



InterSedes: Revista de las Sedes Regionales

ISSN: 2215-2458

intersed@cariari.ucr.ac.cr

Universidad de Costa Rica

Costa Rica

Ávalos Monge, Ana Lorena; Murillo Méndez, Vivian Mariela

La necesidad de capacitación en planes de negocio en las microempresas de la zona de occidente de  
Costa Rica

InterSedes: Revista de las Sedes Regionales, vol. XIV, núm. 29, julio-diciembre, 2013, pp. 56-80

Universidad de Costa Rica

Ciudad Universitaria Carlos Monge Alfaro, Costa Rica

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=66629448004>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

# INTERSEDES

## Revista Electrónica de las Sedes Regionales de la Universidad de Costa Rica



Puerto Viejo.  
Pintor: Luis Obregón

---

La necesidad de capacitación en planes de negocio en las microempresas de la  
zona de occidente de Costa Rica

Ana Lorena Ávalos- Monge y Vivian Mariela Murillo - Méndez

[www.intersedes.ucr.ac.cr](http://www.intersedes.ucr.ac.cr)

ISSN 2215-2458

Vol. XIV, N°29 (2013)

**Consejo Editorial Revista InterSedes**  
Director de la Revista:  
Dr. Edgar Solano Muñoz. Sede de Guanacaste

**Consejo Editorial:**

M.Sc. Jorge Bartels Villanueva. Sede del Pacífico. Economía  
M.L. Edwin Quesada Montiel. Abarca. Sede del Pacífico. Enseñanza del Inglés  
Dra. Ethel García. Sede de Occidente. Historia.  
Dra. Magdalena Vásquez. Sede Occidente. Literatura  
M.L. Guillermo González. Sede Atlántico. Filología  
M.Ph. Jimmy Washburn. Sede Atlántico. Filosofía. Bioética  
M.L. Mainor González Calvo. Sede Guanacaste. Filología  
Ing. Ivonne Lepe Jorquera. Sede Limón. Administración. Turismo  
Dra. Ligia Carvajal. Sede Limón. Historia

Editor Técnico: Bach. David Alonso Chavarría Gutiérrez. Sede Guanacaste.  
Editora: Guadalupe Ajún. Sede Guanacaste  
Pintura de caratula: “Puerto Viejo”. Autor: Luis Obregón

**Consejo Científico Internacional**

Dr. Raúl Fornet-Betancourt. Universidad de Bremen, Alemania.  
Dra. Pilar J. García Saura. Universidad de Murcia.  
Dr. Werner Mackenbach. Universidad de Potsdam, Alemania. Universidad de Costa Rica.  
Dra. Gabriela Marín Raventós. Universidad de Costa Rica.  
Dr. Mario A. Nájera. Universidad de Guadalajara, México.  
Dr. Xulio Pardelles De Blas. Universidad de Vigo, España.  
M.Sc. Juan Manuel Villasuso. Universidad de Costa Rica.

Indexación: Latindex / Redalyc/ SciELO

Licencia de Creative Commons

Revista Electrónica de las Sedes Regionales de la Universidad de Costa Rica, todos los derechos reservados.

Intersedes por [intersedes.ucr.ac.cr](http://intersedes.ucr.ac.cr) está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 Costa Rica License.



## La necesidad de capacitación en planes de negocio en las microempresas de la zona de occidente de Costa Rica

### Training need business plans microenterprises west zone, Costa Rica

Ana Lorena Ávalos- Monge <sup>1</sup>

Vivian Mariela Murillo - Méndez <sup>2</sup>

Recibido: 25.07.13

Aprobado: 20.09.13

#### Resumen

El estudio analiza desde la perspectiva de los microempresarios de la Zona de Occidente, comprendida por los cantones de San Ramón, Palmares y Naranjo, la necesidad de capacitación en materia de planes negocio para el logro de una ventaja competitiva del sector. La información se obtuvo de una muestra de 66 microempresas, se optó por una distribución proporcional en los tres cantones, es decir, 22 microempresas por cantón. Se exponen los resultados relacionados con las necesidades de capacitación en materia de planes de negocio de los microempresarios, incluyendo los datos generales de los encuestados, tales como edad, nivel de educación, la actividad a la que se dedica, el cantón en donde la ejecuta y los años de funcionamiento de la microempresa.

**Palabras Clave:** microempresas, capacitación, planes de negocio, Zona de Occidente, Costa Rica

#### Abstract

The study analyzes the perspectives of small business owners in the Western Zone -- understood as the cantons of San Ramon, Palmares, and Naranjo -- regarding the need for training in the area of business planning in order to gain a competitive advantage. The information was obtained from a sample of 66 small businesses, chosen for their even distribution in the three cantons, with 22 small businesses in each canton. The results present the need for business plan training along with general information about those surveyed, such as age, education level, the kind of work in which they are involved, the canton in which they are located, and the number of years the small business has been in operation.

**Keywords:** small businesses, training, business plans, Western Zone, Costa Rica.

<sup>1</sup> Costarricense. Administradora de Negocios. Docente de la Universidad de Costa Rica, Sede Rodrigo Facio. Sede de Occidente. Email: ana.avalos@ucr.ac.cr

<sup>2</sup> Costarricense. Administradora de Negocios. Docente de la Universidad de Costa Rica, Sede de Occidente. Email: vivianm.murillo@ucr.ac.cr

## Introducción

En la dinámica económica actual, es, ampliamente, reconocida la importancia de la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME); particularmente, en su desempeño como motor de la economía y base para el desarrollo sostenible, en su papel generador de empleo, en su función social, en su contribución a la distribución del ingreso, así como en su importancia en la lucha contra la pobreza.

Existen múltiples definiciones de microempresa, estas varían de un país a otro y de una institución u organismo a otro; los conceptos se han basado en criterios tales como número de empleados, volumen de ventas, volumen de ingresos, entre otros. Sin embargo, el más aceptado es el de la Organización Internacional del Trabajo (1986), la cual propone como microempresas a las empresas familiares en la cual laboran tres o cuatro de sus miembros, inclusive, a los trabajadores autónomos del sector no estructurado de la economía (informales).

A nivel nacional, la Ley 8262 de Fortalecimiento a Pequeñas y Medianas Empresas (1997) define la MIPYME como “aquella unidad productiva de carácter permanente que dispone de recursos físicos, estables y de recursos humanos; los maneja y opera, bajo la figura de persona física o persona jurídica, en actividades industriales, comerciales o de servicios”.

Es importante mencionar que la diferenciación entre micro, pequeña o mediana empresa se determina con base en los resultados de la fórmula establecida por el Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC) en el decreto ejecutivo 37121, el cual incluye el personal promedio empleado; el valor de las ventas anuales netas, de los activos fijos y el de los activos totales en el último periodo fiscal; posterior a su cálculo, aquellas que obtengan un puntaje menor a 10, se clasifican como microempresa.

Las microempresas en los países latinoamericanos adquieren un papel relevante, ya que representan el 97 por ciento de la población empresarial, generan el 70 por ciento de los empleos formales y, según algunas estimaciones, representan entre el 30 por ciento y 60 por ciento del PIB (Fundes, 2011). En todo el territorio costarricense, están inscritas 43 404 empresas, de las cuales, más del 70 por ciento son microempresas (Dirección Actuarial y Económica, 2012).

Con respecto a la Zona de Occidente (delimitada, para esta investigación, por los cantones de Naranjo, Palmares y San Ramón) existe, de acuerdo con el Observatorio de Mipymes (2010), una totalidad de 2 038 empresas caracterizadas como microempresas. Es decir, en esta zona y, en general, en el territorio nacional, la mayoría del parque empresarial corresponde a microempresas.

En la actualidad, la Zona de Occidente ha presentado un incremento en el número de microempresas dedicadas a diferentes actividades productivas, sin embargo, muchas de estas no

cuentan con niveles básicos educación y sus recursos económicos son muy limitados, situación que reduce sus posibilidades de acceso a capacitación. Lo anterior evidencia la importancia de diagnosticar la necesidad de capacitación en este sector, pues esto le permitiría obtener ventaja competitiva.

Las necesidades de capacitación en el sector de microempresarios son múltiples; sin embargo, los planes de negocio representan una oportunidad, no solo como requisito para acceder a créditos bancarios, sino también para identificar sus procesos internos y externos de negocio, por lo que es importante desarrollar esta tarea de manera eficiente, particularmente, en las microempresas.

No existen estudios previos en la Zona de Occidente que permitan diagnosticar la necesidad de capacitación en los planes de negocio de los microempresarios (as), por ello, la siguiente investigación contribuye a generar programas de mayor conformidad con las necesidades de los microempresarios (as), que permitan el mejoramiento de la productividad de dicho sector.

#### *a. Conceptualización de la microempresa*

El punto inicial de este apartado se basa en el concepto de microempresa, este tema ha sido muy estudiado sin llegar a un consenso general. Así, “a la hora de definir la microempresa, el primer error en que se suele incurrir debido a una mala definición es intentar un corte transversal del universo empresarial de todo el planeta; es decir, utilizar una definición estática para aplicarla a todos los países”. (Álvarez, 2009, p. 21)

Existen definiciones institucionales de microempresa, entre las cuales destacan la del Fondo Monetario Internacional (FMI), la del Banco Mundial (BM) y la de la Organización Internacional del Trabajo (1986); esta última define las microempresas como empresas familiares en la cual laboran tres o cuatro de sus miembros, inclusive a los trabajadores autónomos del sector no estructurado de la economía (informales).

La definición del Banco Mundial (BM) se ubica entre las definiciones globales estáticas, pues considera como microempresas aquellas que cuentan con un máximo de diez empleados, activos por menos de 10 000 dólares y con ganancias anuales menores a 100 000 dólares (Ayyagari, 2007).

Por su parte, Álvarez (2009) expone cómo el FMI busca aproximarse a una definición dinámica de microempresa al establecer dos criterios cualitativos de clasificación en lugar de meros números taxativos:

*De esta forma, de acuerdo al [sic] primer criterio, se considera como MIPYME a aquellas empresas donde exista una relación directa entre propiedad y gestión, volviendo, en cierta medida, al criterio de la XV Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo, pero*

*tomándolo ahora como propio de la MIPYME y no del sector informal. El segundo criterio es la responsabilidad del propietario en todo lo que concierne a las decisiones relevantes y conducción de la empresa. (p. 26)*

Las unidades económicas se definen, también, utilizando distintos criterios según el país al que pertenezcan. En el caso específico de la Subregión, Angelelli y Moudry (2006), citados por el Observatorio Laboral de Centroamérica y República Dominicana (2008), señalan que existen desde definiciones atadas, únicamente, al empleo (Panamá, Guatemala y Nicaragua); otras que incluyen las ventas (República Dominicana y el Salvador), y algunas que integran los activos desde diferentes perspectivas (Honduras y Costa Rica).

En la mayoría de países, se define la microempresa como la unidad económica con menos de diez trabajadores (aunque, en algunos, se establece un límite máximo de cinco trabajadores). Sin embargo, la evidencia latinoamericana demuestra que, en promedio, la microempresa no supera los dos trabajadores (Observatorio Laboral de Centroamérica y República Dominicana, 2008).

Las definiciones estáticas pueden recoger, a la perfección, el sentido de la MIPYME en un país determinado, y pueden, efectivamente, ser válidas para otro de iguales o similares características; pero, aplicar una misma definición de micro, pequeña o mediana empresa, es decir, que refleje el tamaño de la firma, a China y a cualquier país centroamericano, indefectiblemente, conducirá al error de no representar a cabalidad al sector de uno de los dos países (Álvarez, 2009).

En el caso de Costa Rica, de acuerdo con Bonilla (2011), para que una empresa sea calificada como micro, pequeña o mediana debe cumplir al menos dos de los siguientes requisitos legales:

- Pago de cargas sociales: pago de las obligaciones que recauda la Caja Costarricense del Seguro Social.
- Cumplimiento de obligaciones tributarias: las que tienen que ver con Tributación Directa.
- Cumplimiento de las obligaciones laborales: pago de la póliza de Riesgos del Trabajo.

En vista de que las variables utilizadas para definir la microempresa son, en general, el límite máximo del número de ocupados y del volumen de ventas, o de los ingresos anuales por unidad productiva, actualmente, los límites considerados son relativos y varían según los países e instituciones.

Por lo expuesto anteriormente y con la pretensión de contextualizar este estudio a nivel nacional, se considera la definición sobre microempresa que manifiesta la Ley 8262.

La ley 8262 de Fortalecimiento a Pequeñas y Medianas Empresas (1997) en su artículo 3° define las Pyme como “unidad productiva de carácter permanente que dispone de recursos físicos estables y de recursos humanos; los maneja y opera, bajo la figura de persona física o persona jurídica, en actividades industriales, comerciales o de servicios”.

La diferenciación entre micro, pequeña o mediana empresa se determinará, en esta investigación, con base en los resultados de las siguientes fórmulas, para los sectores aquí especificados:

Para el sector industrial:

$$P = ((0,6 \times pe/100) + (0,3 \times van/\$600\,000\,000) + (0,1 \times afe/\$375\,000\,000)) \times 100.$$

Para los sectores de comercio y servicios:

$$P = [(0,6 \times pe/30) + (0,3 \times van/\$1\,200\,000\,000) + (0,1 \times ate/\$375\,000\,000)] \times 100.$$

Donde:

P: puntaje obtenido por la empresa.

pe: personal promedio empleado por la empresa durante el último periodo fiscal.

van: valor de las ventas anuales netas de la empresa en el último periodo fiscal.

afe: valor de los activos fijos de la empresa en el último periodo fiscal.

ate: valor de los activos totales de la empresa en el último periodo fiscal.

Las empresas se clasificarán con base en el puntaje P obtenido, con el siguiente criterio:

Microempresa  $P < 10$

Pequeña empresa  $10 < P < 35$

Mediana empresa  $35 < P < 100$

Para efectos de clasificar las actividades empresariales como industriales, comerciales o de servicios, se utilizarán las categorías indicadas en la más reciente actualización de la Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas (Ley 8262 de Fortalecimiento a Pequeñas y Medianas Empresas, 1997).

#### *b. Importancia de las microempresas*

A lo largo de los años, la importancia de la microempresa se ha incrementado como elemento sustancial en los procesos de crecimiento de las competencias empresariales. Sin embargo, su creciente relevancia se ha hecho más visible como respuesta a los cambios que exige la globalización económica. En este contexto, es indispensable el desarrollo de empresas con estructuras simples que permitan la eficiencia y eficacia organizacional, características propias de las microempresas.



De acuerdo con Henríquez (2010) la micro y pequeña empresa tienen gran importancia:

*Desde la perspectiva del empleo, de la proporción de empresas que representa, de la dinámica de creación de empresas y cada vez más, cobra relevancia por su presencia en el sector terciario. Constituyen desafíos para este segmento de empresas, la calidad del empleo y la informalidad, su baja productividad y participación cada vez menor en las ventas totales. Especialmente esto último está señalando claramente desafíos en materia de competitividad y de inserción en los mercados, consustanciales al mejoramiento de la calidad del empleo.*

La importancia de la microempresa en esta época se evidencia, de acuerdo con Bonilla (2011), “en la generación de empleo, exportaciones, ambiente, desarrollo local, innovación y producto interno bruto, entre otras variables del desarrollo sostenible”. Lo anterior demuestra que las microempresas tienen como propósito contribuir a la mejora de la competitividad sostenible del país; sin embargo, esto requiere de un proceso que genere información y conocimiento, innovador para la toma de decisiones, lo cual se logra mediante la capacitación.

El sector MIPYME tiene potencial para transformar, generar valor agregado, y tener una oferta productiva competitiva de calidad mundial. (Buitrón, 2009).

Así, de conformidad con Álvarez (2009): “la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME) en América Latina juega un papel muy importante en la cohesión social, ya que contribuye significativamente a la generación de empleo, de ingresos, erradicación de la pobreza y dinamiza la actividad productiva de las economías locales”.

En nuestro país, de acuerdo con Villegas (2002), más del 90% del parque empresarial está compuesto por micro, pequeñas y medianas empresas, y con planillas de veinte o menos colaboradores, lo que evidencia, aún más, la tesis de la importancia económica que tienen las microempresas en la economía costarricense.

### *c. Situación actual de las microempresas a nivel global, nacional y regional*

A nivel internacional, pese a la hegemonía de políticas estructurales macroeconómicas, las MIPYMES han cobrado considerable importancia en diversas instituciones multilaterales y de nivel internacional, mediante variados mecanismos de apoyo, como las políticas territoriales para el conjunto de empresas de menor tamaño, y, en forma creciente, políticas orientadas a retos específicos de las MIPYMES, tales como la desregulación y políticas de innovación y tecnológicas, así como aquellas que afectan a la educación, capacitación, además de apoyo específico para agrupamientos de empresas en territorios y segmentos de cadenas de valor global. (Wältring y Dussel Peters, 2003)

Mundialmente, son relevantes los casos de los países miembros de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), Estados Unidos y la Unión Europea (UE). En los países miembros de la OCDE, se observa un alto número de mecanismos de fomento a las empresas de menor tamaño con el propósito de apoyar la capacitación, el desarrollo tecnológico y el empleo; vincular los respectivos territorios con centros de educación; difundir las mejores prácticas, así como impulsar la vinculación y los procesos de aprendizaje territoriales. (Wältring y Dussel Peters, 2003)

En el caso de Estados Unidos, comentan Wältring y Dussel Peters (2003): “la Small and Business Administration (SBA), creada en 1953 y con oficinas en todos los estados, es una palanca de apoyo para las empresas de menor tamaño. Con alrededor de 20 millones de pequeñas empresas, este segmento económico genera dos de cada tres nuevos empleos y representa el 39% [sic] del producto interno bruto”.

En América Latina, comenta el mismo autor, existen algunas experiencias relevantes de políticas orientadas hacia las MIPYME; estas han tendido a enfocarse en tres grandes áreas: fomento a las exportaciones, desarrollo tecnológico y capacitación de los recursos humanos, y, recientemente, en esfuerzos para vincular las MIPYMES con las grandes empresas.

Las microempresas presentan un altísimo grado de autoempleo (88% en Centroamérica), lo que refleja, a diferencia de otros casos internacionales, un elevado grado de pobreza. Se trata, en general, de empresas de poca capitalización que, expuestas bajo su propio riesgo, operan con un escaso nivel de calidad de empleo y reproducen la “trampa del bajo valor agregado” (Ruiz Durán, 1995).

Aunque todavía no se han materializado estos consensos entre los sectores público y privado en acciones, principalmente, en su financiamiento como estrategia de competitividad sistémica de largo plazo; existen, en la actualidad, múltiples estudios sobre las condiciones, limitaciones y retos de las MIPYMES en América Latina.

En Costa Rica, de acuerdo con Matarrita (2011) “recientemente se dio a conocer la Política Nacional para el fomento del emprendedurismo; sin embargo, la visión de la política de fomento de las MIPYMES desde esa perspectiva es incipiente en la región”. Asimismo, existen limitaciones en la disponibilidad de información estadística acerca de las microempresas, y en su respectiva identificación de necesidades y de oportunidades.

Al conocer la conceptualización y el panorama, tanto a nivel global, regional y nacional de las microempresas, caracterizado por la carencia de información y acceso a la formación, se vuelve

necesario indagar en la conceptualización teórica del proceso de capacitación, como un mecanismo para el logro de una ventaja competitiva del sector.

*d. Conceptualización teórica de capacitación*

Existen algunas definiciones para el proceso de capacitación. Según Werther y Davis (1995) es “el proceso que auxilia a los miembros de la organización a desempeñar su trabajo actual, sus beneficios pueden prolongarse a toda su vida laboral y pueden auxiliar en el desarrollo de esa persona para cumplir futuras responsabilidades”. (p. 148)

Por su parte, Chiavenato (2000) comenta que “es un proceso educativo a corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, mediante la cual las personas aprenden conocimientos y actitudes”. (p. 557)

De acuerdo con Mondy (2010) la capacitación “se compone de aquellas actividades diseñadas para brindar a los aprendices los conocimientos y habilidades necesarias para desempeñar sus trabajos actuales”. (p. 198)

La capacitación es una herramienta imprescindible de cambio positivo en las organizaciones, es imposible concebirla solamente como entrenamiento o instrucción, supera a estos y se acerca e identifica con el concepto de educación. (Xie Qian, 2008)

Conforme a Palacios (2011):

*Es de gran importancia el llevar a cabo la capacitación en toda empresa para efecto y beneficio de las mismas [sic] y personal que ahí labora. Quizá algunas organizaciones lo tomen o vean como un gasto innecesario para ellos, por los gastos que se generan para y durante el proceso de capacitación, en cambio otras sí notan que es necesario y beneficioso para todos el que se lleve a cabo ya que genera mayor productividad. El mundo laboral cambia constantemente en cuanto a implantación de nuevas tecnologías, a las competencias que surgen conforme al crecimiento de nuevas empresas ya sea se dediquen al mismo o distinto rubro, etc.<sup>3</sup>*

La capacitación es una inversión a largo plazo, una de las más rentables que puede emprender una organización. Si a la empresa la hacen sus trabajadores, a estos los hace la capacitación. Aunque los trabajadores tengan maravillosas aptitudes, si carecen de formación, son como diamantes en bruto, que necesitan de la talla para mostrar su verdadero valor. (Xie Qian, 2008)

Por su parte, Morales (2002) expone que “las actividades educativas deben verse como una anterior inversión, en la que se pierde o se gana, de acuerdo con el grado de agudeza en la detección de las necesidades de capacitación y formación y en la selección del personal” (p. 65). Dicho postulado evidencia la importancia de la capacitación en cualquier tipo de empresa.

---

<sup>3</sup> Dd: documento digital sin número de página

*e. Conceptualización teórica de planes de negocio*

El plan de negocio, también llamado plan de empresas, es un documento que especifica, en lengua escrita, un negocio que se pretende iniciar o que ya se ha iniciado. Este escrito, generalmente, se apoya en estudios adicionales como el técnico, el financiero, el de mercado y el de organización (Ruiz, 2012).

De acuerdo con Weinberger (2009) el plan de negocio:

*Es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación. Este plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos. Lo que busca este documento es combinar la forma y el contenido. (p. 33)*

En síntesis, se puede decir que un plan de negocio es una guía, que muestra cómo alcanzar objetivos, mediante actividades, para el logro de una ventaja competitiva.

**Métodos y materiales**

Para este estudio, se optó por la utilización de métodos estadísticos probabilistas, con el fin, de que sea lo más representativo posible. La información se obtuvo de una muestra de 66 microempresas en los cantones de Naranjo, Palmares y San Ramón, calculada bajo el supuesto de características dicotómicas; trabajando con un nivel de confiabilidad del 90%, y un margen de error de 10%, se optó por una distribución proporcional en los tres cantones, es decir, 22 microempresas por cantón. Los cuestionarios fueron aplicados durante los meses de noviembre y diciembre del año 2013.

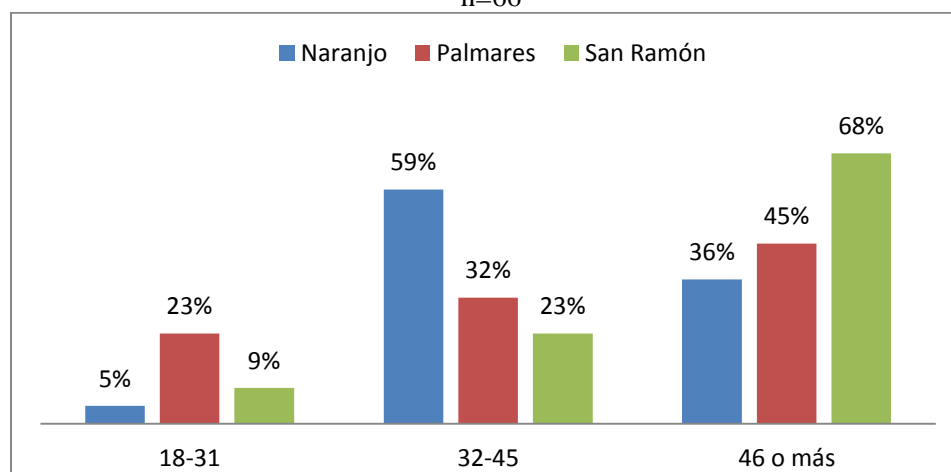
Se exponen los resultados relacionados con la necesidad de capacitación en materia de planes de negocio de los microempresarios(as), incluyendo los datos generales de los encuestados, tales como edad, nivel de educación, actividad a la que se dedican, el cantón en donde la ejecutan, y los años de funcionamiento de la microempresa; también se presenta un diagnóstico de los temas que requieren apoyo. Tras continuar con el análisis de los resultados de la investigación, se expone la oferta existente para el abordaje de la necesidad de capacitación en materia de planes de negocio en los microempresarios (as) de la Zona de Occidente.

*Necesidades de capacitación de los microempresarios en materia de planes de negocio*

En lo referente al porcentaje etario de los microempresarios encuestados y dueños de las empresas, el rango de 46 o más años reflejó en la encuesta un mayor porcentaje (de un 50 por ciento), seguido por el de 32 a 45 años (un 36 por ciento del total). Lo cual evidencia que más del

86 por ciento de las personas encuestadas son mayores de treinta y dos años. La información anterior se presenta en el gráfico 1:

Gráfico 1. Porcentaje de microempresarios según rango de edad y cantón  
n=66



Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado (2012).

En lo referente al nivel de educación de los microempresarios encuestados, la tabla 1 resume la información:

Tabla 1. Nivel de educación más alto obtenido por los microempresarios  
n=66

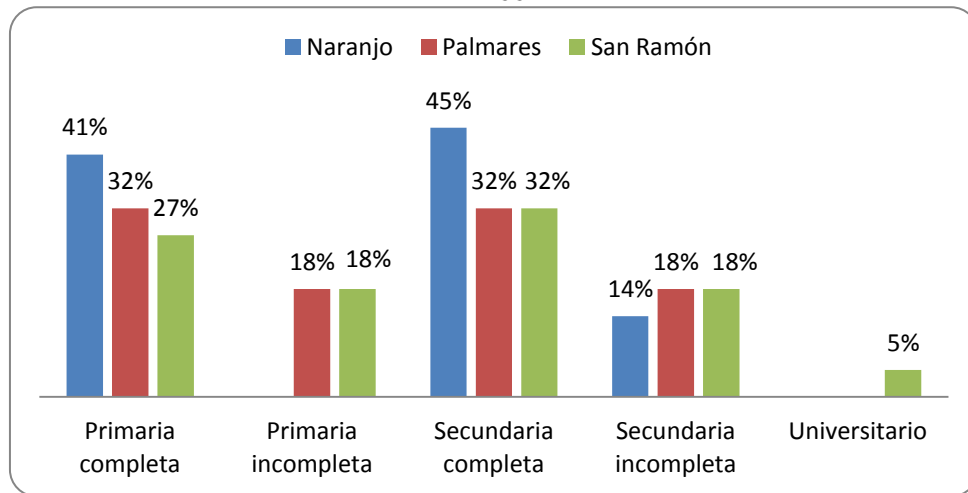
Nivel de educación más alto obtenido	Porcentaje de personas
Primaria completa	33%
Primaria incompleta	12%
Secundaria completa	36%
Secundaria incompleta	17%
Universitario	2 %
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado (2012).

Se evidencia, mediante la tabla 1, que el 33 por ciento de las personas posee educación primaria completa; un 12 por ciento, primaria incompleta; el 36 por ciento secundaria completa; un 17 por ciento, secundaria incompleta y sólo un 2 por ciento posee título universitario. Lo anterior expone la realidad de los microempresarios y su escasa formación académica, ya que más de la mitad no tiene siquiera la secundaria concluida.

Es de suma importancia realizar cruces de variables para obtener información más concreta a la hora de proponer la estrategia de capacitación, por ello, se analizó el porcentaje de personas según su cantón y nivel de educación. El gráfico 2 expone esta relación:

Gráfico 2. Porcentaje de personas según cantón y nivel de educación  
n=66



Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado (2012).

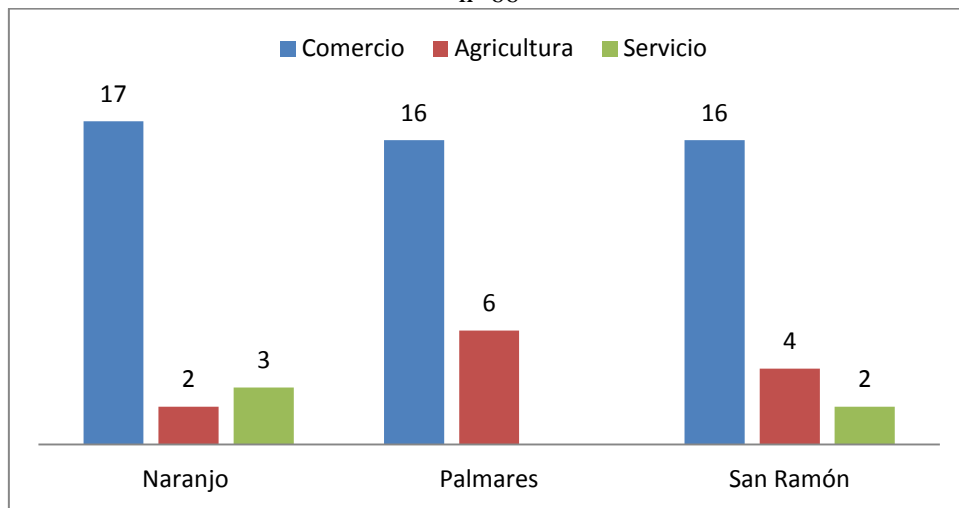
Con base en el gráfico anterior, se puede visualizar que en el caso del cantón de Naranjo el 41 por ciento de los encuestados tiene primaria completa; el 45 por ciento, secundaria completa y el 14 por ciento, secundaria incompleta. En el caso de Palmares, el 32 por ciento posee primaria completa; el 18 por ciento, primaria incompleta; el 32 por ciento, secundaria completa y el 18 por ciento, secundaria incompleta. En el caso de San Ramón, el 27 por ciento posee primaria completa; el 18 por ciento, primaria incompleta; el 32 por ciento, secundaria completa y un 5 por ciento, formación universitaria.

La información obtenida con la encuesta reafirma la posición de Obando (2008) al señalar que “la probabilidad de encontrar propietarios de microempresa con educación superior completa es sin duda mucho más baja que en cualquier otro estrato” (p. número). Por otra parte, se confirma lo expuesto por Arroyo (2002) quien señala:

*La educación formal en los micronegocios en América Central alcanzó una media de cinco años para 1999, lo que implica que los trabajadores no terminaron la primaria. Afirma que el 48% de los ocupados no ha completado la primaria, mientras que un 41% no terminó la secundaria y menos del 12% ha logrado una calificación mayor a la secundaria.*

En lo referente a la actividad a la que pertenece la microempresa, se evidencia que, en el cantón de Naranjo, la mayor cantidad de microempresas son del sector comercio (17); seguido del de servicio, con 3 microempresas y con un número, únicamente, de 2 microempresas destinadas a la agricultura. Por su parte, en Palmares, al igual que Naranjo, la mayor parte de microempresas entrevistadas son del sector comercial (16); seguido por el de agricultura (6). Por último, en San Ramón, prevalece la tendencia del sector comercial (16); seguido por el de agricultura (4) y dos microempresas destinadas a los servicios. El gráfico 3 expone lo anterior:

Gráfico 3. Sector al que pertenecen las microempresas según su cantón  
n=66



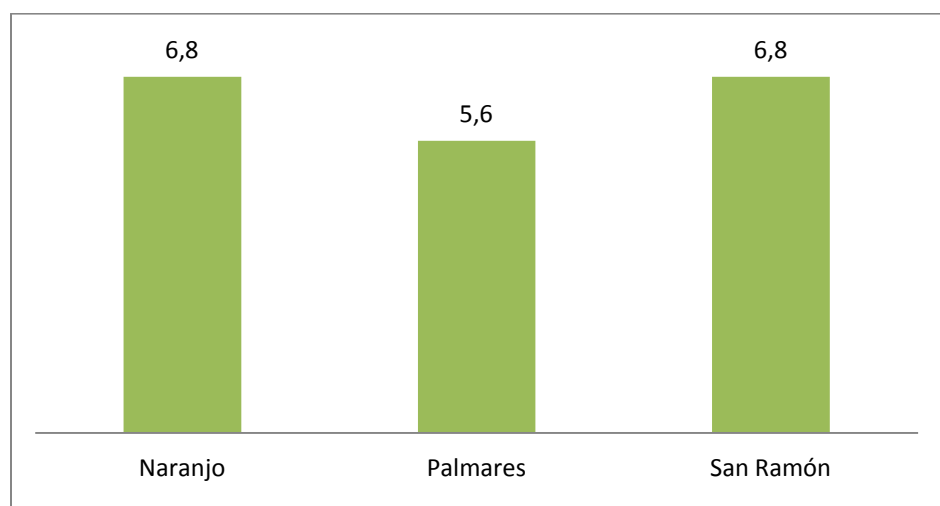
Fuente: cuestionario aplicado (2012).

Lo anterior es coincidente con Arroyo (2002) cuando expone:

*Una serie de estudios sobre la actividad microempresarial que enfatiza el peso relativo de las actividades comerciales, de gran facilidad de entrada (y salida), así como de poca complejidad (en general, estas actividades no requieren de una gran calificación de la fuerza laboral, lo cual se traduce en salarios bajos, poca productividad y escaso valor agregado).*

En el análisis de la variable de los años de funcionamiento, se procedió, en primera instancia, a calcular un promedio por cantón. Se obtuvo que, en Naranjo, el promedio de funcionamiento es de 6,8 años; en Palmares, de 5,6 y en San Ramón, de 6,8. A continuación, el gráfico 4 resume lo anterior:

Gráfico 4. Promedio de años de funcionamiento de las microempresas por cantón  
n=66



Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado (2012).

Con base en los años de funcionamiento, también se estimaron cuatro funciones estadísticas por cantón: el valor que se repite con más frecuencia, es decir, la Moda, el máximo, el mínimo y la desviación estándar de los mismos. La tabla 2 resume lo anterior:

Tabla 2. MODA, máximo, mínimo y desviación estándar de los años de funcionamiento por cantón  
n= 66

Cantón/ Función	San Ramón	Palmares	Naranjo
MODA	10	4	4
Máximo	23	14	20
Mínimo	1	1	1
Desviación Estándar	5,60	3,25	4,48

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado (2012).

En el caso de San Ramón, el número de años de funcionamiento que más se repite es 10; en Palmares, al igual que en Naranjo, 4. El máximo valor de cada cantón es de 23 años en San Ramón, 14 en Palmares y 20 en Naranjo, y el mínimo es de 1 año para los tres cantones. En cuanto a la desviación estándar, los resultados muestran un 5,60 para San Ramón, un 3,25 para Palmares y un 4,48 para Naranjo.

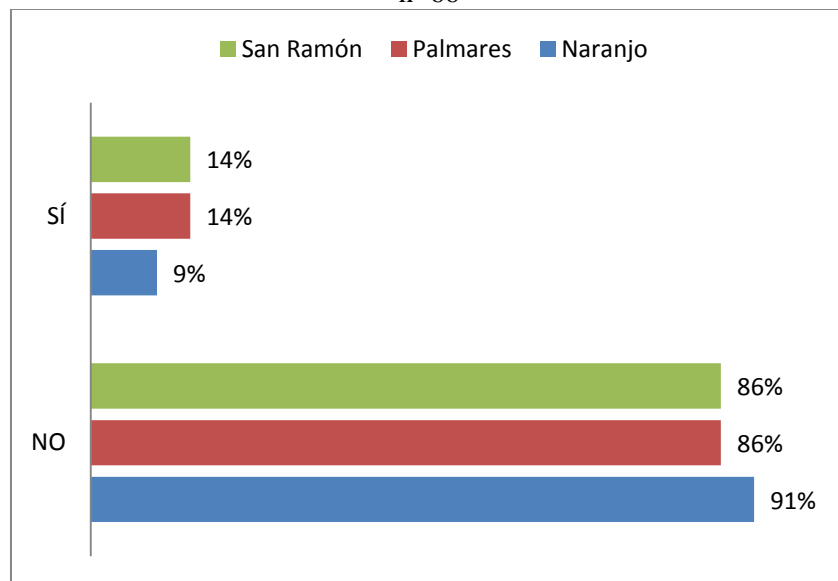


La información obtenida en la investigación reafirma la posición de Zevallos (2007):

*Fundamentalmente en todos los países estas unidades económicas son muy jóvenes (38,2% en promedio), con porcentajes significativos en Panamá (54%) y Guatemala (41,3%). Ello muestra un hecho conocido respecto de la juventud de la actividad económica microempresarial. Más del 65% de todas las unidades económicas tiene 10 o menos años.*

El marco estratégico es de suma importancia porque ahí es donde la microempresa se encuentra con el pensamiento estratégico en su sentido puro y estricto, por lo que interesa sobremanera estudiarlo. Para el análisis de este tema, se optó por una división por cantón de quienes poseen marco estratégico; para ello, se les consultó si tenían misión, visión, valores y objetivos, toda vez que se les explicó brevemente el significado de cada uno. El gráfico 5 resume esta información:

Gráfico 5. Microempresas con marco estratégico por cantón  
n=66



Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado (2012).

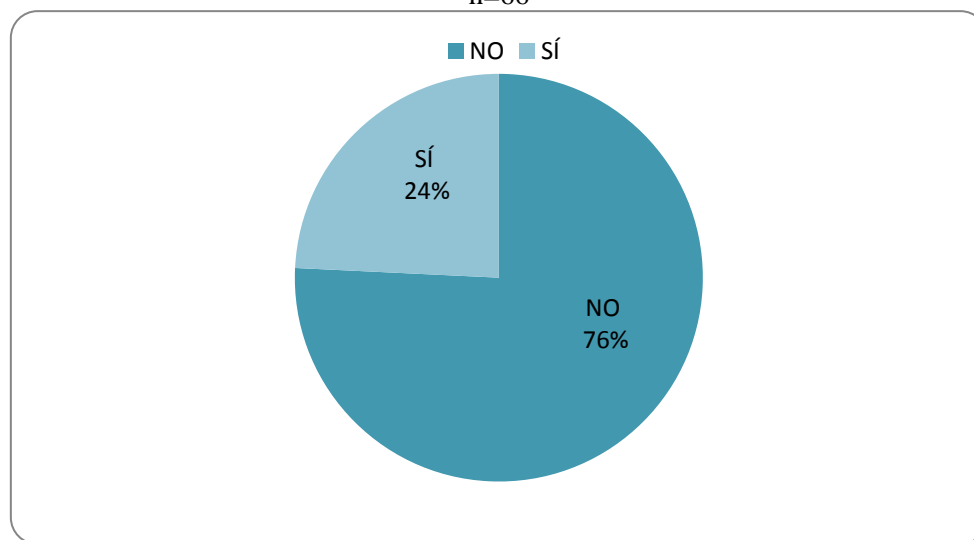
El gráfico anterior refleja que solo un 9 por ciento de las microempresas de Naranjo posee un marco estratégico frente a un 91 por ciento que no lo tiene; en Palmares, la situación es muy similar, el 14 por ciento lo tiene, mientras que un 86 por ciento no; finalmente, San Ramón sigue la misma tendencia, el 14 por ciento lo posee y el 86 por ciento no. La información obtenida reafirma, en primera instancia, que las microempresas no desarrollan una planeación estratégica que incluya el marco estratégico, y, en segundo lugar, la necesidad de capacitar en este tema a los microempresarios.

Se procedió a evaluar el conocimiento de los microempresarios con respecto a características de sus clientes, tales como: rangos de edad, género, nivel socioeconómico, gustos y preferencias.

En cuanto al conocimiento de los rangos de edad de los clientes, el 76 por ciento de los encuestados manifestó no conocerlos y sólo un 24 por ciento sabe esta información. A continuación, el gráfico 6 expone lo anterior:

Gráfico 6. Conocimiento de edad de los clientes

n=66

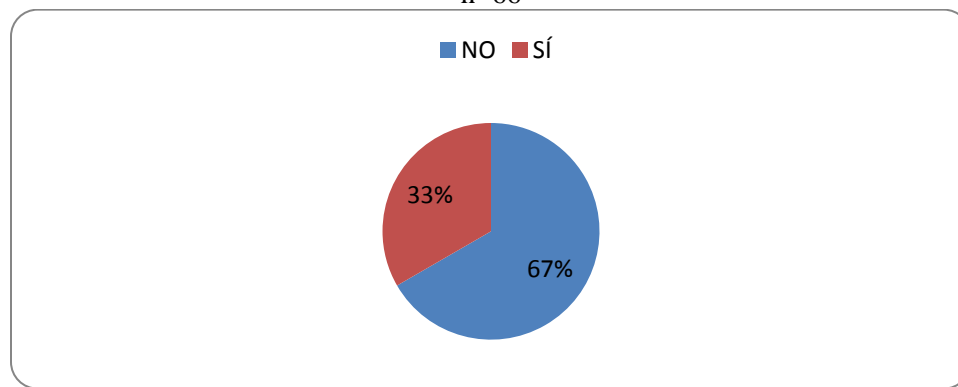


Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado (2012).

Por otro lado, ante la pregunta de si conocen el género de los clientes, los resultados se muestran en el gráfico 7:

Gráfico 7. Porcentaje de encuestados con conocimiento de las características de género de los clientes

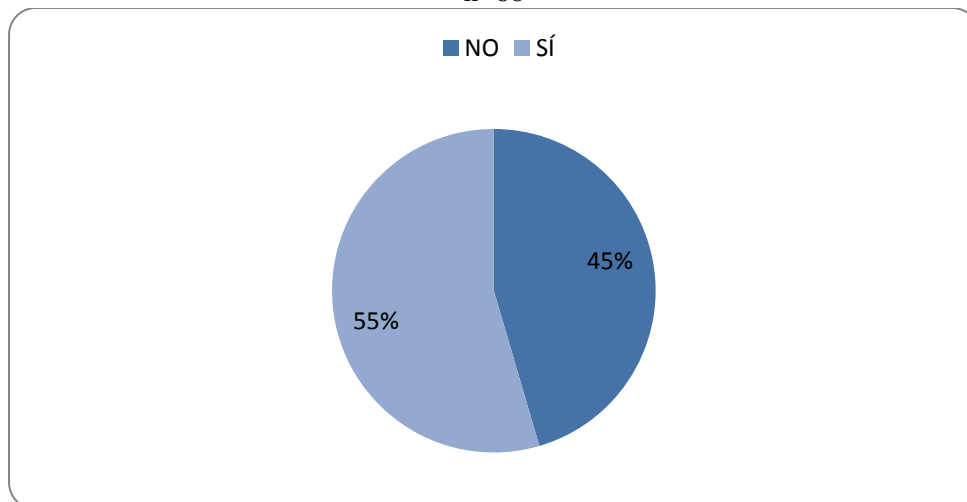
n=66



Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado (2012).

El gráfico anterior expone que el 67 por ciento de los encuestados no conoce el género de sus clientes y, únicamente, un 33 por ciento manifiesta conocerlo. Cuando se les consulta a los microempresarios si conocen los gustos y preferencias de sus clientes, el 45 por ciento manifiesta hacerlo y un 55 por ciento manifiesta no conocerlos. El gráfico 8 resume lo anterior:

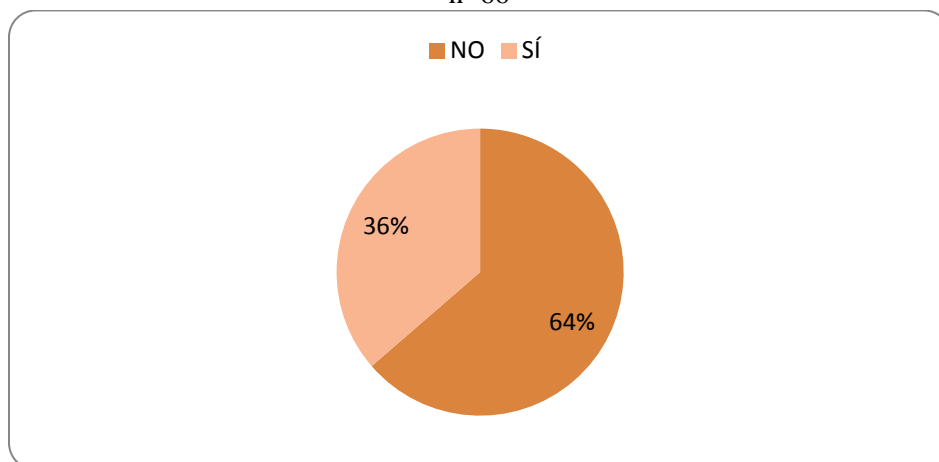
Gráfico 8. Porcentaje de microempresas que conocen gustos y preferencias de sus clientes  
n=66



Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado, (2012).

En lo que respecta al porcentaje de microempresarios que conocen el nivel socioeconómico de sus clientes, el 64 por ciento manifiesta no saberlo, frente a un 36 por ciento que sí lo sabe; el gráfico 9 lo explica:

Gráfico 9. Porcentaje de microempresas con conocimiento del nivel socioeconómico de sus clientes  
n=66



Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado (2012).

El desconocimiento, en términos generales, de las microempresas encuestadas acerca de sus clientes pone en evidencia que estas no tienen un concepto claro de a quién se dirigen, lo que limita satisfacer las necesidades de los mismos de manera exitosa y las pone en desventaja, en comparación con las medianas y grandes empresas.

Al preguntar cuáles son los recursos necesarios para el funcionamiento de la microempresa, un 97 por ciento de los encuestados manifestó no saberlo y, únicamente, un 3 por ciento lo sabía.

Asimismo, se les consultó a los microempresarios acerca del monto de capital que necesitan para mantenerse en funcionamiento hasta comenzar a generar ingresos; en el cantón de Naranjo, el 91 por ciento de los microempresarios manifestó no conocerlo y ,únicamente, el 9 por ciento manifestó conocerlo; por otro lado, en Palmares, el 36 por ciento de los encuestados comentó no saber, mientras que el 64 por ciento sí; por último, en San Ramón, el 36 por ciento de los encuestados dijo no saber y el 64 por ciento sí.

La tabla 3 resume lo anterior:

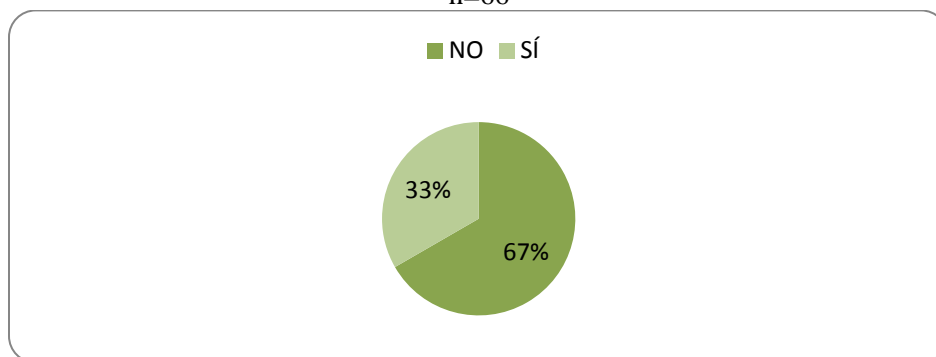
**Tabla 3. Conocimiento monto de capital necesario por cantón**  
**n=66**

Criterio/Cantón	Naranjo	Palmares	San Ramón
NO	91%	36%	36%
SÍ	9%	64%	64%

Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado, 2012.

Es importante mencionar que, ante la consulta de si posee un plan de inversión y financiamiento, el 67 por ciento de los encuestados contestó negativamente mientras que un 33 por ciento expresó poseerlo. El gráfico 10 expone lo anterior:

**Gráfico 10. Porcentaje de microempresarios que posee plan de inversión y financiamiento**  
**n=66**



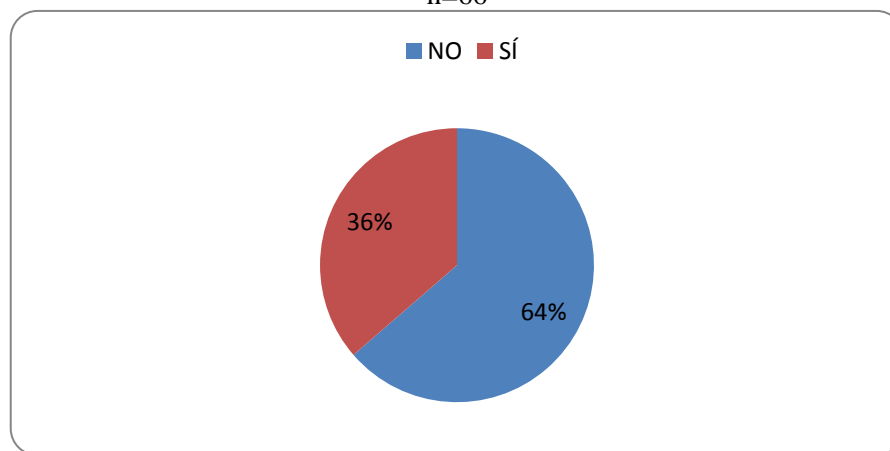
Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado, (2012).

La carencia de planes de financiamiento e inversión en este sector queda expuesta en esta investigación, y demuestra la limitación que constituye no poseer un panorama amplio de las necesidades y capacidades financieras de la microempresa para el logro de las metas establecidas.

El análisis de los aspectos técnicos de las microempresas es de vital importancia, puesto que, muchas veces, los microempresarios dirigen sus empresas sin llevar un control formal del capital, recursos y funcionamiento, lo cual puede comprometer sus posibilidades de éxito.

Se les consultó a los microempresarios acerca de si sabían cómo determinar los requerimientos técnicos de la microempresa, el 64 por ciento manifestó saberlo y un 36 por ciento respondió negativamente. El gráfico 11 expone esta situación.

Gráfico 11. Porcentaje de microempresas que sabe determinar sus requerimientos técnicos  
n=66

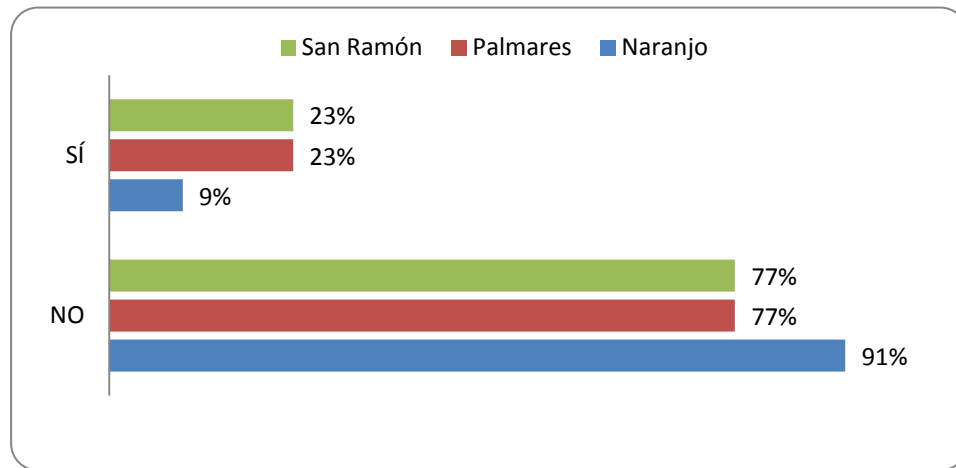


Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado (2012).

La información obtenida pone de manifiesto la posición de Perry (2007) para quien “las empresas tienden a quedarse pequeñas, e incluso a desaparecer, porque exhiben grados de productividad del capital bajos y costos de producción relativamente altos”. Lo cual es muy preocupante.

Para analizar si los microempresarios poseen un plan de mercadeo, se realizó un estudio por cantón. Se obtuvieron los siguientes resultados: En la caso de Naranjo, el 91 por ciento de los encuestados no posee un plan de mercadeo mientras que un 9 por ciento sí lo tiene; en Palmares y en San Ramón, el 77 por ciento sí posee un plan; un 23 por ciento no. A continuación, el gráfico 12 muestra lo mencionado:

Gráfico 12 Porcentaje de microempresas que posee plan de mercadeo por cantón  
n=66



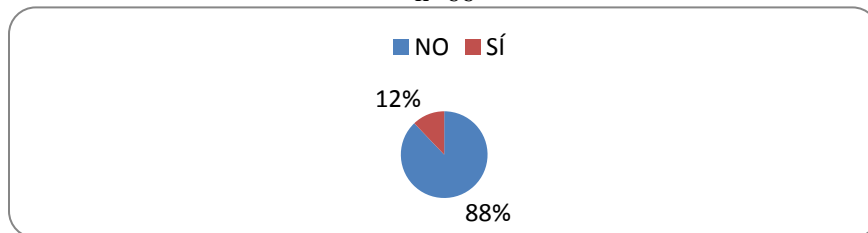
Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado (2012).

El plan de mercadeo es esencial para el funcionamiento de la empresa y para la comercialización eficaz y rentable de cualquier producto o servicio; la carencia de este, tal y como se evidencia en este estudio, no permite que las microempresas posean una visión clara de los objetivos a los que quieren llegar.

Para conocer el grado de formalidad de las microempresas encuestadas, se procedió a consultar si cuentan con patente, inscripción en el Ministerio de Salud, de patrones en la Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS), inscripción en el Ministerio de Hacienda, póliza de riesgos de trabajo en el INS y registro de marca. Los resultados fueron los siguientes:

En lo que se refiere a las patentes municipales, permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud, inscripción en la CCSS y el Ministerio de Hacienda, solo un 12 por ciento de los encuestados manifestó contar con ello, mientras que un 88 por ciento no lo cumple. El gráfico 13 expone lo anterior:

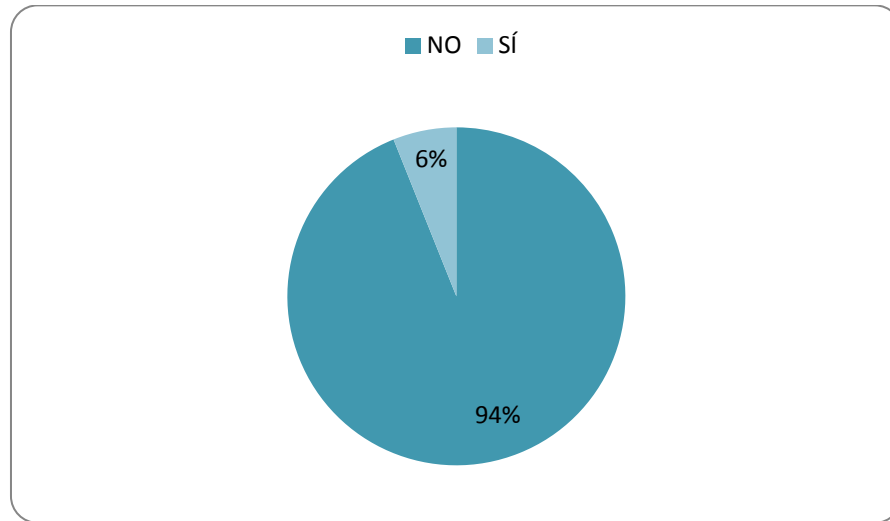
Gráfico 13. Porcentaje de microempresarios con patentes municipales, inscripción en la CCSS y Ministerio de Hacienda  
n=66



Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado (2012).

Cuando se les consulta a los encuestados acerca de la póliza por riesgos de trabajo en el INS, solamente el 6 por ciento resultó tenerla, mientras que el 94 por ciento no cumple con este requisito. El gráfico 14 expone estos datos:

Gráfico 1. Porcentaje de microempresas con póliza de riesgos de trabajo del INS  
n=66



Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado (2012).

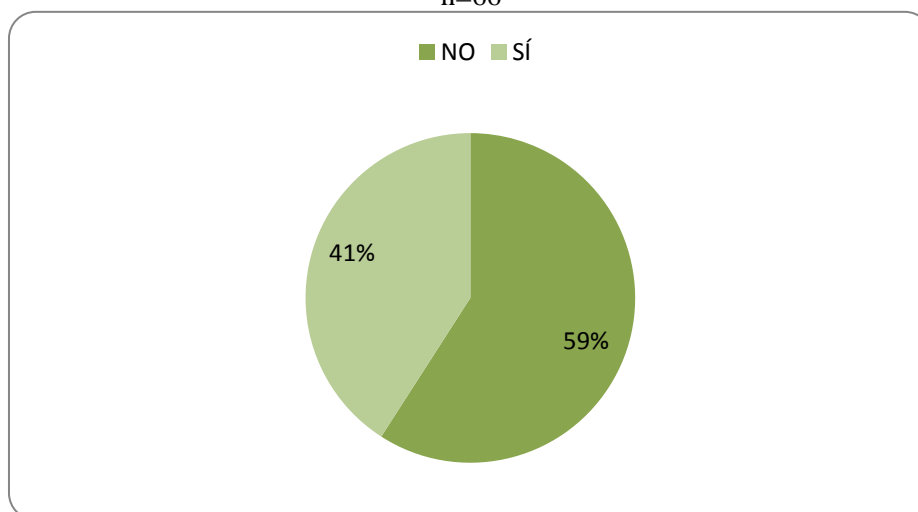
El incumplimiento de más del 88 por ciento de los encuestados a las obligaciones legales pone en evidencia la exposición de los microempresarios desde a sanciones económicas, hasta el cierre de su negocio. Aunado al desmejoramiento en la estructura de las mismas, se encuentra el no prevenir accidentes y enfermedades de trabajo, el incremento de la rotación de personal y la carencia de trabajadores comprometidos, lo que no favorece la productividad.

Por último, en esta variable se consultó a los encuestados acerca del registro de su marca; solamente el 3 por ciento está inscrito con su marca, mientras que el 97 por ciento no.

#### *Oferta existente para el abordaje de la necesidad de capacitación en materia de planes de negocio*

Para evaluar la oferta existente para el abordaje de la necesidad de capacitación en materia de planes de negocio, en los microempresarios de la Zona de Occidente, se procedió, en primera instancia, a consultar sobre la asistencia a programas de capacitación en los últimos dos años. Del total de encuestados, el 59 por ciento manifestó haber participado, mientras que un 41 por ciento no lo hizo. El gráfico 15 presenta esta información:

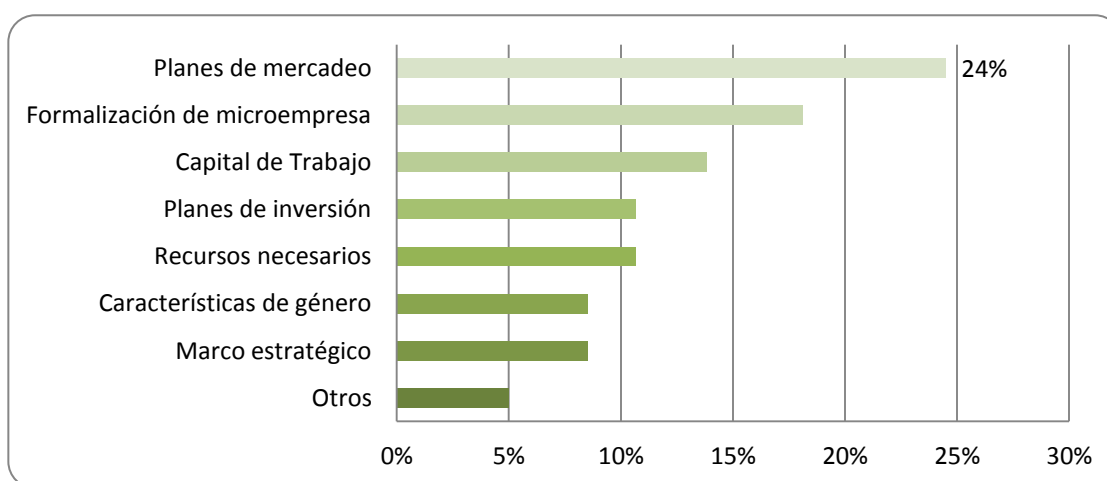
Gráfico 15. Porcentaje de microempresas que asistió a una capacitación en los dos últimos años  
n=66



Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado (2012).

Posteriormente, se les consultó a los encuestados que asistieron a un proceso de capacitación acerca de los temas ahí desarrollados. Un 24 por ciento de estos temas consistió en materia de planes de mercadeo, seguido por un 18 por ciento que versó acerca de la formalización de una microempresa, y un 14 por ciento que trató sobre el capital de trabajo; en ningún momento los encuestados han recibido capacitación en materia de planes de negocio. Lo anterior se refleja en el gráfico 16:

Gráfico 16. Porcentaje de temas tratados en los procesos de capacitación  
n=27

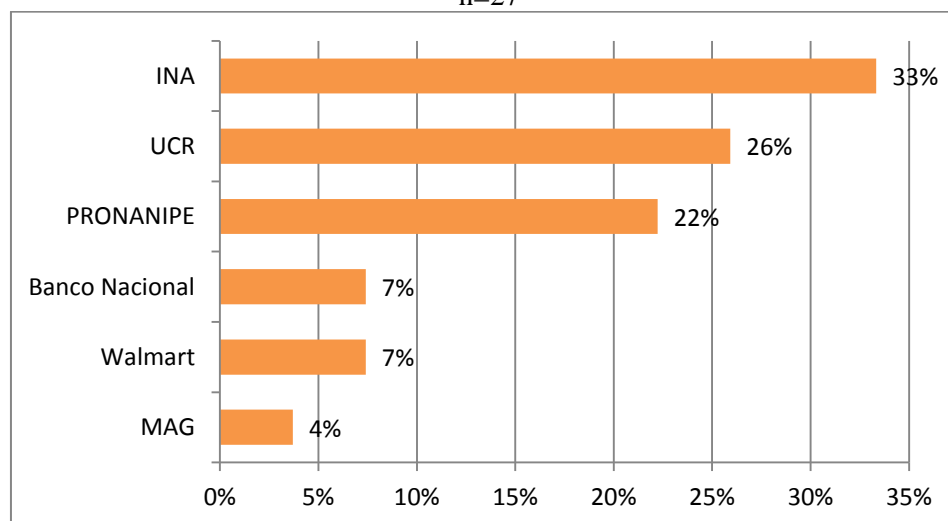


Fuente: Elaboración propia. Cuestionario aplicado (2012).



Es importante mencionar que las capacitaciones fueron organizadas por el INA; Universidad de Costa Rica y Pronanipe, respectivamente, a continuación se expone lo anterior:

Gráfico 17. Porcentaje de asistentes a capacitación por institución  
n=27



Fuente: Elaboración propia con base en encuesta aplicada.

### Reflexiones finales

La importancia de las microempresas, en nuestro contexto, se ha incrementado, pues han pasado a ser un elemento sustancial en los procesos de desarrollo de las competencias empresariales. Los aportes económicos y sociales de estas contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida, es por ello que el valor de este sector no se puede medir sólo en términos cuantitativos.

Más del 80 por ciento de los microempresarios de la Zona no cumple con las obligaciones legales mínimas, tales como patentes, registro en el Ministerio Salud y en el INS. Este incumplimiento de los encuestados pone en evidencia la exposición de las microempresas a sanciones, que van desde económicas hasta el cierre del negocio. Aunado al desmejoramiento en la estructura de las mismas, el no prevenir accidentes y enfermedades de trabajo; el incremento de la rotación de personal y la carencia de trabajadores comprometidos. Se trata de muchos elementos que no favorecen la productividad.

Más del 50 por ciento de encuestados no ha asistido a algún proceso de capacitación en los últimos dos años, los temas desarrollados fueron en materia de planes de mercadeo, formalización de una microempresa y capital de trabajo; en ningún momento han recibido capacitación en materia

de planes de negocio. Se evidencia que los esfuerzos de capacitación realizados para el sector micro-empresarial de la Zona de Occidente son débiles y no han respondido a las necesidades más apremiantes de estos.

Los factores que provocan la necesidad de proponer una estrategia de capacitación en los microempresarios de la Zona de Occidente, en materia de planes de negocio, fueron identificados en esta investigación. Se trata de los siguientes:

- Más del 86 por ciento de los microempresarios no posee marco estratégico.
- Más del 77 por ciento de los encuestados no cumplen con los aspectos formales de legalización.
- Más del 60 por ciento no conoce las características básicas de operación.
- Más del 77 por ciento no posee plan de financiamiento.
- Todos los anteriores son componentes de un plan de negocio y son esenciales para el funcionamiento de una microempresa.

Las necesidades de capacitación de este sector en la Zona de Occidente, comprendida por los cantones de Naranjo, Palmares y San Ramón, son múltiples; sin embargo, se evidencia la urgencia de capacitar en planes de negocio, como herramienta para identificar los puntos fuertes y débiles de la empresa, y a su vez, obtener información para realizar presupuestos e informes. Lo anterior quedó demostrado en el análisis aplicado a los datos brindados por los microempresarios, pues estos no cuentan con los elementos de un plan de negocio.

Las instituciones que abordan de las necesidades de capacitación en los microempresarios de la Zona de Occidente son el Instituto Nacional de Aprendizaje, Pronanipe, Banco Nacional y la Universidad de Costa Rica. No obstante, si bien es cierto que se han desarrollado algunos de los elementos de los planes de negocio, una capacitación exclusiva en este tema no se ha brindado en la Zona.

#### Referencias

- Álvarez, M. (2009). Manual de la micro, pequeña y mediana empresa. San Salvador: Cepal.
- Ayyagari, M. B.-K. (2007). Small and Medium Enterprises Across the Globe. Small Business Economics (29), 415-434. , 415-434.

Bonilla, L. B. (2011). Semiformalidad de la MIPYME en Costa Rica: su relación con la competitividad y el desarrollo. *Cuadernos de Investigación UNED / Research Journal of the Costa Rican Distance Education University*, 2.

Buitrón, I. (2009). Problemas que enfrentan las MiPyMEs que solicitan financiamiento.

Dirección Actuarial y Económica. (2012). *Caja Costarricense del seguro Social*.

Recuperado el 30 de mayo del 2012 de [http://portal.ccss.sa.cr/portal/page/portal/Direccion\\_Actuarial/EPT%20TRIMESTRAL/Tab1](http://portal.ccss.sa.cr/portal/page/portal/Direccion_Actuarial/EPT%20TRIMESTRAL/Tab1)

Fundes. (2011). Recuperado el 21 de Junio de 2012, de <http://www.fundes.org/clave-para-el-desarrollo-de-la-mipyme/?lang=es>

Henríquez, L. (2010). La situación de la micro y pequeña empresa en Chile. Chile: OIT.

Ley 8262 de Fortalecimiento a Pequeñas y Medianas Empresas. (1997). Recuperado el 21 de Junio de 2012, de [http://www.pgr.go.cr/scij/scripts/TextoCompleto.dll?Texto&nNorma=49713&nVersion=53196&nTamanoLetra=10&strWebNormativa=http://www.pgr.go.cr/scij/&strODBC=DSN=SCIJ\\_NRM;UID=sa;PWD=scij;DATABASE=SCIJ\\_NRM;&strServidor=\\pgr04&strUnidad=D:&strJavaScript=NO](http://www.pgr.go.cr/scij/scripts/TextoCompleto.dll?Texto&nNorma=49713&nVersion=53196&nTamanoLetra=10&strWebNormativa=http://www.pgr.go.cr/scij/&strODBC=DSN=SCIJ_NRM;UID=sa;PWD=scij;DATABASE=SCIJ_NRM;&strServidor=\\pgr04&strUnidad=D:&strJavaScript=NO)

Morales, E. M. (2002). Importancia de la detección de necesidades de capacitación y formación de la CCSS. *Revistas de Ciencias Administrativas y Financieras de la Seguridad Social* (pp. 65-72).

Observatorio Laboral de Centroamérica y República Dominicana. (2008). Características de las microempresas y sus necesidades de formación en Centroamérica y República Dominicana. San José: Editorama, S.A.

Organización Internacional del Trabajo. (1986). Informe sobre fomento de las Pequeñas y Medianas Empresas. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.

- Palacios, A. D. (2011). Gestipolis. Recuperado el 16 de julio de 2012, de <http://www.gestipolis.com/organizacion-talento-2/importancia-capacitacion-de-personal.htm>
- Perry, G. M. (2007). "Chapter 5: Microfirm Dynamics and Informality". Washington, D.C.: World Bank.
- Ruiz, R. (2012). Recuperado el 03 de Diciembre de 2012, de <http://www.slideshare.net/ghynnee/definicin-de-conceptos-plan-de-negocio>
- Villegas, F. P. (9 de junio de 2002). El Financiero. Recuperado el 23 de Enero de 2012, de [http://www.elfinancierocr.com/ef\\_archivo/2002/junio/09/opinion1.html](http://www.elfinancierocr.com/ef_archivo/2002/junio/09/opinion1.html)
- Wältring y Dussel Peters. (2003). Condiciones y retos de las MIPYME en Centroamérica.
- Xie Qian, Z. L. (2008). Recuperado el 16 de julio de 2012, de <http://www.eumed.net/libros/2008b/406/La%20capacitacion%20y%20su%20importancia%20en%20el%20desarrollo%20de%20las%20organizaciones.htm>
- Zevallos, E. (2007). Restricciones del entorno a la competitividad empresarial en América Latina. San José: FUNDES Internacional.