado del arte: características de las pymes en Guanacaste**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	
Título	Características de las pymes de Guanacaste
Autores	Luis Alberto Bermúdez -Carrillo
Fechas de publicación	abril 2014
Publicación	Scielo
Institución	Universidad de Costa Rica
URL	https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2215-24582014000100001
Referencia Bibliográficas	Bermúdez, L. (2014). Características de las pymes de Guanacaste Features of the PYMES in Guanacaste. Scielo. https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2215-24582014000100001
Autor de la ficha	Fecha 02/02/23 Escharley Morales Casanova
2. APROXIMACIÓN AL TEXTO	
Contenido del documento	
El documento muestra un estudio sobre la relación de las características de las pymes y su permanencia o no en el mercado, en el sector de Guanacaste. Menciona algunas instituciones que	

son parte de las pymes para desarrollarse y datos en general de los microempresarios de la zona de Guanacaste.

Determinar cuál es el propósito del documento que se leerá

El documento presenta datos importantes y una buena gestión de investigación, parecida al área donde se realiza el estudio.

Preguntas orientadoras

¿Cuáles características hacen que las pymes se puedan mantener en el mercado?

¿Existe relación entre las características de las pymes y su permanencia o no en el mercado?

Citas

“Es importante mencionar que las bases mínimas que necesita una pyme para operar y lograr permanencia en el mercado en la región de Guanacaste están determinadas por las características propias de cada unidad productiva y de quienes las dirigen” (Bermúdez, 2014, p. 5).

“La permanencia de las pymes en el mercado está condicionada al tipo de actividad comercial a la que se dedican, por lo que se requiere saber cuáles son las características propias de ellas que les permiten mantener su actividad comercial en el tiempo” (Bermúdez, 2014, p. 5).

“En Costa Rica no se tienen datos precisos de la edad de las pymes o del porcentaje de fracasos que sufren, pero en muchos textos se asegura que la edad promedio de ellas en Latinoamérica anda entre cinco y seis años” (Bermúdez, 2014, p. 5).

Nota: Elaboración propia, con información aportada de la Universidad de Costa Rica.

Tabla 2

Estado del arte: las microempresas y la necesidad de fortalecimiento

1. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	
Título	Las microempresas y la necesidad de fortalecimiento: reflexiones de la Zona Sur de Manabí, Ecuador
Autores	Ruth Yadira Sumba Bustamante y Karina Lourdes Santistevan Villacreses
Fechas de publicación	diciembre 2018
Publicación	Scielo
Institución	Universidad Estatal del Sur de Manabí
URL	http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000500323#:~:text=Las%20microempresas%20al%20ser%20propulsoras,capacitaci%C3%B3n%20permanente%20en%20t%C3%A9cnicas%20gerenciales%20
Referencia Bibliográficas	Sumba, R. y Santistevan, K (2018). Las microempresas y la necesidad de fortalecimiento: reflexiones de la Zona Sur de Manabí. Scielo. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000500323#:~:text=Las%20microempresas%20al%20ser%20propulsoras,capacitaci%C3%B3n%20permanente%20en%20t%C3%A9cnicas%20gerenciales%20

Autor de la ficha Escharley Morales Casanova

Fecha 02/02/23

2. APROXIMACIÓN AL TEXTO

Contenido del documento

En el documento se puede encontrar información sobre las necesidades de fortalecimiento de las microempresas, estrategias para su fortalecimiento, innovación, alcanzar características distintivas para crear ventajas competitivas y posicionarse en el mercado.

Determinar cuál es el propósito del documento que se leerá

Permite recolectar datos sobre las microempresas, ya que investiga qué requieren las empresas para desarrollarse de manera eficaz, pues son entidades que ayudan a la actividad económica de un país, también, desarrolla características de las microempresas.

Preguntas orientadoras

¿Cuáles son las necesidades de fortalecimiento de una microempresa para su fortalecimiento?

¿Son los microempresarios obstáculos para el fortalecimiento de las microempresas?

Citas

“Las microempresas se originan generalmente a partir de la necesidad de personas que carecen de un empleo estable, sin embargo, ellas reconocen tener habilidades y aptitudes que pueden transformar en emprendimientos, capaces de generar actividades que les permitan tener ingresos, los que al mismo tiempo facilitan el desahogo económico de sus

familias y al unísono generan otras posibilidades de trabajo a sectores desfavorecidos de la población” (Sumba y Santistevan, 2018, p. 2).

“La poca capacitación del microempresario y del personal que junto a este labora, obstaculizando el aumento de la productividad, situación que implica un bajo nivel de competitividad, por otra parte, los estilos de comunicación entre el microempresario y sus subordinados imposibilitan que todos los que forman parte de la empresa conozcan los objetivos que se pretenden alcanzar, por lo cual su nivel de empoderamiento para trabajar por resultados es limitado” (Sumba y Santistevan, 2018, p. 2).

Nota: Elaboración propia, con información aportada de la Universidad Estatal del Sur de Manabí.

Tabla 3

Estado del arte: la permanencia empresarial

1. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Título	La permanencia empresarial utilizando la encuesta nacional sobre productividad y competitividad de las microempresas comerciales
Autores	Ana Jazmín Sandoval Sánchez y Sosíma Carrillo
Fechas de publicación	de 2021
Publicación	PDF
Institución	Universidad Autónoma de Baja California

URL <http://rges.umich.mx/ecbooks/13/13-02.pdf>

Referencia Sandoval, A. y Carrillo, S. (2021). La permanencia empresarial utilizando la

Bibliográficas encuesta nacional sobre productividad y competitividad de las microempresas comerciales. Universidad Autónoma de Baja California. PDF.

<http://rges.umich.mx/ecbooks/13/13-02.pdf>

Autor de la ficha Escharley Morales Casanova

Fecha 02/02/23

2. APROXIMACIÓN AL TEXTO

Contenido del documento

Estudio y generar herramientas para potenciar el éxito de las microempresas para su permanencia en el ámbito comercial.

Determinar cuál es el propósito del documento que se leerá

Determinar principales problemas para la permanencia y crecimiento empresarial de las microempresas, investigar sobre la empresa y los recursos humanos para la óptica de la competitividad.

Preguntas orientadoras

¿Cuáles son los factores que lograrían que una microempresa tuviera un mejor desempeño?

¿Cómo puede perdurar una microempresa dentro de un ambiente empresarial?

Citas

“Para que las microempresas puedan mejorar su desempeño y permanecer en el mercado, es necesario el establecimiento de estrategias en las áreas que son clave para su operación” (Sandoval y Carrillo, s. f., p. 63).

“La mayoría de las microempresas no cuentan con las bases ni con información a la que empresas de mayor tamaño si tienen acceso ya esto incluye, aunque no se limita el campo de las finanzas, la gestión de Recursos Humanos, de tecnologías y de mercadotecnia” (Sandoval y Carrillo, s. f., p. 42).

Nota: Elaboración propia, con información aportada de la Universidad Autónoma de Baja California.

Tabla 4

Estado del arte: diagnóstico de las micro, pequeñas y medianas empresas de Paquera, Cóbano, Jicaral y Lepanto, Puntarenas

1. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	
Título	Diagnóstico de las micro, pequeñas y medianas empresas de Paquera, Cóbano, Jicaral y Lepanto, Puntarenas
Autores	Susan Chen Mok y Jorge Bartels Villanueva
Fechas de publicación	de junio 2009
Publicación	Revista de ciencias económicas
Institución	Universidad de Costa Rica

URL <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/7129>

Referencia Bibliográfica Chen Mok, S. y Bartels Villanueva, J. (2009). Diagnóstico de las micro, pequeñas y medianas empresas de Paquera, Cóbano, Jicaral y Lepanto, Puntarenas. *Revista De Ciencias Económicas*, 27(1)
<https://doi.org/10.15517/rce.v27i1.7129>

Autor de la ficha Escharley Morales Casanova

Fecha 02/02/23

2. APROXIMACIÓN AL TEXTO

Contenido del documento

Este artículo presenta los resultados del diagnóstico realizado a las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) que se ubican en las comunidades de: Paquera, Cóbano, Lepanto y Jicaral. El diagnóstico tiene como propósito identificar las fortalezas y debilidades de estas mipymes, que permitan plantear acciones para mejorar su competitividad dentro de las comunidades en que se ubican.

Determinar cuál es el propósito del documento que se leerá

Investigar las referencias de datos pasados sobre las microempresas y sus factores de desarrollo de años pasados, para la debida comparación con el año en el que se aplica el estudio. El documento de investigación proporciona datos interesantes sobre las pymes del año 2009.

Preguntas orientadoras

¿Cuáles problemas siguen afectando a las microempresas del sector?

¿Cuáles son las estrategias que implementan los microempresarios para el desarrollo de las microempresas en la zona?

¿Cuáles son las amenazas de las microempresas en la zona de estudio?

Citas

“El 39% de las MiPymes no tienen una planeación de su producción definida, por lo tanto, no es posible de esta forma prever posibles incrementos de la demanda, perdiéndose eventualmente mejora en los niveles de ventas” (Chen Mok y Bartels Villanueva, 2009, p. 247).

“Una gran amenaza para la mayoría de las MiPymes de esta zona es que sus ingresos se ven afectados altamente por temporalidades además de que existe una alta competencia en el mercado” (Chen Mok y Bartels Villanueva, 2009, p. 247).

Nota: Elaboración propia, con información aportada de la Universidad de Costa Rica.

Tabla 5

Estado del arte: proyecto de turismo rural

1. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Título	Propuesta de proyecto turístico rural comunitario para la Asociación Mixta Agro Ecoturística ubicada en Los Lagos de Arancibia, cantón central – Puntarenas, analizada durante el período de agosto de 2015 – abril de 2016.
Autores	Mariana Espinoza Quesada, Katia Palacios Avilés, Alexandra Paniagua Ramírez
Fechas de publicación	de 2017

Publicación	PDF
Institución	Universidad Técnica Nacional
URL	https://repositorio.utn.ac.cr/bitstream/handle/20.500.13077/67/Tesis%20MAK%20GEHG.pdf?sequence=1&isAllowed=y
Referencia	Espinoza Quesada, M.; Palacios Avilés, K. y Paniagua Ramírez, A. (2017).
Bibliográficas	Propuesta de proyecto turístico rural comunitario para la Asociación Mixta Agro Ecoturística ubicada en Los Lagos de Arancibia, cantón central – Puntarenas, analizada durante el período de agosto de 2015 – abril de 2016. [Tesis, Universidad Técnica Nacional]. PDF.
Autor de la ficha	Escharley Morales Casanova
Fecha	02/02/23

2. APROXIMACIÓN AL TEXTO

Contenido del documento

Define propuestas de proyectos para el desarrollo del turismo comunitario, con el fin de mejorar una zona y poder desarrollarse comercialmente, lo que ayuda tanto a los trabajadores, comunidad y empresa.

Determinar cuál es el propósito del documento que se leerá

Obtener información e ideas sobre el turismo en zonas rurales para ampliar los conceptos básicos sobre el tema relacionado.

Preguntas orientadoras

¿Cuáles factores sobre el turismo rural son importantes para mejorar?

¿Qué información se puede obtener referente al turismo rural y cuál tipo de estudio se puede realizar para fortalecer el turismo en zona rural?

Citas

“A diferencia del turismo rural, ofrecido por otros países, las empresas de turismo rural comunitario en Costa Rica, por su dinámica comunitaria y la escala de su actividad, para articular un producto turístico, requieren de la participación de varias familias o de la comunidad en su conjunto” (Espinoza *et al.*, 2017, s. p.).

Nota: Elaboración propia, con información aportada de la Universidad Tecnica Nacional

Tabla 6

Estado del arte: administración empresarial para sostenibilidad económica

1. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	
Título	Propuesta de administración empresarial para la sostenibilidad económica de las pymes de turismo rural comunitario en Zapotal de Miramar, con la finalidad de establecer estrategias de mejoras ante el impacto económico que genera la temporada baja a partir del año 2020 en adelante
Autores	Ana Calderón Ramírez, Morelia Chavarría Aguilar, Cynthia Serrano Hernández
Fechas de publicación	2021

Publicación **Repositorio institucional de la Universidad Técnica Nacional.**

Institución Universidad Técnica Nacional

URL <https://repositorio.utn.ac.cr/handle/20.500.13077/475>

Referencia Bibliográficas Calderón Ramírez, A.; Chavarría Aguilar, M. y Serrano Hernández, C. (2021). Propuesta de administración empresarial para la sostenibilidad económica de las pymes de turismo rural comunitario en Zapotal de Miramar, con la finalidad de establecer estrategias de mejoras ante el impacto económico que genera la temporada baja a partir del año 2020 en adelante (Tesis). Repositorio institucional.

Autor de la ficha Escharley Morales Casanova **Fecha** 02/02/23

2. APROXIMACIÓN AL TEXTO

Contenido del documento

Definir estrategias de administración empresarial a una zona rural, para mejorar la economía en las temporadas bajas y que no afecte a la población del sector, poder minimizar las amenazas en la economía y comercio.

Determinar cuál es el propósito del documento que se leerá

Aumentar el conocimiento sobre cómo funcionan las pymes con base en el turismo rural y generar ideas del impacto económico en zonas rurales.

Preguntas orientadoras

¿Cuáles tipos de impacto económico se generan en zonas rurales?

¿Cómo se puede mejorar el turismo rural?

Citas

“La actividad en el sector de turismo rural comunitario surge como una alternativa a la generación de empleo y está impactando de manera positiva en las diferentes regiones del país que se han unido a este tipo de proyectos, los esfuerzos que se realizan se ven reflejados en el sector económico y social, aportando empleos a la comunidad y con esto, dan una mejor calidad de vida en zonas rurales” (Calderón *et al.*, 2021, s. p.).

Nota: Elaboración propia, con información aportada de la Universidad Técnica Nacional.

Tabla 7

Estado del arte: construcción de una propuesta de turismo rural comunitario

1. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Título	Marco teórico para la construcción de una propuesta de turismo rural comunitario
Autores	Martha Cecilia Vinasco Guzmán
Fechas de publicación	de 2017
Publicación	Dialnet

Institución	Escuela de Ciencias Agrícolas, Pecuarias y del Medioambiente – ECAPMA. Universidad Nacional Abierta y a Distancia –UNAD. Pitalito, Huila, Colombia.
URL	https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6285715
Referencia Bibliográficas	Vinasco, M. (2017). Marco teórico para la construcción de una propuesta de turismo rural comunitario. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6285715
Autor de la ficha	Escharley Morales Casanova
Fecha	02/02/23

2. APROXIMACIÓN AL TEXTO

Contenido del documento

Se reflejan distintos factores en los que se puede implementar una mejor población para atraer el turismo.

Determinar cuál es el propósito del documento que se leerá

Generar recomendaciones para el turismo rural comunitario

Preguntas orientadoras

¿Cuáles métodos se pueden implementar en una zona para mejorar el turismo rural comunitario?

¿Cómo hacer para que los emprendedores participen en dinámicas comunitarias?

Citas

“El turismo se reconoce como motor de desarrollo a nivel mundial si se aborda a partir de la planificación y la participación comunitaria, puesto que permite generar recursos, distribuir los ingresos, emprender y desarrollar el potencial turístico” (Boisier, 2005, s. p.)

“La dinámica comunitaria se debe basar en dar a la colectividad herramientas para que potencien sus saberes y conocimientos para crear capacidades locales” (Baumann *et al.*, 2004, s. p.)

Nota: Elaboración propia, con información aportada de la Escuela de Ciencias Agrícolas, Pecuarias y del Medioambiente –ECAPMA. Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD. Pitalito, Huila, Colombia.

Tabla 8

Estado del arte: emprendimiento por oportunidad

1. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	
Título	El factor institucional en el emprendimiento por oportunidad de América Latina y el Caribe
Autores	<u>Saavedra Leyva, Rafael Eduardo; Flores, Michelle Taxis</u>
Fechas de publicación	de 2019
Publicación	Proquest
Institución	Universidad Nacional de Colombia

URL	https://www.proquest.com/docview/2277399429/fulltextPDF/3703A75F9C3A4DE7PQ/1?accountid=162647
Referencia Bibliográficas	Saavedra Leyva, R. E. y Flores, M. T. (2019). El factor institucional en el emprendimiento por oportunidad de América Latina y el Caribe. [The institutional factor on opportunity entrepreneurship in Latin America and the Caribbean O fator institucional no empreendimento por oportunidade da América Latina e do Caribe] <i>Innovar</i> , 29(73), 99-112. DOI: https://doi.org/10.15446/innovar.v29n73.78025
Autor de la ficha	Escharley Morales Casanova
Fecha	19/02/23

2. APROXIMACIÓN AL TEXTO

Contenido del documento

Presentar informes sobre el apoyo de instituciones extranjeras para mejorar el desarrollo económico nacional por medio de las pymes.

Determinar cuál es el propósito del documento que se leerá

Investigar el efecto de las instituciones en los emprendimientos por oportunidades.

Preguntas orientadoras

¿Cuán importantes son los indicadores de gobernabilidad para la eficiencia en los emprendedores?

¿Diferencia de emprendimiento por oportunidad o por necesidad?

Citas

“El emprendimiento por oportunidad es un referente de la dinámica económica, pues representa el carácter voluntario de crear una empresa, mientras la necesidad refleja al emprendimiento como la mejor opción disponible a la falta de empleo” (Saavedra Leyva *et al.*, 2019, s. p.).

“Un emprendedor por oportunidad cuenta con un nivel de instrucción alto, con una amplia formación empresarial y técnica, mientras que un emprendedor por necesidad ostenta un bajo perfil socioeconómico” (Saavedra Leyva *et al.*, 2019, s. p.).

Nota: Elaboración propia, con información aportada por la Universidad Nacional de Colombia.

Tabla 9

Estado del arte: emprender en ciudades pequeñas

1. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Título	“Emprender en ciudades pequeñas”: un análisis sobre la implementación de políticas de desarrollo emprendedor en San Justo, Santa Fe.
Autores	Orsi, Donatela
Fechas de publicación	2019
Publicación	Proquest
Institución	Georgetown University
URL	https://www.proquest.com/docview/2383117693?pq-origsite=gscholar&fromopenview=true

Referencia Bibliográfica Orsi, D. (2019). *Emprender en ciudades pequeñas: un análisis sobre la implementación de políticas de desarrollo emprendedor en san justo, santa fe* (Order n.º 27663322). Available from ProQuest One Academic (2383117693).
<https://ezproxy.utn.ac.cr/login?url=https://www.proquest.com/dissertations-theses/emprender-en-ciudades-pequeñas-un-análisis-sobre/docview/2383117693/se-2>

Autor de la ficha Escharley Morales Casanova **Fecha** 18/02/23

2. APROXIMACIÓN AL TEXTO

Contenido del documento

Informar sobre la implementación de políticas para el desarrollo emprendedor y pymes, para tener un mayor manejo y organización comercial.

Determinar cuál es el propósito del documento que se leerá

Investigar cuáles son los emprendimientos que más aportan al desarrollo local

Preguntas orientadoras

¿Qué emprendimientos aportan al desarrollo local?

¿Cuáles son las políticas de desarrollo emprendedor?

Citas

“El análisis del ecosistema emprendedor es muy pertinente a la hora de pensar políticas públicas de promoción del desarrollo emprendedor, pues queda en evidencia al revisar los componentes del ecosistema que los esfuerzos por estimular el surgimiento de los

emprendimientos dinámicos no pueden quedar restringidos únicamente a las políticas macroeconómicas” (Donatela, 2019, s. p.).

Nota: Elaboración propia, con información aportada de Georgetown University.

Tabla 10

Estado del arte: emprendimiento social

1. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Título	Emprendimiento social y su repercusión en el desarrollo económico desde los negocios inclusivos. [Social entrepreneurship and its impact on economic development from inclusive businesses]
Autores	<u>Hugo Hernández Palma</u> ; <u>Angélica Jiménez Coronado</u> ; <u>Remedios Pitre Redondo</u>
Fechas de publicación	2018, última actualización 2020.
Publicación	Proquest
Institución	Dirección Nacional de Escuelas de la Policía Nacional de Colombia
URL	https://ezproxy.utn.ac.cr/login?url=https://www.proquest.com/scholarly-journals/emprendimiento-social-y-su-repercusión-en-el/docview/2070168556/se-2?accountid=162647

Referencia Bibliográfica	Hernández <i>et al.</i> (2018). Emprendimiento social y su repercusión en el desarrollo económico desde los negocios inclusivos. [Social entrepreneurship and its impact on economic development from inclusive businesses]. <i>Revista Logos, Ciencia y Tecnología</i> , 10(2), 198-211. https://ezproxy.utn.ac.cr/login?url=https://www.proquest.com/scholarly-journals/emprendimiento-social-y-su-repercusión-en-el/docview/2070168556/se-2
---------------------------------	--

Autor de la ficha Escharley **Fecha** 18/02/23

Morales Casanova

2. APROXIMACIÓN AL TEXTO

Contenido del documento

Informar la importancia sobre el emprendimiento social y la repercusión que tienen las pymes y emprendedores en la parte económica y social del país.

Determinar cuál es el propósito del documento que se leerá

El emprendimiento social y su repercusión en el desarrollo económico

Preguntas orientadoras

¿La innovación social es indispensable para el desarrollo comunitario y emprendedores?

¿Cuáles son las necesidades para que nazca el emprendimiento social?

Citas

“Combinar la rentabilidad económica con la reducción de la pobreza implica contemplar los intereses económicos de la empresa y los mecanismos que contribuyen al desarrollo socioeconómico del contexto” (Hernández Palma, 2018, s. p.).

Nota: Elaboración propia, con información aportada de la dirección Nacional de Escuelas de la Policía Nacional de Colombia.

Tabla 11

Estado del arte: emprendimiento e innovación

1. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Título	Emprendimiento e Innovación: oportunidades para Todos
Autores	José C. Sánchez-García
Fechas de publicación	2020
Publicación	Proquest
Institución	Dykinson, S. L
URL	https://www.proquest.com/docview/2492818065/B9FC44F7CDD34216PQ/2?accountid=162647

Referencia Sánchez-García, J. C (2020). *Emprendimiento e innovación: oportunidades*

Bibliografía para todos. Dykinson, S. L.

cas <https://www.proquest.com/docview/2492818065/B9FC44F7CDD34216PQ/2?accountid=162647>

Autor de la ficha Escharley Morales **Fecha** 19/02/23

Casanova

2. APROXIMACIÓN AL TEXTO

Contenido del documento

La importancia de innovar con los emprendimientos o pymes, para el desarrollo económico.

Determinar cuál es el propósito del documento que se leerá

Tener en cuenta las aportaciones que hace a la comunidad como un factor determinante para el desarrollo económico, una investigación mediante el intercambio de conocimientos de parte de varios investigadores.

Preguntas orientadoras

¿El emprendimiento impulsa el cambio social, estructura y estimula la adquisición de conocimientos, competitividad e innovación?

¿Cómo pueden fomentar las instituciones el espíritu emprendedor?

Citas

“La introducción del espíritu empresarial en todos los segmentos de la educación superior supone grandes esfuerzos económicos, pero aboga por ello porque se sabe que educar a la

población en emprendimiento tendría el ventaja de generar unos efectos muy positivos como el fortalecimiento de la competencia”.

Nota: Elaboración propia, con información aportada de Dykinson, S. L.

Tabla 12

Estado del arte: metodología de la investigación en la administración

1. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	
Título	Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y Ciencias Sociales.
Autores	César Augusto Bernal Torres
Fechas de publicación	2010
Publicación	PDF
Institución	Universidad de La Sabana, Colombia
URL	https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf
Referencia Bibliográficas	Bernal, C. (2010) Metodología de la investigación (2. ^a ed.), México, Pearson Educación de México, S. A. de C. V.
Autor de la ficha	Fabio Núñez Delgado
Fecha	02/02/23
2. APROXIMACIÓN AL TEXTO	

Contenido del documento: ejecutar a fondo la metodología de la investigación, administración, economía, humanidades y Ciencias Sociales en la zona de Jicaral.

Determine cuál es el propósito del documento que se leerá

Obtener información sobre las fuentes primarias y secundarias, instrumentos y técnicas de recolección de datos.

Preguntas orientadoras

¿Qué es una fuente primaria?

¿Qué es una fuente secundaria?

¿Cuáles son los instrumentos y técnicas para una investigación?

Citas

Bernal, C. (2010) Metodología de la investigación (2.^a ed.), México, Pearson Educación de México, S. A. de C. V.

Nota: Elaboración propia, con información aportada de la Universidad de La Sabana, Colombia.

Tabla 13

Estado del arte: caracterización de las capacidades y aptitudes emprendedoras

1. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	
Título	Caracterización de las capacidades y aptitudes emprendedoras al interior de las asociaciones de desarrollo comunal del cantón de Liberia, Costa Rica
Autores	Elena Dorado

Fechas de publicación	2018
Publicación	Proquest
Institución	Universidad de Técnica Nacional
URL	https://ezproxy.utn.ac.cr/login?url=https://www.proquest.com/dissertations-theses/caracterización-de-las-capacidades-y-aptitudes/docview/2763455280/se-2?accountid=162647
Referencia Bibliográfica	Dorado, E. (2018). Caracterización de las capacidades y aptitudes emprendedoras al interior de las asociaciones de desarrollo comunal del cantón de Liberia, Costa Rica. Universidad de Técnica Nacional.
Autor de la ficha	Fabio Núñez Delgado
Fecha	02/02/23

2. APROXIMACIÓN AL TEXTO

Contenido del documento: buscar caracterización de las capacidades y aptitudes en una asociación de emprendedoras.

Determine cuál es el propósito del documento que se leerá

Saber información sobre la capacidades y actitudes emprendedoras

Preguntas orientadoras

¿Cuáles son las capacidades y actitudes emprendedoras?

¿Las personas emprenden de acuerdo con sus necesidades?

Citas

“Se requiere el compromiso de los miembros de las Juntas Directivas de estas asociaciones con el desarrollo humano de sus comunidades y que sientan la iniciativa de trabajar en un proyecto emprendedor para cada comunidad del cantón” (Dorado, 2018, s. p.).

“La situación o entorno familiar impulsa de cierta forma a generar emprendimientos de acuerdo con las diferentes clases sociales, ya sea por el hecho de evidenciar materialmente el espíritu emprendedor en algún miembro de la familia, y en especial cuando los padres han desarrollado algún tipo de emprendimiento” (Dorado, 2018, s. p.).

Nota: Elaboración propia, con información aportada de la Universidad de Técnica Nacional.

Tabla 14

Estado del arte, el surgimiento de algunas pymes en Costa Rica

1. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	
Título	El surgimiento de las pymes en Costa Rica desde una perspectiva histórico-económica (1950-2018)
Autores	<u>Kathia Cousin</u>
Fechas de publicación	de 2020
Publicación	Proquest
Institución	Universidad Técnica Nacional

URL	https://ezproxy.utn.ac.cr/login?url=https://www.proquest.com/scholarly-journals/el-surgimiento-de-las-pymes-en-costa-rica-desde/docview/2486554120/se-2?accountid=162647	
Referencia Bibliográfica	Cousin, K. (2020). El surgimiento de las pymes en Costa Rica desde una perspectiva histórico-económica (1950-2018). Universidad Técnica Nacional.	
Autor de la ficha	Fabio Núñez Delgado	Fecha 09/02/23

2. APROXIMACIÓN AL TEXTO

Contenido del documento: presenta información sobre cómo surgieron y se desarrollaron algunas pymes.

Determine cuál es el propósito del documento que se leerá

Surgimiento de las pymes

Preguntas orientadoras

¿Cómo se crearon las pymes en épocas antiguas?

¿Cuánto han progresado las pymes hasta la actualidad?

Citas

“Se reconoce que el tema de las pymes requiere de muchas investigaciones que serán indispensable para un vuelco en las prioridades del estado para crear más y mejores instrumentos de política comercial, dirigidas específicamente a las pymes” (Cousin, 2020, s. p.).

Nota: Elaboración propia, con información aportada de la Universidad Técnica Nacional.

Tabla 15

Estado del arte, factores que favorecen o limitan el fortalecimiento del capital social

1. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	
Título	Los factores que favorecen o limitan el fortalecimiento del capital social en los procesos de asociatividad. El caso de la red de microempresarias de confecciones de San Juan de Lurigancho
Autores	<u>Elizabeth Vargas, Jorge Ernesto; Ticlla Oliva,</u>
Fechas de publicación	de 2012
Publicación	Proquest
Institución	Universidad Técnica Nacional
URL	<u>https://ezproxy.utn.ac.cr/login?url=https://www.proquest.com/dissertations-theses/los-factores-que-favorecen-o-limitan-el/docview/2425620312/se-2?accountid=16264</u>
Referencia Bibliográfica	Vargas, E. (2012). Los factores que favorecen o limitan el fortalecimiento del capital social en los procesos de asociatividad. El caso de la red de microempresarias de confecciones de San Juan de Lurigancho. Universidad Técnica Nacional
Autor de la ficha	Fabio Núñez Delgado
Fecha	09/03/23
2. APROXIMACIÓN AL TEXTO	

Contenido del documento: analizar cuáles son los factores que favorecen o limitan el fortalecimiento del capital social en los procesos de asociatividad en caso en una microempresa.

Determinar cuál es el propósito del documento que se leerá

Factores que favorecen a las microempresas

Preguntas orientadoras

¿Cuáles son los factores que limitan el fortalecimiento a las microempresas?

¿Cómo influye la asociatividad en los emprendedores?

Citas

“La asociatividad puede ser reconocida como una potencialidad colectiva basada en esfuerzos individuales vinculados entre sí, una forma organizativa que se plasma en las actividades y objetivos comunes de un colectivo, con niveles de formalización y en los cuales existe una voluntad manifiesta de practicar la colaboración en forma de asociarse para realizar una actividad, que de hacerlo de manera individualidad no podría realizarlo” (Vargas *et al.*, 2012, s. p.).

Nota: Elaboración propia, con información aportada de la Universidad Técnica Nacional.

Tabla 16

Estado del arte, Turismo en Costa Rica

1. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Título	Costa Rica capacitará a pescadores para que se conviertan al turismo: COSTA RICA TURISMO
---------------	---

Autores	Editorial EFE News Services, Inc.
Fechas de publicación	2019
Publicación	Proquest
Institución	Universidad Técnica Nacional
URL	https://ezproxy.utn.ac.cr/login?url=https://www.proquest.com/wire-feeds/costa-rica-capacitará-pescadores-para-que-se/docview/2183272807/se-2?accountid=162647
Referencia Bibliográficas	Editorial EFE News Services (2019). Costa Rica capacitará a pescadores para que se conviertan al turismo: COSTA RICA TURISMO. Universidad Técnica Nacional.
Autor de la ficha	Fabio Núñez Delgado
Fecha	15/02/23

2. APROXIMACIÓN AL TEXTO

Contenido del documento: llevar a cabo un panorama sobre cómo es el turismo en Costa Rica y cómo llaman la atención a los extranjeros.

Determinar cuál es el propósito del documento que se leerá

Determinar el turismo en Puntarenas

Preguntas orientadoras

¿Cuáles son las iniciativas para que el turismo visite Puntarenas?

¿Cuál es emprendimiento que se da en Puntarenas?

Citas

“Los primeros 30 pescadores de las localidades costeras de Paquera, Cóbano, Lepanto, Manzanillo e Isla Venado, en la provincia de Puntarenas, serán capacitados en programas de Marinero, Guía de Turismo Local y Estrategias para Jóvenes Emprendedores” (Editorial EFE News Services, Inc. 2019, s. p.).

Nota: Elaboración propia, con información aportada de la Universidad Técnica Nacional.

Tabla 17

Estado del arte, estrategia de marketing verde internacional para el turismo rural

1. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Título	Estrategia de marketing verde internacional para el turismo rural comunitario en la comunidad de Biolley de Buenos Aires, Puntarenas, Costa Rica.
Autores	Frenesy Durán Mora
Fechas de publicación	2021
Publicación	Repositorio UNA
Institución	Universidad Nacional de Costa Rica
URL	https://repositorio.una.ac.cr/handle/11056/21792
Referencia Bibliográficas	Durán, F. (2021). Estrategia de marketing verde internacional para el turismo rural comunitario en la comunidad de Biolley

de Buenos Aires, Puntarenas, Costa Rica. Universidad
Nacional de Costa Rica.

Autor de la ficha Fabio Núñez Delgado

Fecha 15/03/23

2. APROXIMACIÓN AL TEXTO

Contenido del documento: investigar cómo son las estrategias de *marketing* en una zona rural para el turismo.

Determinar cuál es el propósito del documento que se leerá

Información sobre el turismo rural comunitario

Preguntas orientadoras

¿Estrategias de mercado que se dan en zonas rurales?

¿Cuáles son las iniciativas en zona rural para emprender un negocio?

Citas

“Los gustos y preferencias de las personas son cambiantes y tiene gran influencia en ellos los acontecimientos de su alrededor. La problemática ambiental y la lucha de los movimientos sociales ha jugado un papel importante en las nuevas medidas de uso racional de los recursos” (Durán Mora, 2021, s. p.)

Nota: Elaboración propia, con información aportada de la Universidad Nacional de Costa Rica.

Tabla 18

Estado del arte: proyecto turístico rural comunitario para la asociación

1. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	
Título	Propuesta de proyecto turístico rural comunitario para la Asociación Mixta Agro Ecoturística ubicada en Los Lagos de Arancibia, cantón central – Puntarenas, analizada durante el período de agosto de 2015 – abril de 2016
Autores	Mariana Espinoza Quesada, Katia Palacios Avilés, Alexandra Paniagua Ramírez.
Fechas de publicación	2015
Publicación	Repositorio UTN
Institución	Universidad Técnica Nacional
URL	https://repositorio.utn.ac.cr/bitstream/handle/20.500.13077/67/Te sis%20MAK%20GEHG.pdf?sequence=1&isAllowed=y
Referencia Bibliográficas	Espinosa, M.; Palacio, K. y Paniagua, A. (2015). Propuesta de proyecto turístico rural comunitario para la Asociación Mixta Agro Ecoturística ubicada en Los Lagos de Arancibia, cantón central – Puntarenas, analizada durante el período de agosto de 2015 – abril de 2016. Universidad Técnica Nacional
Autor de la ficha	Fabio Núñez Delgado
Fecha	15/03/23
2. APROXIMACIÓN AL TEXTO	

Contenido del documento: proponer en la zona de Jicaral una investigación que llame la atención al turista que pase por la zona.

Determinar cuál es el propósito del documento que se leerá

Propuesta sobre el turismo en una zona rural

Preguntas orientadoras

¿Cuáles pueden ser las propuestas de una comunidad rural?

¿Cuáles son las características para emprender un negocio?

Citas

“Este sector se mantiene como el mayor generador de divisas por concepto de servicios, pese a que en el último año su crecimiento disminuyó. La participación del turismo en la economía nacional está todavía dos puntos porcentuales por debajo de los niveles previos a la crisis de 2009” (Espinoza Quesada *et al.*, 2016, s. p.).

Nota: Elaboración propia, con información aportada de la Universidad Técnica Nacional.

Tabla 19

Estado del arte, establecer estrategias de mejoras ante el impacto económico

1. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Título	Propuesta de administración empresarial para la sostenibilidad económica de las pymes de turismo rural comunitario en Zapotal de Miramar, con la finalidad de establecer estrategias de mejoras ante el
---------------	---

impacto económico que genera la temporada baja a partir del año 2020 en adelante.

Autores Ana Calderón Ramírez, Morelia Chavarría Aguilar, Cyntia Serrano Hernández

Fechas de publicación de 2021

Publicación Repositorio UTN

Institución Universidad Técnica Nacional

URL <https://repositorio.utn.ac.cr/bitstream/handle/20.500.13077/475/PROPUESTA%20DE%20ADMINISTRACION%20EMPRESARIAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Referencia Bibliográficas Calderón, A.; Chavarría M. y Serrano, C. (2021). Propuesta de administración empresarial para la sostenibilidad económica de las pymes de turismo rural comunitario en Zapotal de Miramar, con la finalidad de establecer estrategias de mejoras ante el impacto económico que genera la temporada baja a partir del año 2020 en adelante. Universidad Técnica Nacional.

Autor de la ficha Fabio Núñez **Fecha** 16/02/23

Delgado

2. APROXIMACIÓN AL TEXTO

Contenido del documento: establecer estrategias de mejoras ante el impacto económico que generan las pymes en las zonas rurales.

Determinar cuál es el propósito del documento que se leerá

Buscar cómo las pymes se sostienen en una zona rural.

Preguntas orientadoras

¿Cuáles son las estrategias de mejora en una zona rural?

¿Cuál es la sostenibilidad económica de las pymes de Turismo rural?

Citas

“Brindar una oferta turística diferenciada, con el fin de satisfacer las necesidades de los turistas ya sean extranjeros o no, por medio de investigaciones sobre los planes utilizados por los empresarios de los diferentes atractivos turísticos del lugar” (Calderón *et al.*, 2020, s. p.)

Nota: Elaboración propia, con información aportada de la Universidad Técnica Nacional.

Tabla 20

Estado del arte, factores condicionantes de la actividad emprendedora

1. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Título	Determinación de los factores condicionantes de la actividad emprendedora en la provincia de San Luis
Autores	Carina Peralta, Víctor Silvera, Pablo Miguel

Fechas de publicación	2014
Publicación	Documento PDF
Institución	UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUYO Sede San Luis
URL	http://fundacionemprendersl.org/wp-content/uploads/2016/02/Investigaci%C3%B3n-Emprendedorismo-Fundaci%C3%B3n-Emprender-UCC-PNEJSL.pdf
Referencia Bibliográfica	Peralta, C.; Silvera, V. y Miguel, P. (2014). Factores condicionantes de la actividad emprendedora en la provincia de San Luis. Argentina
Autor de la ficha	Fabio Núñez Delgado
Fecha	16/02/23

2. APROXIMACIÓN AL TEXTO

Contenido del documento: conocer los factores condicionantes de la actividad emprendedora para la provincia.

Determinar cuál es el propósito del documento que se leerá

Obtener información sobre los factores que pueden afectar la actividad emprendedora

Preguntas orientadoras

¿Qué es emprendimiento?

¿Cuáles son los factores, obstáculo y motivación para una actividad emprendedora?

Citas

“Consecuentemente, para establecer la mejor forma de abordar la cuestión de la creación de nuevas empresas en nuestra Provincia de San Luis es necesario estudiar cuáles son los factores condicionantes de la actividad emprendedora” (Peralta *et al.*, 2014, s. p.)

Nota: Elaboración propia, con información aportada de la Universidad Católica de Cuyo, Sede San Luis.

Tabla 21

Estado del arte, el turismo en Costa Rica, análisis de tendencias y desempeño empresarial

1. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Título	El turismo en Costa Rica, análisis de tendencias y desempeño empresarial con énfasis en la Fortuna (pymes, desarrollo local y finanzas.)
Autores	Lauren López González, Karla Gamboa Solano, Juan Carlos Parrales Murillo
Fechas de publicación	2006
Publicación	PDF
Institución	Instituto Tecnológico de Costa Rica Administración de Empresas
URL	https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/2773/EI%20turismo%20en%20Costa%20Rica%2c%20an%20lisis%20de%20tendencias%20y%20desempe%20empresarial%20con%20%20nfasis%20en%20

la%20Fortuna%20%28PYMES%2c%20desarrollo%20local%20y%20fi
nanzas..pdf?sequence=1&isAllowed=y

Referencia López, L.; Gamboa, K. y Parrales, J. C. (2006). El turismo en Costa Rica, **Bibliográficas** análisis de tendencias y desempeño empresarial con énfasis en la Fortuna (pymes, desarrollo local y finanzas). Instituto Tecnológico de Costa Rica Administración de Empresas.

Autor de la ficha Fabio Núñez Delgado

Fecha 18/02/23

2. APROXIMACIÓN AL TEXTO

Contenido del documento: conocer las tendencias y desempeño empresarial en las pymes y desarrollos locales.

Determinar cuál es el propósito del documento que se leerá

Ver análisis de la tendencia y el desempeño de las pymes y su desarrollo emprendedor.

Preguntas orientadoras

¿Cómo es la tendencia del emprendimiento en la zona y su desarrollo actual?

¿Cuál es la tendencia empresarial de las pymes y los emprendedores?

Citas

“Como modelo de desarrollo el turismo es una eficaz herramienta para diversificar y activar las economías y emprendedoras, ante los problemas de competitividad que enfrentan los empresarios de un país, al disminuir sus ingresos de las actividades tradicionales que sustentaban hasta hace pocos años la economía de los países en desarrollo” (López *et al.*, 2006, s. p.).

Nota: Elaboración propia, con información aportada del Instituto Tecnológico de Costa Rica Administración de Empresas.

Tabla 22

Estado del arte, Análisis de los pilares para el desarrollo del turismo rural

1. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	
Título	Análisis de los cinco pilares para el desarrollo del turismo rural comunitario en Alis, Carania y Laraos
Autores	Rojas, Andre Celi
Fechas de publicación	2021
Publicación	
Institución	Pontificia Universidad Católica del Perú (Perú)
URL	https://ezproxy.utn.ac.cr/login?url=https://www.proquest.com/dissertations-theses/análisis-de-los-cinco-pilares-para-el-desarrollo/docview/2609691196/se-2?accountid=162647
Referencia Bibliográficas	Rojas, A. (2021). Análisis de los cinco pilares para el desarrollo del turismo rural comunitario en Alis, Carania y Laraos. Pontificia Universidad Católica del Perú (Perú).
Autor de la ficha	Fabio Núñez Delgado
Fecha	18/02/23
2. APROXIMACIÓN AL TEXTO	
Contenido del documento: conocer cuáles son los pilares para el desarrollo turístico en una zona rural.	
Determinar cuál es el propósito del documento que se leerá	
Información sobre desarrollo del turismo rural comunitario	

Preguntas orientadoras

¿Cuáles son los pilares para el desarrollo del turismo rural comunitario?

Desarrollo y emprendimiento en zonas rurales

Citas

“La mayor falencia se da por la falta de conocimiento acerca del potencial desarrollo con el que cuentan las comunidades frente al turismo rural comunitario, así como los beneficios que se generarían” (Hurtado *et al.*, 2021, s. p.)

Nota: Elaboración propia, con información aportada de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Tabla 23
Estado del arte, Principio de realización de una apertura de una empresa en la zona de Jicaral
1. IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Título	Estudio de prefactibilidad para la apertura de una tienda de ropa y accesorios en la zona de Jicaral de Puntarenas para el primer cuatrimestre del 2016
Autores	Améris Florella Arce Zúñiga
Fechas de publicación	2016
Publicación	Facultad de Ciencias Empresariales Escuela de Administración de Negocios

Institución	Universidad Latina de Costa Rica.
URL	https://hdl.handle.net/20.500.12411/793
Referencia Bibliográficas	Zúñiga, A. F. (2016). Estudio de prefactibilidad para la apertura de una tienda de ropa y accesorios en la zona de Jicaral de Puntarenas.
Autor de la ficha	Fabio Núñez Delgado
Fecha	18/02/23

2. APROXIMACIÓN AL TEXTO

Contenido del documento: factores que intervienen en estudio de prefactibilidad para la apertura de una tienda en la zona de Jicaral.

Determinar cuál es el propósito del documento que se leerá

Información sobre una tienda emprendedora

Preguntas orientadoras

¿Cuáles son los principios básicos de una empresa en el momento de su apertura?

¿Factores que intervienen en el momento de un estudio prefactible?

Citas

Arce Zúñiga, A. F (2016). Estudio de prefactibilidad para la apertura de una tienda de ropa y accesorios en la zona de Jicaral de Puntarenas para el primer cuatrimestre del 2016. [Tesis de Licenciatura, Universidad Latina de Costa Rica]. Repositorio institucional de la Universidad Latina de Costa Rica. <https://hdl.handle.net/20.500.12411/793>

Nota: Elaboración propia, con información aportada de la Universidad Latina de Costa Rica.

1.9 Objetivos

1.9.1 Objetivo general

Determinar los indicadores sociales y económicos que inciden en el desarrollo y permanencia de las microempresas y las estrategias necesarias que contribuyan al surgimiento de la comunidad en el área comercial en el poblado de Jicaral, Puntarenas, mediante una investigación de campo durante el período 2023.

1.9.2 Objetivos específicos

- Categorizar los distintos tipos de microempresas existentes en el poblado de Jicaral, del distrito de Lepanto, cantón central de la provincia de Puntarenas.
- Identificar los indicadores sociales y económicos que inciden en el desarrollo y la permanencia mediante encuestas aplicadas a microempresarios.
- Estudiar las estrategias empleadas por los microempresarios para el desarrollo comercial de las microempresas en el poblado de Jicaral por medio de entrevistas.
- Recomendar estrategias de sostenibilidad comercial en general, para las microempresas del poblado de Jicaral, propiciando la permanencia del microempresario.

CAPÍTULO II

1.1 MARCO TEÓRICO

El marco teórico es una parte fundamental de un trabajo de investigación, ya que permite desarrollar los conceptos que se utilizan para un conocimiento más completo del estudio. Según Fernández el marco teórico es la recopilación de antecedentes de investigaciones previas y consideraciones teóricas sobre las cuales se sustenta un proyecto de investigación, análisis, hipótesis o experimento. Con base en esto, el marco teórico sirve como un soporte teórico contextual relacionado con el planteamiento del problema de la investigación, para recopilar datos y permitir que el lector comprenda adecuadamente el tema.

1.2 Marco conceptual

1.2.1 Zona rural

Una zona rural es un sector aledaño, caracterizado por contar con pocas infraestructuras, pero con espacios geográficos extensos. La población, en estas áreas es más pequeña, cuyo comercio y economía son inferiores a los de una zona urbana. Las oportunidades económicas, en estas regiones, depende de factores como el turismo, que utiliza los recursos naturales y de las empresas dedicadas a la actividad agrícola o ganadera.

Existen, también, zonas de paso que se identifican por ciertas actividades en fechas definidas. Estos son algunos de los factores económicos que algunas zonas rurales emplean para subsistir, por lo tanto, está vinculada al territorio con escasa cantidad de habitantes, donde la principal actividad económica es la agropecuaria.

De este modo, según (Pérez y Merino, 2015) la zona rural se diferencia de la zona urbana, porque esta tiene un mayor número de habitantes y su economía está orientada a la industria o a los servicios. Aunque en el sector rural se cuenta con personas que han comenzado a emprender para aumentar sus ingresos. Sobre todo se debe a la falta de ciertos productos o mercadería en la zona; esto obliga a las personas emprendedoras a desplazarse para llevarlos a la zona donde establecen su negocio. Ante este panorama han identificado una oportunidad para sus negocios. Es fundamental mencionar la zona en donde se realiza la investigación, con el fin de aclarar todos los detalles e información que se presentan en los siguientes conceptos.

1.2.2 Emprender

De acuerdo con Carazo (2019) emprender es tener la iniciativa de llevar a la práctica una idea de negocio, es decir, crear una empresa y llevar a cabo la producción del bien o prestación del servicio, para satisfacer o abastecer de un bien o servicio que no existía en la zona.

Además, Moya (s. f.) afirma: ¿Qué es emprender? Emprender es ser visionario sin miedos, defender una idea, superar los obstáculos para no ser conformista, estar atento a las oportunidades, creer en esas oportunidades y ser constante. Asimismo, emprender es tener la voluntad de llevar a cabo una actividad que se desee sin preocuparse por los retos que afrontará.

En el ámbito empresarial, es la iniciativa y deseo de crear su propio negocio o empresa. En otras palabras, es dedicarse a un compromiso y a una actividad aunque tenga cierta dificultad.

La palabra *emprender*, según lo mencionan los autores, no solo se refiere a hacer algo, sino a tener una visión, objetivos y metas de lo que se desea crear o realizar. De manera personal, implica enfrentar todos los conflictos o lidiar con las dificultades.

Los emprendedores son personas que, incluso con pocos recursos, inician un negocio pequeño. Los retos que enfrentan a lo largo del tiempo son completamente difíciles, sin embargo, la mayoría logra superarlos.

Por lo general, los emprendedores surgen para satisfacer las necesidades que se reflejan en la sociedad. De ahí nacen ideas innovadoras e ingeniosas para transformar un producto o servicio, con el fin de comercializarlo y, eventualmente, desarrollarse como una pyme.

1.2.3 Microempresas

Existen tres tipos de pymes, sin embargo, las microempresas se destacan por tener la menor cantidad de empleados y un manejo económico reducido.

Estas son similares a cualquier entidad empresarial, pero en una escala más pequeña. Inician con un capital modesto y el fundador suele ser el primer empleado.

En muchos casos, las microempresas son familiares, esto implica que los empleados pertenecen a la misma rama familiar y se apoyan mutuamente para que esta pueda desarrollarse:

La microempresa o pequeñas empresas, según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, es un tipo de organización que tiene dimensiones reducidas frente a otro tipo de empresas. Por ello, tienen una cantidad de empleados y un volumen de facturación menor que las medianas y grandes empresas (QuickBooks, 2023, pág. 4).

Las microempresas se pueden clasificar, según su tipo de actividad, ya sean comerciales, productivas o de servicios.

En Costa Rica, las microempresas se definen por tener hasta cinco empleados y su organización jerárquica se conforma por un jefe y trabajadores. Además, se consideran generadoras de empleo y algo muy importante por destacar es que cubren determinadas necesidades que surgen en el mercado. Su límite de facturación también es una característica que las define como microempresas.

Las microempresas se pueden clasificar según su actividad:

Las microempresas productivas son aquellas que transforman la materia prima en productos terminados. Las microempresas comerciales se dedican a la compra y venta de productos, mientras que, las de servicios satisfacen las necesidades de un cliente mediante la aplicación de técnicas y conocimientos.

Las microempresas, de función única, son aquellas que se dedican a desarrollar una actividad, la cual constituye la acción central de la entidad empresarial.

Por último, las de subsistencia son aquellas que poseen un bajo nivel de productividad y solo logran ser estables para generar ingresos a la familia propietaria.

Las microempresas tienen la necesidad de realizar buenas ventas mensuales para que sean negocios rentables, ya que deben cubrir, tanto las necesidades económicas de la familia como las del negocio.

Al igual que cualquier otro microempresario deben: planificar, organizar, ejecutar y supervisar las actividades para que el negocio se desarrolle, lo cual convierte estas acciones en aspectos muy importantes para los emprendedores.

1.2.3.1 Microempresa comercial

De acuerdo con López (2020): “Una empresa comercial es una sociedad mercantil que se dedica a comprar bienes para luego venderlos sin transformarlos” (p.1). Las empresas comerciales no transforman los bienes adquiridos, sino que los revenden tal como los compraron; usualmente, son microempresas que atienden las necesidades de los clientes, conectan las industrias con las demandas del consumidor y actúan como intermediarios.

1.2.3.2 Microempresa de servicio

Según Castro (2022): “Una empresa de servicios es un negocio que genera ingresos proporcionando servicios en lugar de vender productos físicos. Pueden realizar una variedad

de tareas como transporte, limpieza, electricidad, hospitalidad, mantenimiento, entre otros” (p.2).

Estas microempresas se encargan de brindar un servicio; no venden productos, sino que satisfacen las necesidades de los clientes a cambio de un pago.

1.2.3.3 Microempresa productiva o industrial

Castro (2022) afirma que:

Un negocio o empresa de producción o fabricación es la que utiliza componentes, piezas o materias primas para fabricar un bien terminado. Estos productos terminados se pueden vender directamente a los consumidores o también, a otras empresas manufactureras que los utilizan para fabricar un producto diferente (p.8).

Las microempresas de producción son aquellas que dirigen su actividad a transformar la materia prima. Lo anterior, tiene el fin de crear nuevos productos o estilizar los existentes para que cumplan con funciones acordes a las necesidades de los clientes. Este tipo de microempresa presenta más procesos de elaboración o transformación de los productos.

1.2.3.4 Microempresa artesanal

Para Martínez (2023): “Un negocio o emprendimiento artesanal se refiere a una actividad comercial que se basa en la producción y venta de productos hechos a mano, utilizando habilidades y técnicas tradicionales” (p.2). Las microempresas artesanales se

caracterizan por crear productos a mano y constan de creatividad y destreza. Un ejemplo de esto se puede observar en quienes fabrican: muebles, joyería y alimentos sin máquinas industriales.

1.2.3.5 Microempresa agroindustrial

De acuerdo con Alexander (2021): “Una empresa agroindustrial es una organización que participa directa o indirectamente en una producción agraria, es decir, en el procesamiento comercial o industrial de bienes comestibles o de fibra” (p.2). En este tipo de microempresa se trabaja con materia prima de origen natural para elaborar ciertos productos, los cuales se denominan agropecuarios. Esta es una de las microempresas con mayor valor en el mercado.

1.2.4 Indicadores sociales microempresarial

Para optimizar los procesos dentro de las microempresas, es fundamental medir los resultados y compararlos con los objetivos establecidos. Por esto, es necesario conocer los diferentes tipos de indicadores que ayudan a alcanzar dichas metas.

Estos indicadores se pueden aplicar a todas las microempresas, independientemente de su giro, esto es de gran utilidad si se planea expandir o se busca aumentar la rentabilidad del negocio (Bind ERP, 2022).

Para que una empresa tenga éxito, mediante el uso de indicadores, es fundamental primero identificar las necesidades más específicas de la microempresa y que las métricas

sean de gran utilidad en función de dichos requerimientos. Por lo tanto, algunos de los indicadores de evaluación que más se utilizan en las empresas son:

1.2.4.1 *Indicadores comerciales y de satisfacción del cliente*

Un indicador comercial se basa en todo aquello que busca una meta en la organización para mejorar su comercio y reconocerse en todas partes del mundo. Siempre es necesario saber y estar consciente de que la empresa debe buscar la necesidad de los consumidores. Por ese motivo, toda microempresa debe conocer la satisfacción que debe tener un cliente al visitar la compañía y así establecer una relación agradable con los clientes.

A continuación, se presentan diferentes tipos de indicadores que existen, por ejemplo:

1.2.4.2 *Costo de adquisición de clientes (CAC)*

Este indicador se refiere a cómo aplicar una cuenta a la empresa, para determinar cuánto dinero y recursos se gastan en adquirir y conseguir un nuevo consumidor. Entonces, se toma en cuenta la siguiente fórmula: el gasto total en *marketing* y ventas durante un período, dividido entre el número de compradores nuevos conseguidos en ese lapso.

Con esta fórmula se permite determinar si la estrategia comercial y el modelo de negocio que se poseen en el mercado son adecuados. Si este valor supera lo acordado en los ingresos que generan los clientes es recomendable realizar un análisis de los procesos y corregirlos.

1.2.4.3 Retención de compradores

Cuando un cliente desea un producto de la marca de la empresa, esto constituye una buena noticia para la organización. Esto significa que todas las estrategias que se implementan funcionan de manera óptima y, con el tiempo, se puede prever que los gastos en el mercado disminuirán. En este caso, las rentabilidades de las acciones de la compañía mejoran.

1.2.5 Crisis económica

La crisis económica se fundamenta en las dificultades que enfrenta una economía. Durante estas crisis, uno de los factores más afectados es el comercio, lo que arrastra también al mercado, impacta a los emprendedores y afecta a las zonas rurales:

Las crisis económicas cuentan además con dos características destacadas: la inestabilidad que suponen en los mercados y las consecuencias que desatan en los sectores en los que aparece en un inicio y en el resto del sistema después. Posteriormente, el primer efecto provocado es la disminución o el deterioro de las actividades comerciales que existan en los mismos (Sánchez, 2020, p.4).

Todos los tipos de microempresas son vulnerables a las crisis económicas. La inestabilidad de los mercados y el comercio impiden que las personas emprendedoras continúen con sus negocios; otros sufren pérdidas.

Es posible que algunos se familiaricen más rápidamente con los cambios constantes del mercado y busquen soluciones, sin embargo, el comercio no vuelve a ser igual. Como se

mencionó en la cita, las actividades comerciales pueden deteriorarse, lo que afecta a todos. Por lo tanto, esto puede representar un golpe para los emprendedores con poco conocimiento en temas de comercio, economía y planificación de sus negocios:

Cabe destacar que, durante el año 2022, el levantamiento de las medidas que el país ha experimentado incide en una serie de aspectos económicos que han afectado el desarrollo y crecimiento de las microempresas. De las 410 745 microempresas en Costa Rica, el 58,8 % tuvo afectación en sus actividades o negocios por el comportamiento del precio de los combustibles; el 47,2% por el precio de las materias primas; el 45,0% por una baja en la cantidad de clientes; el 34,0% debido al comportamiento del tipo de cambio; y un 16,3% por la permanencia del COVID-19 (INEC, 2023, p.6).

Según las estadísticas del INEC, las microempresas han enfrentado dificultades para desarrollarse debido a los problemas del entorno que las afectan directa e indirectamente. Muchos microempresarios iniciaron sus negocios por necesidad, ya que hubo una disminución de ingresos económicos durante la pandemia.

1.2.6 Indicadores económicos y su importancia

De acuerdo con Morales (2020):

El indicador económico es un tipo de dato económico, mediante el cual podemos extraer un análisis y, en consonancia con otros, analizar la evolución económica. Gracias a los indicadores económicos, un analista puede controlar la

evolución de la economía y el ciclo económico, así como realizar predicciones sobre los posibles movimientos que prevé experimentar la economía. Su carácter estadístico permite su manejo a lo largo de la serie histórica (p.1).

Los indicadores económicos son datos que ayudan a reflejar, correctamente, las circunstancias que pueden mantenerse o cambiar.

Por lo tanto, es importante saber si es necesario tomar acciones y modificarlas para reducir riesgos o ampliar la actividad. En las entidades empresariales, los indicadores económicos externos pueden incluir, por ejemplo, el producto interno bruto (PIB), mientras que, los indicadores internos pueden ser la capacidad de una empresa para pagar sus deudas. En el entorno de una población, un indicador relevante es la tasa de desempleo.

Algunos de los indicadores económicos que se relacionan con las entidades empresariales son muy importantes porque forman parte del cambio en el mercado y afectan a la población que realiza actividades comerciales.

1.2.7 Crecimiento del PIB y su impacto en el entorno empresarial

Según Santaella (2023):

El Producto Interno Bruto (PIB) es tal vez la medida económica interna en el entorno empresarial más importante en cada país. El PIB describe el tamaño de su economía y su proyección a futuro. Para conocer el PIB de un país, las microempresas se suma el valor de todos los bienes y servicios producidos en el país durante un

período determinado. Por lo general, su cálculo se realiza de forma trimestral y anual, para conocer el rendimiento económico de la nación (p.1).

El crecimiento del producto interno bruto determina el nivel de riqueza de cada país, muestra el estado en el que se encuentra cada población y permite obtener resultados para evaluar cuán estancado o desarrollado está el país.

Además, facilita la realización de comparaciones entre los países, lo que beneficia a los comerciantes al proporcionar información sobre dónde y cuál es el mejor país para invertir comercialmente.

Para el 2022, la cantidad de microempresas disminuyó, por lo que el aporte al PIB no fue el resultado que se esperaba y parte de esas empresas son las que generan empleos. Las pymes son muy importantes para el crecimiento y el desarrollo de la economía de Latinoamérica y del mundo, ya que el papel que desempeñan en el desarrollo es fundamental.

Las microempresas constituyen y producen oportunidades para el emprendimiento, crean autoempleo y, sin duda, contribuyen al progreso.

1.2.8 Tasa de desempleo y su influencia en la demanda de productos y servicios

La tasa de desempleo se refiere a todas las personas desempleadas que están dispuestas a trabajar y han realizado acciones específicas para encontrar empleo.

Este indicador mide el número de personas desempleadas como porcentaje de la fuerza laboral y se ajusta de acuerdo con la temporalidad. La fuerza laboral se define como el número total de personas desempleadas más aquellas que cuentan con empleo.

Las influencias de las demandas de los productos y servicios se manifiestan a medida que aumenta el precio de un producto o servicio. La oferta se incrementa, ya que los productores están dispuestos a fabricar más productos debido a su alta rentabilidad.

Esto se relaciona con la oferta competitiva, que se refiere a que si un productor decide cambiar la fabricación de un producto o servicio por otro, el primero disminuirá junto con su oferta, al convertirse en algo menos rentable.

La tasa de desempleo siempre ha producido dificultades en Costa Rica, sin embargo, las microempresas han sido de gran apoyo, ya que emplean a una gran cantidad de trabajadores. A pesar de que estas entidades empresariales disminuyeron en el 2022, para el 2023, la tasa de desempleo pudo experimentar también una disminución. Aunque esta tasa es baja, representa una mejora en comparación con el 2022.

1.2.9 Inflación y su impacto en los costos de producción y precios

La inflación indica que los precios aumentan con el tiempo y, por ende, el poder adquisitivo disminuye. Es decir, la inflación señala cuánto han subido los precios de los bienes y los servicios en un periodo determinado.

Cuando los precios aumentan con el paso del tiempo, el dinero disminuye su valor, esto se conoce como la reducción del poder adquisitivo. El aumento de los precios debe ser

sostenido y generalizado, por tanto, debe ser constante en el tiempo y abarcar la generalidad de bienes y servicios en el mercado (CNN Español, 2022).

Normalmente, la mayoría de las microempresas dependen de las empresas de mayor tamaño, ya que estas son potenciales compradoras o proveedores. La inflación afecta a las pymes mediante el aumento de: los costos de materiales, el transporte o el combustible, entre otras situaciones, esto induce a las compañías a elevar sus precios.

Por otra parte, para acceder a préstamos o créditos, el valor de las tasas de interés puede aumentar. Por esto, es importante que los empresarios mantengan un buen manejo de sus empresas, estén atentos a los nuevos cambios que se generan y sepan cuándo es mejor solicitar créditos para que no resulten imposibles de pagar.

1.2.10 Importancia de la microempresa en la economía

Según QuickBooks (2023):

El término microempresa es cada vez más común en el ecosistema empresarial, debido a que suele ser el primer paso de los emprendedores para la venta y comercialización de sus productos o servicios. Además, en los países en vía de desarrollo las microempresas o pequeñas empresas tienen un papel fundamental en la economía, cubriendo nichos de mercado, que las grandes empresas o medianas empresas no pueden satisfacer (p.1).

La importancia de las microempresas se refleja en su aporte a la economía y en la generación de empleos, para la población de diversas edades y sectores, algo que las empresas de gran tamaño pueden no cubrir.

Estas microempresas contribuyen al desarrollo de un país y son sustentadoras de una parte significativa de la economía nacional. Por ende, debido a que las microempresas son un gran aporte a la economía nacional, es necesario observar la información y reflejar las microempresas ubicadas en las zonas rurales.

Estas son aún más importantes, en dichos territorios, ya que las zonas rurales se caracterizan por tener escasas entradas económicas y altos niveles de desempleo. Sin embargo, con las microempresas, la zona rural, presentan mayores posibilidades de desarrollo y oportunidades.

1.2.11 Relación entre los indicadores económicos y la toma de decisiones empresarial

Según Heath (2012):

La situación ideal es que la actividad económica de un país se produjera a través del tiempo a un buen ritmo, de tal forma que se generen suficientes empleos para la población. El crecimiento económico produce una demanda de empleos, mientras que el aumento de la población genera una oferta laboral. Sea cual fuere el caso, lo que se busca es que la economía crezca lo suficiente para tener una tasa baja

de desempleo. Sin embargo, si el crecimiento es alto, la demanda será más alta que la oferta laboral y el ajuste ocasionará presiones inflacionarias (p.10).

De acuerdo con lo anterior, la actividad económica se desarrolla al ritmo que debe mantenerse a lo largo del tiempo, lo cual permite un crecimiento que genere numerosos empleos.

De igual forma, existen momentos en los que la inflación presenta un valor elevado y otros en los que disminuye. Esto puede ocasionar que no haya suficiente generación de empleo.

1.2.12 *Permanencia de las microempresas*

Bermúdez (2014) señala lo siguiente:

Permanencia en el mercado. La variable permanencia en el mercado se define en el tiempo y su conceptualización se refiere a la cantidad de años que logra una pyme mantenerse; por tanto, a mayor cantidad de años mayor permanencia lograría (p. 2).

Con referencia a las microempresas, la permanencia se define como la cantidad de años que lleva una empresa desde su creación y el desarrollo que ha experimentado a lo largo del tiempo. La permanencia no se limita, únicamente, al tiempo transcurrido en años, sino que también abarca los cambios que se realizan y la viabilidad futura de la compañía.

En este sentido, el concepto de permanencia se aplica al estado pasado, presente y futuro de la entidad:

Las cifras de fracaso de las Pymes son abrumadoras en cualquier país que se analicen. Las estadísticas indican que, en promedio, el 80% de las Pymes fracasa antes de los cinco años y el 90% de ellas no llega a los 10 años. Para los dueños de Pymes, las razones del fracaso es necesario buscarlas fuera de las empresas, pero los analistas empresariales se orientan más a identificar las causas del fracaso en las propias Pymes y, en particular, en la capacidad de gestión de sus responsables (Soriano, 2005, pág. 15).

Con base en el texto anterior, los microempresarios han experimentado altibajos en el desarrollo de las microempresas y este problema no se ha limitado a años pasados, sino que continúa presente a lo largo del tiempo.

Los factores que impiden la permanencia de las microempresas pueden incluir la falta de habilidades y conocimientos por parte de los dueños, así como factores externos en el ámbito nacional o global.

Según una encuesta aplicada, por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), se menciona que hubo una caída en el número de microempresas en el año 2023: “El estudio indica que en 2022 había 410.745 microempresas y al acabar el 2023 se registraban 394.540, una caída de 3,9% en sólo un año” (Murillo, 2024, s. p.). Los datos

anteriores indican que ese porcentaje de descenso afectó más a las microempresas dirigidas por mujeres, esto evidencia un componente de vulnerabilidad.

A partir de lo anterior, surgen interrogantes como por qué están cerrando las microempresas y si existe algo en común en el manejo de las microempresas que las vuelve cada vez más vulnerables hasta tener que cerrar sus puertas.

La falta de estudios o las barreras económicas son factores que deben analizarse y a los cuales se les debe otorgar una gran importancia.

1.2.13 Capacitación para emprendedores

Según Cofide (s. f.): “La capacitación es un proceso que ayuda a los seres humanos a adaptarse a las circunstancias que se presenten y permite que pueda responder a ellas de manera eficiente, para ello, es necesario desarrollar habilidades por medio del aprendizaje” (p. 1).

Emprender es una práctica que requiere bases de conocimiento, por lo tanto, la falta de capacitación al iniciar un negocio es comparable a lanzarse al agua sin haber aprendido a nadar. Por ende, es indispensable poseer conocimientos en cada una de las áreas necesarias para poder emprender. De eso se trata el comercio, de mantenerse en constante crecimiento a través del aprendizaje y la superación.

1.2.14 *Habilidades y capacidades empresariales*

Morales (2020) afirma que:

La capacidad empresarial es uno de los factores de producción, añadiéndose a los tres ya conocidos. De acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo (OIT), hace referencia a las destrezas, así como los conocimientos, que precisan los empresarios, así como toda aquella persona que cree o posea una empresa (p. 20).

La capacidad empresarial se puede definir como: el conocimiento y las herramientas que un empresario tiene para organizar y gestionar todo lo necesario para el crecimiento de la pyme u organización.

Asimismo, los empresarios generan más conocimiento e ideas que les ayudan a alcanzar sus objetivos, metas y a crecer, tanto en el ámbito empresarial como personal.

Toda persona que crea un negocio debe tener la capacidad de enfrentar las necesidades empresariales, ya que las capacidades funcionan como destrezas y pueden ser el inicio para alcanzar el éxito en el futuro. Normalmente, las personas emprendedoras se distinguen por identificar los requerimientos de una población y, de este modo, crear su negocio.

“Las habilidades se desarrollan cuando una persona aprende cómo realizar una tarea de manera competente toda persona puede desarrollar habilidades con solo tener la voluntad de poner el esfuerzo necesario” (Manu *et al.*, s. f., p. 13). Las habilidades, desde el ámbito

empresarial, son necesarias porque contribuyen a la toma de decisiones y permiten generar nuevas ideas.

Normalmente, las habilidades se llevan a cabo conforme a las acciones o actividades requeridas para el desarrollo y la permanencia de una empresa, también surgen mediante la capacitación y son importantes para la formación constante que requiere un emprendedor, un empresario y los empleados.

Algunos ejemplos de habilidades empresariales son: el liderazgo, la toma de decisiones y la habilidad de comunicación, entre otras habilidades indispensables para desarrollar una actividad o proceso en la compañía.

Las habilidades les permiten a las personas desarrollar una empresa o un producto, así como regular los recursos disponibles, ya sea la tierra, el trabajo o el capital.

En este contexto, los administradores aportan ideas para producir y ejecutar, mediante la toma de decisiones y enfrentando los riesgos que se presentan. Por lo tanto, las habilidades empresariales constituyen un factor fundamental que una persona debe poseer para que una compañía se desarrolle de manera efectiva.

1.2.15 Indicadores estratégicos

Los indicadores estratégicos tienen como finalidad medir el rendimiento de las acciones destinadas a alcanzar los objetivos fijados, ya sea a corto, mediano o largo plazo. Los propietarios de las empresas pueden observar cómo se desarrolla la productividad de la entidad empresarial, a través de su organización para el éxito.

Cabe destacar que las estrategias en cualquier empresa son importantes porque permiten desarrollar mejores actividades de crecimiento empresarial. Existen muchos indicadores estratégicos que dependen de lo que una compañía busca, ya sean los indicadores de: ventas, gestión o de producción, entre otros. Sin embargo, estos son más frecuentes en las microempresas, ya que, por ser más pequeñas, su factibilidad es mayor, siempre y cuando sean bien gestionadas.

Por último, contar con al menos dos indicadores estratégicos que, con base en los objetivos generales y específicos de la organización puedan medir el nivel de resultados globales del negocio en un período específico, es fundamental (Bind ERP, 2022).

El conocimiento sobre indicadores estratégicos y su elaboración requiere de conocimientos específicos y es fundamental para liderar una empresa.

La medición permite determinar si algo puede mejorarse o si algo está mal. Por consiguiente, tener siempre en cuenta los indicadores genera un mayor beneficio para los cambios en el entorno externo e interno.

1.2.16 Capacidad de adaptación al cambio

La capacidad de adaptación al cambio es fundamental para el crecimiento y desarrollo de una empresa, ya que el mercado se vuelve cada vez más exigente con el transcurso de los años, lo que lo hace más competitivo y difícil para la supervivencia de un negocio.

Se puede mencionar que, las circunstancias del entorno económico, la competencia y otros factores, como la tecnología y los gustos o necesidades de los consumidores, son parte del cambio en el entorno del mercado.

Para que una compañía pueda disminuir el impacto de estos aspectos es esencial que se adhiera a la tecnología y al entorno digital, trabajando con mayor eficiencia y evitando la resistencia al cambio:

La adaptación al cambio se define como la habilidad de transformarse para alcanzar un determinado objetivo. En el contexto digital, la habilidad para adaptarse al cambio es la capacidad de redefinir la manera de trabajar para conseguir procesos más productivos y eficientes a través de herramientas digitales (García, s. f., p. 5).

La adaptación al cambio se convierte en la capacidad de las empresas para lograr objetivos con base en la transformación constante, es fundamental para el crecimiento de las pymes. En este caso, se identifican tres tipos de compañías que se adaptan al cambio del entorno:

1.2.16.1 *Microempresas exploradoras*

Las microempresas exploradoras: “Son aquellas que realizan cambios y mejoras en los productos y mercados con relativa frecuencia, tratando de ser las primeras en desarrollar nuevos productos, con el riesgo de que las innovaciones no tengan éxito” (Valenzo y González, 2022, pág. 26). Normalmente, estas empresas se desarrollan en función de innovar con frecuencia para que sus productos o servicios presenten una variedad y calidad distintas

a las de la competencia y así puedan complementarse con el entorno y las necesidades de los consumidores.

1.2.16.2 *Microempresas defensivas*

Según Cerem Comunicación (2015):

Son empresas conservadoras y que prefieren mantenerse seguras sobre áreas estables, en lugar de buscar nichos de mercado. Estas empresas rara vez cambian y se mantienen con su tecnología, forma o estructura. Se concentran en mejorar la eficacia de sus operaciones (p. 4).

Este tipo de empresa se caracteriza por mantener las mismas estrategias durante años, debido al miedo a modificar lo que ya se conoce, aunque no se menciona que esto pueda ser negativo para su crecimiento. Sin embargo, su constante desarrollo puede ser lento y complicado para el mercado y su entorno.

1.2.16.3 *Microempresas reactivas*

Castañeda (s. f.) señala una empresa reactiva está viviendo en el pasado, en cómo se hizo así se sigue haciendo, con poca visión de futuro y arrastra en esta forma de dirigir a los propios colaboradores, se genera una alta resistencia a los cambios. Este tipo de compañía no cuenta con estrategias constantes para aplicar en caso de que se produzcan modificaciones bruscas en el entorno del mercado. Por lo tanto, su única opción es reaccionar de emergencia ante el entorno y, en ocasiones, no puede enfrentar la competencia.

1.2.17 Mercado

El concepto de mercado siempre ha existido, incluso antes de la aparición del dinero, ya que se refería al intercambio de productos o bienes que otras personas no podían realizar. Pero todo se mantiene en constante cambio, debido a las situaciones financieras o a la escasez de algún tipo de materia prima o productos.

El mercado es un proceso que opera cuando hay personas que actúan como compradores y otras como vendedores de bienes y servicios, lo cual genera la acción del intercambio (Quiroa, 2019).

Este concepto es muy importante para el trabajo de investigación, ya que todos los microempresarios deben mantener un conocimiento actualizado sobre la situación del mercado, el mercado se basa en el conjunto de compradores reales o potenciales de un producto o servicio, en el cual se desarrollan relaciones de intercambio entre la oferta y la demanda.

Cuando existen crisis, las microempresas deben buscar soluciones para salir adelante, pues sus ventas pueden disminuir o, en otros casos, la compra de la materia prima, para crear los productos se vuelve un poco inaccesible.

El cambio en el mercado tiene muchos factores y puede afectar más a las zonas rurales, donde el comercio es más bajo que en los sectores urbanos.

1.2.18 *Emprendimiento sostenible*

De acuerdo con Crals y Vereeck (2005):

El aspecto social del emprendimiento sostenible, tiene que ver con el comportamiento de las empresas en aspectos sociales y éticos, como la gestión del recurso humano, derechos humanos, trabajo infantil, género, discriminación, participación de los trabajadores en beneficios de la empresa, corrupción; lo medioambiental implica productos limpios, eco eficiencia, desarrollo tecnológico sostenible, eco diseño y el tercer aspecto tiene que ver con los resultados financieros de la empresa (p. 9).

Este concepto también es muy importante, ya que todos los microempresarios deben mantener un conocimiento actualizado sobre la situación del mercado y, de este modo, obtener un beneficio en la sociedad.

Con esto, las pymes pueden generar nuevos productos y servicios técnicos que reduzcan el impacto ambiental y aumenten la calidad de vida.

1.2.19 *La función de los actores externos en el fomento de la sostenibilidad comercial en microempresas*

Fernández (2006) afirma:

Bajo esa perspectiva, cabe mencionar que la sostenibilidad debe tratarse tanto en lo interno como en lo externo. Externamente le compete al gobierno velar por promocionar y desarrollar campañas de desarrollo sostenible; pero en lo interno se

trata de un proceso de gestión empresarial que ha de entenderse como de responsabilidad social corporativa. No obstante, aún es frecuente encontrarse con empresas que se preocupan por la productividad, la calidad, la seguridad y el ambiente de forma aislada (p. 19).

Asimismo, es importante impulsar en las pymes, el fomento de la habilidad para el desarrollo sostenible y, de igual forma, promover un programa de atención, apoyo gubernamental e institucional y desarrollo de capacidades que protejan la sostenibilidad a largo plazo.

Además, se deben promocionar acciones internas en la organización que fortalezcan dicho desarrollo, asumiendo una función responsable directa en la sociedad, en el ambiente y en la economía, para que así conozcan sus acciones e interacciones en el entorno.

1.2.20 Teoría y enfoque del emprendimiento sostenible

El enfoque sostenible tiene como finalidad lograr el desarrollo sostenible. Rodríguez (2016) plantea que el emprendimiento sostenible incluye un componente económico de beneficios monetarios, así como la protección ambiental y el desarrollo social. Sin embargo, el concepto relacionado con el texto se ha incrementado en los últimos años debido a la creciente consciencia sobre la necesidad de que la actividad empresarial cumpla con objetivos humanos, sociales y ecológicos, no obstante, es un campo poco explorado.

Actualmente, la sociedad exige que la actividad empresarial sea responsable y sostenible, con el fin de alinearse con su definición y alcanzar sus componentes y características.

Por ende, el emprendimiento sostenible puede considerarse uno de los procesos que deben implementar las microempresas o cualquier entidad empresarial que lo desee para descubrir, evaluar y aprovechar cada una de las oportunidades económicas que se presentan en el mercado.

Al no existir un manejo adecuado de los recursos, la situación puede volverse caótica para las empresas y puede obstaculizar la sostenibilidad, tanto en el ámbito ambiental como en los bienes públicos, entre otros.

En este trabajo se permite visualizar el efecto y la relación del emprendimiento en las microempresas del poblado con el ámbito económico, ambiental y social. Lo anterior tiene el fin de observar el potencial que el emprendimiento sostenible tiene como campo de investigación.

1.2.21 Sostenibilidad empresarial y su relación con el emprendimiento

Según Uribe-Macías *et al.* (2017) una empresa sostenible es aquella que genera valor: económico, ambiental y social a mediano y largo plazo, contribuye, de esa forma, al aumento del bienestar y al auténtico progreso de las generaciones presentes y futuras, en su entorno general.

Las empresas que implementan el ámbito sostenible también utilizan esta estrategia para generar valor y potenciar la economía, tanto del lugar como de la propia empresa.

Además, contribuyen al cuidado del ambiente y desarrollan estrategias para su preservación. Por último, en el ámbito social, esta práctica permite que la entidad empresarial y la sociedad establezcan lazos que fortalezcan el crecimiento de la compañía.

Pocas empresas, realmente, comienzan a ver la sostenibilidad como una estructura de trabajo que aumenta el valor para los accionistas, satisface a otras partes interesadas del negocio y protege y mejora la reputación de la marca (Alejandro *et al.*, 2005).

Las empresas sustentables son aquellas que luchan por crecer y buscan que su gestión incida, exitosamente, en la sociedad, esto se realiza con una clara declaración de desempeño organizacional. (Bernal, 2018)

De acuerdo con los textos anteriores, el emprendimiento sostenible establece un proceso de investigación en las microempresas cuyo fin es lograr el desarrollo sostenible, mediante: el descubrimiento, la evaluación y la explotación de oportunidades, así como la creación de valor que provoca el bienestar de la economía, la cohesión social y la protección del ambiente.

1.2.22 Principios de la sostenibilidad empresarial

Ampuero y Daniela (2020), proponen los principios originales a las organizaciones de la siguiente manera:

1.2.22.1 *Sostenibilidad empresarial ambiental*

Se describe el hecho de que los gobiernos, las empresas, la sociedad y las organizaciones en general, velen juntos por cuidar el ambiente, salvar los recursos y reducir la contaminación.

1.2.22.2 *Sostenibilidad empresarial económica*

Se refiere a qué cuida a la empresa de manera financieramente sostenible. Esto permite obtener un apoyo para sobrevivir en los servicios y mejorar la calidad de vida, lo cual beneficia a sus compradores y, por ende, se logra un sistema sostenible que contribuye a las otras dimensiones, social y ambiental.

1.2.22.3 *Sostenibilidad empresarial social*

Es aquello respecto a los derechos humanos, la lucha contra la pobreza y la satisfacción de las insuficiencias humanas más importantes.

Implica que la sociedad no solo busque el incremento económico o se enfoque en proteger el ambiente, sino también, se trabaje para corregir el modo de vida de todos, de manera que todos los individuos tengan la misma oportunidad para un crecimiento correcto.

1.2.23 *Modelos de negocio sostenibles y su aplicabilidad en las pymes*

Los procedimientos que los negocios sostenibles implementan, para el beneficio de la sociedad y el ambiente, se catalizan a través de la creación de sus modelos de negocio.

Los modelos de negocio son un instrumento conceptual que, mediante sus elementos, permiten diseñar la manera en la que una pyme puede competir y generar valor. Osterwalder y Pigneur (2005) lo definen de la siguiente forma:

Un modelo de negocio es una herramienta conceptual que contiene un conjunto de objetos, conceptos y sus relaciones con el objetivo de expresar la lógica de negocio de una empresa específica. Por lo tanto, debemos considerar qué conceptos y relaciones permiten una descripción y representación simplificadas de qué valor se proporciona a los clientes, cómo se hace y con qué consecuencias financieras (p. 3).

Para las microempresas, los modelos de negocio sostenibles surgen como una necesidad progresiva de los modelos de negocio habituales para enfrentar los retos que el mundo actual plantea a partir de los problemas sociales y ambientales, convirtiéndose en una ventaja competitiva.

1.2.24 Innovación en los modelos de negocio de las pymes

Según Van Bommel (2018):

Analiza las tensiones que se pueden presentar dentro de compañías con modelos de negocio sostenible, argumentando que algunas de estas tensiones aparecen cuando las demandas y los intereses de uno o varios Stakeholders ponen en riesgo o afectan las demandas e intereses de otros (p. 830).

Este concepto puede ser más relevante en micro, pequeñas y medianas empresas, cuyo estado financiero no es aún lo suficientemente sólido para soportar el costo que implica la generación de triple impacto. Por ende, es necesario considerar la calidad que estas organizaciones aportan al desarrollo de la sociedad.

2.2 Marco institucional

De acuerdo con Morales (2021) el marco institucional es el conjunto de instituciones que coordinan el funcionamiento de un Estado.

En este sentido, son: los ministerios, las agencias, las direcciones, las secretarías, así como el resto de los organismos, casi todos ellos dependientes del Gobierno, los cuales se encargan de la dirección, la gestión y la administración de un Estado.

Con base en el comentario anterior, se desarrolla el marco institucional con los entes locales del sector en el que se desarrolla el estudio.

Esto tiene el fin de proporcionar información sobre las instituciones que deben apoyar el desarrollo y la permanencia de los emprendedores.

2.2.1 Cámara de Comercio de Costa Rica

Según el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC, 2023) la cámara de comercio es una organización formada por: empresarios, dueños de pequeños, medianos o grandes comercios, con el fin de elevar la productividad.

De acuerdo con las cámaras de comercio, estas son entidades de naturaleza corporativa, gremial y privada, integradas por comerciantes, creadas por el gobierno de oficio o a petición de los comerciantes del territorio donde deben operar. Su órgano de dirección se denomina Junta Directiva:

- Objetivo de la institución: ser una entidad líder y aliada de las empresas asociadas mediante acciones que impulsen la libertad empresarial y el crecimiento económico del país.
- Servicio que se brinda: representación de los intereses del sector empresarial en el ámbito nacional.
- Los servicios incluyen: capacitación, asesoría, asistencia técnica, acompañamiento y mentoría.
- Servicios dirigidos a personas emprendedoras, microempresas, pequeñas empresas y medianas compañías.
- Detalles del servicio: a través de servicios de capacitación, asistencia técnica, incubación y aceleración, asesoría legal y económica, mentorías y apoyo con programas dirigidos a mujeres empresarias, centro de conciliación y arbitraje, franquicias, entre otros, se busca impactar el crecimiento de la micro, pequeña y mediana empresa, así como de las personas emprendedoras.
-

2.2.2 Fondo para el Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Fodemipyme)

El Banco Popular (BP, 2023) afirma que el fondo especial se creó por la Ley n.º 8262 para el Fortalecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas que se clasifican como tales.

- Objetivo de la institución: fortalecer las mipymes.
- Servicio que se brinda: financieros y no financieros.
- Los servicios incluyen: crédito, garantías y apoyo no financiero.
- Servicios dirigidos a micro, pequeñas y medianas empresas.
- Detalles del servicio: financiamiento, avales por medio de entidades autorizadas, servicios de desarrollo empresarial.

2.2.2.1 Fondo de crédito

Según el Banco Popular (BP, 2023), se afirma que existe un fondo de crédito al servicio de la micro, pequeña y mediana empresa de todo el país. En este caso se atienden las necesidades de los sectores: servicio, comercio, industria y agropecuario.

2.2.2.2 Fondo de avales y garantías

Según el Banco Popular (BP, 2023), se trata de una garantía complementaria que se otorga para una operación de crédito cuando el cliente la tramita con una entidad financiera autorizada y presenta insuficiencia de garantía. Un aval no es un crédito.

2.2.2.3 Fondo de servicios de desarrollo empresarial

Según el Banco Popular (BP, 2023), los servicios de desarrollo empresarial son un mecanismo de apoyo creado para el fortalecimiento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa, así como de las empresas de economía social.

Mediante la presentación de proyectos, las entidades interesadas pueden someter su propuesta para el desarrollo de programas de: capacitación, asistencia técnica, asesoría, investigación, pasantías y desarrollo de ferias, de acuerdo con sus necesidades.

De esta manera, las empresas beneficiarias pueden ampliar su conocimiento, incrementar su desarrollo y fortalecer su permanencia en los diferentes mercados, tanto nacionales como internacionales.

2.2.3 Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC)

El Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) tiene como objetivo apoyar el desarrollo económico y social del país a través de políticas que faciliten el funcionamiento del mercado, protejan a los consumidores y fomenten la actividad empresarial, entre otras situaciones.

El Ministerio busca fortalecer y consolidar el sector empresarial mediante el apoyo a las micro, pequeñas y grandes empresas. Además, permite facilitar las condiciones para el acceso y el buen funcionamiento en el mercado nacional, de manera que el país pueda alcanzar un desarrollo integral y equitativo.

Para que las pymes puedan registrarse ante el MEIC deben seguir procesos que se han mejorado a través de los años, ya que se utilizan medios tecnológicos. Con base en los datos solicitados en los formularios, el MEIC clasifica las empresas, ya sean: micro, pequeñas o grandes entidades empresariales.

2.2.4 Sistema de Banca para el Desarrollo (SBD)

El Sistema de Banca para el Desarrollo es un programa financiero que ayuda a impulsar proyectos empresariales y a mejorar sus condiciones de financiamiento. Pueden optar por este financiamiento personas que cuenten con cédula jurídica o física, así como micro o pequeñas empresas que tengan algún tipo de proyecto viable desde el punto de vista técnico y económico.

Normalmente, este sistema busca que los negocios puedan surgir y generar más ingresos, así como ofrecer más oportunidades de empleo. El Banco Nacional se considera un enlace para este sistema y el financiamiento a las pymes.

El Sistema de Banca para el Desarrollo solo se puede solicitar a través de entidades secundarias que actúan como intermediarios autorizados, las cuales ofrecen los programas acreditados para poner a disposición los recursos.

Este programa no solo ofrece financiamientos, sino que también permite optar por servicios para el desarrollo empresarial, lo que incluye capacitaciones y la participación en eventos especiales. Lo anterior tiene el fin de que la empresa sea más competitiva e integrada a la economía, tanto en el ámbito nacional como global.

2.2.5 Banco Nacional de Costa Rica (BNCR)

El Banco Nacional es una institución financiera autónoma del Estado, que realiza diversas actividades financieras. Una de estas tareas es el apoyo a las pymes mediante proyectos de financiamiento, el cual tiene una clasificación de acuerdo con las necesidades de cada pyme (Banco Nacional, 2023). Estos son:

El financiamiento para el capital de trabajo proporciona liquidez para cubrir las necesidades de la empresa, ya sea destinado a pagos de materia prima, al flujo de caja o a mejoras en los inventarios.

Otro financiamiento es para el capital de inversión. Las pymes usualmente tienen la necesidad de crecer, ya sea en la compra de equipos, maquinaria o en la mejora e inversión en infraestructuras, todo con el fin de mejorar el desarrollo de la empresa.

Uno de los financiamientos para las microempresas por parte del Banco Nacional es el *pyme fácil*, el cual presenta menos requisitos y tiene mayor factibilidad. Esto puede convertirlo en la mejor opción para las microempresas.

Los préstamos para la compra de vehículos de trabajo, los programas especiales para las pymes y las tarjetas empresariales BN para pymes son beneficios que esta institución

ofrece para apoyar a las entidades empresariales en el ámbito nacional. De esta manera, el Banco Nacional categoriza los tipos de financiamiento que ofrece a las pymes.

2.2.6 Banco de Costa Rica (BCR)

El Banco de Costa Rica es una entidad bancaria estatal de índole comercial que apoya los proyectos empresariales. Por lo tanto, forma parte del desarrollo de financiamientos para las pymes, ya sean micro, pequeñas o grandes empresas. Uno de los propósitos de esta organización es:

Apoya el desarrollo y crecimiento empresarial, son prioridades para el BCR, en su afán de ayudar a las micro y pequeñas empresas en Costa Rica.

El BCR coloca, a su disposición, productos específicos y adaptados a las necesidades del sector; que tiene la ventaja de adaptarse a las necesidades de cada cliente con tasas de interés muy competitivas, (Banco de Costa Rica, 2023)

Al igual que el Banco Nacional de Costa Rica, ambas entidades participan en el Sistema de Banca para el Desarrollo, ya que están autorizadas por ser instituciones financieras.

2.2.7 Cámara de Industrias de Costa Rica (CICR)

La Cámara de Industrias de Costa Rica es una organización empresarial que contribuye al desarrollo sostenible del sector productivo, promueve el éxito de la industria

costarricense y asegura la continuidad del desarrollo nacional. Su prioridad es enfocarse en las empresas.

Para que las empresas tengan un mejor clima de negocios, desde la CICR se representa al sector canalizando sus propuestas al Gobierno, Poder Legislativo o autoridades que corresponda para promover un sector productivo generador de empleo, inversión, exportaciones y oportunidades de desarrollo para los habitantes. Esta institución tiene como finalidad impulsar el desarrollo sostenible en el sector industrial y brindar apoyo a las entidades empresariales asociadas.

2.3 Marco legal

En el presente estudio se identifica el marco regulatorio con el que deben cumplir los negocios emprendedores con el fin de operar, así como los requisitos legales para la puesta en marcha de estos.

Estas disposiciones presentan un conjunto de normas legales que constituyen parte del ordenamiento jurídico del derecho costarricense. Debido a esto, cada uno de los requerimientos legales, tributarios y municipales que se mencionan en esta investigación presenta un fundamento jurídico, oficial y obligatorio. De acuerdo con lo anterior, en la Tabla 24 se muestra un resumen detallado de los requisitos que deben cumplir los negocios dentro del marco legal regulatorio en Costa Rica:

Tabla 24
Resumen requisitos legales

Institución reguladora	Requisitos	Costo
Registro Nacional	Constitución de la sociedad	€175.000
Municipalidad de Jicaral	Licencia de funcionamiento municipal	€176.122
Instituto Nacional de Seguros	Póliza de seguros (anual)	€303.168
Formularios y timbres	Varios	€2.000
Total		€656.291

Nota: Elaboración propia de costos de los requisitos legales para pymes, para el presente estudio con datos suministrados por diversas instituciones públicas (2016).

2.3.1 Tipo de actividad y razón social

Según el Ministerio de Hacienda (2016), en Costa Rica existen diferentes tipos de sociedades, de acuerdo con el art. 17 del Código de Comercio: la sociedad en nombre colectivo, la sociedad en comandita simple, la sociedad de responsabilidad limitada y la sociedad anónima.

Todo emprendedor que persigue su negocio, independientemente del tipo de actividad, debe considerar las distintas formas de sociedades.

Al tomar en cuenta lo anterior, todo negocio que se dedique al desarrollo de actividades comerciales debe conformarse, por ley, mediante una forma legal de organización. Esta decisión es relevante para cada negocio, ya que los efectos jurídicos que se generen dependerán de la forma legal de organización que se constituya.

Para efectos del estudio y tomando en cuenta a algunos emprendedores de la zona, se debe conformar una sociedad anónima, la cual se caracteriza por la división del capital en acciones. Esta es impersonal, es decir, el socio es valorado por su aporte patrimonial y no por su actividad personal. Adicionalmente, su participación en la sociedad es proporcional al aporte de capital.

De acuerdo con lo anterior, los negocios que se deben redactar deben conformarse bajo la razón de sociedad anónima S. A., la cual, según el art. 18 del Código de Comercio (1964), debe contar con una escritura constitutiva pública.

2.3.2 Permiso sanitario de funcionamiento

Según el Ministerio de Salud (2016), como parte de las funciones del Estado costarricense de velar por la protección de la salud de la población y garantizar el bienestar de las personas ciudadanas, la Ley General de la Salud establece en el art. 5 que, para operar dentro del territorio costarricense, todos los establecimientos comerciales, agrícolas, industriales y de servicios deben contar con un permiso de funcionamiento.

Según el art. 5 del Reglamento General del Ministerio de Salud (2016) para otorgar permisos de funcionamiento, los establecimientos o actividades agrícolas, industriales, comerciales o de servicios se clasifican de acuerdo con su riesgo sanitario y ambiental en tres categorías: A (alto), B (moderado alto) y C (bajo). Además, para cada actividad existe una categoría que, para efectos del proyecto, se ubica en una categoría G, dentro del grupo de

riesgo C (bajo). Es decir, el establecimiento no representa una amenaza significativa para la salud de las personas y presenta un bajo impacto en el ambiente.

2.3.3 Legislación tributaria

De acuerdo con lo estipulado por el Ministerio de Hacienda (2016), toda persona física o jurídica que inicie actividades económicas debe inscribirse en el registro de contribuyentes que lleva la administración tributaria del Ministerio de Hacienda. Esto se hace proporcionando sus datos de identidad, domicilio fiscal, tareas económicas principales y secundarias, las cuales definirán las obligaciones tributarias a las que están sujetas, así como la representación legal, entre otros.

2.3.4 Patente comercial

Según la Municipalidad de Jicaral (2003) para ejercer cualquier tipo de actividad económica, lucrativa o no lucrativa, dentro de un cantón, las personas, tanto físicas como jurídicas, deben contar con la licencia municipal respectiva, cumpliendo con los siguientes requisitos:

- Solicitud de patente debidamente llena. Original y copia certificada del permiso sanitario de funcionamiento, emitido por el Ministerio de Salud.
- Fotocopia de la cédula jurídica y Personería jurídica.
- Certificación de la Caja Costarricense de Seguro Social que indica que el interesado está inscrito y al día con sus obligaciones.
- Copia del recibo de cancelación o exoneración de la póliza de riesgos del INS.

- Contrato de arrendamiento del local o la autorización del propietario, autenticada por un abogado, debe indicar la vigencia y el número de plano. Copia certificada del plano catastral donde se ubica la patente.
- Autorización o exoneración de ACAM. ¢200 en timbres municipales y ¢170 en timbres fiscales.
- El solicitante y el propietario del local deben estar al día con el pago de impuestos y servicios municipales.

CAPÍTULO III

3.1 ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

La estrategia metodológica se basa en el conjunto de técnicas, enfoques y procedimientos que se utilizaron para el desarrollo y análisis de la investigación.

2.1.1 Tipo de investigación

En este capítulo se analizan varios aspectos metodológicos, con el fin de clasificar el proyecto en cada uno de los enfoques y métodos de investigación que correspondan. Además, permite analizar los supuestos de estudio del proyecto para construir datos a partir de conceptos teóricos al utilizar instrumentos que miden los datos recolectados.

2.1.2 Enfoque metodológico

Actualmente, existen dos tipos de enfoques que han tomado forma a lo largo de la historia, los cuales son: cualitativo y cuantitativo. Según Hernández *et al.* (2014): “Ambos enfoques emplean procesos cuidadosos, metódicos y empíricos en su esfuerzo para generar conocimiento, por lo que la definición previa de investigación se aplica a los dos por igual” (p. 4). Para efectos del presente estudio se utiliza el enfoque cuantitativo, el cual se describe a continuación.

2.1.3 Enfoque cuantitativo

Para Hernández *et al.* (2014): “El enfoque cuantitativo se define como 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).

El presente estudio se clasifica dentro de un contexto cuantitativo, ya que de acuerdo con las características que se contemplan en este enfoque, la investigación nace de una idea que permite plantear un problema del cual se derivan varios objetivos y preguntas investigativas.

Con la recolección de datos que se realiza, la información se fundamenta mediante mediciones en las que se analizan varias variables al utilizar herramientas estadísticas, donde se intenta generalizar los datos que se encontraron en un grupo (muestra).

Dicha recopilación de datos se lleva a cabo por medio de procedimientos establecidos, con el fin de lograr la aceptación y credibilidad del proyecto investigativo.

2.1.4 Enfoque cualitativo

Mejía (citado por Katayama, 2014) lo define como: “Procedimientos metodológicos que utiliza palabras, textos, discursos dibujos, gráficos e imágenes [...] la investigación cualitativa estudia diferentes objetos para comprender la vida social del sujeto a través de los significados desarrollados por este” (p. 43). Esta definición hace referencia a que se pueden utilizar gráficos, textos, imágenes, entre otros elementos, para comprender la información que se investiga, con la finalidad de emplear métodos representativos para transmitir y representar la información obtenida.

La presente investigación utiliza el método cualitativo para representar los datos y las recomendaciones estratégicas, así como para recolectar la información y, al final, transcribirla en palabras en el estudio.

2.2 Alcance de la investigación

En este apartado se define qué tipo de alcances posee la presente investigación. Lo anterior tiene el fin de estimar cuál es el alcance final del estudio y establecer sus límites conceptuales y metodológicos. De acuerdo con Hernández *et al.* (2014): “Del alcance del estudio depende la estrategia de investigación. Así, el diseño, los procedimientos y otros componentes del proceso serán distintos en estudios con alcance exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo” (p. 90).

Para el presente estudio se plantean objetivos generales y específicos, con el fin de buscar una solución al problema que se planteó y, de acuerdo con esto, establecer una pauta para determinar cuáles son los métodos que se aplican.

De acuerdo con lo anterior, se plantea el siguiente tipo de investigación, el cual está directamente relacionado con este documento.

2.2.1 Investigación exploratoria

Según Hernández *et al.* (2014):

El objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan solo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas (p. 91).

Los estudios exploratorios ayudan al investigador a relacionarse con situaciones desconocidas, con el fin de llevar a cabo una investigación más completa al respecto.

De esta manera, se puede obtener información sobre tendencias, ambientes, contextos, relaciones potenciales entre variables e identificar conceptos. Estas indagaciones se caracterizan por ser más flexibles que otros métodos.

De acuerdo con lo anterior, este tipo de método investigativo se utiliza con el fin de indagar y obtener información desconocida acerca de las diferentes variables de cada zona específica del proyecto, las cuales aún no han sido investigadas a fondo.

2.3 Fuentes de la investigación

Con respecto a la obtención de datos, este es un proceso investigativo importante en el cual se depende de la confiabilidad y validez de esta.

Por otro lado, los datos que se obtienen mediante la investigación deben ser confiables, es decir, pertinentes y suficientes, ya que es necesario determinar las fuentes e instrumentos adecuados para la recolección de datos. Las principales fuentes de investigación que se utilizan son las primarias y las secundarias.

2.3.1 Fuentes primarias

Para Bernal (2010), las fuentes primarias: “Son todas aquellas de las cuales se obtiene información directa, es decir, de donde se origina la información. Estas fuentes son las personas, las organizaciones, los acontecimientos, el ambiente natural, etcétera” (p. 191).

En el presente estudio se obtiene información primaria mediante encuestas y entrevistas aplicadas a los microempresarios de la zona central de Jicaral, en Puntarenas. Dicha información proporciona datos sobre el desarrollo de las microempresas y su surgimiento en el área comercial.

Tabla 25
Fuentes primarias

Objetivo	Variable	Fuente	Departamento
Adjuntar todos los datos necesarios de los microempresarios de la zona de estudio sobre las situaciones que impiden un mayor desarrollo económico y comercial en las microempresas, con el fin de unir toda la información necesaria para posibles recomendaciones estratégicas, mediante la posibilidad de encuestas y entrevistas.	Acceso a datos sobre montos de gastos y ganancias al mes por cada microempresa. Situaciones de deudas o que impidan el crecimiento de la microempresa. Nivel de conocimiento empresarial.	Conjunto de microempresas de la localidad de estudio, mediante encuestas y entrevistas.	Microempresas, administración y ventas.

Nota: Elaboración propia, mediante esta tabla se muestran las distintas maneras en las que se realiza la recolección de datos para el desarrollo de la investigación.

2.3.2 Fuentes secundarias

Según Bernal (2010):

Las fuentes secundarias son todas aquellas que ofrecen información sobre el tema por investigar, pero que no son la fuente original de los hechos o las situaciones, si no que solo las referencias. Las principales fuentes secundarias para la obtención de la información son los libros, las revistas, los documentos escritos (en general, todo medio impreso), los documentos, los noticieros y los medios de información (p. 192).

Por una parte, entre las fuentes secundarias que se consideran para el presente estudio se incluye la información que se recolecte de libros empresariales, proyectos de inversión, periódicos que muestren información relacionada con el tema del estudio, así como documentos que proporcionen información relevante acerca de la conformación de las microempresas que comercializan en el poblado de Jicaral, de Puntarenas.

Tabla 26
Fuentes secundarias

Objetivo	Variable	Fuente
Investigar y revisar documentos, libros, sitios web, con el fin de encontrar información sobre las microempresas.	Información básica sobre las microempresas, datos económicos como el PIB, instituciones para inscribirse.	Página web de Hacienda, Cámara de Comercio, Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC).

Buscar información sobre el estado económico del país y a qué grado se ven afectadas las microempresas.

Nota: Elaboración propia, mediante esta tabla se muestran las distintas fuentes de información secundaria que se utilizan para la debida recolección de datos.

2.4 Instrumentos y técnicas de recolección de datos

2.4.1 Encuesta

En la recolección de datos mediante la encuesta se utilizan formularios, los cuales son aplicables a aquellos problemas que se pueden investigar a través de métodos de observación, análisis de fuentes documentales y otros sistemas de conocimiento.

El sondeo permite conocer las motivaciones, las actitudes y las opiniones de las personas en relación con lo investigado; por tal motivo, una encuesta es un instrumento o método de investigación que recopila información, datos y comentarios por medio de una serie de preguntas específicas.

La mayoría de las encuestas se realizan con la intención de hacer suposiciones sobre una población, grupo referencial o muestra representativa.

La aplicación de formularios y encuestas supone que el investigador diseñe el cuestionario. Este constituye el instrumento para realizar la encuesta y el medio compuesto por una serie de preguntas que se formulan a las personas consideradas que se relacionan con

un determinado aspecto (Álvarez, 2006). Por esto, para efectos de la investigación, se utiliza un cuestionario de alrededor de 20 preguntas, tanto abiertas como cerradas, el cual se aplica a la muestra que se seleccionó.

2.4.2 Entrevista

Esta técnica es de gran utilidad para recolectar datos mediante una conversación directa con una persona, ya que, a través de la entrevista, se puede obtener información más profunda y aclararla durante el proceso. Según la editorial Etecé (2020) deber ser un intercambio de ideas u opiniones mediante una conversación entre dos o más personas. Todos las personas presentes en una entrevista dialogan sobre una cuestión determinada.

2.5 Selección de técnicas

Según Bernal (2010):

Esta parte del proceso de investigación consiste en procesar los datos (dispersos, desordenados, individuales) obtenidos de la población objeto de estudio durante el trabajo de campo, tiene como finalidad generar resultados (datos agrupados y ordenados), a partir de los cuales se realizará el análisis según los objetivos y las hipótesis o preguntas de la investigación realizada, o de ambos (p. 198).

La información obtenida durante la recolección puede cuantificarse y analizarse bajo parámetros estadísticos. Enseguida, se presenta una descripción de las herramientas estadísticas que se utilizan para el análisis de los resultados.

2.5.1 Histogramas

Según Bernal (2010): “Las distribuciones de frecuencia se presentan muy a menudo en formas gráficas denominadas histogramas (gráficas de barras) o en gráficas circulares” (p. 303).

En el presente estudio se utilizan gráficos circulares y de barras, con el fin de mostrar la información obtenida de las encuestas aplicadas a las personas del poblado de Jicaral, Puntarenas, para facilitar la comprensión de los datos.

2.6 Procedimientos metodológicos de la investigación

Los tipos de entrevista que se utilizan en este trabajo tienen como fin recolectar la información necesaria.

La entrevista semiestructurada tiene como objetivo incluir preguntas cerradas y abiertas. Además, se cuenta con la entrevista no estructurada, que permite realizar preguntas conforme avance la conversación, con el fin de definir con claridad el tema que se requiere investigar.

En la encuesta de esta investigación se utiliza un formulario que contiene preguntas clave, las cuales se aplican a la muestra que se seleccionó, en este caso, a las personas microempresarias de la comunidad de Jicaral de Puntarenas, entre las edades de 18 y 60 años. Lo anterior tiene el fin de obtener la información necesaria para el trabajo investigativo.

2.7 Definición, operacionalización e instrumentalización de las variables

Tabla 27
Conceptualización e instrumentalización de la primera variable

Objetivo específico	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Definición instrumental
Categorizar los distintos tipos de microempresas existentes en el poblado de Jicaral, del distrito de Lepanto, cantón central de la provincia de Puntarenas.	Tipos de microempresarios	de Empresas con menos de diez trabajadores. Suelen estar administradas por sus propios dueños y algunas veces están formadas por un grupo familiar, los cuales, buscarán el crecimiento de la empresa de forma conjunta. (Peña, 2020, párr. 1).	Administración propia. Crecimiento empresarial. Formación empresarial familiar.	Recolección de datos mediante entrevistas.

Nota: Elaboración propia, en esta tabla se explica conceptualmente el objetivo específico n.º 1 de la investigación. Además, responde a la definición operacional e instrumental.

Tabla 28
Conceptualización e instrumentalización de la segunda variable

Objetivo específico	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Definición instrumental
Identificar los indicadores sociales y económicos que inciden en el desarrollo y permanencia por medio de encuestas aplicadas a los microempresarios.	Indicadores sociales	Según Doris (Dossiers Regionaux et Indicateurs Sociaux de Quebec): “Un indicador social es la medida estadística de un concepto o de una dimensión, basado en un análisis teórico previo e integrado en un sistema coherente de medidas semejantes que sirva para describir el estado de la sociedad y la eficacia de las políticas sociales”.	Análisis teórico de Eficacia de las políticas sociales. Estado de la sociedad.	Recolección de datos mediante encuestas por medio de Google Forms para registrar los datos que se obtienen.

Nota: Elaboración propia, en esta tabla se explica conceptualmente el objetivo específico n.º 2 de la investigación. Además, responde a la definición operacional e instrumental.

Tabla 29
Conceptualización e instrumentalización de la tercera variable

Objetivo específico	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Definición instrumental
Identificar los indicadores sociales y económicos que inciden en el desarrollo y permanencia por medio de encuestas aplicadas a los microempresarios.	Indicadores económicos y	Un indicador económico es un tipo de dato económico, de carácter estadístico. Gracias a este dato es posible realizar un análisis sobre la situación económica, tanto pasada como presente y futura, de un territorio (Morales, 2020).	Análisis de la situación económica.	Se realizan encuestas para obtener la información por medio de una herramienta, que es Google Forms, para datos ordenados y realizar un mejor análisis de los datos recolectados.

Nota: Elaboración propia, en esta tabla se explica conceptualmente el objetivo específico n.º 3 de la investigación. Además, responde a la definición operacional e instrumental.

Tabla 30
Conceptualización e instrumentalización de la cuarta variable

Objetivo específico	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Definición instrumental
Identificar los indicadores sociales y económicos que inciden en el desarrollo y permanencia por medio de encuestas aplicadas a los microempresarios.	Permanencia microempresarial.	Una empresa con permanencia es aquella que perdura a través del tiempo, adecua sus manejos a la intensidad de las condiciones del entorno sectorial y las fuerzas del mercado, hace un estudio detallado de sus competidores, obtiene desempeños eficientes en su gestión por la coherencia en su acción (Becerra y Cortez, 2018, pág. 29).	Condiciones del entorno sectorial, fuerzas del mercado. Estudio de los competidores. Eficiencia de la gestión por la coherencia en su acción.	Se realizan encuestas para obtener la información por medio de una herramienta, que es Google Forms, para datos ordenados y realizar un mejor análisis de los datos recolectados.

Nota: Elaboración propia, en esta tabla se explica conceptualmente el objetivo específico n.º 3 de la investigación. Además, responde a la definición operacional e instrumental.

Tabla 31
Conceptualización e instrumentalización de la quinta variable

Objetivo específico	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Definición instrumental
Estudiar las estrategias empleadas por los microempresarios para el desarrollo comercial de las microempresas en el poblado de Jicaral por medio de entrevistas, propiciando la permanencia del microempresario.	Estrategia microempresarial	Es un conjunto de estrategias y acciones que se desarrollaron por autoridades locales orientadas a la consecución de un objetivo o para resolver problemas específicos (Ixtacuy, s. f.)	Conjunto de estrategias y acciones que se desarrollaron por autoridades locales.	Por medio de las entrevistas a entes locales encargados de ayudar al desarrollo o proyectos de desarrollo a emprendedores

Nota: Elaboración propia, en esta tabla se explica conceptualmente el objetivo específico n.º 3 de la investigación. Además, se responde a la definición operacional e instrumental.

Tabla 32
Conceptualización e instrumentalización de la sexta variable

Objetivo específico	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Definición instrumental
Recomendar estrategias de sostenibilidad comercial en general, para las microempresas del poblado de Jicaral	Estrategia de sostenibilidad comercial.	Desde perspectiva comercial posible definir sostenibilidad como la forma de preservar el ambiente, fomentar la calidad de vida de las personas y, al mismo tiempo, optimizar la rentabilidad del negocio (De DocuSign, 2021)	la Calidad de vida de las personas. Optimizar la rentabilidad del negocio. el	Recolección de datos por medio de documentos e investigación, exploración y observación en el sector, para formular datos estratégicos.

Nota: Elaboración propia, en esta tabla se explica conceptualmente el objetivo específico n.º 4 de la investigación y también se responde a la definición operacional e instrumental.

2.8 Matriz de congruencia

Tabla 33
Matriz de congruencia y operacionalización de las variables

Matriz de congruencia y operacionalización de las variables		
Pregunta de investigación	¿Cómo inciden los indicadores sociales y económicos en el desarrollo y permanencia de los microempresarios de la zona de Jicaral, con la finalidad de determinar las estrategias necesarias que colaboren al surgimiento de las microempresas en el área comercial?	
Objetivo general	Investigar los indicadores sociales y económicos que inciden en el desarrollo y permanencia de las microempresas que comercializan en el poblado de Jicaral de Puntarenas, por medio de una investigación de campo, para que se determinen las estrategias necesarias que colaboren al surgimiento de la comunidad en el área comercial durante el período 2023.	
Variables de investigación	Tipo de variable	Dimensión de la variable
1. Indicadores sociales	Cualitativa-Cuantitativa	Personas emprendedoras y microempresarios.

2. Indicadores económicos	Cualitativa-Cuantitativa	Desarrollo económico, crecimiento económico.
3. Permanencia microempresarios	Cualitativa-Cuantitativa	Desarrollo empresarial, habilidad empresarial
4. Estrategia comercial	Cualitativa-Cuantitativa	Desarrollo comercial, crecimiento comercial.
Preguntas secundarias:	Objetivos específicos:	Método e instrumento
¿Cuántas microempresas existen en el área de estudio?	Categorizar los distintos tipos de microempresas existentes en el poblado de Jicaral, del distrito de Lepanto, cantón central de la provincia de Puntarenas.	Recolección de datos mediante entrevistas y encuestas por medio de la herramienta de Google Forms para registrar los datos que se obtienen.
¿Cuántas microempresas se encuentran inscritas en las instituciones correspondientes? ¿Cuántas categorías de microempresas hay en el área de estudio?		
¿Cuántos años llevan creadas las microempresas?		

¿Cuántos empleados tienen las microempresas? ¿De cuáles edades es el rango de empleados? ¿Cuánto es el gasto mensualmente de la microempresa? ¿Cuánta venta hacen al mes? ¿Cuáles fechas es donde más venden? ¿Hasta qué nivel educativo tienen los microempresarios? ¿Cuáles dificultades se presentan para mantener las microempresas?

Identificar los

indicadores sociales y económicos que inciden en el desarrollo y permanencia por medio de encuestas aplicadas a los microempresarios.

Recolección de datos

mediante encuestas por medio de la herramienta

Google Forms para registrar

los datos que se obtienen.

¿Cuáles son las estrategias de los microempresarios para el desarrollo de las microempresas? ¿Cuánta habilidad tienen para desarrollar estrategias? ¿mantienen estrategias por temporadas?

Estudiar las estrategias

empleadas por los microempresarios para el desarrollo comercial de las microempresas en el poblado de Jicaral por medio de entrevistas.

Por medio de entrevistas a microempresarios o

encargados administrativos de la pyme e investigaciones en Internet, libros, revistas, entre otros.

¿Cómo se mantiene actualmente el desarrollo comercial?	Recomendar estrategias de sostenibilidad	Recolección de datos por
	comercial en general, para las microempresas del poblado de Jicaral, lo que propicia la permanencia del microempresario.	medio de documentos e investigación, exploración y observación en el sector, para formular datos estratégicos.

Indicadores de las variables

Horas trabajadas	Microempresas al día	Salarios de los empleados
Edades de los microempresarios	Años cumplidos de las microempresas	Microempresas familiares
Situación laboral	Estrategias para el desarrollo económico	Microempresas administradas por otros
Cantidad de estrategias para el desarrollo	Cantidad de horas de capacitación	Acciones por realizar debido a la situación económica
Cantidad de colaboradores	Establecimientos propios	Cantidad de microempresas por oportunidades

Cantidad de microempresas Establecimientos
por necesidad alquilados

Cantidad de microempresas Préstamos para sostener
por herencia familiar la microempresa

Nota: Elaboración propia, mediante esta tabla se muestran los distintos indicadores de la investigación que se abordan. Lo anterior tiene el fin de entender los objetivos y la pregunta de investigación.

Figura 1
Cronograma: recopilación de datos
Recopilación de información

Cronograma de Actividades : Recopilacion de Informacion																																
Actividades	jun-23				jul-23				ago-23				sep-23				oct-23				nov-23				dic-23							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Concertacion de lista de los microempresarios para ser partícipes en la investigación.																																
Programacion de visitas, entrevistas y observacion de campo.																																
Aplicación de cuestionario u otras instrumentos de recopilacion de datos.																																
Recopilacion de cuestionario y otra informacion																																
Clasificacion de la informacion																																
Analisis de la informacion																																

Nota: Elaboración propia, recopilación de información del trabajo de investigación.

Tabla 34
Cronograma de actividades para finalizar el trabajo final de graduación

Apartado	Terminado	Pendiente	Porcentaje de avance	Tiempo estimado	Fecha de ejecución estimada	Observaciones
Análisis de información de resultado.	X		100 %	14 días	26-08-2024 al 07-03-2024	
Conclusiones y recomendaciones.	X		100 %	8 días	08-09-2024 al 15-09-2024	
Revisión lector interno: Lic. Christian Porras Fernández.	X		100 %	5 días	16-09-2024 al 20-09-2024	
Revisión de APA	X		100 %	5 días	21-09-2024 al 25-09-2024	
Revisión del documento por parte del tutor: Lic. Otto Manuel Arroyo Quesada.	X		100 %	15 días	26-09-2024 al 10-10-2024	
Revisión lectora externa: Teresa Villalobos Zúñiga.	X		100 %	5 días	11-10-2024 al 15-10-2024	
Revisión del filólogo.	X		100 %	12 días	16-10-2024 al 28-10-2024	
Tiempo para corregir observaciones de lectores y filólogo en caso de existir.	X		100 %	4 días	29-10-2024 al 01-11-2024	
Documentación y solicitud de fechas para defensa oral y pública.	X		100 %	10 días	02-11-2024 al 21-04-2025	

Nota: Elaboración propia, el documento final de la investigación está pendiente en los siguientes apartados, los cuales se especifican para su debida ejecución según el cronograma.

2.9 Etapas de la investigación

2.9.1 Diseño y aplicación de los instrumentos de recolección de datos

Enseguida, se presentan los diseños de los instrumentos que se aplican en el estudio, junto con la información correspondiente, sobre los microempresarios y sus respectivas microempresas establecidas en el poblado de Jicaral centro.

La finalidad es recolectar la información necesaria para conocer los indicadores sociales y económicos que se relacionan con el crecimiento de estos establecimientos, así como estimar el tiempo de duración del proyecto investigativo y su proceso. Por lo tanto, se desarrollan de la siguiente manera.

2.9.2 Diseño de instrumentos de recolección de datos

Los instrumentos de investigación se basan en la entrevista y en encuestas, con el fin de que puedan aplicarse de manera rápida y efectiva. Las entrevistas tienen como objetivo dialogar de forma profunda sobre la información de los microempresarios entrevistados, esto permite que las respuestas sean más amplias.

Los diseños de ambos instrumentos se elaboraron de acuerdo con las variables de la investigación. Esto con el objetivo de mantener un control de la información y, sin duda, un orden que permita su comprensión por parte de los microempresarios.

El cuestionario se desarrolla en función de las variables, por lo tanto, se dividió en tres módulos: categorización de las microempresas, indicadores sociales e indicadores

económicos. El diseño de la entrevista se basa en el objetivo n.º 4. Las preguntas buscan conocer las estrategias y el desarrollo que implementan las microempresas.

2.9.3 Período de aplicación del instrumento

El período de aplicación de los instrumentos se pretende realizar en un lapso de 4 meses, que comienza en septiembre del 2023 y finaliza en diciembre de 2023, ya que se deben coordinar citas para las entrevistas y encuestas a los microempresarios.

2.10 Procesamiento y análisis de datos

Para llevar a cabo la investigación, es importante mencionar cómo se estructurarán los datos y los resultados, mediante los siguientes puntos:

2.10.1 Procesamiento de datos

Los instrumentos de entrevista y encuesta se aplicarán, conjuntamente, a cada uno de los propietarios o administradores de las microempresas, con el fin de generar confianza y delimitar el tiempo de colaboración al aplicar dichos instrumentos.

Las encuestas se realizan utilizando Google Forms y para que la persona encuestada acceda al formulario se envía un enlace, mediante la aplicación de WhatsApp. Esto se debe a que, a través de la exploración, se obtuvieron datos sobre la comunicación entre las personas investigadoras y los microempresarios que colaborarán en el proyecto. Además, Google permite guardar todos los datos recolectados, así como cuantificarlos y graficarlos, con el fin de entender y evaluar las respuestas e implementar un análisis correspondiente y real.

2.10.2 *Análisis de la información*

Según las preguntas formuladas, los resultados se representarán en porcentajes y gráficos circulares, de acuerdo con la encuesta. Las entrevistas se analizan de manera cualitativa, ya que se desarrollan de forma presencial, utilizando material físico para aplicar el instrumento y analizar cada una de las respuestas de los microempresarios.

2.11 Diseño de instrumentos

Para el diseño de la encuesta se presenta en Google Forms. La categoría de las preguntas se basa en los tres primeros objetivos de la investigación y se dividen en tres módulos, haciendo alusión a los indicadores:

Como primer título, se debe incluir el nombre de la institución, que es la Universidad Técnica Nacional. En el segundo párrafo, se indica el propósito de la investigación y el tema. Como tercera parte, se proporcionan las instrucciones para completar la encuesta.

Ahora bien, se inicia el primer módulo, *Categorización de las microempresas*. Las preguntas se basan en la recolección de datos generales sobre las microempresas, como: la categoría de la microempresa, los años desde su apertura, entre otros aspectos. Algunas de las preguntas por realizar son las siguientes:

- ¿Cómo se categoriza la microempresa?
- ¿Cuántos años tiene la microempresa?
- ¿Es un modelo formal o informal?
- ¿Con cuántos empleados cuenta la microempresa?

- ¿La microempresa es de índole familiar?

Para el segundo módulo, se enfoca en los indicadores sociales, con el fin de obtener información específica de los microempresarios y del entorno social en donde se desarrolla la microempresa.

Las preguntas se centrarán en el rango de edad, el género del microempresario, las oportunidades de mercado y si han aprovechado las redes de apoyo, entre otras cuestiones, se relacionan con el indicador social, vinculado a la investigación. Algunas de las preguntas del módulo II son las siguientes:

- ¿Tiene usted conocimiento en gestión empresarial?
- ¿Cuáles considera que son los principales obstáculos para el desarrollo y la permanencia de las microempresas en su área?
- ¿Está involucrado en alguna red de emprendedores o asociaciones empresariales en su área local?
- Género del emprendedor:
- Indique el nivel académico que posee.
- Edad: ¿En qué rango de edad se encuentra?

Ahora bien, para el tercer módulo sobre indicadores económicos se pretende recolectar datos sobre los obstáculos financieros que enfrenta la microempresa. Algunas preguntas se enfocan en el período comprendido entre el año 2022 y el 2023, que se generan

como un medio de comparación para adquirir conocimientos y servir de soporte para la entrevista. Ciertas de las preguntas que se pretenden realizar son las siguientes:

- ¿El local se alquila o es propio?
- ¿Las ventas en el año 2023 fueron mejores que en el año 2022?
- ¿Los gastos en el año 2023 incrementaron más que en el año 2022?
- ¿Ha tenido dificultades económicas para mantener la microempresa durante el año 2023?
- Costos: ¿Cuáles son los principales costos operativos que enfrenta su microempresa?

Para el diseño de la entrevista, se consideran los objetivos tres y cuatro de la investigación, con el fin de recolectar datos sobre la visión o estrategias empleadas para el desarrollo y permanencia de las microempresas.

Algunas de las preguntas que se realizan a los microempresarios tienen como finalidad enfocar las respuestas para obtener resultados más eficientes en el proyecto investigativo y conocer un poco más sobre la idea de comercio en las microempresas. Ciertas de las preguntas por realizar son las siguientes:

- ¿Por qué nació su idea de negocio?
- ¿Cuáles recursos considera necesarios para desarrollar más la pyme?
- ¿Cuenta la empresa con una misión y una visión?
- ¿La empresa cuenta con metas a largo y corto plazo? Podría proporcionar un ejemplo.

CAPÍTULO IV

4.1 PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Este estudio tiene como objetivo, recaudar información sobre las barreras que se presentan para implementar y formalizar microempresas, ya que siempre se observó que los negocios experimentan cambios, pero las zonas rurales son las más afectadas por su limitada capacidad de comercialización.

Toda la información recaudada se genera a través de encuestas y algunas entrevistas que se hicieron a los microempresarios.

Se realizan encuestas, cuyas preguntas se dividen en función de los objetivos y variables que se relacionan con la categorización de las microempresas. Se busca conocer el porqué inició un negocio, ya sea por tradición familiar, necesidad o alguna oportunidad.

Además, se incluyen preguntas que permiten obtener una visión sobre la cantidad de empleados, la formalidad o informalidad de los negocios y si cuentan con metas en el futuro. Un aspecto muy importante por destacar es el total de años de operación, lo cual permitirá evaluar el avance alcanzado hasta el 2023.

En el segundo módulo de la entrevista se presentan los indicadores sociales, los cuales se basan en el rango de edad de los microempresarios, el nivel académico, el género y si mantienen alguna meta en el futuro sobre sus negocios. Estas preguntas ayudan a conocer al empresario y a visualizar mejores conclusiones en la investigación.

Por último, en el módulo tres sobre los indicadores económicos es importante destacar las principales barreras que se presentaron y cuáles enfrentan constantemente los

microempresarios. De esta forma, se busca conocer lo que les impide crecer en el ámbito profesional y personal.

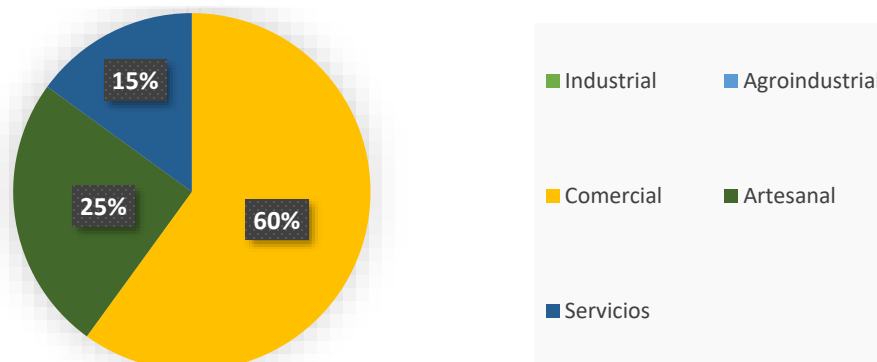
Las preguntas se han formulado de manera general y no incluyen datos numéricos para evitar impedimentos en las respuestas, pero logran cumplir su objetivo principal, el cual es identificar las limitaciones de las microempresas para su permanencia en el mercado.

En este caso, se indaga sobre cuántos locales son propios y cuántos alquilados. Normalmente, los negocios deben registrar datos sobre su desempeño en años anteriores y las preguntas se utilizan para analizar si los emprendedores llevan un control adecuado sobre las microempresas, esto es fundamental para su permanencia y mejora en todos los aspectos, para enfrentar los cambios en el mercado y poder enfrentar cada golpe negativo que afecte a los comercios.

4.2 Hallazgos correspondientes a la variable: tipo de microempresarios del objetivo n.º 1

En el presente apartado se presentan y analizan los resultados. mediante el instrumento de la entrevista, que se aplicó a veinte microempresas que colaboraron con la investigación en el poblado de Jicaral, del distrito de Lepanto, del cantón central de la provincia de Puntarenas.

Gráfico 1
Jicaral: categoría de las microempresas
Al 31 de diciembre de 2023



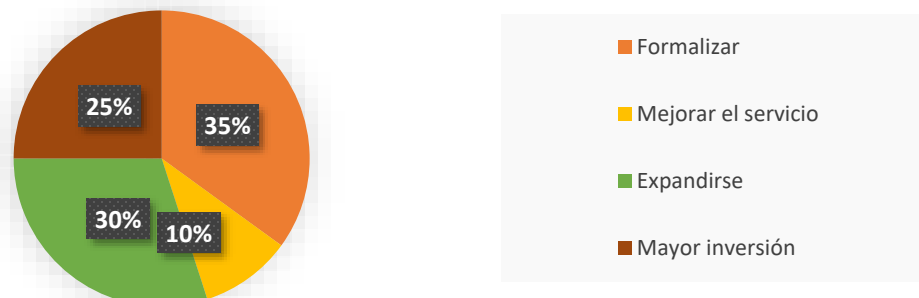
Nota: Elaboración propia, 2024

Análisis

Tal como se muestra en el Gráfico 1, la consulta corresponde a conocer cómo se categoriza la microempresa. Se pudo determinar que el 60% de las microempresas indica que pertenecen a una categoría comercial, un 25% corresponde a una categoría artesanal y otro 15% se clasifica como categoría de servicio.

No se registraron respuestas que indiquen la existencia de microempresas con categoría industrial o agroindustrial, presentando un 0 % en ambas. De acuerdo con los resultados, se puede afirmar que, aunque el poblado de Jicaral se caracteriza como una zona rural, la mayoría de las actividades económicas son comercios minoristas, los cuales surgen por los cambios económicos y las necesidades sociales. En este caso, ambas categorías se justifican por la demanda de productos o servicios y se ha debilitado la dependencia de la agricultura en la zona.

Gráfico 2
Jicaral: perspectivas de crecimiento para las microempresas
Al 31 de diciembre de 2023



Nota: Elaboración propia, 2024

Análisis

Con respecto a la pregunta sobre las perspectivas de crecimiento para la microempresa en los próximos años, se obtuvo que un 35 % busca la formalización, un 30% desea expandirse a diferentes zonas, un 25% indica que prefiere una mayor inversión en la microempresa y un 10% aspira a mejorar el servicio que se ofrece para atraer más clientes. Un aspecto muy importante por identificar es que la mejora del servicio para atraer clientes obtuvo el porcentaje más bajo.

Es fundamental destacar que, los clientes son un pilar esencial de una microempresa, ya que sin ellos no habría ingresos ni posibilidades de crecimiento. Por lo tanto, las demás respuestas pueden ser más difíciles de adquirir, mejorar el servicio atrae posibles embajadores de marca y en comunidades pequeñas como Jicaral, donde la reputación de un servicio o comercio es crucial para el desarrollo.

Gráfico 3
Jicaral: cantidad de años de las microempresas
Al 31 de diciembre de 2023



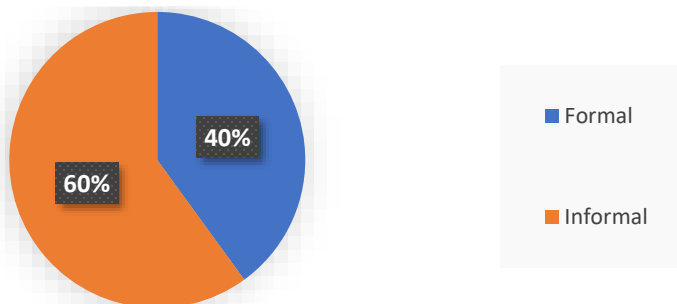
Nota: Elaboración propia, 2024

Análisis

El gráfico muestra los resultados de una encuesta aplicada a las personas colaboradoras de las microempresas, en la cual se consultó la cantidad de años que tiene cada una. De las 20 microempresas, una lleva más de 22 años manteniéndose en la zona, otra tiene 15 años de existencia, pero, la mayoría oscila entre 3 y 4 años de existir, período que coincide con el tiempo de la COVID-19 y finales de la pandemia.

Este análisis comprende cómo se distribuye la antigüedad de las microempresas y cómo se refleja en el sondeo. Se interpreta que los comercios con menos de 3 años se crearon en momentos de crisis para levantar la economía, en ese momento, no era la mejor, debido a los diversos problemas que se desarrollaron a causa de la pandemia. Por otro lado, los comercios con más de 4 años pudieron haber surgido a partir de alguna oportunidad que lograron visualizar en ese instante, aunque no se descarta la necesidad de estos comercios de contar con mayor tiempo de operación.

Gráfico 4
Jicaral: tipo de modelo de la microempresa: formal o informal
Al 31 de diciembre de 2023



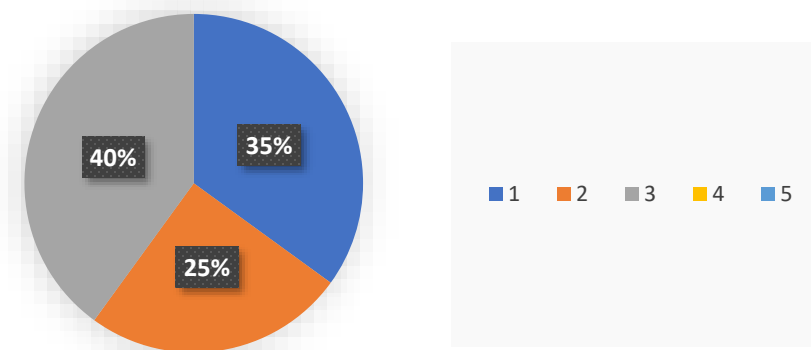
Nota: Elaboración propia, 2024

Análisis

Con esta pregunta fue posible determinar si la microempresa es un modelo formal o informal. Se concluye que la mayoría, con un 60 %, son informales, mientras que un 40 % corresponde a formales. La mayoría de las respuestas se inclinan hacia el carácter informal, ya que los procesos para el registro de microempresas pueden ser largos y confusos para aquellos que no tienen experiencia previa o información clara y accesible.

Además, se presenta la dificultad de los costos, que se relacionan con la formalización, estos pueden ser elevados para las microempresas con recursos limitados, así como el cumplimiento de obligaciones fiscales. Solo el 40 % de las personas encuestadas cuenta con permisos; sin embargo, la mayoría lleva tiempo realizando una actividad comercial, por lo tanto, es importante la formalización, para evitar problemas. Se refleja una cultura en donde la informalidad está tan arraigada que parece una mejor opción y se observa cómo otros comercios sobreviven sin formalizar. Aunque la formalización sea una prioridad, este 60 % no lo ha logrado.

Gráfico 5
Jicaral: cantidad de empleados de la microempresa
Al 31 de diciembre de 2023



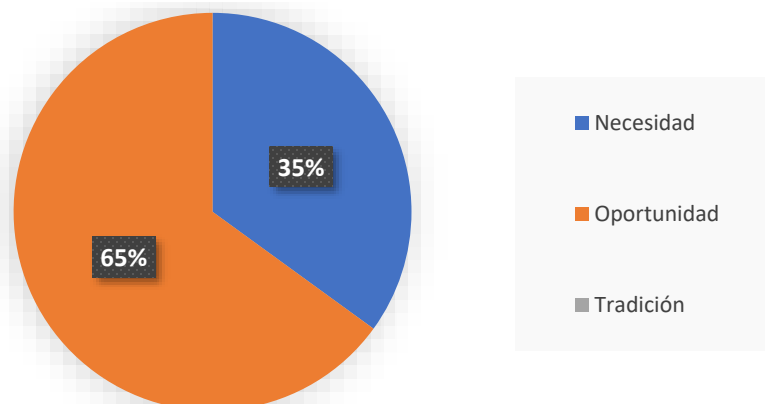
Nota: Elaboración propia, 2024

Análisis

El gráfico muestra el número de empleados que integran la microempresa. Se indica que la mayor parte cuenta con 2 colaboradores, representando un 40 %; a continuación, un 35 % corresponde a microempresas con un solo empleado, quien se reconoce como el creador de esta. Por último, un 25 % de las microempresas tiene tres empleados. No hay datos que indiquen la existencia de microempresas con más de 4 a 5 empleados, por lo que se mantienen en 0 %.

Tener pocos empleados puede influir en el nivel de crecimiento de una microempresa, tanto de manera positiva, como negativa; todo depende de la gestión del negocio, que influye directamente en el emprendedor. Otro análisis por resaltar es que las microempresas son generadoras de empleo, pero en el caso del poblado de Jicaral, esta generación es escasa. De 20 microempresas, ninguna cuenta con más de 3 colaboradores, lo que establece un límite en el desarrollo de empleos en la zona.

Gráfico 6
Jicaral: elecciones específicas sobre la creación de las microempresas
Al 31 de diciembre de 2023



Nota: Elaboración propia, 2024

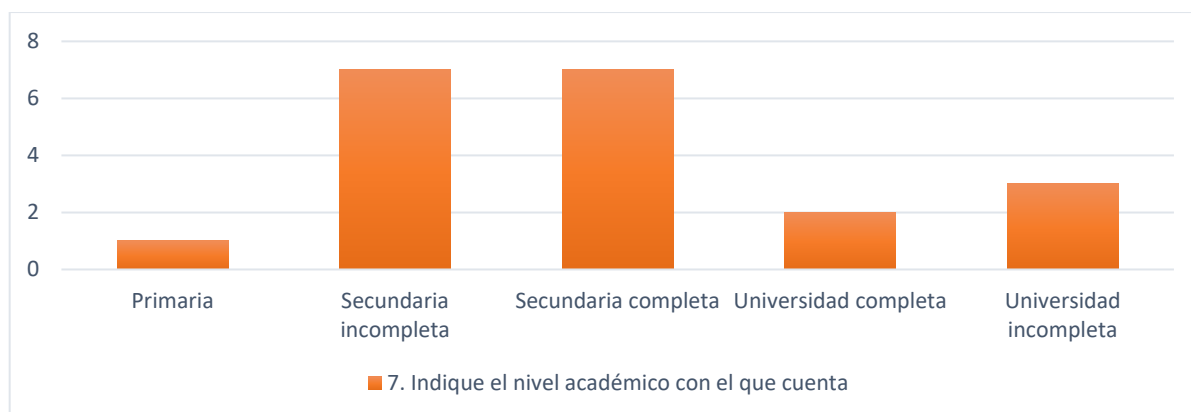
Análisis

El gráfico muestra las razones que llevaron a crear la microempresa. Se observa que un 0 % de las personas encuestadas lo atribuye a la tradición, mientras que, un 35 % señala que surgió al visualizar oportunidades en la zona. La mayoría de las respuestas, un 65 %, indica que la microempresa se creó por necesidad, debido a que muchas de ellas surgieron durante la pandemia, cuando varios trabajadores desempleados se vieron obligados a emprender.

Las microempresas que surgen por necesidad se establecen como una forma de subsistir ante la falta de posibilidades, mientras que aquellas que se crean por parte de oportunidad aprovechan el mercado como respuesta a situaciones de crisis. En este caso existen diversas necesidades propias de una zona rural, como la crisis económica provocada por la pandemia, la ausencia de empleos y los escasos ingresos.

4.3 Hallazgos correspondientes a la variable: indicadores sociales objetivo n.º 2

Gráfico 7
Jicaral: nivel académico de los microempresarios
Al 31 de diciembre de 2023



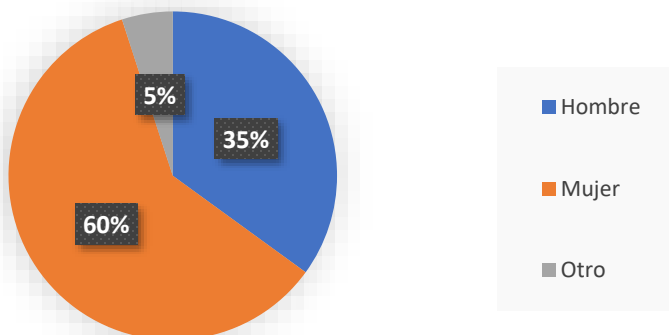
Nota: Elaboración propia, 2024

Análisis

En relación con la pregunta sobre el nivel académico, se obtuvo que hay una persona con un nivel académico de primaria, siete personas con un nivel académico de secundaria incompleta y, de igual manera, siete personas con secundaria completa, dos personas con un nivel académico universitario completo y tres personas con universidad incompleta.

El estudio es importante para el microempresario, porque proporciona herramientas y conocimientos que ayudan en la gestión y crecimiento del comercio. Aunque no es un requisito, la educación puede marcar una diferencia en la toma de decisiones y en la sostenibilidad de la microempresa. La mayor parte de los emprendedores mantiene un nivel educativo de secundaria.

Gráfico 8
Jicaral: género del microempresario
Al 31 de diciembre de 2023

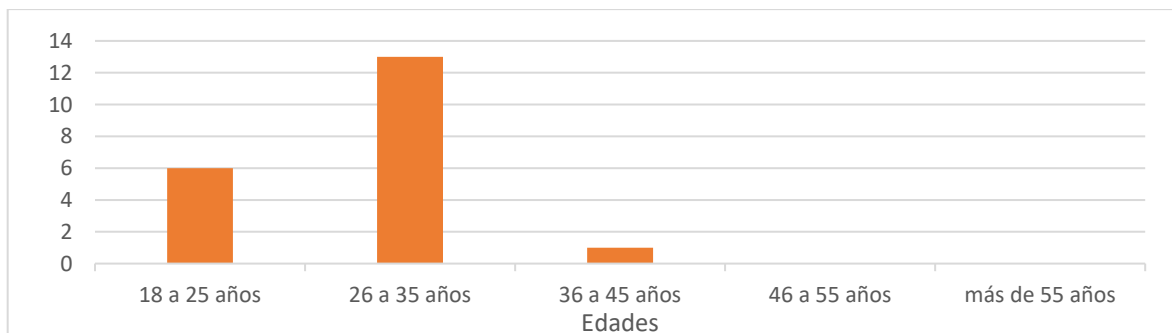


Nota: Elaboración propia, 2024

Análisis

Según la información obtenida de las entrevistas, un 60 % de los emprendedores son mujeres, mientras que, el 35 % restante se concentra en hombres y el 5 % no se identifica con un género específico. El aumento de las mujeres emprendedoras puede deberse a una combinación de factores sociales, culturales y económicos. De igual manera, estos factores también contribuyen a la disminución de emprendedores hombres. Emprender es una forma de generar ingresos propios y de administrar horarios para equilibrar el trabajo con la vida personal o familiar. Varias emprendedoras ingresaron a la actividad económica a partir de sus talentos o conocimientos en áreas como la cocina, la moda y la artesanía, mientras que los hombres, en muchas ocasiones, prefieren la estabilidad económica.

Gráfico 9
Jicaral: rango de edad de los microempresarios
Al 31 de diciembre de 2023



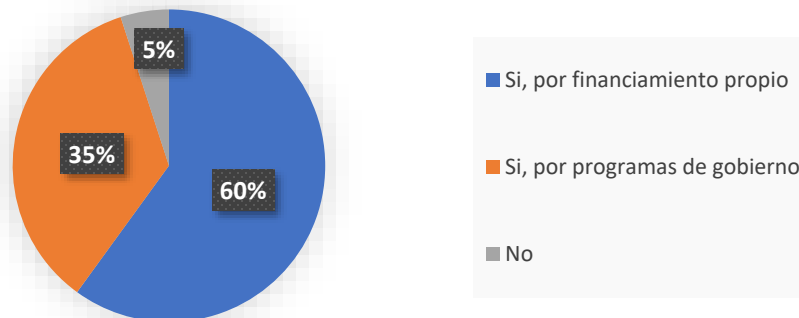
Nota: Elaboración propia, 2024

Análisis

La gráfica muestra el rango de edad de las personas y se observa que la mayoría de los emprendedores se encuentra entre los 26 y 35 años. Normalmente, a esta edad, muchas personas buscan la independencia económica y profesional, lo que impulsa su motivación para crear negocios. En esta etapa, se experimenta menos miedo al fracaso y también se manifiesta una mayor fluidez en la creatividad e innovación. Por otra parte, existe la dificultad para encontrar empleo en una zona rural.

La mayor parte de los microempresarios se concentra en un nivel de estudio medio y emprender o elaborar negocios se presenta como una alternativa para generar proyectos e ingresos propios. A continuación, se encuentra la franja de edad de 18 a 25 años, aunque son edades más tempranas, se observan las mismas tendencias. Por último, la franja de edad de 36 a 45 años no se refleja significativamente en las respuestas.

Gráfico 10
Jicaral: nivel de conocimiento de los microempresarios en gestión empresarial
Al 31 de diciembre de 2023



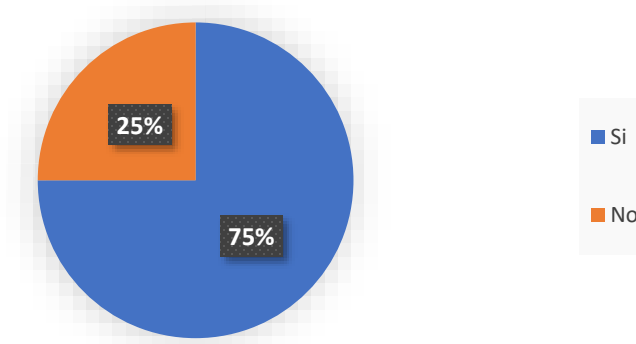
Nota: Elaboración propia, 2024

Análisis

Según el gráfico anterior, se observa que un 60 % de las personas encuestadas tiene conocimiento en gestión empresarial y ha contado con su propio financiamiento, lo que les ha permitido desarrollar habilidades para administrar una microempresa. Por otra parte, el 35 % ha participado en programas gubernamentales que indicaron haber recibido un proceso de inducción para adquirir conocimientos en el área. Finalmente, el 5 % no ha recibido ningún tipo de colaboración ni posee conocimientos para administrar una empresa.

La gestión empresarial contribuye a organizar, planificar, dirigir y controlar los recursos de un comercio; es un conocimiento básico que se debe adquirir. Sin embargo, también es necesario contar con otros conocimientos, como contabilidad, finanzas y estudio de mercados, entre otros temas, para orientar adecuadamente a una microempresa.

Gráfico 11
Jicaral: acceso a servicios financieros a la microempresa
Al 31 de diciembre de 2023



Nota: Elaboración propia, 2024

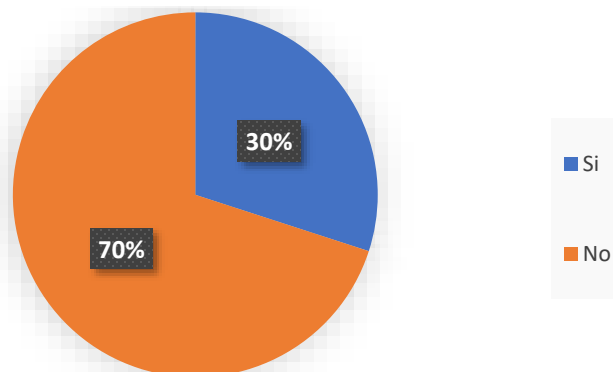
Análisis

Una estructura financiera clara y definida es fundamental para el buen funcionamiento de la microempresa y para cumplir con los objetivos estratégicos.

Como se muestra en el gráfico, se consultó a los microempresarios sobre su acceso a servicios financieros y los resultados destacaron que un 75 % de ellos indicó tenerlo, sin embargo, un 25 % manifestó no tener claridad sobre los servicios financieros.

Actualmente, existen muchas instituciones que apoyan a las microempresas para que logren desarrollarse. Un gran ejemplo es que la mayoría de las personas encuestadas admite haber tenido acceso financiero, lo cual ha permitido el crecimiento y desarrollo de la microempresa.

Gráfico 12
Jicaral: segundo ingreso de los microempresarios
Al 31 de diciembre de 2023



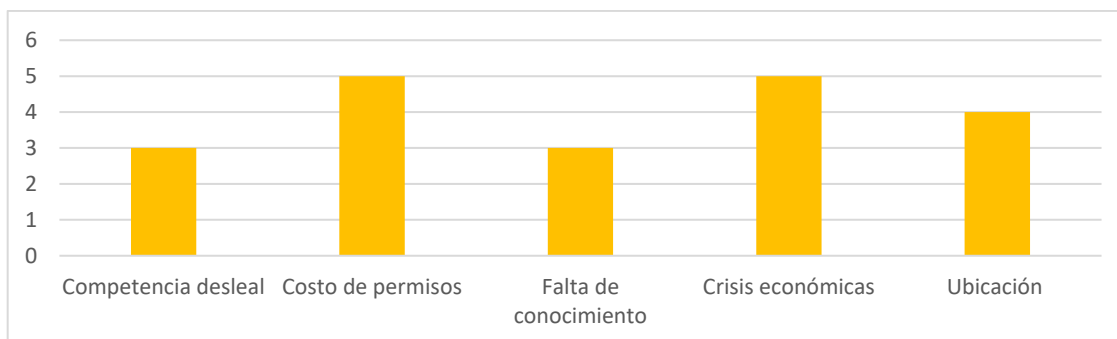
Nota: Elaboración propia, 2024

Análisis

Según el gráfico anterior, del 100 % de las personas encuestadas, un 70 % respondió que no tiene un segundo ingreso y solo cuenta con el capital necesario. El 30 % restante indicó que sí cuenta con un segundo ingreso, el cual puede considerarse una estrategia inteligente para diversificar las fuentes de dinero y reducir los riesgos de dependencia financiera. Sin embargo, el 70 % de los microempresarios solo mantiene los ingresos que se obtienen a través de lo que generan los comercios.

Esto puede representar una debilidad, pero con una buena dirección se puede mitigar la necesidad de otras fuentes de ingresos.

Gráfico 13
Jicaral: principales obstáculos para el desarrollo y la permanencia de las
microempresas
Al 31 de diciembre de 2023



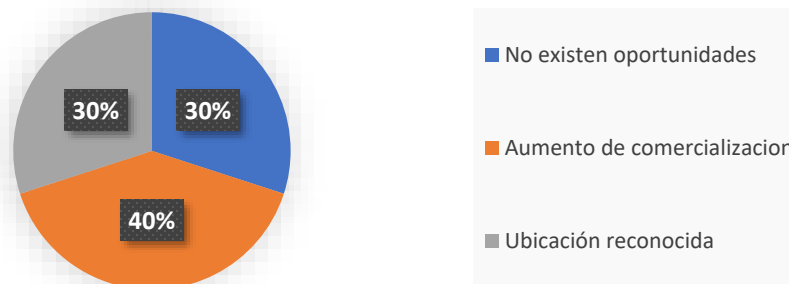
Nota: Elaboración propia, 2024

Análisis

La gráfica muestra varios obstáculos principales que se consideraron en las entrevistas realizadas. Se observa que el costo de los permisos y la crisis económica se perciben como los mayores obstáculos en la zona. Enseguida, se encuentra la ubicación, ya que se reconoce como un lugar de paso para los turistas. Otros obstáculos incluyen la competencia desleal y la falta de conocimiento que afecta a las microempresas en el ámbito económico.

Al analizar el costo de los permisos para la formalización y las crisis económicas, se destaca que la mayoría de las microempresas operan de manera informal y un segundo ingreso puede representar una oportunidad de mejora para el comercio. La necesidad de abordar ambos obstáculos se ha reflejado en preguntas anteriores, lo cual demuestra una coherencia y un problema colectivo en las microempresas del poblado de Jicaral.

Gráfico 14
Jicaral: oportunidades de mercado que se identificaron en el área local para el crecimiento de las microempresas
Al 31 de diciembre de 2023



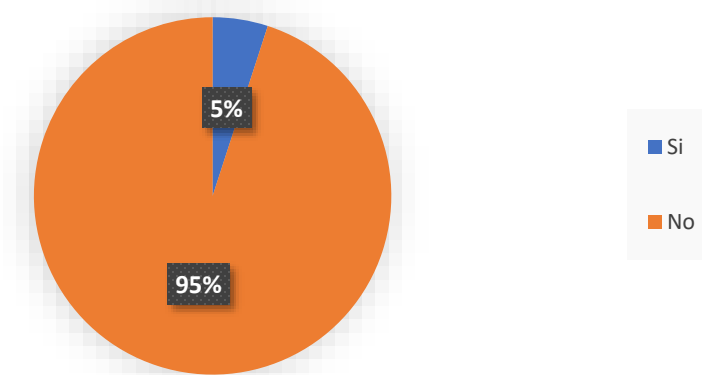
Nota: Elaboración propia, 2024

Análisis

En relación con la pregunta sobre las oportunidades que existen en el área local, se obtuvo que un 40 % de las personas considera que hay un aumento en la comercialización para el crecimiento de la microempresa, un 30 % de las personas afirma que no existen posibilidades y, de igual manera, un 30 % menciona la ubicación reconocida, ya que solo se conoce por ser una zona de paso para los turistas. Sin embargo, esto representa una ventaja, debido a que se encuentra en medio de una carretera bastante transitada.

La mayoría percibe como una oportunidad el incremento de la comercialización, aunque puede resultar complicado, pues al ser una zona turística, muchos negocios pueden enfrentar momentos de dificultad. Por este motivo, podría haber una mayor cantidad de negocios y una escasa demanda de productos y la baja tasa de empleo puede contribuir a menores ingresos.

Gráfico 15
Jicaral: cantidad de microempresarios involucrados en alguna red de emprendedores o asociaciones empresariales
Al 31 de diciembre de 2023



Nota: Elaboración propia, 2024

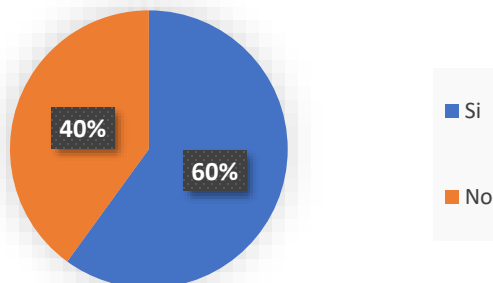
Análisis

Según el gráfico anterior, del 100 % de las personas encuestadas, un 96 % respondió que no está involucrado con alguna red de emprendedores. El 5 % restante respondió que está involucrado con alguna red de este tipo.

El poblado de Jicaral es una zona rural mediana, la mayoría de los microempresarios no mantiene una relación social entre ellos, lo cual genera menos oportunidades de crecimiento personal y empresarial. Mediante una red de emprendedores, se puede compartir conocimientos, posibilidades de colaboración, apoyo emocional y también el acceso a recursos.

4.4 Hallazgos correspondientes a la variable: indicadores económicos objetivo n.º 3

Gráfico 16
Jicaral: cantidad de locales alquilados
Al 31 de diciembre de 2023

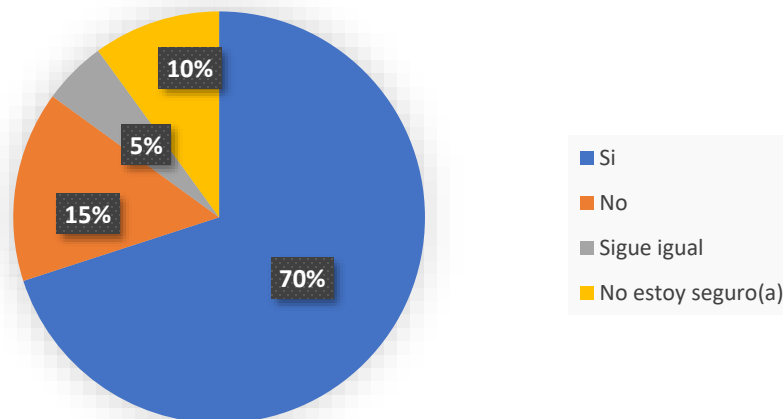


Nota: Elaboración propia, 2024

Análisis

En el gráfico anterior se muestra si el local se alquila o es propio. El 60 % de las personas encuestadas confirmó que el local está alquilado, mientras que el 40 % restante indicó que es propio. Los locales alquilados pueden definirse como un gasto mensual de alquiler y otros costos adicionales, como los servicios públicos, lo que implica una dependencia total de los propietarios y un menor control. Sin embargo, esta opción puede resultar más favorable, ya que adquirir locales propios involucra costos elevados. Además, se puede obtener flexibilidad ante cambios; si en un comercio no funciona la ubicación, este puede retirarse sin ningún problema. Asimismo, se puede iniciar una actividad comercial en un establecimiento acondicionado. Ambas opciones presentan ventajas y desventajas que deben considerarse a partir de estudios de mercado y toma de decisiones. El conocimiento en gestión empresarial permite aplicar ambos enfoques para evitar la caída de negocios debido a la inestabilidad que puede presentarse.

Gráfico 17
Jicaral: ventas del año 2023 comparadas a las ventas del año 2022
Al 31 de diciembre de 2023



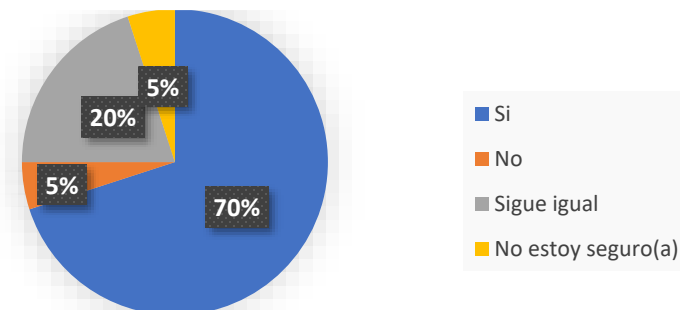
Nota: Elaboración propia, 2024

Análisis

En este análisis se examina cómo se llevan a cabo las ventas en el 2023, que ha sido mejor que el 2022. El 70 % de las personas encuestadas afirma que ha experimentado un aumento en las ventas en los últimos años, mientras que, un 15 % no ha obtenido buenos resultados en este aspecto. Además, un 10 % de las personas entrevistadas no está seguro de sus ventas. Por último, un 5 % se mantiene en la misma situación, conservando su ritmo.

Según las personas entrevistadas, las microempresas no han encontrado fácil mantenerse en el mercado, ya que se encuentran en una zona con menor demanda. Con el tiempo, han adoptado distintas estrategias para vender o promocionar productos.

Gráfico 18
Jicaral: gastos del año 2023 comparados al año 2022
Al 31 de diciembre de 2023

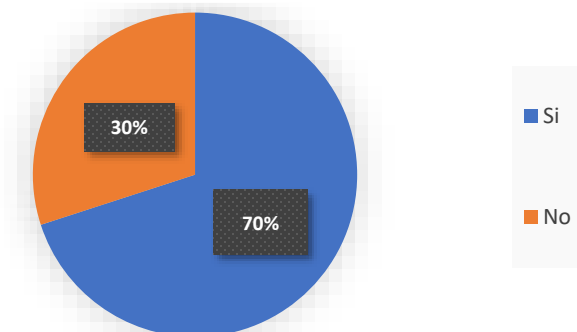


Nota: Elaboración propia, 2024

Análisis

En este análisis se examinan los gastos de las ventas en el 2023, los cuales incrementaron más que en el año 2022. El 70 % de las personas encuestadas afirma que ha experimentado un aumento en sus gastos en los últimos años, mientras que un 5 % indica que aún no ha tenido gastos en la microempresa. Asimismo, un 5 % de las personas entrevistadas no está seguro de los gastos que ha tenido la microempresa. Por último, un 20 % mantiene sus gastos al mismo ritmo. Según las personas entrevistadas, estos gastos implican un riesgo para la microempresa, ya que si no se mantiene el ritmo puede desaparecer. Existen muchos factores que contribuyen al crecimiento de los gastos en los negocios. En los últimos años, se observó un incremento generalizado de los precios de insumos, servicios y materiales debido a la inflación, lo que ha llevado a la mayoría de los comerciantes a responder que han tenido más gastos a medida que pasan los años, en función de los costos que implica tener un negocio.

Gráfico 19
Jicaral: presentación de dificultades económicas para mantener la microempresa en el
año 2023
Al 31 de diciembre de 2023



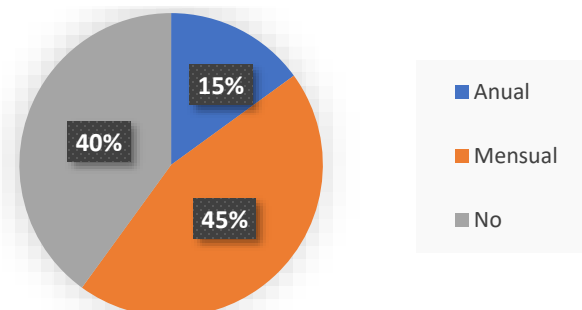
Nota: Elaboración propia, 2024

Análisis

Según el gráfico anterior sobre las dificultades que enfrentaron las microempresas en el año 2023, se observó que el 70 % de ellas experimentó problemas para mantener sus ventas, sus servicios y otros aspectos, ya que los gastos constituyen una de las dificultades más comunes que algunas microempresas encararon. Por otro lado, el 30 % indicó que no tuvo dificultades, pues contaba con algún tipo de apoyo.

En 2023, las microempresas se enfrentaron a diversos desafíos que afectaron su operatividad y crecimiento. La inflación global elevó los costos, aunque la digitalización ha avanzado, los microempresarios deben afrontar el aprendizaje que esta implica. Las dificultades económicas pueden deberse a distintos factores, pero principalmente a la falta de conocimiento en gestión empresarial, el cual es fundamental para mantener el ritmo de un negocio. No importa la cantidad de inconvenientes que se presenten; con un buen conocimiento y orden, se puede estabilizar el comercio.

Gráfico 20
Jicaral: cantidad de reportes financieros mensual o anualmente de las microempresas
Al 31 de diciembre de 2023

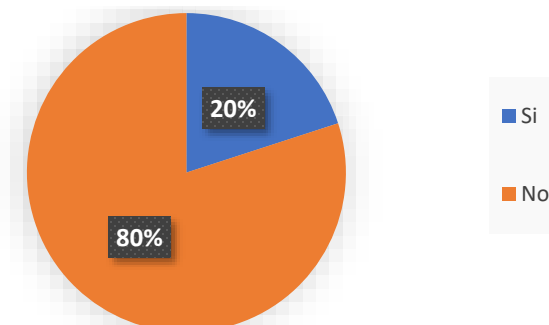


Nota: Elaboración propia, 2024

Análisis

En el gráfico anterior se destaca que el 40 % de las microempresas no lleva ningún tipo de seguimiento o reporte financiero para posibles mejoras del negocio, lo que puede constituir una debilidad, ya que se dirige un negocio a ciegas. En contraste, un 45 % presenta un mejor enfoque y muestra, mes a mes, reportes financieros, llevando una bitácora con gastos y ganancias. Además, un 15 % se dedica a comparar los reportes financieros anuales, lo que les permite visualizar y comparar las ventas y el crecimiento por año, lo que genera estrategias de mejora anualmente. El control financiero es esencial para cualquier clase de negocio, pues ayuda a anticipar problemas y aprovechar mejor las oportunidades. El 45 % de comerciantes permiten un seguimiento continuo que les proporciona una visión más detallada con base en el rendimiento financiero, mientras que el 15 % se enfoca más en la rentabilidad del negocio y en la planificación de estrategias a largo plazo. Ambos aspectos son importantes para mantener un control financiero efectivo.

Gráfico 21
Jicaral: cantidad de deudas para el desarrollo de la microempresa
Al 31 de diciembre de 2023



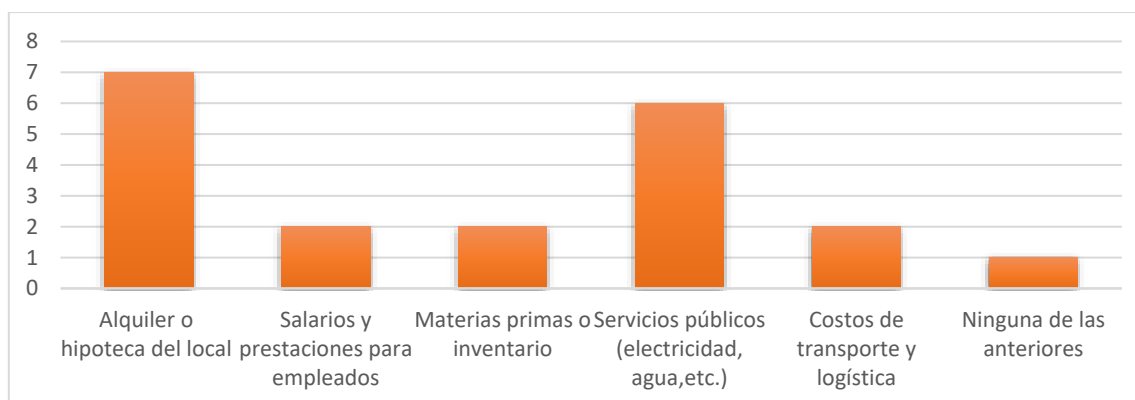
Nota: Elaboración propia, 2024

Análisis

El 80 % de las personas encuestadas considera que no tiene deudas para el desarrollo de las microempresas. Por lo tanto, se mantienen con los ingresos que se generan por el comercio y utilizan los fondos para seguir invirtiendo. En contraste, el 20 % opina que tiene deudas actualmente, las cuales utiliza como una forma de impulsar el desarrollo de la microempresa. Existen dos tipos de enfoques en el comercio: por un lado, aquellos que usan préstamos para mejorar su actividad comercial y, por otro, los emprendedores que prefieren no incurrir en deudas.

Estas microempresas, al ser de zona rural, pequeñas y con ingresos bajos, se han limitado en su capacidad para obtener ayuda financiera. Uno de los factores más comunes es la dificultad para cubrir las cuotas mensuales y las elevadas tasas de interés. A menor cantidad de deudas, menor es la posibilidad de enfrentar una crisis financiera, lo que lleva a estos emprendedores a buscar una estrategia de crecimiento más conservadora.

Gráfico 22
Jicaral: principales costos operativos que enfrentan las microempresas
Al 31 de diciembre de 2023

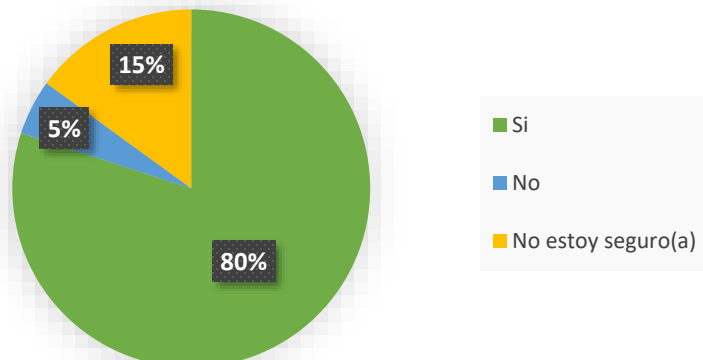


Nota: Elaboración propia, 2024

Análisis

En relación con la pregunta sobre los costos operativos que enfrentan las microempresas en la zona de Jicaral y con base en lo entrevistado, se observa en la gráfica que la mayor parte de estos costos corresponde al alquiler o hipoteca del local, seguido por los servicios públicos. A continuación, se encuentran los salarios y prestaciones para empleados, las materias primas o inventarios, así como los costos de transporte y logística. Por último, algunas microempresas indicaron que no tenían ninguno de los costos mencionados. Los mayores costos operativos son los alquileres y los servicios públicos. Por ende, es importante aplicar un análisis de punto de equilibrio para determinar el nivel de ventas necesario para cubrir estos gastos. Un análisis permite optimizar la asignación de recursos, mejorar la eficiencia y facilitar la toma de decisiones, contribuyendo a la rentabilidad y la sostenibilidad.

Gráfico 23
Jicaral: competencia directa en el sector de negocio
Al 31 de diciembre de 2023

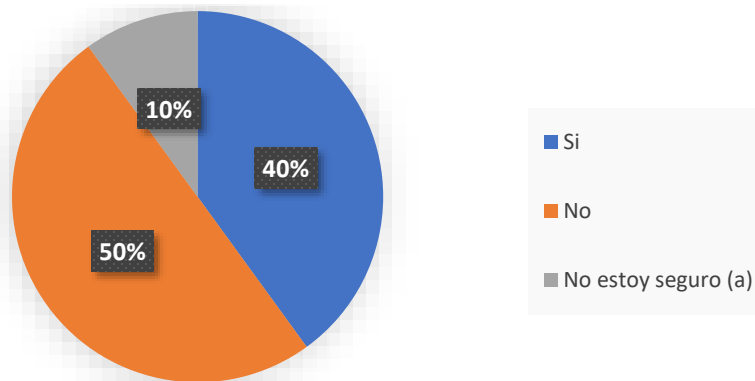


Nota: Elaboración propia, 2024

Análisis

En el Gráfico 23 se observa que el 80 % de las microempresas respondieron que, al enfrentar competencia en la zona, conocer a la competencia directa proporciona una perspectiva más completa del entorno en el que operan, lo cual es esencial para la toma de decisiones estratégicas, la optimización de recursos y, en última instancia, el fortalecimiento de su posición en el mercado. Un 5 % menciona que no tiene competencia en la zona, sin embargo, no se puede tener certeza al respecto, ya que en cada negocio siempre se presenta algún tipo de competencia, ya sea por ventas en línea o por clientes que prefieren viajar largas distancias. En este caso es importante contar con un entorno que permita el conocimiento sobre posibles competencias. Por último, al analizar la situación y la falta de conocimiento del 15 % que indica no estar seguro de si tiene competencia en el sector, se puede identificar una oportunidad para los demás comerciantes.

Gráfico 24
Jicaral: accesos a nuevos mercados para la expansión de la microempresa
Al 31 de diciembre de 2023



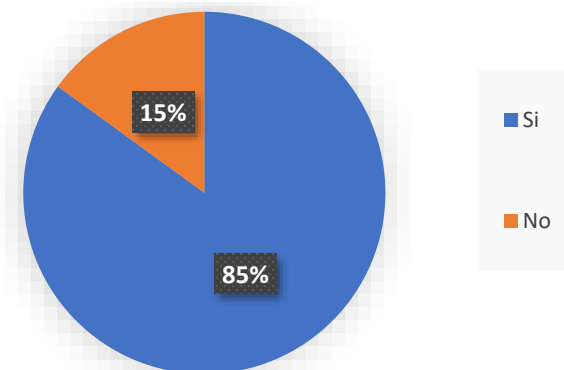
Nota: Elaboración propia, 2024

Análisis

Según la información obtenida, el 50 % de las personas encuestadas considera que no ha logrado acceder a nuevos mercados ni tener la oportunidad de expandirse. Para acceder a nuevos mercados, se necesitan clientes que generen ingresos al comercio y estos se encuentran en todas partes, sin embargo, es necesario atraerlos y buscarlos de alguna manera.

En la actualidad, se cuenta con medios digitales y tecnológicos que deben aprovecharse de forma positiva para crecer. El 40 % de los encuestados indicó que sí ha logrado expandirse a otros sectores y reconocerse en nuevos mercados a través de redes sociales o canales digitales, ya que han conseguido conectar con nuevos usuarios, lo que permite el incremento del *marketing*. Por último, el 10 % mencionó que no está seguro de expandirse a otra zona o se siente satisfecho con los ingresos que ya genera.

Gráfico 25
Jicaral: innovación o mejoras en los productos, servicios o procesos empresariales
Al 31 de diciembre de 2023



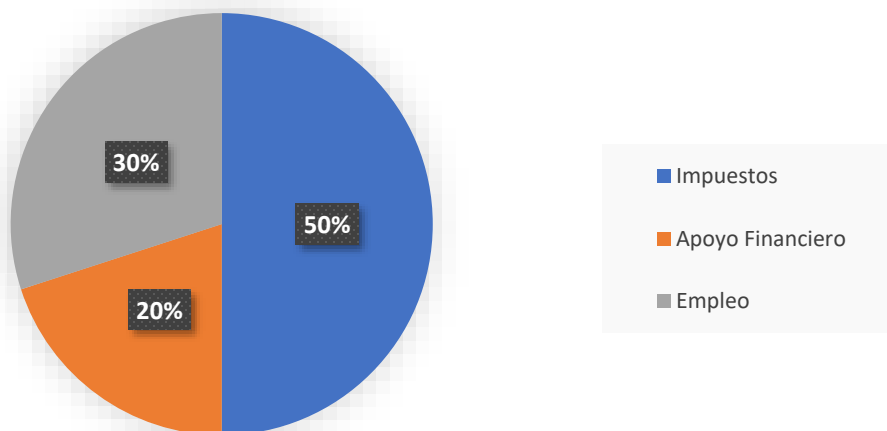
Nota: Elaboración propia, 2024

Análisis

Según el gráfico anterior, del total de las personas encuestadas, un 85 % respondió que implementó algunas estrategias de innovación para alcanzar las metas de sus objetivos. El 15 % restante indicó que no implementó ninguna estrategia de innovación y se mantiene en la misma situación en la que comenzó. Por consiguiente, es fundamental que, al implementar una innovación y mejorar los productos o servicios en la microempresa, se tengan claras las metas estratégicas que incluyen objetivos y forman parte de la filosofía empresarial.

De acuerdo con la investigación, se refleja que el rango de edad de la mayoría de los microempresarios es inferior a los 35 años, edad en la que se fortalecen nuevas ideas, se presenta una mayor adaptación al cambio y se establece una conexión más efectiva con los clientes. Lo anterior sugiere que la innovación y el nivel de edad se interrelacionan.

Gráfico 26
Jicaral: obstáculos financieros para el desarrollo y la permanencia de las microempresas en el área
Al 31 de diciembre de 2023



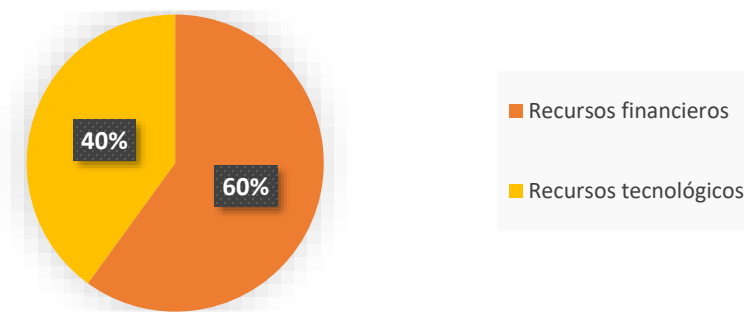
Nota: Elaboración propia, 2024

Análisis

En este análisis se examinan los principales obstáculos financieros que se presentaron en el desarrollo y la permanencia de la microempresa. Para esto se llevó a cabo una encuesta en la que se indicó que el 50 % de las personas encuestadas considera que los impuestos, ya sean municipales o del Ministerio de Salud, representan un obstáculo significativo. Los impuestos han sido un tema recurrente para los comerciantes, ya que su costo se incrementa constantemente. El 30 % de los encuestados señala que el empleo es un obstáculo que afecta la zona, pues la falta de este provoca la migración de posibles clientes. Por último, el 20 % menciona que el apoyo financiero es un problema debido a las altas tasas de interés, el perfil crediticio de los clientes y el acceso limitado a financiamiento.

4.5 Hallazgos correspondientes a la variable: permanencia microempresarial objetivo n°2

Gráfico 27
Jicaral: recursos necesarios para el desarrollo de la microempresa
Al 31 de diciembre de 2023



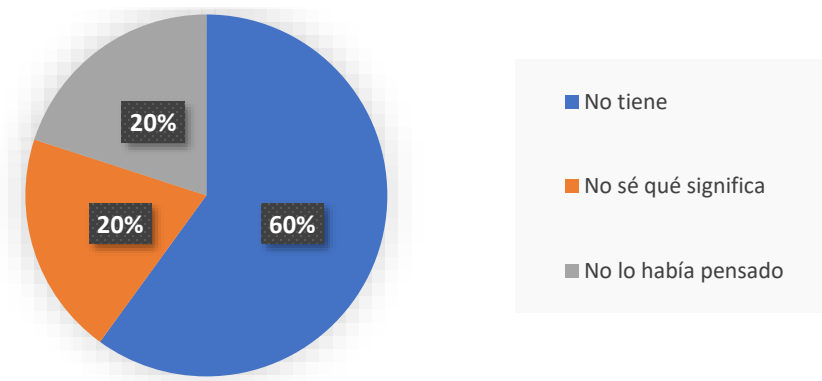
Nota: Elaboración propia, 2024

Análisis

Durante las entrevistas, los microempresarios concordaron con dos respuestas: un 60 % mencionó los recursos financieros, mientras que el 40 % se refirió a los recursos tecnológicos. Los recursos económicos abarcan diferentes puntos de vista, ya que son fundamentales para la creación, operación y crecimiento de las microempresas. Estos recursos incluyen la inversión inicial, la garantía de continuidad del comercio mediante la cobertura de los gastos operativos, la reinversión y los ahorros para imprevistos. Los recursos financieros son importantes para impulsar la estabilidad, la competitividad y el crecimiento de las microempresas, mientras que los recursos tecnológicos contribuyen a la eficiencia, la innovación y la comunicación. Por lo tanto, ambos tipos de recursos son esenciales para un microempresario.

4.6 Hallazgos correspondientes a la variable: estrategia microempresarial objetivo n.º 3

Gráfico 28
Jicaral: visión y misión según la microempresa
Al 31 de diciembre de 2023

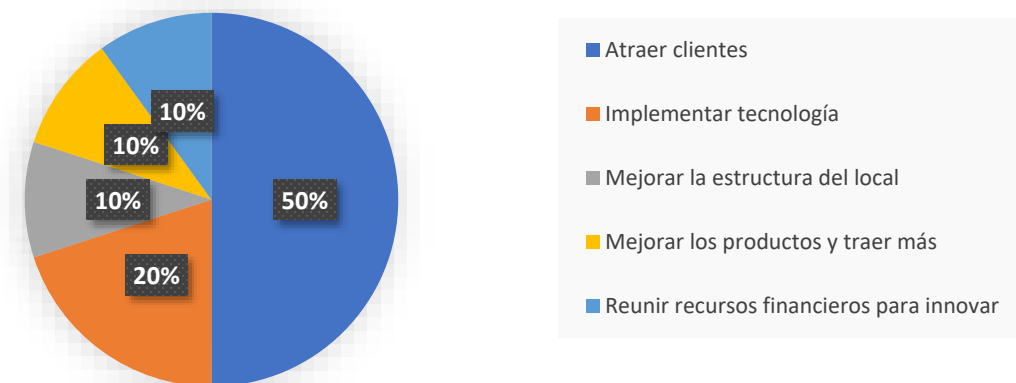


Nota: Elaboración propia.

Análisis

En cuanto a la pregunta sobre la misión y visión de la empresa, se obtuvo un 60 % de respuestas indicando que algunas no las tienen, un 20 % que no sabía qué significaba eso y otro 20 % que no ha considerado establecerlas. En este contexto es importante destacar que la misión y la visión son fundamentales para el éxito, ya que permiten instaurar una dirección y un propósito. Además, ayudan a que el comercio se diferencie en el mercado y aseguran que las estrategias y acciones estén alineadas con un objetivo claro. La visión, por otra parte, orienta hacia el crecimiento al impulsar la mejora continua y facilita la adaptación al cambio. Por lo tanto, ambas son esenciales para la sostenibilidad de la microempresa.

Gráfico 29
Jicaral: metas a largo y corto plazo según la microempresa
Al 31 de diciembre de 2023

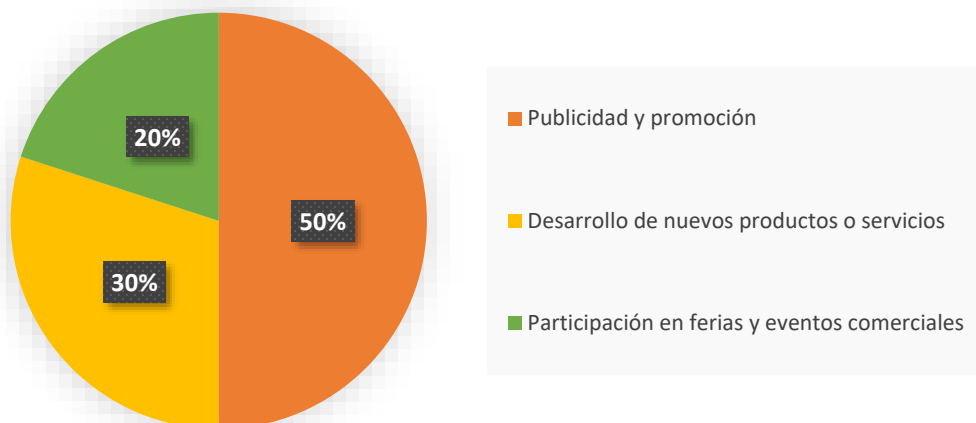


Nota: Elaboración propia, 2024

Análisis

En relación con la pregunta sobre la meta a largo y corto plazo, se obtuvo que el 50 % de las personas encuestadas considera que atraer clientes es fundamental, lo que implicaría aumentar las ventas para mejorar la facturación mensual. Un 20 % de los encuestados señala que implementar tecnología en la microempresa es esencial para optimizar el servicio de atención y fidelizar a los clientes. Un 10 % se enfoca en optimizar la estructura de algunos locales, otro 10 % en mejorar los productos y fomentar la innovación y un 10 % en reunir recursos financieros para innovar, lo cual también permite aplicar un control sobre los gastos innecesarios y aumentar la rentabilidad.

Gráfico 30
Jicaral: estrategias efectivas para impulsar el crecimiento comercial
Al 31 de diciembre de 2023



Nota: Elaboración propia, 2024

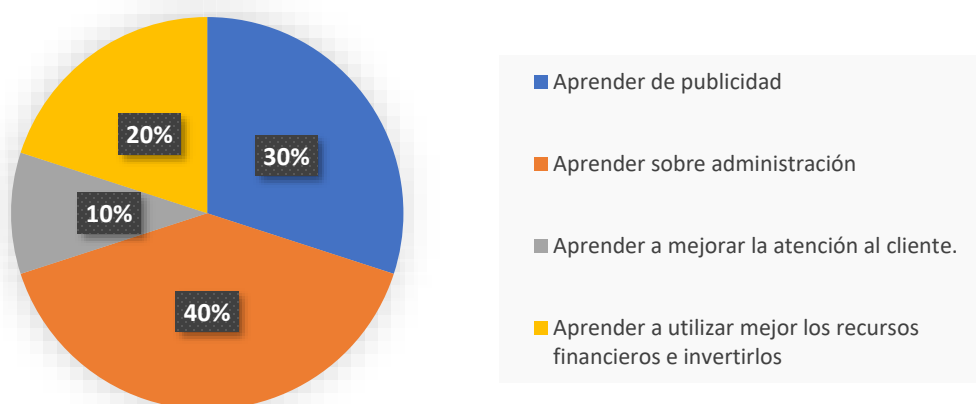
Análisis

Según la información obtenida, algunas de las estrategias más efectivas para el crecimiento de la microempresa reflejan que el 50 % elige la publicidad y la promoción, el 30 % se destina al desarrollo de nuevos productos o servicios, lo cual debe ser un proceso estratégico basado en las necesidades del mercado y el 20 % se orienta a participar en ferias y eventos comerciales, que representan una excelente oportunidad para que las microempresas aumenten su visibilidad, generen contacto con posibles clientes y expandan su mercado.

Las tres respuestas se fundamentan en maximizar oportunidades. Enfocarse en publicidad y promoción permite reconocer a la microempresa y constituye el primer paso para atraer clientes.

Posteriormente, utilizar ferias o eventos facilita el contacto directo y, por último, es fundamental mantener la calidad de los productos y servicios, así como innovar. En realidad, todas estas estrategias deben considerarse como un conjunto de factores, sin limitarse a centrarse en una sola.

Gráfico 31
Jicaral: preferencia en capacitación con base en el nivel de conocimiento según microempresarios
Al 31 de diciembre de 2023



Nota: Elaboración propia, 2024

Análisis

Según la entrevista, el 40 % de los microempresarios elige ser capacitado en administración, el 30 % desea aprender a mejorar la publicidad de los comercios, un 20 % busca adquirir conocimientos sobre la mejora de los recursos financieros y la reinversión. Por último, el 10 % se interesa en optimizar la atención al cliente. En realidad, aprender sobre administración abarca de forma básica todas las respuestas anteriores.

A través del estudio de la administración, se aprende a planificar, organizar, dirigir y controlar, además, se gestionan financieramente las estrategias de *marketing*. La

administración es todo lo que permite el crecimiento de una empresa o negocio, por lo tanto, combina conocimientos teóricos que aumentan las posibilidades de éxito.

4.7 Hallazgos correspondientes a la variable: estrategia sostenibilidad comercial 3

Las estrategias de crecimiento para microempresas deben ser específicas y estar orientadas a aumentar los ingresos.

Lo anterior tiene el fin de expandirse y obtener una posición de fortaleza en el mercado. El primer paso, que es muy importante, ya que permite tener control sobre la microempresa y visualizar lo que hace falta y se puede mejorar, es elaborar el estado de resultados una vez al mes.

3.1.1 Estado de resultados mes a mes

Generar un estado de resultados una vez al mes permite visualizar el análisis de la rentabilidad y detectar problemas a tiempo. Lo anterior facilita una mejor toma de decisiones basada en datos más específicos que se asemejen a la realidad de la microempresa.

Las ventajas de generar estados de resultados son que permiten un mejor control financiero para determinar si el negocio es rentable o si provoca pérdidas. Además, contribuyen a la toma de decisiones en la deducción de costos, inversiones o modificación de precios.

Otra ventaja es que permiten dar seguimiento a los resultados reales y compararlos con los planeados, lo que facilita el ajuste de estrategias que se asemejen a la realidad.

Asimismo, se pueden identificar ingresos y gastos para anticipar cualquier problema que se presente de manera inesperada.

3.1.2 Innovación constante

La innovación constante es una clave para mantener la competitividad de la microempresa, ya que mejora los procesos para adaptarse a los cambios del mercado y, de este modo, satisface las necesidades de los clientes.

Debido a que no todas las innovaciones funcionan, siempre es importante medir el impacto de cada una, ya que de esta manera se buscan oportunidades de mejora.

El lugar en estudio se considera una ubicación con escaso mercado. Aunque esto puede verse como una desventaja, en realidad, no lo es, ya que operar en un mercado limitado presenta ventajas clave que impulsan el crecimiento. Esto se debe a que existe menos competencia directa, se pueden aprovechar mejores oportunidades de personalización y se permiten conexiones sólidas con los clientes.

La adaptación al mercado permite conocer las preferencias de los consumidores, lo que lograría anticipar las demandas futuras y mantener la relevancia en el entorno competitivo.

A través de la innovación, se puede diferenciar de la competencia o incluso reducir costos. Además, se mejora la experiencia del cliente y se fomenta la lealtad hacia el negocio.

Esto se debe a que se trata de una ubicación con escasa afluencia de clientes, por lo que es probable que las personas consumidoras busquen algo nuevo y no deseen ver, comer

o utilizar lo mismo todo el tiempo. Por lo tanto, es importante mantener su atención para que la microempresa no pase de moda.

3.1.3 Generar confianza y atención personalizada

Es importante escuchar y estudiar a los clientes para ajustar la oferta de acuerdo con las necesidades que presentan y fomentar la lealtad del cliente. No importa si se trata de una microempresa comercial o de servicios, cada una puede tener ventajas a su favor, desde la claridad en los objetivos. Por ejemplo, una microempresa de venta de ropa puede segmentar y atraer la atención de mujeres, mientras que una ferretería puede enfocarse en hombres.

La segmentación comienza con hombres que construyen, agricultores, entre otros. Lo importante es identificar y ofrecer productos a la segmentación que más le convenga a la microempresa para captar posibles clientes.

3.1.4 Misión y visión claras

El primer paso para crear una microempresa es contar con una misión y una visión claras que sirvan como propósitos y metas a largo, corto y mediano plazo. La misión evalúa las acciones para que sean coherentes con el propósito del negocio, mientras que la visión representa lo que se pretende alcanzar en el futuro, forma parte de una dirección y ayuda a orientar el crecimiento y la evolución de la microempresa.

La misión y la visión forman parte de las estrategias de sostenibilidad comercial, ya que facilitan la toma de decisiones y acciones con base en los objetivos de la microempresa.

CAPÍTULO V

5.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Con base a la investigación se obtuvieron conclusiones y recomendaciones basadas en los datos e información generada por medio del estudio realizado a las microempresas en el sector del poblado de Jicaral.

4.1.1 Conclusiones

Con base en el primer objetivo, se destaca que, aunque la zona de investigación es rural, se puede afirmar que los negocios deben ser más artesanales. Sin embargo, la mayoría de las microempresas son comerciales y tienen como objetivo común formalizarse, expandirse y mejorar el servicio que ofrecen.

De acuerdo con la cantidad de años de existencia de las microempresas, la mayoría tiene entre 3 y 4 años, lo que indica que se crearon después de la pandemia; algunas surgieron por necesidad y otras, porque pudieron visualizar una oportunidad de negocio en medio de crisis económicas.

Durante estos años, no han logrado formalizarse como microempresas y se determina que una de las limitaciones que enfrentan es el total de obligaciones financieras requeridas para su formalización.

Estas empresas son vulnerables a cualquier situación de riesgo que les afecte directa o indirectamente, lo que les impide expandirse. Los altos impuestos y los procesos administrativos complejos desincentivan su desarrollo y muchas permanecen en la informalidad, lo que les impide acceder a beneficios legales y financieros.

Con base en el objetivo específico n.º 2, se determina que la mayoría de los microempresarios se encuentra en un nivel de estudio intermedio, entre secundaria

incompleta y completa. Por lo tanto, los indicadores sociales y económicos tienen una incidencia directa y significativa en el desarrollo y la permanencia de los microempresarios, ya que determinan las condiciones en las que operan y su capacidad para sostener y hacer crecer los negocios.

Los microempresarios que logran acceder a una educación superior tienen una mejor comprensión de estrategias empresariales y de manejo financiero y también logran adaptarse a los cambios del mercado.

En cambio, los microempresarios que no poseen un nivel educativo adecuado requieren de más años y experiencia para enfocarse en la gestión de la microempresa. Por ende, la falta de conocimiento representa un límite para competir ante las dificultades del mercado.

Es crucial identificar que la mayor parte de los emprendedores son de género femenino y que el rango de edad en el que se generan más pensamientos sobre la creación de un negocio es entre los 26 y 35 años.

Este período representa un momento cuando las personas comienzan a proyectar su futuro. Aunque la mayoría se encuentra en el nivel de secundaria, han logrado comprender la gestión empresarial y lo que implica iniciar una microempresa.

Con base en el acceso financiero, la investigación ha evidenciado la importancia de acceder a financiamientos para crear una microempresa o algún tipo de negocio. La mayor parte de las personas encuestadas declara haber tenido o solicitado cierta clase de crédito, préstamo o financiación, por lo tanto, esto incide en la formación y desarrollo de las

microempresas. Sin embargo, muchos no cuentan con un segundo ingreso, lo que puede representar un riesgo económico y convertirse en un obstáculo para el crecimiento.

A través de los años, se han experimentado crisis económicas que han surgido en el pasado y han llevado a muchas empresas a la quiebra por no contar con bases financieras sólidas. Además, de los permisos de alto costo que son comparables a los de las grandes compañías.

En la zona, se observó un aumento considerable en la comercialización, que los emprendedores han percibido como una oportunidad. No existe apoyo colectivo entre emprendedores o microempresas que busquen soluciones para el crecimiento empresarial.

Con el objetivo específico n.º 3 se logra obtener que la mayor parte de las personas encuestadas utiliza locales alquilados para continuar con el negocio. Además, se observa que las ventas en el 2023 se mantuvieron igual que en 2022, pero los costos y gastos sí incrementaron, lo que puede provocar una deficiencia económica en los próximos años si no se logra aumentar las ventas.

Un aspecto relevante es que la mayoría no cuenta con deudas ligadas al negocio. Sin embargo, los costos se reflejan en los pagos de alquileres y en los gastos de mantenimiento, que son fundamentales para las microempresas.

De acuerdo con la variable sobre estrategia microempresarial, se observa que estos negocios no cuentan con una visión ni una misión, lo cual es muy importante, ya que son impulsores de propósito y dirección a largo plazo.

Una de las metas más identificadas fue atraer clientes, no obstante, sin una estrategia o procesos para llevar a cabo esta meta es difícil atraer la segmentación necesaria de clientes

para el negocio. Además, para impulsar el crecimiento comercial de la empresa es necesario implementar diversas estrategias que no solo se realizan a través de publicidad y promoción, sino que también implican otros procedimientos.

En esta misma variable se identificó el conocimiento que desean adquirir los emprendedores. En un negocio es fundamental identificar los procesos por mejorar, por lo que una vez que se crea una empresa y esta está en marcha, es crucial aprender a utilizar mejor los recursos de la microempresa.

Por lo tanto, el aprendizaje sobre publicidad y administración queda en segundo plano, aunque también son importantes. Sin embargo, el manejo de los recursos tiene una mayor capacidad para enfrentar riesgos y solo un bajo porcentaje eligió la alternativa de optimizar la gestión de los recursos financieros e invertirlos.

En conclusión, las microempresas son un pilar para el desarrollo económico y social. Lamentablemente, requieren un apoyo estructurado considerable para superar diversas barreras, como la falta de financiamiento, el acceso a tecnologías y la formalización. Aunque invertir en el fortalecimiento de los comercios genera múltiples efectos positivos en la economía y en la calidad de vida de los consumidores, es importante tener en cuenta que alcanzar esta meta es complicado, pero no imposible.

Las microempresas son empleadoras en el ámbito local y ofrecen oportunidades laborales. Su estructura pequeña les permite adaptarse al cambio, siempre y cuando sea comprensible llevarlo a cabo, lo que las hace competitivas frente a empresas más grandes. No obstante, muchas operan de manera informal, lo que dificulta el acceso a beneficios legales y financieros.

4.1.2 Recomendaciones

Enseguida, se enumeran las principales recomendaciones para la empresa:

Crear la visión, la misión, los valores y los objetivos permite definir las metas a corto, mediano y largo plazo que orienten las operaciones del negocio, asegurando que sean pequeñas y alcanzables.

Es importante tener clara la economía de la microempresa, por lo que es indispensable registrar un control de ingresos, egresos y también de utilidades, esto implica llevar registros manuales detallados del negocio.

Realizar la segmentación necesaria de clientes potenciales es fundamental, ya que resulta más fácil atraer clientes cuando se conoce a quién realmente le interesa el servicio o producto de la microempresa.

De acuerdo con un contexto social y cultural, es importante crear un ambiente favorable que fomente la colaboración y el apoyo mutuo entre los microempresarios, ya que al ser una zona comercial escasa, puede verse afectada por la rivalidad. Participar en eventos, ferias o en algún tipo de redes de negocios puede incrementar las oportunidades de apoyo y visibilidad para la zona.

Es importante contar con un fondo de emergencia para enfrentar imprevistos o riesgos que se generen. Asimismo, se busca no comprometer la estabilidad de la microempresa. Además, se recomienda evitar gastos totalmente innecesarios y abstenerse de realizar inversiones a las cuales no se les haya hecho un análisis previo para determinar si son recomendables para el negocio.

La comprensión y mejora de estos indicadores sociales y económicos, mediante políticas públicas, programas de apoyo y esfuerzos comunitarios, son esenciales para fortalecer el sector microempresarial y contribuir al crecimiento económico local y nacional.

El éxito de una microempresa se refleja en la capacidad para organizarse, adaptarse y aprovechar los recursos y oportunidades que se presenten. Por lo tanto, invertir en capacitaciones es importante, además, optimizar recursos y buscar apoyo es fundamental para alcanzar un crecimiento sostenible.

4.2 Referencia bibliográfica

- Alcaraz, R. R. (2011). *El emprendedor de éxito*. McGraw Hill. 4.^a ed.
<https://es.scribd.com/doc/282951084/Alcaraz-Rodriguez-Rafael-2011-El-emprendedor-de-exito-4-Edicion-Mexico-Editorial-McGraw-Hill>
- Alexander. (2021). *¿Qué es una empresa agroindustrial y cuáles son sus objetivos?* PQS.
<https://pqs.pe/emprendimiento/que-es-una-empresa-agroindustrial-y-cuales-son-sus-objetivos/>
- Alvarado, J. (2023). Desempleo en Costa Rica podría estancarse o aumentar este 2023 debido al menor crecimiento económico. *El observador*.
- Banco de Costa Rica. (2023). *Créditos para Micro, Pequeña y Mediana Empresa*. Blog BCR.
https://www.bancobcr.com/wps/portal/bcr/bancobcr/mipymes/creditos_mipymes/
- Banco Nacional. (2020). *¿Qué es el sistema de banca para el desarrollo y cómo podría apoyar a tu pyme?* BN Blog. [https://www.bncr.fi.cr/%C2%BFqu%C3%A9-es-el-sistema-de-banca-para-el-desarrollo-y-c%C3%B3mo-podr%C3%ADa-apoyar-a-tu-pyme-.html#:~:text=El%20Sistema%20de%20Banca%20para%20el%20Desarrollo%20\(SBD\)%20busca%20convertirse,todas%20las%20actividades%20de%20emprendimiento.](https://www.bncr.fi.cr/%C2%BFqu%C3%A9-es-el-sistema-de-banca-para-el-desarrollo-y-c%C3%B3mo-podr%C3%ADa-apoyar-a-tu-pyme-.html#:~:text=El%20Sistema%20de%20Banca%20para%20el%20Desarrollo%20(SBD)%20busca%20convertirse,todas%20las%20actividades%20de%20emprendimiento.)
- Banco Nacional. (2020). *Préstamos y pymes: ¿Qué opciones existen?* BN Blog.
<https://www.bncr.fi.cr/pr%C3%A9stamos-y-pymes--%C2%BFqu%C3%A9-opciones-existen>

- Banco Popular. (2023). *Fondo para el Desarrollo de la Micro Pequeña y Mediana Empresa (FODEMIPYME)*. <https://www.bancopopular.fi.cr/fodemipyme/>
- Bautista, E.; Buendía, P. y Jara, J. (2020). *Indicadores macroeconómicos como apoyo para la toma de decisiones*. Documento. DOI. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i18.209>
- Becerra, A. y Cortez, E. (2018). *Factores de permanencia empresarial*. Scielo. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S200774672018000200865&script=sci_arttext_plus&tlng=es#B4
- Bernal, O. (2018). *Planeación estratégica y sostenibilidad corporativa | Conocimiento global*.
- Bind ERP. (2022). *Cuatro tipos de indicadores que las PYMES deben medir*. Blog. <https://www.binderp.com/cinco-tipos-de-indicadores-que-las-pymes-deben-medir>
- Caja Costarricense del Seguro Social. (2016). *Inscripción Patronal*. <http://www.ccss.sa.cr/tramites?t=9>
- Cámara de Comercio. (2023). *Beneficio y requisito para la afiliación de una empresa*. <https://camara-comercio.com/afiliacion/>
- Cámara de Industrias de Costa Rica. (2023). *Más competitividad más empleo*. CICR. Blog. <https://cicr.com/quienes-somos/>
- Carazo, J. (2019). *Emprender*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/emprender.html>
- Castañeda, J. (s. f.). *Empresas reactivas*. Sicap instituto. <https://sicap-instituto.com/JML4/index.php/articulos/liderazgo/104-empresas->

- Crals, E. y Vereeck, L. (2005). La asequibilidad del emprendimiento sostenible. Certificación para pymes. *Revista Internacional de Desarrollo Sostenible y Ecología Mundial*, 12(2), 173-183. <https://doi.org/10.1080/13504500509469628>
- De DocuSign, C. (2021). *Sostenibilidad empresarial: ¿Por qué es rentable?* DocuSign. <https://www.docusign.mx/blog/sostenibilidad-empresarial#:~:text=Gracias%20al%20uso%20consciente%20de,sostenible%20es%20un%20valioso%20diferencial>.
- Equipo Editorial, Etecé. (2020). *Entrevista*. Concepto. <https://concepto.de/entrevista/>
- Fernandes, A. (s. f.). *Marco teórico: qué es, estructura y ejemplo*. Significados.
- Fernández García, R. (2006). *La dimensión económica del desarrollo sostenible*. Alicante: Editorial Club Universitario.
- Fisher, J. L. y Koch, J. V. (2008). *Nacido, no hecho: La personalidad emprendedora*. Westport, CT: Praeger Publishers.
- García, V. (s. f.). *Adaptación al cambio: claves para empresa*. KizeoForms, Blog. <https://www.kizeo-forms.com/es-lat/adaptacion-al-cambio/#:~:text=La%20adaptaci%C3%B3n%20al%20cambio%20se,a%20trav%C3%A9s%20de%20herramientas%20digitales>.
- Hermosilla, M. (2015). *Clasificación de las microempresas*. ABC. <https://www.abc.com.py/edicion-imprensa/suplementos/escolar/clasificacion-de-las-microempresas-1349341.html>

- Instituto Nacional de Estadística y Censos de Costa Rica (INEC). (2023). *Disminuye cantidad de microempresas en el país: 9,7% menos respecto al 2021*. ENHOPRO. <https://inec.cr/noticias/disminuye-cantidad-microempresas-el-pais-97-menos-respecto-al-2021>
- Instituto Nacional de Seguros. (2016). *Seguros de Riesgos de trabajo*. <http://portal.inscr.com/portal.inscr.com/Empresas/SegurosCo/RiesgosTrabajo/>
- Irlanda, R.; Reutzel, C. y Webb, J. (2005). Investigación de Emprendimiento en AMJ: ¿Qué ha sido publicado y qué nos depara el futuro? *Academy of Management Journal*, 14(4), 556-564.
- Ixtacuy, O. (s. f.). *Estrategias de la gestión comunitaria*. https://ecosur.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1017/968/1/0000350331_documento.pdf
- López, F. (2020). *Empresa comercial*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/empresa-comercial.html>
- Maiterst., (2019). *¿Qué es un emprendedor independiente?* Rankia.
- Manu, G.; Nelson, R. y Thiongo, J. (s. f.). *Conozca de empresa*. Centro Internacional de Capacitación de la OIT. <https://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/CODE%20-%20Modulo%202.pdf>
- Martínez, M. (2023). *Los emprendimientos artesanales se abren paso*. Thinking for Innovation. <https://www.iebschool.com/blog/negocios-artesanales-marketing-estrategico/#:~:text=Un%20negocio%20artesanal%20o%20emprendimiento,utilizando%20habilidades%20y%20t%C3%A9cnicas%20tradicionales>

Mascaray, S. (s. f.). *Indicadores sociales para la evaluación de necesidades*.

<https://www.copmadrid.org/webcopm/publicaciones/social/1993/vol1/arti8.htm#:~:text=Un%20indicador%20social%20es%20la,eficacia%20de%20las%20pol%C3%AAdticas%20sociales>

Miles, R. E.; Snow, C. C.; Meyer, A. D. y Coleman, H. J. J. (1978). Estrategia organizacional,

estructura y proceso. *Revisión de la Academia de Gestión*, 3(3), 546-562.

<https://doi.org/10.5465/AMR.1978.4305755>

Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC). (2023). *¿Quiénes somos?*

<https://www.meic.go.cr/web/53/meic.php>

Ministerio de Hacienda. (2016). *Régimen tradicional*.

<http://www.hacienda.go.cr/contenido/12994-regimentradicional>

Ministerio de Salud. (2016). *Permisos Sanitario de funcionamiento para establecimientos*.

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

Morales, F. (2020a). *Capacidad Empresarial*. *Economipedia*.

<https://economipedia.com/definiciones/capacidad-empresarial.html>

Morales, F. (2020b). *Definición, importancia y tipos de indicadores económicos*. Indicador

económico. *Economipedia*.

Morales, F. (2020c). *Indicador económico*. *Economipedia*.

<https://economipedia.com/definiciones/indicador-economico.html>

- Moreno, H. y Olmos, R. (2010). Análisis de las características del emprendimiento y liderazgo en los países de Asia y Latinoamérica. *Portes: Revista Mexicana de Estudios Sobre la Cuenca del Pacífico*, 4(8), 101-122.
- Moya, D. (s. f.). *¿Qué es emprender? Su significado y todo lo que implica*. Emprender fácil. www.emprender-facil.com/que-es-emprender/
- Municipalidad de Jicaral. (2003). *Permiso de patente comercial*. http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=51043&nValor3=55058&strTipM=TC
- Murillo, Á. (2024). *Más de 16.000 microempresas cerraron en el 2023*. Semanario Universidad. <https://semanariouniversidad.com/pais/mas-de-16-000-microempresas-cerraron-en-el-2023/#:~:text=El%20estudio%20indica%20que%20en,9%25%20en%20s%C3%B3lo%20un%20a%C3%B1o.>
- Osterwalder, A.; Pigneur, Y. y Tucci, C. L. (2005). *Clarificación de los modelos de negocio: orígenes, presente y futuro del concepto*. Comunicaciones de la Asociación de Sistemas de Información.
- Peña, L. (2020). *La microempresa*. Billin. Blog. <https://www.billin.net/blog/microempresa/#:~:text=Los%20ejemplos%20de%20microempresas%20m%C3%A1s,%20autoescuela%20cerrajer%20etc.>
- Pérez, J. y Merino, M. (2015). *Zona rural - Qué es, características, definición y concepto*. Definicion.de. <https://definicion.de/zona-rural/>

- Quiroa, M. (2019). *Mercado - Qué es, definición y concepto*. Economipedia.
- Rodríguez, D. (2016). Emprendimiento sostenible, significado y dimensiones. *Revista Katharsis*, N. 21, pp. 419-448. file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-EmprendimientoSostenibleSignificadoYDimensiones-5850542.pdf
- Sánchez, J. (2020). *Crisis económica - Qué es, definición y concepto*. Economipedia.
- Santaella, J. (2023). *PIB: ¿Para qué sirve y cómo influye en la economía de los países?* Economía 3. <https://economia3.com/que-es-pib-funcionamiento/#:~:text=El%20producto%20Interno%20Bruto%20es%20un%20importante%20indicador%20que%20sirve,est%C3%A1%20en%20recesi%C3%B3n%20o%20crisis.>
- Teece, D. (2016). Capacidades dinámicas y agilidad organizacional: *Revisión de la gestión de California*, 58(4), 13-36.
- Terreros, D. (2021). *Qué es una encuesta, para qué sirve y qué tipos existen*. HubSpot, Blog. <https://blog.hubspot.es/service/que-es-una-encuesta>
- Uribe-Macías, M.; Vargas-Moreno, Ó. y Merchán-Paredes, L. (2017). La responsabilidad social empresarial y la sostenibilidad, criterios habilitantes en la gerencia de proyectos. *Entramado*, 14(1), 52-63.
- Valenzo, M. y González, A. (2022). *Capacidad de adaptación y competitividad en microempresas de abarrotes en Cuitzeo, México*. Scielo. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2594-01632021000100049&script=sci_arttext.](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2594-01632021000100049&script=sci_arttext)

Van Bommel, K. (2018). Gestión de tensiones en modelos de negocio sostenibles: exploración instrumental y estrategias integradoras. *Revista de Producción más Limpia*, 196, 829-841.

Vázquez, J. (2005). *Las nuevas fuerzas del desarrollo*.
file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-
DesarrolloEndogenoTeoriasYPolíticasDeDesarrolloTer-2500824.pdf

4.3 Anexos

Tabla 35
Diseño de encuesta

Universidad Técnica Nacional

Sede del Pacífico

Carrera: Gestión y Administración Empresarial

Objetivo: recolectar información para el presente estudio de modalidad tesis sobre *Investigación de los indicadores sociales y económicos que inciden en el desarrollo y permanencia de las microempresas establecidas en el poblado de Jicaral del distrito de Lepanto, del cantón central de la provincia de Puntarenas, durante el período 2023.*

IMPORTANTE: la información que marque en el cuestionario es completamente destinada para la investigación. El formulario cuenta con 26 preguntas en total, respuesta cerrada y respuesta abierta.

Módulo I. Categorización de las microempresas

1. ¿Cómo se categoriza la microempresa?

- a. Industrial
- b. Agroindustrial
- c. Comercial
- d. Artesanal
- e. Servicios
- f. No sé

2. Perspectivas de crecimiento: ¿Cuáles son las perspectivas de crecimiento para la microempresa en los próximos años?

Respuesta:

3. ¿Cuántos años tiene la microempresa?

Respuesta corta

4. Es un modelo formal o informal.

- a. Formal
- b. Informal

5. ¿Con cuántos empleados cuenta la microempresa?

- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. 4
- e. 5

6. ¿Por qué inició la microempresa?

- a. Necesidad
- b. Oportunidad
- c. Tradición (herencia familiar).

Módulo II. Indicadores sociales

7. Indique el nivel académico con el que cuenta.

- a. Primaria
- b. Secundaria incompleta
- c. Secundaria completa
- d. Universidad completa
- e. Universidad incompleta

8. Género del microempresario(a):

- a. Hombre
 - b. Mujer
-

9. Edad: ¿En qué rango de edad se encuentra usted?

- a. 18-25 años
- b. 26-35 años
- c. 36-45 años
- d. 46-55 años
- e. Más de 55 años

10. Experiencia ¿Tiene usted conocimiento en gestión empresarial? En caso de que su respuesta sea afirmativa indique por cuál medio la adquirió.

- a. Sí () por programas del gobierno () financiamiento propio
- b. No
- c. Muy poco

11. Acceso a financiamiento: ¿Ha tenido acceso a servicios financieros para su microempresa?

- a. Sí
- b. No

12. Acceso a financiamiento ¿Cuenta usted con un segundo ingreso?

- a. Sí
- b. No

13. Barreras y desafíos: ¿Cuáles considera que son los principales obstáculos para el desarrollo y la permanencia de las microempresas en su área?

Respuesta:

14. Oportunidades de mercado: ¿Cuáles posibilidades de mercado identifica en su área local para el crecimiento de las microempresas?

Respuesta:

15. ¿Está involucrado/a en alguna red de emprendedores o asociaciones empresariales en su área local?

- a. Sí
-

b. No

Módulo III. Indicadores económicos

16. ¿El local es alquilado?

- a. Sí
- b. No

17. ¿Las ventas en el año 2023 fueron mejor que en el año 2022?

- a. Sí
- b. No
- c. Siguen igual.
- d. No estoy seguro

18. ¿Los gastos en el año 2023 incrementaron más que el año 2022?

- a. Sí
- b. No
- c. Siguen igual.
- d. No estoy seguro

19. ¿Ha tenido dificultades económicas para mantener la microempresa en el año 2023?

- a. Sí
- b. No

20. ¿Lleva usted un reporte financiero mensual o anualmente de la microempresa?

- a. Mensual
- b. Anual
- c. No

21. ¿Cuenta usted con alguna deuda para el desarrollo de la microempresa?

- a. Sí
- b. No

22. Costos ¿Cuáles son los principales costos operativos que enfrenta en su microempresa?
(seleccione todas las que correspondan).

-
- a) Alquiler o hipoteca del local
 - b) Salarios y prestaciones para empleados
 - c) Materias primas o inventario
 - d) Servicios públicos (electricidad, agua, etc.)
 - e) Costos de transporte y logística
 - f) Ninguna de las anteriores
-

23. Competencia: ¿Enfrenta una competencia directa en su sector de negocio?

- a. Sí
 - b. No
 - c. No estoy seguro/a
-

24. Acceso a mercados: ¿Ha logrado acceder a nuevos mercados para la expansión de su microempresa?

- a. Sí
 - b. No
 - c. No estoy seguro/a
-

25. Innovación: ¿Ha implementado alguna innovación o mejoras en sus productos/servicios o procesos empresariales en el último año?

- a. Sí
 - b. No
-

26. ¿Cuáles considera que son los principales obstáculos financieros para el desarrollo y la permanencia de las microempresas en su área?

Respuesta:

Nota: Elaboración propia, la presente tabla corresponde al diseño de instrumentos de la encuesta; cada una de las preguntas se basa en los indicadores de los objetivos.

Tabla 36
Diseño de la entrevista

Universidad Técnica Nacional

Sede del Pacífico

Carrera: Gestión y Administración Empresarial

Preguntas de entrevista:

Estrategias empleadas para el desarrollo comercial sobre el plan estratégico y estructura organizacional.

1. ¿Cuáles recursos cree necesarios para desarrollar más la pyme?

2. ¿Cuenta la empresa con misión y visión?

3. ¿Cuenta la empresa con metas a largo y corto plazo? Podría dar un ejemplo

4. ¿Cuál considera que es la estrategia más efectiva para impulsar el crecimiento comercial de su empresa?

a) Publicidad y promoción

b) Desarrollo de alianzas estratégicas

c) Participación en ferias y eventos comerciales

d) Uso de redes sociales y *marketing* digital

e) Expansión geográfica a nuevos mercados

f) Desarrollo de nuevos productos o servicios

g) Mejora en la atención al cliente

5. ¿En qué les gustaría ser capacitados, aumentar su nivel de conocimiento u otro?

Explique

Nota: Elaboración propia, la presente tabla corresponde al diseño de instrumentos de la entrevista; cada una de las preguntas se basa en los indicadores de los objetivos.

Anexo IV

CARTA DE AUTORIZACIÓN PARA USO Y MANEJO DE
LOS TRABAJOS FINALES DE GRADUACIÓN UNIVERSIDAD TÉCNICA NACIONAL
(Trabajo colectivo)

Ciudad: Puntarenas

Fecha: 12/06/2025

Señores/as
Vicerrectoría de Investigación
Sistema Integrado de Bibliotecas y Recursos Digitales

Estimados señores:

Nombre completo de sustentantes	Número de identificación
Fabio Alberto Núñez Delgado	6 0406 0052
Escharley María Morales Casanova	1 1752 0307

Nosotros en calidad de autores del trabajo de graduación titulado:

Investigación de los indicadores sociales y económicos que inciden en el desarrollo y la permanencia de las microempresas establecidas en el poblado de Jicaral, del distrito de Lepanto, del cantón central de la provincia de Puntarenas, durante el período 2023.

El cual se presenta bajo la modalidad de, marque una opción:

Seminario de Graduación

Proyecto de Graduación



Tesis de Graduación.

Presentado en la fecha 26/05/2025 autorizamos a la Universidad Técnica Nacional, Sede del Pacífico, para que nuestro trabajo pueda ser manejado de la siguiente manera:

Autorizamos	
Ver CAPÍTULO V, DISPOSICIONES, FINALES. Artículo 43. RTFG.	
Marque con una X o un ✓	
1. Conservación de ejemplares para préstamo y consulta física en biblioteca	✓
2. Inclusión en el catálogo digital del SIBIREDI (Cita catalográfica)	✓
3. Comunicación y divulgación a través del Repositorio Institucional	✓
4. Divulgación del resumen en el Repositorio UTN con una cantidad de 200 a 500 palabras.	✓
5. Consulta electrónica con texto protegido	✓
6. Descarga electrónica del documento en texto completo protegido	✓
7. Inclusión en bases de datos y sitios web que se encuentren en convenio con la Universidad Técnica Nacional contando con las mismas condiciones y limitaciones aquí establecidas.	✓

Por otra parte, declaramos que el trabajo que aquí presentamos es de plena autoría, es un esfuerzo realizado de forma conjunta, académica e intelectual con plenos elementos de originalidad y creatividad. Garantizamos que no contiene citas, ni transcripciones de forma indebida que puedan devenir en plagio, pues se ha utilizado la normativa vigente de la American Psychological Association (APA). Las citas y transcripciones utilizadas se realizan en el marco de respeto a las obras de terceros. La responsabilidad directa en el diseño y presentación son de competencia exclusiva, por tanto, eximo de toda responsabilidad a la Universidad Técnica Nacional.

Conscientes de que las autorizaciones no reprimen nuestros derechos patrimoniales como autores del trabajo. Confiamos en que la Universidad Técnica Nacional respete y haga respetar nuestros derechos de propiedad intelectual.

Nombre del estudiante	Cédula	Firma
Fabio Alberto Núñez Delgado	6 0406 0052	
Escharley María Morales Casanova	1 1752 0307	

Día: 12 / 06 / 2025