

UNIVERSIDAD NACIONAL

SEDE REGIONAL CAMPUS CHOROTEGA

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN CON ÉNFASIS EN GESTIÓN FINANCIERA

PROYECTO DE GRADUACIÓN

TEMA DE:

PROPUESTA DE DESARROLLO DE LAS CAPACIDADES EMPRESARIALES PARA LOS
VENDEDORES INFORMALES DEL DISTRITO CENTRAL DE LA CIUDAD DE NICOYA,
GUANACASTE; COSTA RICA.

ESTUDIANTES:

BRYAN ROMERO GRIJALBA

JULIO JIMÉNEZ ORTEGA

PEDRO BRAN CHACÓN

PROFESORA:

LICDA. SILVIA ZUÑIGA GUERRERO

NICOYA, GUANACASTE; COSTA RICA, 15 DE JUNIO DEL 2024

AGRADECIMIENTOS

A mi familia por brindarme su apoyo durante este proyecto, de igual forma me gustaría agradecer a nuestra tutora que a través de todo este tiempo nos brindó su ayuda, consejos y dedicación para sacar adelante esto. A mis compañeros de grupo también por su dedicación.

Bryan Romero Grijalba

TABLA DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS _____	ii
TABLA DE CONTENIDO _____	iii
LISTA DE TABLAS _____	vii
LISTA DE GRÁFICOS _____	ix
LISTA DE ESQUEMAS _____	x
LISTA DE ANEXOS _____	xi
LISTA DE ABREVIATURAS _____	xii
CCSS. Caja Costarricense del Seguro Social _____	xii
RESUMEN EJECUTIVO _____	xiii
CAPÍTULO I. ASPECTOS METODOLÓGICOS _____	15
1.3. Planteamiento del problema y descripción del problema _____	16
1.3.2 Interrogantes de la investigación. _____	19
o Pregunta general _____	19
1.1.2. Justificación de la investigación _____	19
1.1.3 Delimitación temporal, espacial, institucional y/o empresarial _____	20
1.2 Objetivos de la investigación _____	21
1.2.1. Objetivos generales _____	21
1.2.2. Objetivos específicos _____	21
1.3.1 Conceptualización, operacionalización e instrumentalización de las variables. _____	23
En la tabla1. se presenta los objetivos, las categorías de análisis, técnicas e instrumento utilizados el desarrollo de la investigación: _____	23
1.3.2 Relaciones e interrelaciones del modelo. _____	29
1.4 Estrategia de investigación aplicada _____	33
1.4.1 Tipo de investigación _____	33
1.4.2 Fuentes de investigación _____	33
1.4.3. Población _____	34

1.4.3.1 Definición y caracterización de la población de estudio	35
1.4.3.2. Caracterización de la población	35
1.4.4. Recopilación de los datos	36
1.4.4.1 Técnicas de observación	36
1.4.4.2 Entrevista semiestructurada	36
1.4.4.3 Fichas de contenido	37
1.4.4.4 Portafolio de evidencias	37
1.4.4.5 Indagación documental	37
1.4.4.6. Reportes	37
1.4.5 Análisis e interpretación de la información	38
1.5 Alcances y limitaciones	38
15.1 Alcances	38
CAPÍTULO II MARCO DE REFERENCIA	40
2.1 Generalidad de la institución y/o empresa, y desarrollo específico del área o departamento de investigación	41
2.1.1 Generalidades del cantón de Nicoya	41
2.1.1 Generalidades de Vendedores Informales de Nicoya.	46
2.2. Legislación costarricense que afecta y regula la actividad comercial	47
2.2.1. Aspectos legales que afectan la investigación.	47
2.2.2. Aspectos legales que afectan la investigación	48
CAPÍTULO III MARCO TEÓRICO	51
3.1 Las pymes	52
3.1.1 Concepto de pymes y características	52
3.1.1.1 Características de pymes	52
3.1.2. Requisitos legales y formales para la consolidación de las pymes.	54
3.1.2.1 Requisitos legales	54
3.1.2.2 Requisitos formales.	56
3.1.3 Estructuras de apoyo para las pymes:	56
3.1.3.1, Programa de abastecimiento institucional (PAI)	56

3.1.3.2 Sistema de banca y desarrollo (SBD)	57
3.1.3.3 El Fondo Especial para el Desarrollo de las Micros, Pequeñas y Medianas Empresas (FODEMIPYME).	58
3.1.3. 4 Apoyos para la generación de capacidades empresariales	59
3.1.3.5 Exoneraciones y pagos reducidos.	60
3.2 La economía informal	60
3.2.3 Capacidades empresariales importantes que el vendedor informal posee y necesita reforzar.	64
3.2.3.2 Actitudes y aptitudes empresariales	67
3.3 Fortalecimiento de las economías informales desde la investigación acción participativa	72
CAPITULO IV ANALISIS DE LOS RESULTADOS	78
4. 1. Análisis de los resultados	79
4.1.1 Objetivo específico: Desarrollar un diagnóstico en los vendedores informales para identificar la rentabilidad actual de su negocio, fuentes de financiamiento, capacidades empresariales y percepción sobre las actividades informales.	79
4.1.1.1 La rentabilidad del negocio	79
4.1.1.2. Fuentes de financiamiento	83
4.1.1.3 Capacidades empresariales	94
4.1.2 Objetivo 2. Identificar los requerimientos legales para el funcionamiento de la formalidad en la estimación de costos y tiempos requeridos.	102
4.1.3.1 Inversión inicial para funcionar formalmente.	105
4.1.4.1 Propuesta de capacitación	109
4.1.4.2. Estructura del Plan de capacitación.	110
5.1 Conclusiones	113
5.1.1 Objetivo específico: Desarrollar un diagnóstico en los vendedores informales para identificar la rentabilidad actual de su negocio, fuentes de financiamiento, capacidades empresariales y percepción sobre las actividades informales.	113
5.1.3. Objetivo 3. Elaborar una proyección de inversión inicial y operacional requerida en una transición a la formalidad según tipo de actividad.	115

5.3 Propuesta del plan de capacitación	115
5.3.1. Identificación y contenidos del Plan de capacitación.	115
5.3.2 Momentos seguidos en el proceso de capacitación ejecutado.	116
5.3.4 Plan de capacitación validado	118
5.3.5. Consideraciones adicionales en la ejecución de las capacitaciones.	133
5.2 Recomendaciones	157
5.2.1 Objetivo específico: Desarrollar un diagnóstico en los vendedores informales para identificar la rentabilidad actual de su negocio, fuentes de financiamiento, capacidades empresariales y percepción sobre las actividades informales.	157
5.2.2 Objetivo 2. Identificar los requerimientos legales para el funcionamiento de la formalidad en la estimación de costos y tiempos requeridos.	157
5.2.3. Objetivo 3. Elaborar una proyección de la inversión inicial y operacional requerida en una transición a la formalidad, según tipo de actividad.	158
5.2.4. Objetivo 4. Diseñar una propuesta de capacitación para el desarrollo de las capacidades empresariales en los vendedores informales, que permita la transición de la actividad comercial que realizan a la formalidad.	158
REFERENCIAS	159
ANEXOS	164

LISTA DE TABLAS

TABLA 1. VARIABLES DE INVESTIGACIÓN.....	23
TABLA 2.DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN DE NICOYA POR DISTRITO.....	41
TABLA 3.ÍNDICE DE POBREZA MULTIDIMENSIONAL DEL CANTÓN DE NICOYA.....	43
TABLA 4. POBLACIÓN OCUPADA SEGÚN CALIFICACIÓN DE LOS GRUPOS DE EMPLEO, 2021 -2022 ...	44
TABLA 5 POBLACIÓN OCUPADA SEGÚN POSICIÓN EN EL EMPLEO PRINCIPAL 2021 2022.	45
TABLA 6. REQUISITOS, COSTOS Y TIEMPO PARA CADA TRÀMITE PARA LA FORMALIZACIÓN.....	49
TABLA 7. INGRESOS DE LOS VENDEDORES INFORMALES DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL DISTRITO CENTRAL DE LA CIUDAD DE NICOYA, 2022.....	80
TABLA 8. INGRESOS DE LOS VENDEDORES INFORMALES DE FRUTAS Y VERDURAS DEL DISTRITO CENTRAL DE LA CIUDAD DE NICOYA, 2022.....	81
TABLA 9. INGRESOS DE LOS VENDEDORES INFORMALES DE TEXTILES Y ZAPATERÍA DEL DISTRITO CENTRAL, CIUDAD DE NICOYA, 2022.....	82
TABLA 10. DISTRIBUCIÓN POR CRITERIO DE FRECUENCIAS ABSOLUTAS Y RELATIVAS RESPECTO A LA SOLICITUD DE PRÉSTAMOS REALIZADOS POR LOS VENDEDORES INFORMALES.....	83
TABLA 11. DISTRIBUCIÓN POR CRITERIO DE FRECUENCIAS ABSOLUTAS Y RELATIVAS RESPECTO A LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO A QUE RECURREN LOS VENDEDORES INFORMALES PARA FINANCIAR SU ACTIVIDAD ECONÓMICA.....	85
TABLA 12 .DISTRIBUCIÓN POR CRITERIO DE FRECUENCIAS ABSOLUTAS Y RELATIVAS RESPECTO A LOS MONTOS DE DINERO SOLICITADOS EN LOS PRÉSTAMOS POR LOS VENDEDORES INFORMALES.	86
TABLA 13. DISTRIBUCIÓN POR CRITERIOS DE FRECUENCIAS ABSOLUTAS Y RELATIVAS RESPECTO AL PLAZO ESTABLECIDO PARA PAGAR LOS PRÉSTAMOS SOLICITADOS POR LOS VENDEDORES INFORMALES.....	88
TABLA 14. DISTRIBUCIÓN POR CRITERIOS DE FRECUENCIAS ABSOLUTAS Y RELATIVAS RESPECTO A LA TASA DE INTERÉS MENSUAL PAGADAS POR LOS VENDEDORES INFORMALES SEGÚN ACTIVIDAD.....	90
TABLA 15. DISTRIBUCIÓN POR CRITERIOS DE FRECUENCIAS ABSOLUTAS Y RELATIVAS RESPECTO A LAS VECES QUE LOS VENDEDORES INFORMALES SOLICITARON ALGÚN TIPO DE CRÉDITO.	92
TABLA 16. REQUISITOS PARA LA FORMALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL. COMERCIAL. .	102

TABLA 17. FLUJO DE CAJA DE LOS VENDEDORES INFORMALES DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL DISTRITO CENTRAL, CIUDAD DE NICOYA, 2022.....	106
TABLA 18. FLUJO DE CAJA DE LOS VENDEDORES INFORMALES DE FRUTAS Y VERDURAS DEL DISTRITO CENTRAL EN LA CIUDAD DE NICOYA, 2022.....	107
TABLA 19. FLUJO DE CAJA DE LOS VENDEDORES INFORMALES DE TEXTILES Y ZAPATERÍA DEL DISTRITO CENTRAL DE LA CIUDAD NICOYA, 2022.....	108
TABLA 20.. ESTRUCTURA DEL PLAN PARA LA PROPUESTA DE CAPACITACIÓN PARA DESARROLLAR CON LOS VENDEDORES INFORMALES.....	110

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. OPINIÓN DE LOS VENDEDORES INFORMALES, SEGÚN ACTIVIDAD COMERCIAL; QUE SOLICITARON PRÉSTAMO PARA DESARROLLAR SU ACTIVIDAD COMERCIAL.....	84
GRÁFICO 2. OPINIÓN DE LOS VENDEDORES INFORMALES SEGÚN ACTIVIDAD COMERCIAL CON RESPECTO A LOS MONTOS DE DINEROS SOLICITADOS PARA FINANCIAR LA ACTIVIDAD COMERCIAL.....	87
GRÁFICO 3. OPINIÓN DE LOS VENDEDORES INFORMALES CON RESPECTO A LOS PLAZOS ESTABLECIDOS PARA EL PAGO DE LOS PRÉSTAMOS SOLICITADOS.....	89
GRÁFICO 4. OPINIÓN DE LOS VENDEDORES INFORMALES REFERENTE A LA TASA DE INTERÉS MENSUAL PAGADA POR LOS PRÉSTAMOS SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA	91
GRÁFICO 5. OPINIÓN DE LOS VENDEDORES INFORMALES RESPECTO A LA FRECUENCIA CON QUE SOLICITARON UN PRÉSTAMO PARA DESARROLLAR SU ACTIVIDAD COMERCIAL	93
GRÁFICO 6. OPINIÓN DE LOS VENDEDORES INFORMALES CON RESPECTO A LAS ACTITUDES EMPRESARIALES QUE POSEEN O DESEAN MEJORAR	94
GRÁFICO 7. OPINIÓN DE LOS VENDEDORES INFORMALES CON RESPECTO A LAS ACTITUDES EMPRESARIALES QUE POSEEN O DESEAN MEJORAR.	95
GRÁFICO 8. OPINIÓN DE LOS VENDEDORES INFORMALES CON RESPECTO A LA HABILIDADES EMPRESARIALES QUE POSEEN O DESEAN MEJORAR.	97

LISTA DE ESQUEMAS

ESQUEMA 1. RELACIÓN ENTRE LA RENTABILIDAD, LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO, LAS CAPACIDADES EMPRESARIALES Y LA PERCEPCIÓN DE LOS VENDEDORES INFORMALES	29
ESQUEMA 2. REQUERIMIENTOS LEGALES Y FORMALES PARA LA FORMALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL.....	30
ESQUEMA 3. INVERSIÓN INICIAL Y ESTIMACIÓN DE COSTOS PARA LA FORMALIDAD DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE LOS VENDEDORES INFORMALES, NICOYA GUANACASTE	31
ESQUEMA 4. PROPUESTA DE CAPACITACIÓN PARA VENDEDORES INFORMALES DE NICOYA, GUANACASTE	32

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1. ENTREVISTA APLICADA A VENDEDORES INFORMALES DEL DISTRITO CENTRAL DE NICOYA, GUANACASTE	165
ANEXO 3. INSTITUCIONES QUE APOYAN A LAS PYMES EN COSTA RICA	172
ANEXO 4. DISTRIBUCIÓN POR CRITERIOS DE FRECUENCIAS ACUMULADA Y RELATIVAS RESPECTO A LAS ACTITUDES EMPRESARIALES QUE POSEEN O DESEAN MEJORAR LOS VENDEDORES INFORMALES	175
ANEXO 5. DISTRIBUCIÓN POR CRITERIO DE LAS FRECUENCIAS ABSOLUTAS Y RELATIVAS CON RESPECTO A LAS APTITUDES EMPRESARIALES QUE POSEEN O DESEAN MEJORAR LOS VENDEDORES INFORMALES	176
ANEXO 6. DISTRIBUCIÓN POR CRITERIOS DE FRECUENCIAS ABSOLUTAS Y RELATIVAS DE LAS CAPACIDADES EMPRESARIALES QUE POSEEN O DESEAN MEJORAR LOS VENDEDORES INFORMALES	177
ANEXO 7. EVIDENCIA DE LA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA PARA EL PLAN DE CAPACITACIÓN DE LOS VENDEDORES INFORMALES, NICOYA GUANACASTE.....	178

LISTA DE ABREVIATURAS

- CCSS. Caja Costarricense del Seguro Social
- BCCR: Banco Central de Costa Rica
- CCSS: Caja Costarricense del Seguro Social
- DIGEPYME: Dirección General de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa.
- FIDEIMAS: Fideicomiso del Instituto Mixto de Ayuda Social.
- FODEPYME: Fondo Especial para el Desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas
- INA: Instituto Nacional de Aprendizaje
- INEC: Instituto Nacional de Estadística y Censo.
- IMAS: Instituto Mixto de Ayuda Social.
- INS: Instituto Nacional de Seguros ANEXO 1*
- IAP. Investigación Acción Participativa.
- MEIC: Ministerio de Economía, Industria y Comercio
- MH: Ministerio de Hacienda
- MICIT: Ministerio de Ciencia y Tecnología
- MINAE: Ministerio de Ambiente y Energía
- OIT: Organización Internacional del Trabajo
- PNUD. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
- PROCOMER: Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica
- PROPYME: Programa de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa
- PYME o MIPYME: Micro, Pequeña y Mediana Empresa
- SBD: Sistema Banca para el Desarrollo

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación tiene como objetivo general elaborar una propuesta para el desarrollo de las capacidades empresariales en los vendedores informales del distrito Central del cantón de Nicoya, para impulsarlos a establecer sus actividades en condiciones de formalidad, en los años 2020-2022. Asimismo, para esta investigación, se propusieron cuatro objetivos específicos que orientaron el trabajo realizado.

Para el primer objetivo, se realizó un diagnóstico con los vendedores informales para conocer la rentabilidad actual de su negocio, cómo lo financian, las capacidades empresariales que poseen y la percepción que tienen acerca de la actividad comercial que realizan. Se logró determinar que, perciben la informalidad como una forma de vida que les permite llevar el sustento a sus familias, ven la formalidad como una forma de percibir más ingresos, los cuales no son suficientes para mantener sus familias.

En el segundo objetivo, se identificaron los requerimientos legales para el funcionamiento en la formalidad, así como la estimación de costos y tiempos requeridos para la tramitología, con este propósito fue necesario recurrir a fuentes documentales que se encontraron en la Municipalidad de Nicoya y en otras instituciones y organizaciones, necesarias para la obtención de la patente comercial.

En el tercer objetivo se elaboraron los flujos de caja, con proyecciones de la inversión inicial y operacional requeridas para la transición a la formalidad, según tipo de actividad comercial realizada por los vendedores informales, a través de los cuales se logró determinar la proyección de los gastos de formalización y se visualiza que, por la baja capacidad de inversión, tendrían que reducir su capital de operación (materias primas y productos) para cubrir los gastos de la formalización. Por tanto, la formalización es viable para ellos en la medida en que puedan incrementar el capital de inversión y operación, para alcanzar un nivel de ventas que pueda cubrir la nueva estructura de costos al operar en la formalidad.

En el cuarto objetivo se diseña una propuesta de capacitación para el desarrollo de las capacidades empresariales en los vendedores informales, que permita la transición de su actividad comercial a la formalidad, mediante un programa de capacitación que los provea de herramientas necesarias para que su negocio crezca y perdure en el tiempo. Esta propuesta se desarrolló con vendedores informales representantes de cada actividad económica, con el propósito de determinar su validez.

El proceso de validación permitió realizar los ajustes necesarios en cuanto a tiempo y contenidos temáticos, de manera que la propuesta sea viable y pueda desarrollarse en cualquier momento, con cualquier otro grupo de vendedores.

La investigación se caracteriza por ser mixta, porque posee aspectos de los estudios cuantitativos y cualitativos. Se trabajó con una muestra 20 vendedores informales, a los cuales se les aplicó una entrevista semiestructurada. También se recurrió a otras técnicas como observación directa, diálogo de saberes y revisión documental, que permitió la obtención de información respecto a las variables de estudio.

La información obtenida permitió cumplir los objetivos específicos y dar respuesta a las interrogantes de la investigación, a partir de lo cual fue posible diseñar la propuesta de capacitación, basada en las necesidades que manifestaron los vendedores informales. Para la elaboración de la propuesta, se llevó a cabo un plan de capacitación de 4 módulos, de los cuales se derivan 12 contenidos temáticos. Cada módulo generó insumos para el desarrollo del siguiente, de manera que el proceso de aprendizaje del participante fuera concatenado.

El aporte de la investigación, a través del programa de capacitación, permitió a los vendedores informales adquirir los conocimientos necesarios sobre lo que lo que implica estar en la informalidad y en la formalidad y poseer conciencia acerca de los pros y contras que conlleva la formalidad de su negocio, con respecto a la planificación, la estructuración y el financiamiento, así como de la capacitación que pueden recibir por parte de las diferentes instituciones que apoyan las pymes en este país.

CAPÍTULO I. ASPECTOS METODOLÓGICOS

1.3. *Planteamiento del problema y descripción del problema*

La venta informal es considerada una actividad ilegal y no regulada, la cual agrupa un gran número de personas, quienes comparten características comunes, como desplazamiento forzado, violencia, desempleo y único medio de vida, que han impulsado la informalidad; además, desconocen las diversas ayudas, regulaciones y programas que existen (Almanza y Correal, 2016). Es aquí donde se hace necesaria la capacitación a los vendedores informales, para que conozcan las herramientas y la información necesaria para formalizar su actividad económica y, con ello, dejar de operar en informalidad, disminuir el uso de los espacios públicos, asegurar la contribución tributaria y mejorar su calidad de vida.

La economía informal está asociada, generalmente, con baja productividad, pobreza, desempleo elevado y un crecimiento económico más lento. Esta situación también es más frecuente en los países de bajo ingreso, porque, a medida que estos se desarrollan, es más fácil que los trabajadores realicen la transición al sector formal. Al mismo tiempo, proporciona empleo e ingresos a quienes, de otro modo, no encontrarían trabajo, o bien, complementa sus ingresos laborales en el sector formal regulado.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) diferencia entre empleo en el sector informal y empleo informal. El primero es un concepto basado en la empresa y se define en función de las características del lugar de trabajo, mientras que el empleo se define en términos de la relación laboral y las protecciones asociadas con el trabajo (OIT, 2002). Asimismo, esta organización define el sector informal como “un subconjunto de empresas no incorporadas al régimen fiscal” (p. 23), mientras que Alarcón y Muñoz (2019) definen las empresas en el sector informal como “aquellas que no están inscritas en el Registro de la Propiedad y que no tienen una contabilidad formal, que, por poseer baja calificación, son el sector donde normalmente se presentan los mayores porcentajes de desempleo y subempleo” (p. 85).

La informalidad laboral es una característica estructural en los países de América Latina y el Caribe y con la crisis sanitaria por COVID, evidencia nuevamente, la magnitud de la desprotección que enfrentan los trabajadores informales, pues no tienen acceso créditos y no se beneficiaron con las medidas y estímulos fiscales o del teletrabajo; además, tienen un acceso limitado a los servicios de atención de la salud y carecen de mecanismos de sustitución de los ingresos en caso de enfermedad, pérdida del empleo o de confinamiento (Velásquez, 2021).

El fenómeno de la informalidad está cruzado por los ejes de la desigualdad social. Se observan importantes desigualdades de género, socioeconómicas, étnicas y raciales, etarias y, especialmente, territoriales. La tasa de empleo informal es mayor entre las mujeres (54,3%), en la población joven (62,4%) y entre la población mayor (78%) y se concentra mayormente en zonas rurales (68,5%) (OIT, 2018).

En la región, América Latina y el Caribe el 53,1% de los trabajadores de lo que equivalía a 130 millones de personas se encontraba en la condición de empleo informal en el año 2018, situación que se estima vino a agravarse frente a los impactos por el COVID-19. Sin embargo, a pesar de las secuelas económicas que produjo esta crisis sanitaria, la recuperación de empleos en los años 2021 y 2022 ocurrió de manera más acelerada en el sector formal del mercado de trabajo, el cual ya alcanzó el nivel pre pandemia. En cambio, el sector informal, sufrió un impacto más fuerte y profundo, y la recuperación del empleo está siendo lenta y volátil (Zúñiga, 2022).

En Costa Rica, en cuanto a la informalidad laboral, el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2021) estima que del total de personas ocupadas el 44,2% tuvo un empleo informal. Del total de hombres ocupados, el 44,9% está dentro de la informalidad y el 43,2% son mujeres, esto en el en el año 2021. Debido a la pandemia por COVID-19, el problema de la informalidad se acrecentó en los últimos tres años, como prueba de la exclusión, la pobreza, el desempleo y la desigualdad que vive este sector económico. Aunque no es deseable en términos de calidad del empleo, la existencia de trabajos informales constituye una importante fuente de ingresos para amplios segmentos de la población costarricense.

Como prueba de lo anterior, el comercio informal ambulatorio genera 13.200 millones de colones al año, en el año 2020. Estas cifras describen de manera general un fenómeno de gran dimensión, en el cual más de 5000 vendedores conforman una compleja, actualizada y bien articulada organización de la fuerza de trabajo (Observatorio del Comercio Ilícito, 2020). Al mismo tiempo, las cifras de aumento del desempleo llegaron a un 12%; es decir, casi 300.000 personas buscan trabajo sin posibilidad de encontrarlo (INEC, 2020). Esto implica que las personas, por falta de empleo, ven en el comercio informal una manera de generar ingresos constantes para poder seguir subsistiendo, lo cual aumenta las cifras de vendedores informales.

Los vendedores informales, generalmente, se caracterizan por ser un grupo que ocupa transitoriamente el espacio público o diferentes sitios y porta físicamente en sus manos o sobre sus

cuerpos los productos que ofrecen en venta, en sitios específicos, desplazándose y cambiando de lugar fácilmente. Alarcón y Muñoz (2019) definen los vendedores informales como aquellos que “desarrollan su actividad en carretas, carretillas o cajones rodantes, tapetes, telas o plásticos en las que colocan sus mercancías. Tienen facilidad para trasladarse de un lado a otro, dependiendo del lugar que consideren más propicio para su actividad comercial” (p. 25). La población que normalmente se desempeña en el sector informal presenta las siguientes características:

- Poseen baja calificación y pocas condiciones para tener estabilidad laboral.
- Normalmente presentan los mayores porcentajes de desempleo y subempleo.
- Trabajaban en sectores de la economía con bajos ingresos.
- Desarrollan la actividad, alrededor de kioscos, toldos, vitrinas o casetas, ocupando permanentemente el mismo lugar del espacio público.

La informalidad ocasiona, eventualmente, que los vendedores informales no puedan adquirir beneficios como crédito de banca para el desarrollo, beneficios otorgados por la Ley MIPYME, cobertura social por invalidez, vejez y muerte o pensión bajo el régimen de cotización laboral social de la Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS). El grado de periodicidad con que realizan su actividad comercial, por cuenta propia y para dueños de empresas en el sector informal es diaria y suele extenderse hasta el día domingo. El trabajo lo realizan personalmente, ya que no contratan personal o lo hacen de forma ocasional.

En la ciudad de Nicoya, donde se realizó la investigación, este fenómeno se manifiesta desde hace mucho tiempo; sin embargo, ha aumentado de manera acelerada en los últimos años, producto de lo manifestado anteriormente y la falta de empleos en la zona. Según datos de la Oficina de Gestión Social de la Municipalidad de Nicoya (OGSMN), en el distrito de Nicoya, para el año 2018, se identificaban 172 vendedores informales, y para el año 2022, el incremento fue de más de un 50%, número que asciende a 350 vendedores aproximadamente.

La investigación permitió elaborar una propuesta para el desarrollo de las capacidades empresariales en vendedores informales, para que formalicen su actividad comercial, con base en una muestra de 20 personas en esta condición, quienes, en su mayoría, tienen más de cinco años de dedicarse al comercio informal, en el distrito central del cantón de Nicoya.

1.3.2 Interrogantes de la investigación.

- Pregunta general

¿Cuáles son las capacidades empresariales que poseen y cuáles deben desarrollar los vendedores informales del distrito central de la ciudad de Nicoya para establecer condiciones de formalidad en sus actividades?

- Preguntas específicas

¿Cuál es la rentabilidad bruta de los vendedores informales?

¿Cuáles son las capacidades emprendedoras actuales?

¿Cuál es la percepción de sus actividades?

¿Cuáles son los requerimientos de inversión inicial y operacional necesaria para la transición a la formalidad de las actividades informales analizadas?

¿Cuáles capacidades empresariales deben desarrollar los vendedores informales a través de la capacitación, que son determinantes para la formalización?

¿Qué aspectos de operación se cambiarían en una posible transición a la formalidad?

1.1.2. Justificación de la investigación

Esta investigación tiene como finalidad la elaboración de una propuesta para el desarrollo de las capacidades empresariales en los vendedores informales del distrito Central del cantón de Nicoya, para impulsarles al establecimiento de sus actividades en condiciones de formalidad. Para la realización del estudio se tomaron en consideración los datos correspondientes al periodo 2020-2022.

Lo anterior implica que para impulsar a la población meta de este estudio a esa transición es indispensable el desarrollo de capacidades o habilidades empresariales y el acercamiento a temas relacionados con la actividad que realizan, tales como inversión inicial, rentabilidad y los

requerimientos legales que conlleva la formalización que, a su vez, les permitirían optar por los beneficios que otorga el Estado por medio de los diferentes apoyos institucionales dirigidos a las mipymes.

Para tal propósito, fue indispensable el desarrollo de un diagnóstico con los vendedores informales, con el propósito de identificar sus capacidades empresariales y conocer su percepción del trabajo que realizan, si se encuentran satisfechos o si les gustaría desempeñarse en otro sector laboral, o bien, si realizan esta actividad como una forma de salir adelante y lograr otros propósitos en su vida, que les permitan una mejor calidad de vida. También se analiza la rentabilidad bruta que generan por conceptos de las ventas y si tienen interés de la formalización de su actividad. Este proyecto posee un enfoque empresarial, porque se dirige al desarrollo de las capacidades empresariales que requieren los vendedores informales en aras de una transición a actividades en condiciones de formalidad.

Con respecto al impacto a nivel social, el proyecto se considera de gran importancia porque las actividades que realizan los vendedores informales constituyen una fuente de ingreso constante para la economía local y proveen el sustento a 20 familias, las cuales dependen del comercio informal que realiza algún miembro de la familiar. Asimismo, el proyecto permite el mejoramiento de los niveles de escolaridad por las cuales han sido excluidos del mercado laboral formal, lo que los limita para conseguir un empleo bien remunerado.

Finalmente, el proyecto busca convertirse en una herramienta institucional de apoyo, que brinde directrices a seguir para un mejoramiento de las condiciones socioeconómicas, físico-espaciales y culturales de los vendedores informales del distrito central de la ciudad de Nicoya y de las condiciones de trabajo de los vendedores ambulantes y su situación económica, social y jurídica, lo cual es todo un desafío. También se espera contar con asistencia técnica para mejorar la productividad de sus actividades económicas y sus ganancias.

Asimismo, se realiza una propuesta de capacitación con temáticas específicas, que brinden la posibilidad de mitigar riesgos, mejorar las condiciones y aumentar la transición hacia el sector económico formal. Incluso se espera que los vendedores informales puedan mejorar tanto la calidad de los productos como el talento humano.

1.1.3 Delimitación temporal, espacial, institucional y/o empresarial

Delimitación temporal

Los datos considerados para la realización del trabajo de investigación propuesto son del periodo 2020-2022.

Delimitación espacial

El proyecto propuesto se ubica en el distrito central de la ciudad de cantón de Nicoya, donde los vendedores informales se estacionan o transitan y ofrecen productos, artículos, alimentos, entre otros productos.

Delimitación empresarial

Este proyecto tiene un enfoque empresarial hacia el desarrollo de las capacidades empresariales que requieren los vendedores informales, en aras de una transición a actividades en condiciones de formalidad.

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1. Objetivos generales

Elaborar una propuesta para el desarrollo de las capacidades empresariales en los vendedores informales del distrito Central del cantón de Nicoya, que los impulse al establecimiento de sus actividades comerciales en condiciones de formalidad, en los años 2020-2022.

1.2.2. Objetivos específicos

- Desarrollar un diagnóstico en los vendedores informales para la identificación de la rentabilidad actual de su negocio, el financiamiento, sus capacidades empresariales y percepción sobre sus actividades informales.
- Identificar los requerimientos legales para el funcionamiento en la formalidad, así como estimación de costos y tiempos requeridos.
- Elaborar una proyección de la inversión inicial y operacional requerida en una transición a la formalidad, según tipo de actividad.

- Diseñar una propuesta de capacitación para el desarrollo de las capacidades empresariales en los vendedores informales, la cual permita la transición de la actividad comercial que realizan a la formalidad.

1.3. Modelo de análisis

El apartado siguiente hace referencia a las variables de investigación: conceptualización, operacionalización e instrumentalización de las variables, así como las relaciones e interrelaciones del modelo de análisis de la investigación.

1.3.1 Conceptualización, operacionalización e instrumentalización de las variables.

En la tabla1, muestra los objetivos, las categorías de análisis, las variables, las técnicas e instrumento utilizados el desarrollo de la investigación:

Tabla 1. *Variables de investigación*

Objetivo	Categoría de análisis	VARIABLES de investigación	Técnicas	Instrumento
1.Desarrollar un diagnóstico en los vendedores informales para identificar la rentabilidad actual de las fuentes de financiamiento del negocio, las capacidades empresariales y la percepción sobre sus actividades informales.	1.1La rentabilidad	1.1.1 Ingresos Egresos Gastos totales	1.1.1.1Entrevista semiestructurada y a profundidad	1.1.1.1.1 Guía de entrevista
			1.1.1.2 Elaboración de reportes	1.1.1.2.1. Control de entradas y salidas diario
	1.2. Fuentes de financiamiento	Entidades bancarias Prestamista	1.1.2.1 Entrevista semiestructurada y a profundidad	1.1.2.1.1 Guía entrevista

Objetivo	Categoría de análisis	Variables de investigación	Técnicas	Instrumento
			1.1.3.1 Elaboración de reportes	1.1.3.1.1 Control de entradas y salidas de
	1.3.Capacidades empresariales	1.2.1 Actitudes	1.2.1.1 Entrevista semiestructurada y a profundidad.	1.2.1.1.1 Guía entrevista
		1.2.2 Aptitudes	1.2.2.1 Entrevista semiestructurada	1.2.2.1.1 Guía entrevista
	1.4 Percepción	1.3.1Experiencias vividas	1.3.1 Entrevista semiestructurada y entrevista a profundidad Diálogo de saberes	1.3.1.1.1 Guía entrevista 1.3.1.1.1. Diario de campo y guía de observación

Objetivo	Categoría de análisis	VARIABLES de investigación	Técnicas	Instrumento
2. Identificar los requerimientos legales para el funcionamiento de la formalidad y la estimación de costos y tiempos requeridos.	2.1.Requerimientos legales	2.1.1 Requerimientos para la formalización	2.1.1.1Indagación documental	2.1.1.1.1 Ficha documental
3. Elaborar una proyección de inversión inicial y operacional requerida en una transición a la formalidad según tipo de actividad.	3.1 Proyección de inversión	3.1.1 Inversión inicial y operacional	3.1.1.1. Registro de ingreso, egresos y rentabilidad	3.1.1.1.1 Flujo de caja.
			3.1.1.2 Sondeo de precios de mercado de requerimientos	3.1.1.2.1 Guía de especificaciones del bien
	3.2. Nivel de ventas y margen de utilidad	3.2.1 Ingresos y gastos totales	3.2.1.1 Reportes diarios de ingresos y ventas	3.2.1.1.1 Tabla de ingresos y gastos diarios

Objetivo	Categoría de análisis	Variables de investigación	Técnicas	Instrumento
4. Diseñar una propuesta de capacitación para el desarrollo de las capacidades empresariales en los vendedores informales, la cual les permita la transición de la actividad comercial que realizan a la formalidad.	4.1. Capacitación	4.1.1 Módulos con contenidos temáticos	4.1.1.1 Metodología IAP	4.1.1.1.1 Fichas didácticas según metodología y tema
		4.1.2 Gestión de la planificación	4.1.2.1 Documento con contenidos teórico-metodológicos sobre los temas para su aplicación	4.1.2.1.1 Fichas de contenido Ejercicios prácticos para realizar
		4.1.3 Gestión tecnológica	4.1.3.1 Documento con contenidos teórico-metodológicos sobre los temas	4.1.3.1 Fichas de contenido Ejercicios prácticos para realizar

Objetivo	Categoría de análisis	Variables de investigación	Técnicas	Instrumento
			para su aplicación	
		4.1.4 Gestión para la innovación, calidad y competitividad	4.1.4.1 Documento con contenidos teórico-metodológicos sobre los temas para su aplicación	4.1.4.1.1 Fichas de contenido Ejercicios prácticos para realizar

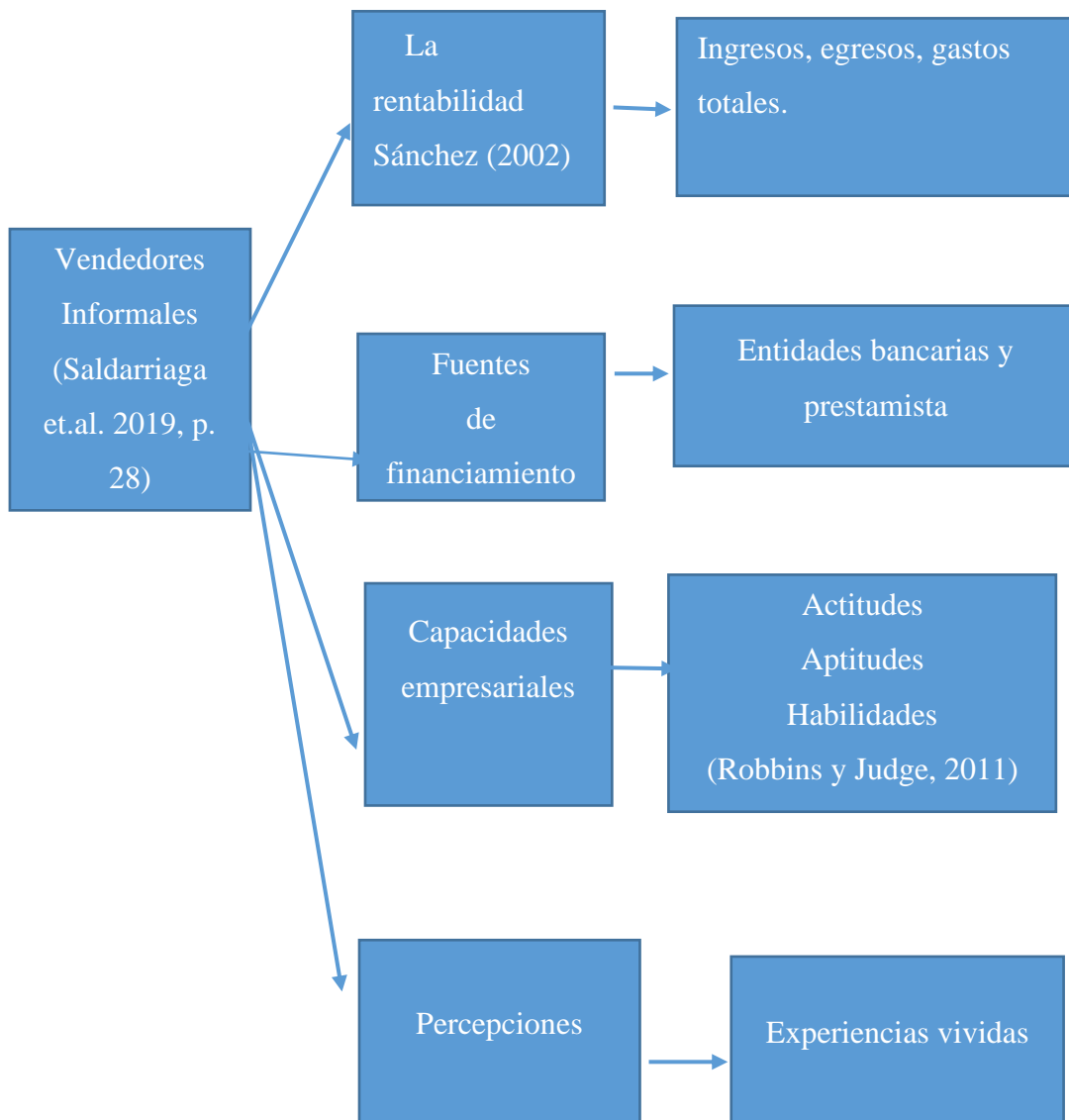
Objetivo	Categoría de análisis	Variables de investigación	Técnicas	Instrumento
	4.2.Capacidades empresariales	4.2.1 Manejo de conocimientos básicos	4.2.1.1Capacitación según investigación Acción	4.2.1.1.1 Contenidos temáticos 4.2.2.1.1 Ejercicios elaborados
		4.2.2 Aplicación de herramientas	Participativa (IAP)	4.2.3.1.1 Aplicación práctica vivencial
		4.2.3 Incorporación de conocimientos -tos en la actividad	4.2.2.1 Uso de fichas de contenido 4.2.3.1Puesta en práctica en la actividad de los contenidos	4.2.3.1.2 Valoración de la experiencia vivida y rescate de saberes

Nota. Elaboración propia, 2022.

1.3.2 Relaciones e interrelaciones del modelo.

En la figura 1, se presenta un esquema de aspectos importantes que los vendedores informales requieren para formalizar su negocio y expandirse en el mercado.

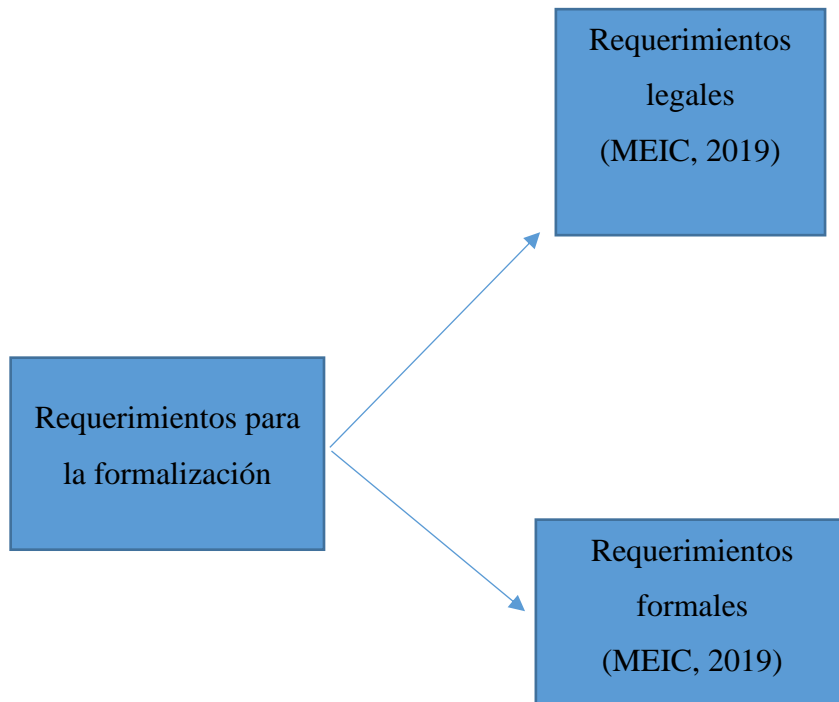
Esquema 1. *Relación entre la rentabilidad, las fuentes de financiamiento, las capacidades empresariales y la percepción de los vendedores informales*



Nota. Elaboración propia, fundamentados en la bibliografía consultada y el diagnóstico desarrollado con los vendedores informales, Nicoya, 2022.

En la figura 2, detalla requerimientos legales y formales, que los vendedores informales deben cumplir para la formalización del negocio.

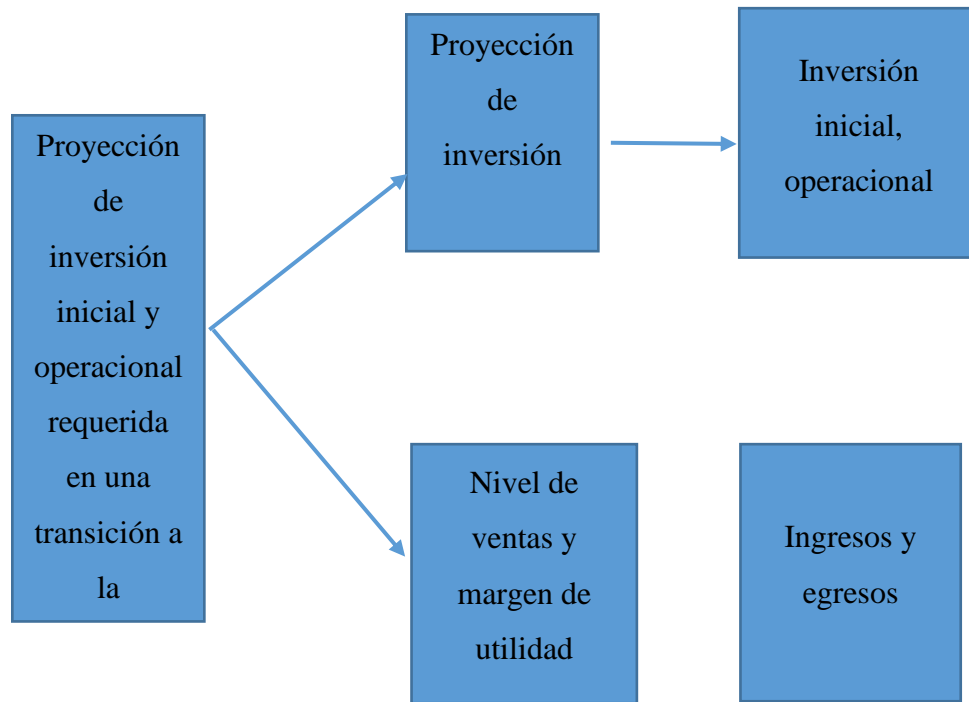
Esquema 2. *Requerimientos legales y formales para la formalización de la actividad comercial*



Nota. Elaboración propia con fundamentado en la bibliografía consultada, Nicoya, 2022.

En la figura 3, detalla la inversión inicial y estimación de costos que los vendedores informales deben proyectar para saber cómo van a recuperar los recursos económicos invertidos en la formalización de la actividad comercial.

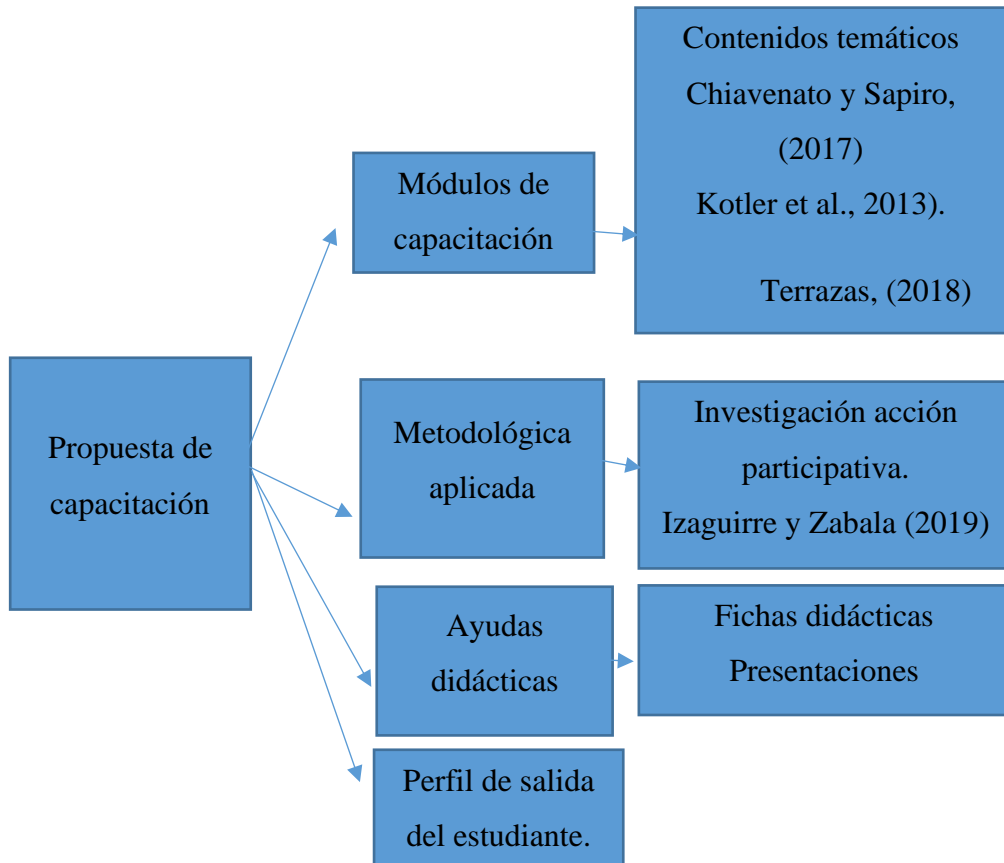
Esquema 3. *Inversión inicial y estimación de costos para la formalidad de la actividad comercial de los vendedores informales, Nicoya Guanacaste*



Nota. Elaboración propia con fundamento en la bibliografía consultada, Nicoya, 2022.

La figura 4, presenta un esquema con aspectos que se tomaron en consideración para la elaboración de la propuesta de capacitación para vendedores informales.

Esquema 4 *Propuesta de capacitación para vendedores informales de Nicoya, Guanacaste*



Nota. Elaboración propia con fundamento en la bibliografía consultada.

1.4 Estrategia de investigación aplicada

En el presente apartado, se describen las características y metodología utilizadas en el desarrollo de investigación, así como las técnicas e instrumentos aplicados a los diferentes sujetos participantes.

1.4.1 Tipo de investigación

La presente investigación se caracteriza por ser mixta, porque posee aspectos de los estudios cuantitativos y cualitativos. Una se nutre de las fortalezas de la otra para cubrir sus debilidades potenciales y así es posible generar y validar teorías de un enfoque con datos de la otra (Hernández, 2014). Los métodos mixtos constituyen diseños de investigación en los cuales se emplean aproximaciones cuantitativas y cualitativas en el tipo de pregunta, métodos de investigación, recolección de datos y procedimientos de inferencias (Tashakkori, 2009 y Teddlie, 2003). De manera que la perspectiva mixta cubre más de una función investigativa, no se limita únicamente a validar datos de un tipo.

Una investigación mixta posee aspectos o aproximaciones cuantitativas, porque en este tipo de estudio se interpretan predicciones iniciales (hipótesis) y de estudios previos (teoría). También posee aspectos cualitativos porque el investigador recoge opiniones, percepciones, descubre interacciones entre individuos, grupos y colectividades, así como vivencias de los participantes, recopila descripciones detalladas de situaciones, comportamientos, eventos, personas, interacciones, conductas observadas y sus manifestaciones (Creswell, 2013 y Muñoz, 2015). Los métodos mixtos no proveen soluciones perfectas. Sin embargo, son una alternativa para indagar científicamente cualquier problema de investigación, porque unen información cuantitativa y cualitativa y la convierten en conocimiento sustantivo y profundo (Hernández, 2014).

1.4.2 Fuentes de investigación

La presente investigación se desarrolló a partir del uso de dos fuentes de investigación: primarias y secundarias. A continuación, se detallan ambas y sus usos en esta investigación.

1.4.2.1 Fuentes primarias.

Las fuentes primarias, de acuerdo con Cabezas et al. (2016) son “aquellos documentos originales, que facilitan datos de primera mano [...] que registran o corroboran el conocimiento inmediato de la investigación” (p. 32). Esto significa que la información la obtiene el propio investigador y proporciona datos de primera fuente. En otras palabras, son aquellas donde se encuentran datos originales. Para efecto de esta investigación, se recurrió a las siguientes fuentes primarias: cuadernos de bitácora, relatos de testigos presenciales, documentos originales, cuestionarios, reportes de egresos e ingresos, entrevistas, leyes y reglamentos, datos estadísticos, informes de investigación y fotografías.

1.4.2.2 Fuentes secundarias.

Respecto a las fuentes secundarias, Hernández et al (2014) señala que este tipo de datos es información primaria sintetizada y organizada por otros investigadores al igual que instituciones oficiales. Generalmente, se emplean cuando se dificulta la utilización de información primaria debido a que se posee recursos limitados o por no contar con información oficial fiable. Este tipo de información está conformada por diversos tipos de documentos que contienen datos importantes y útiles y permite ampliar los conocimientos acerca del tema seleccionado.

Para efectos de esta investigación se utilizaron fuentes secundarias provenientes de investigaciones institucionales realizadas por estudiantes, académicos universitarios y centros de investigación gubernamental y universitaria. Las principales fuente utilizadas fueron libros, revistas, tesis, periódicos y enciclopedias (en general, todo medio impreso); además de documentales, bibliotecas virtuales, *blogs*, *chats*, *e-books* y foros, entre otros, como compilaciones, resúmenes y listados de referencias publicadas en un área del conocimiento en particular.

1.4.3. Población

Bernal (2006) define población como la “la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación” (p. 147). La población analizada se delimita a los vendedores ambulantes que operan en el diámetro de tres kilómetros de la ciudad de Nicoya.

1.4.3.1 Definición y caracterización de la población de estudio

Para efectos de esta investigación, se define vendedor informal como un sujeto que puede ocupar un espacio en la vía pública (calle, acera, parques, etc.), quien espera que los clientes lleguen, este comúnmente es denominado estacionario. También se encuentra su semejante, que está en constante movimiento y su dinámica se basa en ir a donde están los clientes, este es llamado vendedor ambulante (Echeverría, 2018).

1.4.3.2. Caracterización de la población

Para la caracterización de la población objeto de estudio se tomaron ciertos criterios de inclusión, necesarios para ser considerados parte del estudio. Los criterios de inclusión fueron los siguientes:

- Ser costarricenses.
- Mayores de 18 años.
- Ubicados en vías públicas o ambulantes.
- No cuentan con permisos de funcionamiento.
- No cumplen con una jornada laboral establecida.
- Producción a pequeña escala.
- Dedicados a la venta, de alimentos y bebidas preparadas, frutas y verduras textiles y zapatos.
- Sus fuentes de financiamiento acaecen en sujetos que están fuera del sistema financiero formal (familiares, amigos y prestamistas informales).
- Cuentan con clientes fijos.
- Los ingresos son variables.
- Tienen más de cinco años de dedicarse al negocio informal.
- Cuentan con autonomía patronal.

En cuanto a los criterios de inclusión, se tomó en cuenta que la población debía encontrarse totalmente en la informalidad y ser sujeta de capacitación para hacer la transición hacia la formalidad. Para la identificarla, se procedió a visitar los puestos en la vía pública ubicados frente a los Tribunales de Justicia, calle del comercio y en las inmediaciones de la panadería MUSMANI, en el mercado municipal, y abordar a los vendedores que se desplazan por la ciudad de Nicoya y

barrios aledaños, como San Martín, Los Ángeles, San Isidro, Matabuey, La Cananga, Santa Lucía y El Carmen.

La población fue identificada mediante la técnica de observación. Se identificaron 124 sujetos que cumplían con los criterios de inclusión y que se convirtieron en la población de estudio. De estos, se seleccionaron 20 vendedores, mediante la técnica no probabilística por conveniencia. Esta técnica se utilizó para crear muestras de acuerdo con la facilidad de acceso y la disponibilidad de las personas de formar parte en un intervalo de tiempo (Cabezas, et al., 2018, p. 23). El muestreo no probabilístico comúnmente se lleva a cabo mediante métodos de observación y se utiliza ampliamente en la investigación cualitativa.

1.4.4. Recopilación de los datos

En el proceso de recopilación de los datos y presentación de la información se aplicaron diferentes técnicas e instrumentos, los cuales se detallan a continuación.

1.4.4.1 Técnicas de observación

La observación es el producto de la percepción del observador. Incluye las metas, prejuicios, el marco de referencia, las aptitudes, además de algún instrumento o aparato utilizado para efectuar o realizar la investigación (Echeverría, 2018).

Para la aplicación de esta técnica, fue necesario tener un acercamiento perceptivo a los hechos sociales que se necesitaban investigar y sobre los cuales se realizó parte de la investigación.

En cuanto a la recopilación, fue necesario el desarrollo de una guía de observación, en la cual se anotó y procesó toda la información obtenida mediante la observación. La guía de observación fue de vital importancia, ya que permitió obtener más información y mayor credibilidad, por medio de la interacción social con los participantes directos.

1.4.4.2 Entrevista semiestructurada

De acuerdo con Echeverría (2018), “la entrevista es un valioso instrumento para obtener información sobre un determinado problema en la investigación con enfoque cualitativos” (p. 25). Para la aplicación de esta técnica, se tomaron en cuenta aspectos acerca de la relación entrevistador-entrevistado, la formulación de las entrevistas y la recolección de información de primera fuente. La elaboración de un guion de entrevista permitió el registro de la información detallada, específica

y concreta de las entrevistas aplicadas a los vendedores informales a quienes estaba dirigida la investigación.

1.4.4.3 Fichas de contenido

Las fichas de contenido se utilizaron para anotar ideas o conceptos que se consideraron importantes para la investigación. Gracias a estas fichas, fue posible extraer información de gran utilidad, la cual se resumió y fue utilizada en los diferentes capítulos de la investigación.

1.4.4.4 Portafolio de evidencias

Esta técnica se utilizó en la fase de recopilación, para el análisis de datos cuantitativos y cualitativos que se llevaron por separado, pero de forma simultánea, para luego integrar los resultados. En la fase interpretativa, esta técnica permitió triangular de la información y se dio prioridad a los datos cuantitativos y cualitativos.

1.4.4.5 Indagación documental

Esta técnica indagación documental permitió utilizar documentos seleccionados para posteriormente ser analizados y dar respuesta a los objetivos, de una manera objetiva, ordenada y precisa.

1.4.4.6. Reportes

Los reportes son documentos que contienen los detalles de un evento específico, designados de forma organizada y relacionada de una manera que denota aspectos de una temática específica. Pretenden dar respuesta a preguntas de indagación que ayudan a ampliar el conocimiento respecto a un tema.

1.4.4.7. Diálogo de saberes

Esta técnica se utilizó para recolectar información con base en la conversación de los distintos vendedores informales, que permitió, posteriormente, realizar un análisis, construir representaciones y prácticas comunes. El diálogo de saberes se realizó mediante la conversación entre los facilitadores y los vendedores informales, quienes manifestaron sus puntos de vista sobre la situación particular de cada uno. Asimismo, se intentó evitar imposiciones de argumentos o

razones de las partes, para reconocer a las personas, sus representaciones y prácticas sobre determinadas situaciones y así reconstruir y resignificar nuevas formas de entendimiento en nuevas comprensiones y lenguajes, que puedan traducirse en prácticas compartidas, social y técnicamente aceptadas (Hernández et al., 2017).

1.4.5 Análisis e interpretación de la información

El análisis e interpretación de la información se realizó mediante el programa computacional Microsoft Office, por medio de las herramientas de Word y Excel, para incorporar textos, figuras y cuadros que permitieron el análisis de los datos.

1.5 Alcances y limitaciones

15.1 Alcances

Los alcances indican los resultados obtenidos a partir de la investigación, por lo que es muy importante identificarlos acertadamente al terminar el desarrollo de la investigación. Así pues, se establecieron los siguientes:

- La información brindada por los vendedores informales y los funcionarios de las instituciones involucradas, a través de las diferentes técnicas e instrumentos aplicados, permitirá la elaboración de la propuesta de capacitación.
- Los vendedores informales obtendrán, los conocimientos necesarios acerca de los trámites que deben realizar y los gastos que implica la formalización de una actividad comercial.
- La propuesta de capacitación para los vendedores informales permitirá el fortalecimiento de las capacidades empresariales, para el desarrollo de sus emprendimientos y el deseo de realizar su actividad comercial de manera formal.
- Los vendedores informales cuenten con información acerca de las instituciones que pueden ofrecer recursos económicos o materiales para el desarrollo del negocio, sin necesidad de contar con una patente comercial: INDER, el INA, IMAS y el INAMU que dirige la ayuda las mujeres.

Que los vendedores informales sientan la necesidad de formalizar su actividad comercial

1.5.2 Limitaciones

Algunas limitaciones encontradas en la investigación son las siguientes:

- Falta de datos oficiales que cuantificaran realmente la cantidad de vendedores informales que existen en el sector central de la ciudad de Nicoya y sus alrededores. Esta situación afectó la investigación, por lo tanto, se procedió a identificar a esta población, en el ámbito ya mencionado.
- Desconfianza por parte de algunos vendedores informales seleccionados, al brindar información.
- Falta de tiempo de los vendedores informales y funcionarios de la municipalidad y de salud para brindar información, por lo que fue necesario buscar otras alternativas para llevar a cabo algunos procesos de investigación.
- El tiempo de propuesto para la realización de la investigación fue en el periodo de 2020-2022, lo cual retraso su ejecución debido a las ordenes sanitarias implementadas en ese momento por el Ministerio de Salud a causa de la pandemia del COVID 19.

CAPÍTULO II MARCO DE REFERENCIA

2.1 Generalidad de la institución y/o empresa, y desarrollo específico del área o departamento de investigación

En este apartado se hace referencia a las generalidades del cantón de Nicoya y específicamente al distrito primero donde se ubica la investigación. Se consideraron aspectos como: ubicación geográfica, extensión territorial, población, índice de pobreza multidimensional, ocupación de la población y acerca de los vendedores informales. También relata, acerca de las leyes que favorecen o afectan la investigación, que a continuación se detallan:

2.1.1 Generalidades del cantón de Nicoya

Nicoya es el cantón segundo de la provincia de Guanacaste, Costa Rica, fundado el 7 de diciembre de 1848 y uno de los trece primeros cantones del país. Tiene una extensión territorial de 1333,68 km² y administrativamente tiene 7 distritos. La cabecera lleva el mismo nombre, Nicoya, y está ubicada a 350 kilómetros de San José, capital de Costa Rica.

El cantón de Nicoya se encuentra ubicado entre las coordenadas geográficas medias del 10° 06' 14" latitud norte y 85°26'13" longitud oeste. Su anchura máxima es de 70 kilómetros, en dirección noreste a suroeste, desde unos 4 kilómetros al este del poblado Puerto Humo, en la margen sur del Río Tempisque hasta Punta Guiones, en el Océano Pacífico (Instituto de Fomento y Asesoría Municipal, 2021). Para el año 2022 Nicoya tenía una población total de 57.125 habitantes, distribuida por distrito como se visualiza en la tabla 2.

Tabla 2. Distribución de la población del cantón de Nicoya por distrito.

Distrito	Cabecera	Población total
Nicoya	Nicoya	24.410
Mansión	Mansión	5.626
San Antonio	San Antonio	6.664
Quebrada Honda	Quebrada Honda	2.517

Continuación de la tabla 2.

Distrito	Cabecera	Población total
Sámara	Sámara	3.966
Nosara	Bocas de Nosara	5.496
Total		57.125

Fuente. Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2022.

Se considera que Nicoya es un cantón en proceso de envejecimiento, debido a que la población joven representa la mayor parte de la población 31,49%, las personas menores de edad representan el 27,10% y las personas adultas mayores corresponden el 11,69%, de la población del cantón (Ministerio de Planificación y Política Económica [MIDEPLAN], 2021). Asimismo, la densidad poblacional general es de 42,43 personas por km², para las personas menores de edad es de 11,50 km² y para las personas adultas mayores es de 4,90 personas por km². El índice de envejecimiento es de 43,12, el cual es menor al promedio cantonal de 30,33, y se ubica en el lugar 8 del ranking cantonal (MIDEPLAN, 2021).

El nivel de vida, medido por el índice de bienestar material, a partir del consumo de electricidad residencial por cliente, se considera digno. Los valores alcanzados por el cantón de Nicoya en cada una de las dimensiones propuestas para cada índice son los siguientes: indicador índice esperanza de vida al nacer (en años) 79,9, años esperados de escolaridad 12,4, años promedio de escolaridad 7,7 y IDH cantonal 0,796 (MIDEPLAN, 2021).

El cantón de Nicoya tiene un alto desarrollo humano, se ubica en la posición 46 a nivel nacional, con respecto a este índice. Eso significa que el 79% de la población han expandido sus capacidades y que las condiciones existentes en el cantón han facilitado posibilidades a las personas para alcanzar proyectos y propósito de vida (MIDEPLAN, 2021).

Con respecto al Índice de Desarrollo Humano ajustado por la Desigualdad (IDH-D), este es el nivel real de desarrollo humano (considerando su desigualdad), mientras que el IDH es considerado como un índice de desarrollo humano “potencial”, que podría lograrse de no haber desigualdad. La “pérdida” en desarrollo humano potencial debido a la desigualdad está dada por la diferencia entre el IDH y el IHD-D y se expresa en términos porcentuales. Para el caso del cantón de Nicoya, el IDH-D corresponde a 0,701. Este indicador está por debajo del IDH, que es de 0,796;

por lo tanto, la desigualdad de las personas en el cantón está en aumento (PNUD, 2022). El cantón de Nicoya se ubica en la posición 65 del ranking a nivel nacional, la categoría se clasifica como baja desigualdad.

El Índice de Pobreza Multidimensional (IPM) identifica múltiples privaciones individuales en materia de educación, vivienda y uso de Internet, salud y protección social. Este índice es construido en conjunto con el Sistema Nacional de Información y Registro Único de Beneficiarios del Estado (SINIRUBE) y toma como referencia la metodología establecida por PNUD y el INEC, pero ajustando las dimensiones e indicadores de acuerdo con disponibilidad de información (PNUD, 2022). Los valores alcanzados por el cantón de Nicoya en cada una de las dimensiones propuestas para cada índice, se visualizan en la tabla 3.

Tabla 3. *Índice de pobreza multidimensional del cantón de Nicoya.*

Indicadores	Índice
Incidencia	25,4%
Pobres	14.388
Intensidad de privación	32%
Severidad	1,7%
Vulnerabilidad	17,8%
Desigualdad	0,007
Contribución de las privaciones en educación	30,2%
Contribución de las privaciones en vivienda	26%
Contribución de las privaciones en salud	23,7%
Contribución de las privaciones en protección social	20,2%
IDG	0,992

Fuente: Atlas de desarrollo humano cantonal, *Costa Rica*. Escuela de Estadística de la Universidad de Costa Rica (UCR) y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). 2022.

El cantón muestra una categoría media con respecto a la pobreza multidimensional. Los vendedores informales, de acuerdo con el análisis realizado de sus ingresos, se ubican entre los índices de pobreza y pobreza extrema. El cantón Nicoya presenta diferentes tipos de empleo y según la clasificación del INEC y sus características, estos se clasifican en los rubros que se detallan a continuación.

Sector primario: Agricultura y ganadería.

Sector secundario: Construcciones y otros. En este segundo grupo incluye suministros de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado, agua, evacuación de aguas residuales y gestión de desechos y contaminación.

Sector comercio y servicios: Comercio y reparación, transporte y almacenamiento, hoteles y restaurantes, intermediación financiera y de seguros, actividades profesionales y administrativas de apoyo, administración pública, enseñanza y salud, comunicación y otros servicios, incluye información y comunicaciones, actividades inmobiliarias, actividades artísticas, de entretenimiento), hogares como empleadores y otros no especificados. En la tabla 4, se muestran todos los tipos de empleo que se encuentran concentrados en el distrito, específicamente, en el centro de Nicoya.

Tabla 4. *Población ocupada según calificación de los grupos de empleo, 2021 -2022*

Calificación del grupo	2021	2022
Ocupación calificada alta ^{1/}	23%	24,5%
Ocupación calificada media ^{2/}	49%	48,3%
Ocupación no especificada	28%	27, 2%

1/ Incluye nivel directivo de la administración pública y de la empresa, nivel profesional, científico e intelectual, Costa Rica. Población ocupada según características del empleo, I trimestre 2020 - IV trimestre 2021. 2/ Incluye apoyo administrativo, ventas en locales y prestación de servicios directos a personas, agropecuario, agrícolas y pesqueras calificadas, producción artesanal, construcción, mecánica, artes gráficas y manufacturas recreativas, actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales y otras actividades de servicios. calificadas y montaje y operación de instalaciones y máquinas.

Fuente. Elaboración propia con base en información del Instituto de Estadística y Censos, 2021-2022.

La calificación de los grupos de empleo del INEC en el año 2021 aportó evidencia de la estructura de los ingresos y empleo en el distrito primero Nicoya, según se muestra en la tabla 5.

Tabla 5. *Población ocupada según posición en el empleo principal 2021 2022.*

Posición en el empleo principal	2021	2022
Asalariadas	63,3%	59,3%
Cuenta propia	16,9%	19,9%
Empleadoras	14,5%	16,5%
Auxiliar no remunerado ^{1/}	5,3%	4,3%
Total	100%	100%

1/ Personas con trabajo, familiares o no familiares, que participan de alguna actividad económica utilizando propia fuerza de trabajo en la unidad económica del hogar (ayuda a una cuenta propia) o como auxilio a una persona que a su vez es empleada (ayuda a un asalariado), esto sin recibir ningún tipo de pago, ni en dinero ni en especie.

Fuente. Elaboración propia con base en Instituto de Estadística y Censos, 2022.

La tabla 5 muestra que la población ocupada según la posición del empleo principal, en el distrito de Nicoya, en los años 2021 y 2022, está representada por la población asalariada, seguida por la de cuenta propia, en la cual se encuentran ubicados los vendedores informales. En este periodo, el número de personas o empresas empleadoras aumentó en 2 %, mientras que el porcentaje de asalariados disminuyó en el periodo analizado en un 4 %. Es relevante destacar que los empleos por cuenta propia tuvieron un incremento de un 3 %, comportamiento que explica por qué en los últimos 10 años, para resolver problemas de ingreso en el cantón de Nicoya, las personas deciden dedicarse a las actividades informales.

2.1.1 Generalidades de Vendedores Informales de Nicoya.

La investigación se centró en las personas vendedoras informales de la ciudad de Nicoya. Para obtener información sobre su situación actual, fue necesario realizar un diagnóstico, el cual permitió un análisis que combinó variables cuantitativas y cualitativas, para determinar su realidad. Lo anterior porque no se encontró un estudio que relevara la información actualizada del problema de investigación.

En Nicoya, se encuentran estacionados en algunos puntos de la ciudad, un total de 54 vendedores informales, que siempre se sitúan en el mismo lugar y ofrecen productos diversos (verduras y fruta, productos tradicionales: tortillas, chorreadas, atol, chicheme, así como videos, estuches para celulares, ropa, zapatos, entre otros), mientras que 70 son vendedores ambulantes, que se movilizan, en motocicleta, bicicletas, carretillas, y a pie y ofrecen sus productos, principalmente, alimentos (pan, rosquillas y tanelas, pasteles, verduras y frutas, queso, pescado entre otros), por el centro de la ciudad y sus alrededores. La mayoría lo hace sin permisos ni instalaciones normalizadas.

Según registros de la Oficina de Gestión Social de la Municipalidad de Nicoya (OGSMN), de 172 personas registradas de todo el cantón, el 22% se encontraba en la total informalidad, mientras que el resto cumplían con la formalidad de manera de parcial. Sin embargo, existe otra población que se dedica a la venta ambulante y no es parte de ese registro que lleva la municipalidad, la cual asciende a aproximadamente 124 personas. Estas fueron localizadas por los investigadores y 20 de ellas estuvieron de acuerdo con ser parte de la propuesta planteada en esta investigación.

En entrevistas realizadas a los vendedores informales para la elaboración del diagnóstico situacional, se logró inferir, a través de sus manifestaciones, que para realizar la actividad comercial se enfrentan a muchas situaciones, entre las cuales se identifican prioritariamente el deficiente acceso a servicios públicos (agua y electricidad) y la ausencia de servicios financieros que permitan desarrollar su negocio. La mayoría manifiesta que han tenido que recurrir a otras formas de financiamiento, como préstamos de familiares o amigos o prestamistas con tasas de interés muy elevadas en relación con las tasas oficiales, lo cual a menudo se traduce en dificultades para el pago de las cuotas. Todo esto repercute en escasas posibilidades de capitalizar sus ingresos e invertir en su actividad.

2.2. Legislación costarricense que afecta y regula la actividad comercial

Una persona emprendedora debe decidir, al iniciar su negocio, si lo hará individual o colectivamente (con socios). En ambos escenarios, es importante entender cuáles figuras legales existen en Costa Rica para tomar el primer paso hacia la formalización.

2.2.1. Aspectos legales que afectan la investigación.

La actividad económica por cuenta propia está regulada en el país en forma directa mediante las siguientes leyes:

- a) Ley N° 6587 Ley de ventas ambulantes y estacionarias.
- b) Reglamento N° 34728 del Ministerio de Salud: Reglamento General para el Otorgamiento de Permisos de Funcionamiento.
- c) Ley No. 7988, Tarifa de impuestos municipales del cantón de Nicoya.
- d) Ley del impuesto al valor agregado.
- e) Declaración de ingresos y gastos de Tributación Directa (régimen simplificado).

De igual manera, existen en el país una serie de normativas dirigidas al fortalecimiento de las mipymes, que no favorecen a los vendedores informales por la condición de operar en ilegalidad:

- a. Ley N° 8262: Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas.
- b. Ley N° 9274: Sistema de Banca para el Desarrollo.
- c. También existen otras leyes relacionadas al cumplimiento y redistribución de la riqueza, tales como las siguientes:
 - Ley N° 7769. Ley de mujeres en condición de pobreza. Crea la Comisión Nacional Interinstitucional para atender a las mujeres en condiciones de pobreza, la cual está adscrita al Instituto Mixto de Ayuda Social.
 - Ley N° 8184 de Creación de FIDEIMAS, que autoriza al IMAS a crear un fideicomiso (FIDEIMAS) con la finalidad de “establecer mecanismos ágiles de apoyo a las actividades e iniciativas microempresarial que beneficien a las mujeres y familias en condiciones de pobreza, como un medio para lograr la inserción laboral y productiva y mejorar la calidad de vida de las personas beneficiarias” (Ley N° 8184 de Creación de FIDEIMAS).

- Ley 9036 del Instituto de Desarrollo Rural (INDER) mediante el Servicio de Fomento a la Producción y Seguridad Alimentaria y el crédito rural.
- El Servicio de Fomento a la Producción y Seguridad Alimentaria está adscrito a la Unidad de Servicios para el Desarrollo del INDER y cuenta con un equipo multidisciplinario con presencia en 29 territorios rurales del país, el cual, mediante la asignación de recursos no reembolsables contribuye con el desarrollo de iniciativas agropecuarias y no agropecuarias sostenibles a través del tiempo, para promover la seguridad alimentaria como estrategia de autoabastecimiento a familias emprendedoras en condición vulnerable y el fomento de la producción dirigida hacia la escalabilidad de los productores, emprendedores y organizaciones y al desarrollo empresarial rural y generador de empleo de los territorios rurales del país.
- El crédito rural, cuyo objetivo es el mejoramiento socioeconómico de los pobladores ubicados en territorios rurales del país. Este servicio cuenta con condiciones especiales y favorables para el desarrollo de actividades o proyectos productivos del medio rural, con tasas de intereses diferenciadas para poblaciones vulnerables según la Ley 9036, entre ellas mujeres, jóvenes, minorías étnicas, adultos mayores y personas con discapacidad. Estas poblaciones se benefician con una disminución del 6% al 2% en la tasa de interés de su crédito.

2.2.2. Aspectos legales que afectan la investigación

En este apartado se incluye los requisitos que se deben cumplir para la formalización del negocio, el costo de cada trámite, así como la cantidad de días requeridos para la tramitología, según la instancia donde se recurra a solicitar la documentación.

Tabla 6. *Requisitos, costos y tiempo para cada trámite para la formalización.*

Institución	Trámite	Costo	Tiempo
Municipalidad de Nicoya	Timbres municipales	¢200,00	1 día hábil
Banco de Costa Rica	Pago de entero de timbres (fiscales y archivo)	¢100,00	1 día hábil
Trámite personal	Copia cédula de Identidad	¢100,00	1 día hábil
Municipalidad de Nicoya-Correos de Costa Rica	En caso de sociedades, aportar personería jurídica	¢3100,00	1 día hábil
Instituto Nacional de Seguros	Póliza de Riesgo: Tramitar ante el Instituto Nacional de Seguros (INS)	¢15,000,00	1 día hábil
Trámite con el arrendador	Contrato de arrendamiento	Sujeto al contrato de arrendamiento	1 día hábil
Ministerio de Hacienda	Constancia de inscripción ante M.H.	Gratuito	1 día hábil
Municipalidad de Nicoya	Uso de suelo	Gratuito	3 a 5 días hábiles (digital) 5 a 8 días hábiles (físico)

Asociación de Compositores y Autores Musicales	Autorización del uso del repertorio musical, emitido por ACAM	Para exoneración no hay costo, y para autorización ¢40,000,00	5 a 8 días hábiles
Ministerio de Salud	Permiso Sanitario de Funcionamiento	Tiene un valor según el tipo de riesgo: A: \$100 B: \$50.C: \$30 Pymes: \$20.	10 días hábiles

Nota. Elaboración propia con información suministrada por la Municipalidad de Nicoya y consulta del documento: “Como Emprender un Negocio?” (2019) del Ministerio de Economía, Industria y comercio, (MEIC.), de Costa Rica.

Además de los anteriores gastos en los que se incurre para la formalización del negocio, existen otros que se debe asumir en el proceso o posterior a la formalización.

CAPÍTULO III MARCO TEÓRICO

3.1 Las pymes

3.1.1 Concepto de pymes y características

Las pymes, son pequeños negocios que normalmente tienen un solo dueño, quien tiene bajo su mando máximo 10 trabajadores y cuenta con un sistema de producción muy sencillo o artesanal. Esto sucede porque la producción, administración, comercialización, finanzas y facturación de una microempresa son tan simples que pueden ser manejados personalmente por su dueño.

En Costa Rica la rectoría de las MIPYMES le corresponde al Ministerio de Economía Industria y Comercio MEIC. La Ley 8262, en el artículo 3 define a la Mipymes como: "toda unidad productiva de carácter permanente que disponga de recursos físicos estables y de recursos humanos, los maneje y opere, bajo la figura de persona física o persona jurídica, en actividades industriales, comerciales o de servicios (Ley 8262 de 2022. Por la cual se crea la Ley para el Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresa. 2 de mayo del 2002. La Gaceta N 229).

Mediante la creación de Ley 8262, Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas, se crea un marco normativo que promueve un sistema estratégico integrado de desarrollo de largo plazo, el cual permite el desarrollo productivo de las pequeñas y medianas empresas. Lo anterior con el propósito de promocionar el desarrollo productivo, y crear encadenamientos productivos que propicien la generación de empleo y el mejoramiento de las condiciones productivas y de acceso a la riqueza.

3.1.1.1 Características de pymes

Las pymes poseen características específicas que las hacen destacar entre otras empresas, más allá del número de empleados o el tamaño de su infraestructura. Las principales características de las pymes son: (<https://blog.hubspot.es/sales/author/nancy-rodriguez>)

- Tamaño: son organizaciones pequeñas en cuanto al número de trabajadores y dimensiones de su infraestructura y operación.
- Recursos limitados: cuenta con limitados recursos financieros, tecnológicos y humanos, sobre todo si se compara con el financiamiento o la plantilla laboral de las

grandes empresas; por lo que muchas veces las pymes son más creativas para hallar la forma de competir en el mercado.

- Heterogeneidad: se trata de empresas que muchas veces abarcan más de un negocio o que no tienen tan definidas sus actividades. Estas organizaciones suelen ser más dispersas y menos cohesionadas.
- Cultura organizacional: las PYMES pueden tener una cultura organizacional más cercana a las personas, aunque a veces menos establecida ni reglamentada.
- Independencia: este tipo de empresas no están asociadas con otras empresas o grupos, por lo que pueden mantener su autonomía, en contraposición con las grandes empresas.
- Flexibilidad: las PYMES suelen ser más ágiles y flexibles lo que a veces puede provocar que no tengan procesos tan formales; más bien se van adaptando a las condiciones del mercado y lo que piden los clientes.
- Familiar: un gran número de PYMES son propiedad de una sola familia o de un grupo reducido de personas, lo que cual permite una gestión más personalizada y cercana a los trabajadores y clientes.
- Local: operan en área geográfica limitada y no suelen expandir sus operaciones a otras áreas, ciudades o países.

En Costa Rica las micro y pequeñas empresas para su reconocimiento deben cumplir con las siguientes características según (MEIC, 2021):

- a. Que la empresa califique como Microempresa si el resultado es igual o menor a 10 y pequeña empresa si el resultado es mayor que 10 pero menor o igual a 35. Para identificar si una empresa clasifica como micro, pequeña o mediana se utiliza una ponderación matemática que va de uno a cien, la cual se basa en el tamaño, y se determina mediante una fórmula que las clasifica según actividad empresarial, contempla el personal promedio contratado en un período fiscal, el valor de los activos, el valor de ventas anuales netas y el valor de los activos totales netos (MEIC, 2021).

Para las empresas de los sectores de comercio y servicios, se utilizará la siguiente fórmula:

- $P = [(0,6 \times pe/30) + (0,3 \times van/¢3.084.000.000) + (0,1 \times ate/¢964.000.000)] \times 100.$

- P: Puntaje obtenido por la empresa.
 - PE: Personal promedio empleado por la empresa durante el último período. fiscal.
 - VAN: Valor de las ventas anuales netas de la empresa en el último período fiscal.
 - ATE: Valor de los activos totales netos de la empresa en el último período fiscal
- b. Que tengan permanencia en el mercado.
- c. Que sea una unidad productiva formal y que cumpla con los requisitos que de la ley
- d. Que cumpla con los requerimiento legales y formales que establece el artículo 3 de la ley 8262 y el MEIC.

3.1.2. Requisitos legales y formales para la consolidación de las pymes.

En Costa Rica para desarrollar una idea de negocio o un emprendimiento es necesario cumplir con ciertas formalidades administrativas y requisitos legales que permiten al emprendedor acceso a: asistencia técnica, capacitación y, financiamiento para estimular los procesos de crecimiento y consolidación empresarial, por parte de instituciones estatales. Entonces, de manera consecuente todo emprendedor que desee crecer y legalizar su empresa debe asumir la figura de responsabilidad y legalidad del negocio, mediante la tramitación legal obligatoria y no obligatoria, pertinente para establecer una empresa física o jurídica.

Las pymes que busquen gozar de los beneficios de la Ley, deberán cumplir los siguientes requisitos: el pago de cargas sociales, el cumplimiento de obligaciones tributarias y el cumplimiento de obligaciones laborales. (Ley 8262 de 2022. Por la cual se crea la Ley para el Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresa. 2 de mayo del 2002. La Gaceta N 229)

3.1.2.1 Requisitos legales

Todo emprendedor que quiera llegar a conformar una PYME debe guiarse por el “Manual de personas emprendedoras de Costa Rica” (MEIC, 2019) y cumplir con esos requisitos:

- a. Uso de suelo: En cada cantón del país existe un plan regulador, el cual regula los usos autorizados para los terrenos en comerciales, habitacionales, industriales, agrícolas o mixtos. Esto permite regular usos concordantes por zona y así garantizar una adecuada convivencia en la comunidad. Independientemente de la actividad que se realice es necesario contar con este visado para solicitar otros permisos (p. 17).

- b. Inscripción como contribuyente: El fundador del negocio o la sociedad debe inscribirse como contribuyente ante la Dirección General de Tributación en el Ministerio de Hacienda a través del portal electrónico denominado Administración Tributaria Virtual (ATV). (...) Este trámite de inscripción es requerido para todas las personas que realicen una o más actividades económicas. Este requisito es indispensable que toda persona emprendedora debe considerar para poder desarrollar cualquier tipo de actividad lucrativa, y le permitirá emitir comprobantes autorizados (facturas o tiquetes electrónicos) por las ventas realizadas y por los servicios prestados. (p. 18).
- c. Inscripción en Seguro Social: El patrono debe contribuir al régimen de seguridad social de sus trabajadores. Para esos efectos, previamente al pago de las cuotas de seguridad social, debe inscribirse como patrono en las oficinas centrales o regionales de la Caja Costarricense del Seguro Social (C.C.S.S.) o bien, mediante su web www.ccss.sa.cr. Posterior, a esta inscripción, se procede a inscribir la empresa que opera o a inscribirse como patrono a título personal. (p. 20).
- d. Permiso sanitario de funcionamiento: toda persona que planea formalizar una empresa en Costa Rica debe contar con el permiso sanitario de funcionamiento de acuerdo con su actividad. Dependiendo del tipo de actividad este permiso debe ser emitido por el Ministerio de Salud o el Servicio Nacional de Salud Animal. De esta manera se puede regular y clasificar, con criterios sanitarios y ambientales, la actividad y su incidencia, ya sea directa o indirecta en la salud de las personas y el contexto inmediato. En algunos casos se requiere de un regente que es un profesional en el área que da seguimiento continuo al funcionamiento de la empresa o emprendimiento (p. 21).
- e. Pólizas obligatorias: La póliza de riesgos del trabajo protege a los patronos y trabajadores en caso de accidentes durante la actividad laboral. (p. 22).
- f. Patente Municipal: Toda actividad lucrativa requiere una patente (o licencia) de la municipalidad del cantón en el cual es desarrollada la actividad. Asimismo, el trámite y requisitos para la obtención de una patente pueden variar entre una y otra municipalidad, conforme a su legislación y disposiciones administrativas. (p. 23).

3.1.2.2 Requisitos formales.

- a) Registro de marca o nombre comercial: Si bien no es obligatorio, registrar la marca o el nombre comercial, es recomendado para el posicionamiento de imagen comercial del negocio. Este trámite evita que otros negocios o proyectos se beneficien del nombre y el prestigio de su marca, y al mismo tiempo se vuelve una herramienta para validar ese nombre y determinar si hay alguna otra marca registrada que pudiera confundirse. (p. 26).
- b) Apertura de cuentas bancarias: Una vez que todo el negocio está en regla a nivel legal, es importante gestionar la apertura de cuentas bancarias en la institución financiera de su preferencia. Este es un paso que varía mucho en duración, costo y éxito dependiendo de la institución seleccionada y del tipo de actividad del emprendimiento. (p. 27).
- c) Solicitud de datafono: la obligación a toda persona física o jurídica que realice una 46 actividad comercial de productos o servicios de contar con medios para aceptar pago electrónico, es decir, con tarjetas de crédito y débito. Por lo tanto, el contar con datafono es una de las mejores opciones para cumplir con esta nueva norma (p. 28).
- d) Registro pyme (Registro Emprendedor): El registro emprendedor no tiene ningún costo y es voluntario. Asimismo, es un proceso sencillo donde el empresario inscribe su negocio para recibir una serie de beneficios, entre los cuales está la exoneración del pago de impuesto a la persona jurídica. (p. 29)

En este proceso surgen dificultades a superar por todo emprendedor, puesto que muchas el incumplimiento de requisitos limita las oportunidades de crecimiento estancándolas en la informalidad o seminformalidad.

3.1.3 Estructuras de apoyo para las pymes:

Para promover las PYMES el MEIC cuenta con una serie de beneficios para su fortalecimiento de las los cuáles se instrumentalizan mediante la acción institucional según se describe a continuación:

3.1.3.1, Programa de abastecimiento institucional (PAI)

Este programa es ejecutado por el Concejo Nacional de Producción (CNP) para atender las necesidades de suministros alimenticios que requieren las instituciones del Estado, que por ley están obligadas a adquirir esos suministros por contratación directa a través del CNP; y este, garantizar que dichos suministros procedan prioritariamente, de productos de micro, pequeños y medianos productores agropecuarios y agroindustriales nacionales. El PAI está normado mediante

Ley 8700, Ley Orgánica del CNP, artículo 9. (Ley 8700 de 1997. Por la cual se crea la PAI. 28 de noviembre del 1997. La Gaceta No 225)

3.1.3.2 Sistema de banca y desarrollo (SBD)

El Sistema de Banca para el Desarrollo es una herramienta para financiar e impulsar proyectos productivos, viables y acordes con el modelo de desarrollo del país, en lo referente a la movilidad social de los sujetos beneficiarios de esta ley. El SBD está normado en artículo 24 de la Ley N° 8634: del 2008. (Ley No 8634 del 2008. Por la cual se crea el Sistema de Banca Desarrollo. 23 de abril del 2008. La Gaceta No. 528)

El objetivo de este fondo es fomentar y fortalecer el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresas, de acuerdo con las directrices que emita el Consejo Rector del Sistema de Banca para el Desarrollo y de las empresas de la economía social económicamente factibles y generadoras de puestos de trabajo. Los actores que pueden gozar de los beneficios del Sistema de Banca para el Desarrollo en el área de financiamiento, avales o garantías, capital semilla, capital de riesgo u otros productos que se contemplen en la Ley No 8262; son:

- A. Emprendedores: persona o grupo de personas que tienen la motivación y capacidad de detectar oportunidades de negocio, organizar recursos para su aprovechamiento y ejecutar acciones de forma tal que obtiene un beneficio económico o social por ello. Se entiende como una fase previa a la creación de una Mi pyme.
- B. Microempresas: unidades económicas que, medidas mediante los parámetros de la Ley No 8262 y su reglamento, se ubican dentro de esta categoría.
- C. Pymes: entendidas como las unidades productivas definidas en la Ley No 8262 y su reglamento.
- D. Micro, pequeño y mediano productor agropecuario: unidad de producción que incluye los procesos de transformación, mercadeo y comercialización que agregan valor a los productos agrícolas, pecuarios, acuícolas, forestales, pesqueros y otros productos del mar, así como la producción y comercialización de insumos, bienes y servicios relacionados con estas actividades. Estas unidades de producción emplean, además de mano de obra familiar, contratación de fuerza laboral ocasional o permanente que genera valor agregado y cuyos ingresos le permiten al productor realizar nuevas inversiones en procura del mejoramiento social y económico de su familia y del medio rural. La definición de estas las realizará el Ministerio de Agricultura y Ganadería vía reglamentaria.

- E. Modelos asociativos empresariales: mecanismo de cooperación por el cual se establecen relaciones o articulaciones entre cualquiera de los sujetos beneficiarios del presente artículo.
- a) Beneficiarios de microcrédito: persona o grupos de personas físicas o jurídicas que califiquen como pequeños productores agropecuarios, microempresarias o emprendedoras, de todos los sectores de las actividades económicas, que presenten proyectos productivos y cuyo requerimiento de financiamiento no exceda de cuarenta salarios base establecidos en la Ley No 7337, de 5 de mayo de 1993, y su respectiva actualización. Serán otorgados por el Fondo del Crédito para el Desarrollo definido en la presente ley y por medio de la banca privada que se acoja al inciso ii del artículo 59 de la Ley No 1644, además del Fondo de Financiamiento para el Desarrollo.

3.1.3.3 El Fondo Especial para el Desarrollo de las Micros, Pequeñas y Medianas Empresas (FODEMIPYME).

El fondo fue creado con el objetivo de fomentar y fortalecer el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresas, de acuerdo con las directrices que emita el Consejo Rector del Sistema de Banca para el Desarrollo y de las empresas de la economía social económicamente factibles y generadoras de puestos de trabajo; podrá ejercer todas las funciones, las facultades y los deberes que le corresponden de acuerdo con esta ley la naturaleza de su finalidad y sus objetivos, incluso las actividades de banca de inversión.

Tiene como fin contribuir al logro de los objetivos establecidos en la Ley N° 8262: Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas, así como contribuir con los propósitos definidos en los artículos 2 y 34 de la Ley Orgánica del Banco Popular. FODEMIPYME está normado en el artículo 8 de la Ley 8662 (Ley No 8262 del 2002. Por la cual se crea FODEMIPYME. 4 de marzo del 2002. La Gaceta No. 299)

3.1.3.3 El Programa de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (PROPYME).

El propósito de este programa es el de financiar las acciones y actividades dirigidas a promover y mejorar la capacidad de gestión y competitividad de las pequeñas y medianas empresas costarricenses, así como el emprendedurismo, mediante el desarrollo tecnológico como instrumento para contribuir al desarrollo económico y social de las diversas regiones del país. PROPYME está normado en el artículo 13, de Ley No 8262, Ley de Fortalecimiento de las

Pequeñas y Medianas Empresas del 2002. (Ley No 8662 del 2002. Por la cual se crea PROPYME. 4 de marzo del 2002. La Gaceta No.229).

El estado es quien le asigna los recursos por medio de la Comisión Nacional de Incentivos para la Ciencia y la Tecnología, comisión, adscrita al Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones, (MICITT).

3.1.3. 4 Apoyos para la generación de capacidades empresariales

La formación y el desarrollo del talento en las pequeñas y medianas empresas debe ser continuo para el desarrollo de talento empresarial, y se realiza a través de diferentes medios. La Unidad de Fomento y Desarrollo Empresarial (UFODE), del INA, es la entidad encargada de cumplir y brindar los servicios de Gestión empresarial (charlas, talleres, capacitaciones, asesorías y otras), para los beneficiarios del Sistema de Banca y Desarrollo (SBD), con el objetivo de desarrollar y fomentar las capacidades empresariales y de negocios de los emprendimientos con oportunidad de crecimiento y de las PYME. (Ley N° 9274, 2015. 9 de marzo del 2015. Por la cual el INA aparece como colaborador del SBD. La Gaceta N.47). La UFODE como estrategia se consolida con el impulso, a mediados de 2020, con la creación de los Centros de Desarrollo Empresarial (CDE) bajo la figura de contratos de prestación de servicios especializados con firmas privadas que asumen su operación como espacios físicos donde los emprendedores con oportunidad de crecimiento, así como las micro, pequeñas y medianas empresas (PYMES) pueden acudir para recibir asesoría y capacitaciones integrales con el fin de hacer crecer sus negocios (INA, 2019).

Para tal responsabilidad el INA cuenta con nueve sedes a nivel nacional, que permite dar cobertura a las pequeñas medianas empresas y a los emprendedores, en cuanto al desarrollo de capacidades para la gestión empresarial y seis CDE.

También se cuenta para la generación de capacidades en las pequeñas y medianas empresas con la Red de Apoyo para PYMES y Emprendedores que está conformada por Universidades públicas y privadas, bancos estatales y privados, cámaras de comercio, asociaciones, ministerios, colegios para universitarios, que brinda apoyo a las PYMES y emprendedores, mediante capacitación, asesoría, asistencia técnica, acompañamiento, y mentoría. Todas estas instituciones constituyen un recurso para que los emprendedores y las PYMES opten por diferentes capacitaciones, para el desarrollo o fortalecimiento de los conocimientos y capacidades para el

mejoramiento de su emprendimiento, de una manera más eficaz. Estos apoyos se visualizan en anexo 6 de este documento.

3.1.3.5 Exoneraciones y pagos reducidos.

Las PYMES y emprendedores mediante la Ley 8262, gozan también de otros beneficios como son las exoneraciones y pagos reducidos en algunas instituciones públicas como son los siguientes:

- a. Fondos no reembolsables para innovación (MICITT).
- b. Exoneración impuesta a personas jurídicas: micro y pequeñas empresas.
- c. Exoneración IVA en alquiler micro y pequeñas empresas, monto menor a ₡669,000.
- d. Pago escalonado para patronos ante la caja costarricense del seguro (CCSS), para nuevas microempresas hasta 5 empleados.
- e. Permiso sanitario de funcionamiento microempresas: tarifa única de \$20.
- f. Tarifa preferencial en registros sanitarios para microempresas (20% de la tarifa vigente).
- g. Periodo de gracia (no pagó) primeros tres años para la certificación de drones ante la Dirección General de Aviación Civil.
- h. Exoneración escalonada para la micro y pequeña empresa en el pago del impuesto sobre la renta, en los primeros tres años de operaciones por los requerimientos que este establece y los cuales no pueden cumplir. (Ley 9635 de 2010. Por la cual se exonera el pago de impuesto sobre la renta en forma escalonada a las PYMES. 21 de setiembre del 2010. La Gaceta N 125).

Lo anterior con el objetivo de disminuir los costos de operación de las pequeñas y medianas empresas que en parte pueden ayudar a disminuir la informalidad.

3.2 *La economía informal*

La informalidad es una característica importante de los mercados laborales del mundo. Hay millones de unidades económicas en funcionamiento y cientos de millones de trabajadores que procuran ganarse la vida en condiciones de informalidad. La economía informal comprende más de la mitad de la mano de obra mundial y más del 90% de las microempresas y pequeñas empresas. (OIT, 2023)

Al respecto Saldarriaga et al, (2016) expresan que: “la economía informal, describe las actividades económicas de pequeña y mediana escala, que cuenta con mano de obra intensiva, tiene baja productividad y constituye la principal fuente de empleo e ingresos para los países en vía de desarrollo” (p.25). La existencia de la económica informal, está relacionada por la poca capacidad del Estado de generar fuerza laboral formal, hecho que incrementa con el tiempo el auto empleo. Aunque la economía informal no es de reciente aparición, es evidente que durante los últimos años el comercio informal ha cobrado gran importancia, más que todo como una economía para la supervivencia del día a día. En este sentido, las actividades laborales informales se relacionan con la dimensión estructural de la sociedad, donde el trabajo realizado por estas personas puede relacionarse con falta de capacidad del mercado laboral de absorber la mano de obra disponible en la economía formal. (Herrera, 2022).

Una de las teorías alrededor de la informalidad es el costo-beneficio como causa del trabajo informal, elaborada por De Soto en 1987 (citado en Reyes e Hidalgo, 2020), donde el autor plantea que la falta de oportunidades en el mercado no es la única causa de la informalidad; sino que también los costos de estar en el sector formal, tienen gran peso en la decisión. Señala que los costos de la formalidad se pueden resumir en los costos para ingresar al mercado, la alta burocracia, los reglamentos engorrosos, etc.; así como los costos de permanecer en el sistema formal. Sin embargo, el autor también establece algunas desventajas de operar en la informalidad como: sanciones por ser informales, acceso al crédito nulo o con altas tasas de interés, bajos estándares de seguridad y un marco legal débil para su protección.

Las altas regulaciones o intervenciones del sector público, la burocracia y las dificultades para emprender alguna iniciativa productiva o emplearse en una actividad formal, es lo que empuja muchas personas a dedicarse a actividades informales y con ello al no pago de impuestos.

Razón por la cual los diversos gobiernos del mundo. en la actualidad han comenzado a reivindicar el potencial de la iniciativa emprendedora como fuente de empleo, riqueza y bienestar social en las economías. (Lanero, et al, 2015). Lo anterior para contrarrestar el empleo informal que trae consigo una economía informal. En Costa Rica el camino ya está trazado, para incentivar y apoyar a los emprendedores, pero sigue existiendo esa brecha que separa la actividad economía informal de la formal por la razón expuesta en los párrafos anteriores, siguen existiendo los mismos problemas.

3.2.1. Los vendedores informales.

Los vendedores informales o comúnmente llamados ambulante o callejeros; se definen como una persona que vende, ofrece vender, opera, participa o lleva a cabo un negocio de venta de comida o mercancías desde un carro de empuje, estante, demostrador, carro accionado por pedal, vagón, vitrina, estante u otro transporte no motorizado, o de una persona, en una acera pública, propiedad u otro camino peatonal. Los vendedores ambulantes pueden ser considerados itinerantes o estacionarios. (Saldarriaga et al. 2016, p. 28)

De acuerdo con Saldarriaga et al. (2016), algunas de los diferentes tipos de vendedores informales son de: comida: alimentos y bebidas (preparados) verdulería y bienes manufacturados (ropa y calzado). (p.25). Cabe destacar que los tipos de artículos o productos que se mencionan anteriormente son generalmente aquellos que los vendedores informales del distrito central del Cantón de Nicoya utilizan mayormente para el desarrollo de sus actividades comerciales.

El sector de los vendedores informales se caracteriza por estar conformado por personas de ambos sexos: hombres y mujeres, ellos mismos trabajan en una empresa no amparada por ningún estatuto para la conformación de la misma, pueden ser móviles o estacionarios que ocupan un lugar en el espacio público. La mayoría de esta población cuenta con conocimientos básicos necesarios como leer y escribir, sólo alcanzan la secundaria completa. No existe ningún comerciante que no tenga estudios, es decir que están alfabetizados, así como ninguno posee estudios superiores. (Escobar et al. 2020 y Solano, 2015)

También se caracterizan por estar en una condición de vulnerabilidad, especialmente por estar excluidos de los programas de seguridad social y de los mercados financieros formales, lo

cual logra una débil estabilidad económica. Tampoco cuentan con asistencia técnica para mejorar la productividad de sus actividades económicas y, asimismo, sus ganancias. Por tanto, la creación de programas de capacitación con temáticas específicas brindan la posibilidad de mitigar riesgos, mejorar las condiciones laborales y aumentar la transición hacia el sector económico formal. (POLIS, 2021)

Generalmente usan el espacio público ya que no cuentan con la construcción de kioscos o infraestructura similar para desarrollar su actividad económica, y no son tomados en cuenta en el desarrollo urbanístico, económico y social de las ciudades. En este contexto desarrollan capacidades, habilidades o bien conocimientos, que fortalecen a lo largo del tiempo de manera empírica; para el desarrollo de ciertas funciones específicas para el proceso productivo que son de vital importancia, para desarrollar de forma sostenida y rentable sus emprendimientos. (POLIS, 2021).

desde la dimensión subjetiva, para así poder crear un criterio propio de las experiencias que viven diariamente en el cumplimiento de sus labores, desde abordajes de las vivencias y los sentidos, reconociendo su capacidad de re-construir significados, a través de ponerlos en acción o de narrar sus experiencias (Guzmán & Saucedo, 2015). Dentro de las características más particulares que se pueden identificar el sector informal se destacan las siguientes: la evasión de impuestos. el no pago de servicios públicos, el aprovechamiento inusual del espacio público y la mala práctica en reglamentos sanitarios. (Gabith et al, 2018).

3.2.2. Modo de operación de los vendedores informales.

A lo largo de la observación, fue posible conocer detalles acerca de cómo operan los vendedores informales en el distrito central de Nicoya. Las observaciones se llevaron a cabo principalmente en el parque, mercado municipal, calle del comercio y lugares aledaños al centro. Se logró visualizar que la mayoría, de los vendedores informales, llega muy temprano y se colocan en punto estratégicos. Las horas de trabajo no son constantes, sino que varían en función del tipo de venta que realizan también. afecta su capacidad de ingresos y seguridad social.

Generalmente laboran todos los días de forma constante alrededor de diez o doce horas por día excepto los domingos. Por lo general, pueden predecir la cantidad de dinero que reciben por semana porque ya han desarrollado un grupo de clientes. En el caso de los vendedores ambulantes de alimentos preparados son los que más temprano terminan sus productos, porque tienen una

clientela fija, en construcciones o bien en instituciones pública y locales comerciales. Mientras los vendedores estacionarios de alimentos preparados pasan todo el día y se retiran a eso de las 5.pm, algunas veces no pueden vender todos sus productos.

Los vendedores ambulantes de frutas y verduras se desplazan de un lugar a otro con carretillas para vender sus productos, por lo general trabajan menos horas y, por lo tanto, reciben menos dinero. Por su parte los vendedores de textiles y calzados son estacionarios siempre se mantiene en el mismo lugar y trabajan de 7.am hasta las 6.pm, son los que generalmente venden más y sus ingresos son más altos.

El desarrollo de las diversas capacidades habilidades, actitudes y aptitudes empresariales son de vital importancia para que los vendedores informales fortalezcan sus virtudes y logren progresar de forma sostenida y rentable en sus emprendimientos.

3.2.3 Capacidades empresariales importantes que el vendedor informal posee y necesita reforzar.

El vendedor informal posee y requiere desarrollar capacidades empresariales, para el mejorar su negocio, por eso es necesario identificar cuáles son las habilidades, actitudes, aptitudes empresariales presentes y cuales necesitan desarrollar.

3.2.3.1 Habilidades empresariales que el vendedor informal debe poseer para la formalidad de su negocio.

Una habilidad empresarial es el conocimiento y la pericia para realizar actividades que incluyen: métodos, proceso y procedimiento. Por lo tanto, representa trabajar con determinadas herramientas y técnicas, (Oviedo & González, 2016). Estas habilidades se relacionan con objetos físicos o con procesos específicos, la programación, el manejo de aplicaciones y las habilidades de contabilidad

Estas son herramientas de carácter técnico o administrativo que dan respuesta a escenarios conocidos, para el manejo de herramientas, protocolos informáticos, normas de seguridad, conocimientos financieros y de ventas, lo cual da como referencia que dichas habilidades se aprenden mediante capacitaciones previas al trabajo involucrado

Entre las habilidades empresariales que los vendedores informales necesitan desarrollar están las siguientes:

Gestión de la Planificación.

Según Chiavenato & Sapiro, (2017), la planeación “se refiere a la manera como una empresa intenta aplicar una determinada estrategia para alcanzar los objetivos propuestos. Es generalmente una planeación global y a largo plazo”. (p. 162).

La planeación es muy importante para el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas (Pymes), y en todo tipo de empresas, facilita el establecimiento de ventajas competitivas, mediante el establecimiento de estrategias basadas en su misión, visión y objetivos (Valle, 2020, p. 162). Por lo tanto, es importante que los vendedores informales desarrollen habilidades para la planificación de negocio tales como: elaboración del plan de trabajo que oriente la toma de decisiones, administrativas, financieras y de mercadeo.

Gestión Administrativa y de mercadeo

La gestión administrativa en una empresa es importante y es la base para la ejecución y potencialización de todas las acciones que permiten el cumplimiento de los procesos para cumplir con los objetivos propuestos y contribuir con la estabilidad y crecimiento de la misma. Para ello es necesario que se den los siguientes procesos.

- **Planificación:** el planteamiento de los objetivos de la organización y la sugerencia de los procedimientos para alcanzarlos.
- **Organización:** se refiere al proceso de ordenar y distribuir equitativamente las tareas y recursos entre los miembros de una empresa para que puedan darle el uso correcto y cumplan con las metas planteadas.
- **Dirección:** es el proceso de monitorear y motivar a los trabajadores para que puedan realizar las actividades planificadas.
- **Control:** en este proceso el encargado se asegurará que las actividades sean cumplidas de acuerdo a la planificación. (<https://www.ulatina.ac.cr/articulos/importancia-de-la-gestion-administrativa-en-una-empresa>)

Mientras que la gestión de mercado prevé el destino de estos objetivos administrativos, a satisfacer tanto de las necesidades internas de la empresa, como también de las necesidades del

público o el mercado con el que intercambia el producto o servicio de manera eficaz y eficiente. (Kotler, et al. 2013). El mercadeo son todas aquellas técnicas que utiliza una organización para convencer y hacer que los consumidores prefieran su producto o servicio, y no el de la competencia, logrando así generar relaciones de valor con los consumidores. La habilidad para la gestión y mercadeo es necesario que sea desarrollada en los vendedores informales.

Gestión Financiera:

La gestión financiera es una actividad que se realiza en la organización y que se encarga de planificar, organizar, dirigir, controlar, monitorear y coordinar todo el manejo de los recursos financieros con el fin de generar mayores beneficios o resultados. El objetivo es hacer que la organización se desenvuelva con efectividad, apoyar la toma de decisiones financieras y generar oportunidades de inversión para la organización. (Terrazas, 2018)

Así mismo le permite a la organización, controlar las cuentas, conocer los gastos y la procedencia de los ingresos y gastos. Se trata del estudio y análisis de los resultados reales con el fin de prevenir imprevistos e irregularidades y en caso de encontrarlos saber tomar las decisiones más adecuadas para corregirlos.

Las pequeñas y medianas empresas tienen un mayor riesgo a presentar insolvencia económica, de ahí que una adecuada gestión financiera es indispensable para que una empresa tenga éxito y logre la estabilidad económica necesaria para generar nuevas competencias. Es a través de esta, que va a asegurarse los recursos necesarios para invertir en mejorar procesos, incursionar en nuevos mercados o desarrollar nuevos productos.

Gestión Tecnológica

La tecnología es un recurso fundamental para aquellos emprendedores que se encuentran en proceso de crecimiento, es una herramienta con la que puede lograr la optimización y mejora de los procesos de producción, organización, despacho, ventas y cobranza, capacitación, entre otros beneficios, que permiten establecer ventajas competitivas con las cuales pueden posicionarse en el mercado, así como conseguir más clientes y alcanzar mayores niveles de productividad e incluso de expansión.

Al respecto (Álvarez, 1999 citado en Makadok, 2020) menciona que: “la estrategia tecnológica debe ser considerada como un ciclo continuo a través del cual la empresa conoce mejor su entorno sus propias capacidades y aprende como desarrollar éstos con éxito, a lo largo del tiempo”. (p.152). La OIT por otra parte considera que el uso de las tecnologías como una vía para hacer más efectivas las estrategias de formalización, aunque para lograrlo es fundamental cerrar múltiples brechas ya que la gestión tecnología sigue siendo una limitante para los vendedores informales.

Gestión para la innovación, calidad y competitividad

Cuando una empresa quiere ser competitiva y utiliza los factores de gestión de calidad y Gestión de innovación ya que estos tienen efectos positivos dentro de la organización. La calidad en una empresa es una forma de trabajo interiorizada en cada persona que da un servicio al cliente tanto interno como externo, ya que se ha concluido que la gestión de la calidad se ha transformado en una herramienta indispensable para las empresas de servicio de manera que se crea en esta, una filosofía que busque superar las expectativas de los clientes. (Zavala y Vélez, 2020)

La Gestión de innovación, por su parte, tiene como propósito impulsar la calidad y la competitividad organizacional y así delinear estrategias y acciones a la medida de cada empresa. El papel de la innovación como factor principal de la competitividad mejora la gestión de la calidad en las en empresas.

La competitividad empresarial según Reyes, (2015) es: “la habilidad organizacional de una unidad de producción industrial, comercial o de servicios, con una clara orientación para lograr rentabilidad” (p.34). Esta capacidad es empleada para diseñar estrategias, generar y comercializar productos o servicios, cuya característica distintiva construye un paquete de valor más efectivo y eficiente e en forma duradera y sustentable, diferenciándose de sus competidores.

3.2.3.2 Actitudes y aptitudes empresariales

Actitudes empresariales.

Las actitudes son los enunciados o juicios evaluadores de personas, objetos o eventos. Poseen tres componentes: uno cognitivo que está relacionado con la opinión o creencia, otro afectivo relacionado con lo emocional o sentimental y una comportamental intención de conducta de cierto modo hacia alguien o algo (Robbins & Judge, 2011).

Mientras que las actitudes empresariales son la predisposición psicológica para enfrentarse a los retos que se pueden presentar en la vida. Por lo tanto, la actitud empresarial será la manera en la que las personas se enfrentan a los desafíos que afronta la empresa en su camino hacia el éxito. También hace referencia a la posición que asume el emprendedor frente a los retos que representan los cambios del entorno para la sostenibilidad de su negocio, estos retos son tanto. apreciables al interior de la de este como en el ámbito social externo en el que se desenvuelve ésta.

Se fundamenta, en la visión constante de oportunidades, en la generación proactiva de ideas, en la implantación de mejoras a los procesos y en el reconocimiento de la importancia de la gestión del conocimiento. Por último, la actitud empresarial habla de la postura que debe asumir el emprendedor actual, frente a un sin número de situaciones que representan para la nueva empresa, oportunidades de obtener logros económicos, sociales, y generación de nuevos mercados. (<https://www.zonaeconomica.com/actitud-empresarial>)

Algunas actitudes empresariales que poseen los vendedores informales son:

- Ser ordenado. el emprendedor debe ser una persona organizada, debe llevar a cabo las proyecciones planificando y estableciendo un orden adecuado en las tareas y actividades pretendiendo seguir secuencias de las prioridades como foco esencial para alcanzar la efectividad los objetivos propuestos y la actitud debe estar acompañada de ese optimismo para cumplir esos propósitos. (Castellano et al. 2017).
- Facilidad de palabra: es la manera en la que a diario el emprendedor se comunican de forma asertiva con compañeros, clientes, proveedores, etc. a través de diferentes canales (en persona, por teléfono o por escrito). Esta habilidad también está relacionada con la competencia de saber escuchar lo cual le permite tener una perspectiva propia, que es la clave para transformar una idea en una realidad de la sociedad en general. (Castellano et al. 2017).

- Paciente con clientes difíciles: el emprendedor debe tener la capacidad para afrontar y solventar cualquier dificultad que pueda surgir en el día a día laboral, con diferentes clientes.

Aptitudes empresariales

La aptitud va de la mano con la actitud. “Las aptitudes permiten tener un concepto claro de las fortalezas y límites de las personas cuando se plantean objetivos o metas de acuerdo a las condiciones en las que estén. (Vélez, 2016). Son los conocimientos adquiridos, todo lo que se ha ido aprendiendo a lo largo de la vida académica y gracias a las experiencias; en sí es la capacidad que tiene la persona para realizar cualquier función.

Algunas de las aptitudes empresariales que poseen los vendedores informales son:

- Planifica las compras en función de las ventas: todo emprendedor debe planificar las acciones de trabajo, esto les permitirá el logro de las metas propuestas, además del enfoque de la innovación como estrategia fundamental en el desarrollo de nuevas negociaciones como las tendencias digitales, que mediante la realización de planes estratégicos, esté al tanto de la necesidad del mercado y meditar un proyecto para fortalecer el producto o servicio que emprende, la planificación va de la mano con la organización que son bases fundamentales en un negocio.
- Introduce cambios o mejoras en sus productos: el emprendedor debe tener la predisposición y ser capaz de generar ideas o conceptos nuevos, cubriendo las expectativas del producto o servicio que desean brindar, engloba la capacidad de interactuar con los demás a través del pensamiento original y la memoria

A diferencia de las habilidades empresariales, las actitudes y las aptitudes se basan en la capacidad de relación que las personas pueden tener entre sí, es decir, el manejo de comunicación asertiva, solución de problemas y toma de decisiones que son necesarias para el desarrollo de un emprendimiento. El desarrollo de actitudes, aptitudes y habilidades empresariales permite a los vendedores informales un adecuado manejo de su negocio; confrontar a los clientes o proveedores, capacidad de manejar y desarrollar conocimientos tecnológicos, financieros entre otros.

3.2.4 Otros conocimientos importantes que el vendedor informal requiere conocer para operar en la formalidad

Para un mejor conocimiento de los que operan en este sector del comercio informal, es importante que conceptualicen y dominen los siguientes aspectos:

Inversión inicial

La inversión inicial se puede clasificar en dos conceptos claramente diferenciados: la inversión destinada a la adquisición de activos fijos y falta de suministros necesarios para el inicio de la actividad y la liquidez necesaria (provisión de fondos) que se requiere para mantener la actividad empresarial hasta que el negocio pueda aportar fondos para hacer frente a los compromisos financieros. (AJE, 2014)

La diferencia entre una MIPYME y un vendedor informal es que la primera cuenta con una mejor organización de las finanzas para hacerle frente a las responsabilidades y tener un mejor funcionamiento por medio de una contabilidad controlada, Mientras que el emprendedor informal juega con sus finanzas diariamente para poder mantener sus gastos y costos de inversión. Además, es importante recalcar que para una PYMES establecida legalmente se le facilita la obtención de fondos a través de instituciones bancarias.

Rentabilidad

Según Ballesta, (2002) “La rentabilidad financiera o de los fondos propios, denominada en la literatura anglosajona return on equity (ROE), es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado” (p.52). Es necesario que el vendedor informal identifique cuáles son los ingresos y gastos totales y ganancias de su actividad comercial, para determinar cuál es la rentabilidad que ellos puedan obtener a través de su actividad comercial.

Sostenibilidad

La sostenibilidad es un elemento que se debe tomar en consideración para determinar si en el contexto económico de los vendedores informales es posible una transición y prolongación en el sector formal. Dos puntos importantes, para el desarrollo de cualquier proyecto es el nivel ventas y el margen de utilidad, los cuales permiten conocer si los ingresos son pertinentes para mantener

y aumentar los ingresos necesarios, para la rentabilidad de la actividad comercial que se está realizando.

El margen de utilidad es: “la diferencia que hay entre el precio de venta y todos los costos fijos y variables que participan en el proceso de comercialización y en el mantenimiento de la empresa, el cual resultará importante en la planificación del negocio” (García, 2017, p. 24). El margen de utilidad, es el que determina la rentabilidad y la permanencia de la actividad comercial en el mercado.

Competitividad

Cabrera et al. (2011) que, “Las empresas sobreviven y son exitosas si son competitivas: Pues en un mundo competido, en donde se mezclan empresas en competencia perfecta, junto con monopolios y oligopolios, todas tienen que lograr la mayor producción con los recursos que tengan a su disposición... (p.32).

Implica que toda organización comercial debe incrementar su rendimiento paulatinamente y expandirse para poder competir dentro de un mercado donde la clave es; adaptarse e innovar. La competitividad para los vendedores informales está representada por medio de otros vendedores informales, así como de aquellos vendedores que cuentan con todos los permisos pertinentes para laborar en la formalidad.

Tamaño de mercado

El tamaño del mercado se identifica como un espacio de libertad donde hay una interacción entre compradores y vendedores. Estar al tanto de lo anteriores puede definir el tamaño de mercado como la magnitud en la que esa interacción se da, siendo un indicador el nivel de desarrollo de una ciudad. (Aguilera & Sánchez. 2002). Por otra parte, el tamaño del mercado está determinado mediante una serie de elementos que son esenciales para determinar a los clientes potenciales a quienes se les dirigirá los productos a vender.

De acuerdo con el INEC (2022), “la población del distrito central del cantón de Nicoya es de 27 833 personas (p.25), lo cual permite visualizar el tamaño del mercado en dicha área. Para los

vendedores informales se localiza en Nicoya centro, y comunidades aledañas, y la demanda de mercado está representada por todas las personas que frecuentan las zonas de mayor densidad.

3.3 Fortalecimiento de las economías informales desde la investigación acción participativa

Para el fortalecimiento de la economía informal en el ámbito de estudio propuesto se recurrió la Investigación Acción Participativa (IAP). La idea surge a partir de la necesidad de que un grupo de vendedores informales del distrito primero del cantón de Nicoya descubran la problemática de operar en la informalidad y razonaran en torno a la búsqueda de soluciones a la situación en que se encuentran.

Esta idea fue desarrollada por tres investigadores locales, estudiantes de la carrera de administración de empresas de la Universidad Nacional (UNA), que presentan como tema de investigación para la tesis grado de licenciatura el desarrollo de una propuesta de capacitación para un grupo de vendedores que operan en la informalidad para empoderarlos y puedan emigrar a la formalidad.

Para desarrollar dicha propuesta recurrieron a la IAP, por considerar que es un instrumento de promoción, de generación de conciencia y de difusión del conocimiento, donde este grupo de vendedores informales a través de diversas actividades fueron capaces de generar conocimientos colectivos sobre la realidad en estudio, y así como, organizarse y movilizarse de manera comprometida para la búsqueda de soluciones.

Esta metodología permitió a los investigadores sustentar la estrategia de investigación y proporcionar un recurso para el análisis que permitió la definición de conceptos teóricos utilizados en el proceso de investigación, para una mejor comprensión e interpretación de los resultados mediante el seguimiento de ciertos pasos, y comprender la propuesta de la IAP a profundidad.

3.3.1 La investigación acción participativa

La Investigación Acción Participativa (IAP), tiene sus orígenes en con los aportes de Kurt Lewin (1946), y posteriormente entre los años 60-70, con Orlando Falls Borda, Bonilla y Castillo. Esta corriente de pensamiento surge con el fin de producir conocimiento que permitiera a sectores subalternos de la sociedad latinoamericana comprender su compleja realidad a fin de transformarla. La IAP considera como un conjunto de corrientes y aproximaciones a la investigación que tienen en común tres pilares:

- a) Investigación: creencia en el valor y el poder del conocimiento y el respeto hacia sus distintas expresiones y maneras de producirlo;
- b) Participación: enfatizando los valores democráticos y el derecho a que las personas controlen sus propias situaciones y destacando la importancia de una relación horizontal entre los investigadores y los miembros de una comunidad.
- c) Acción: como búsqueda de un cambio que mejore la situación de la comunidad involucrada (Wood y Levin, citado Zapara y Rondan, 2016)

La Investigación Acción Participativa en palabras de Eizagirre & Zabala (2019) es un “método de investigación y aprendizaje colectivo de la realidad, basado en un análisis crítico con la participación de los grupos implicados, que se orienta a estimular la práctica transformadora y el cambio social” (p.15)

En su conjunto la IAP se configura como una herramienta de motivación y promoción humana, que permitiría garantizar la participación y democrática de la población, en el planeamiento y la ejecución de sus programas y proyectos de desarrollo. En este sentido, para Hall (1983) citado en Rondán y Delgado, (2016) el "proceso de investigación debe estar basado en un sistema de discusión, indagación y análisis, en el que los investigados formen parte del proceso al mismo nivel que el investigador. Las teorías no se desarrollan de antemano, para ser comprobadas o esbozadas por el investigador a partir de un contacto con la realidad. La realidad se describe mediante el proceso por el cual una comunidad crea sus propias teorías y soluciones sobre sí misma" (p.15)

En base a la estudiado sobre la IAP en la literatura, se puede decir que sus objetivos son siguientes:

- Promover la producción colectiva del conocimiento rompiendo el monopolio del saber y la información, permitiendo que ambos se transformen en patrimonio de los grupos postergados.
- Promover el análisis colectivo en el ordenamiento de la información y en la utilización de que de ella puede hacerse.
- Promover el análisis crítico utilizando la información ordenada y clasificada a fin de determinar las raíces y causas de los problemas, y las vías de solución para los mismos.

- Establecer relaciones entre los problemas individuales y colectivos, funcionales y estructurales, como parte de la búsqueda de soluciones colectivas a los problemas enfrentados.
- Cambiar la realidad, orientándose hacia la realización de acciones conjuntas y coordinadas, para la realización de hechos concretos que permitan los cambios. (Zúñiga, et al.2016)

De este modo, los objetivos de la investigación son conocidos no sólo por los investigadores, técnicos y encuestadores sino también por los vendedores informales, constituyéndose en proceso de investigación conjunto y efectiva democratización del conocimiento.

En la Investigación Acción Participativa los vendedores informales tuvieron un papel protagónico en la identificación de las variables a investigar tales como el vínculo entre sus habilidades actuales con los requerimientos de conocimiento a desarrollar a partir de sus percepciones sobre lo que necesitan aprender para atender sus actividades económicas. De esta manera, la identificación de los conocimientos que deben ser fortalecidos en la propuesta de capacitación, parte de la necesidad de transformación del conocimiento que los vendedores entrevistados identificaron, el cual se complementa con los conocimientos técnicos de los investigadores en los temas priorizados.

Su participación en el proceso de investigación-acción es diferente de ambas estrategias investigativas, ya que la IAP parte del supuesto de que la participación no puede confundirse con una simple preocupación por encontrar el apoyo reflexivo de los implicados. La IAP reclama la participación que no es "simple movilización, sino recapitulación sobre el conjunto de procesos que condicionan la vida social de un colectivo determinado con el objetivo de acometer una eventual modificación de los mismos" (Moreno y Espadas, 1998).

3.3.1.1 Implementación de la IAP y el rol de los participantes.

La IAP es implementada por un grupo de personas que investigan para resolver una pregunta o un problema que afecta a su comunidad, grupo u otro tipo de organización. Estas personas reciben el nombre de investigadores o investigadoras locales y en el proceso de investigar son acompañados por una o más personas de afuera, que facilitan el proceso y que cumplen el doble rol de facilitadores e investigadores externo. Durante una IAP muchas veces también intervienen otros investigadores externos, que suelen ser especialistas o científicos que comparten sus conocimientos con los investigadores locales.

El rol del investigador vendría a ser el de dinamizador y orientador del proceso, con lo que se tendería a revertir la dicotomía sujeto-objeto, produciéndose una relación de cohecho entre el grupo o comunidad y el equipo de investigación. A continuación, se mencionan los participantes y los roles de en más detalle:

Investigadores locales: Son las personas que están interesadas en resolver la pregunta o el problema que afecta a su comunidad u organización y que van a llevar adelante la IAP. Pueden ser mujeres y hombres de diferentes edades. Entre los investigadores locales se pueden identificar aquellas personas que en la comunidad son reconocidas por su conocimiento del tema que se va a investigar, pero también otras personas que sin ser los expertos en el tema están muy interesados en involucrarse o desean aprender.

Algunas características comunes a los investigadores locales son la curiosidad, voluntad, predisposición y el entusiasmo por encontrar alternativas de solución al problema de su comunidad. También tienen otro rol muy importante: compartir los nuevos conocimientos con las demás personas de su comunidad u organización y colaborar en la réplica de los nuevos conocimientos o tecnologías en su organización. (Zapata y Rondán. 2016, p. 23)

La comunidad, grupo u organización: Son todas las personas que integran la comunidad y participan de diversas maneras: brindando y recibiendo información (por ejemplo, los ancianos cuentan cómo era la comunidad en el pasado), comentando los avances que informan los investigadores locales, aprendiendo los resultados y poniendo en práctica las recomendaciones que surgen de la IAP. También dan legitimidad al proceso y a los resultados de la investigación, especialmente cuando se trata de una comunidad donde se toman decisiones sobre los temas que afectan a toda la comunidad. (Zapata y Rondán. 2016, p. 23)

Facilitadores: Su tarea es facilitar o mediar el proceso de investigación y el diálogo de saberes, Es decir, ayudan a que las cosas ocurran, acompañando al grupo local durante todo el desarrollo de la IAP, orientando cuando es oportuno y brindando la información que sea necesaria para asegurar que los resultados sean útiles y válidos. Las personas que facilitan las IAP apoyan a los investigadores locales desde el inicio hasta el final del proceso de la investigación y también les dan el soporte que necesitan: desde ayudar en la planificación, en la organización de la información y a interpretar los resultados, hasta capacitar en el uso de equipos y facilitar el diálogo entre los investigadores locales y los especialistas externos. (Zapata y Rondán. 2016, p. 23)

El facilitador ayuda a que los investigadores locales paulatinamente internalicen el enfoque del IAP (conceptos, principios y formas de hacer) para que eventualmente logren la autogestión. Los facilitadores cumplen un doble rol: como facilitadores, pero también como investigadores.

En su rol de mediadores del diálogo de saberes, pueden facilitar el acceso al conocimiento de dos maneras: gracias a su propia especialización, en caso que dominen el tema de investigación; o a través de otros especialistas. Su trabajo es clave para que se dé un proceso de aprendizaje colectivo (Rondan y Delgado, 2016) y de relación horizontal entre los investigadores locales y entre ellos y los especialistas, por eso debe prestar especial atención a la calidad y niveles de participación a lo largo de toda la investigación.

3.3.2 Elementos metodológicos y de contenido deben ser abordados para desarrollar capacidades.

El desarrollo de capacidades es un proceso de construcción de competencias y conocimientos orientados a la solución, que se caracteriza por una retirada selectiva de la presentación explicativa del conocimiento y sus fuertes limitaciones con las perspectivas y experiencias a largo plazo y que requiere tiempo y seguimiento. Los procesos de capacitación por lo tanto son fundamentales para superar barreras y generar los cambios necesarios para afrontar los retos impuestos a los vendedores informales.

Para incursionar en los procesos de capacitación, es necesario definir previamente qué se entiende por capacidades. La literatura reconoce como capacidad la existencia de recursos y habilidades tanto a nivel individual como grupal, las redes de relaciones, el liderazgo y la existencia mecanismos de participación para resolver y actuar de forma colectiva.

Para el desarrollo de esas capacidades es importante potenciar las fortalezas y habilidades que los vendedores informales ya poseen, así como las establecidas oficialmente para las mipymes, a través de la capacitación, mediante metodologías y estrategias andragógicas aplicables a las personas adultas.

La metodología de enseñanza de la IAP involucra a los participantes en producción de conocimiento y la transformación de sus problemas, combinando investigación, educación y acción, de manera colaborativa entre la comunidad, los investigadores y otros agentes.

La propuesta de capacitación a desarrollar con los vendedores informales mediante la IAP abarca tres momentos: primero el reconocimiento y puesta en valor de sus saberes sobre el tema abordado; segundo, el análisis de las brechas de su conocimiento actual con las demandas del

entorno de su actividad económica y la importancia de su aplicación; tercero, desarrollo de los conocimientos que deben ser reforzarse mediante técnicas didácticas vivenciales.

Lo anterior implica que la capacitación que se le brinde a los vendedores informales debe estar acorde a sus intereses, necesidades laborales y personales, así como al nivel educativo alcanzado; debido a que no todos poseen los mismos niveles de conocimientos y con una metodología que despierte su interés a fin que se logren aprendizajes significativos.

El proceso de selección de los temas de capacitación se realizó a partir de los resultados obtenidos en el diálogo de saberes, realizado con los vendedores informales que participaron en el estudio, con el fin de priorizar las temáticas en las que necesitan capacitación. Mediante la aplicación de la IAP, se logró determinar las necesidades de capacitación que los vendedores informales requieren potenciar para mejorar la actividad comercial y la transición a la formalidad.

Esta metodología permitió el reconocimiento de los saberes de los vendedores informales poseen, así como que otros saberes necesitan formarse para la formalización de la actividad comercial y para administrar su negocio.

CAPITULO IV ANALISIS DE LOS RESULTADOS

4. 1. Análisis de los resultados

En el análisis de la información se emplearon medidas como frecuencias absolutas y relativas a partir de las que se establecieron datos de asociación entre variables. También se analizó información documental para dar respuesta los objetivos específicos de la investigación. Además, se analizaron 20 encuestas aplicada a vendedores de la ciudad del distrito central del Cantón de Nicoya, los cuales se pudieron localizar según su forma de trabajo, dinámicos (desplazándose de un punto a otro) o de manera estática (posicionados sobre las aceras del espacio público).

4.1.1 Objetivo específico: Desarrollar un diagnóstico en los vendedores informales para identificar la rentabilidad actual de su negocio, fuentes de financiamiento, capacidades empresariales y percepción sobre las actividades informales.

Con el propósito de obtener la información para las categorías de análisis del objetivo uno se aplicó una entrevista semiestructurada. La información obtenida de los encuestados se clasificó en tres grupos, de acuerdo con la actividad a la que se dedican: alimentos y bebidas, frutas y verduras, textiles y zapatería. Además, se obtuvo información a través de conversatorios con cada uno de los grupos investigados.

Los resultados obtenidos a partir del análisis de la información permitieron recabar información para las siguientes categorías de análisis: rentabilidad del negocio, fuentes de financiamiento, capacidades empresariales y percepción de las actividades.

4.1.1.1 La rentabilidad del negocio

Para el análisis de esta variable la información obtenida se clasificó en tres niveles, según los ingresos obtenidos por las ventas por semana: de los 20 vendedores investigados se identificó un ingreso promedio de ₡250,200 por semana y un gasto promedio semanal de ₡153,460 para una rentabilidad promedio de ₡103,040 por semana.

Al desglosar los ingresos y gastos semanales para cada actividad analizada y determinar su rentabilidad se obtuvieron los datos que se detallan en la tabla 7.

Tabla 7. Ingresos de los vendedores informales de alimentos y bebidas del distrito central de la ciudad de Nicoya, 2022.

Niveles de ingresos por ventas	Ingreso promedio/ semana	Gasto promedio/ semana	Rentabilidad promedio/ semana
Ingresos altos (10/17, vendedores)	¢182,438,00	¢ 112,253.00	¢70,253,00
Ingresos normales (5/ 17 vendedores)	¢96,000,00	¢16,812, 00	¢70,253,00
Ingresos bajos (3/ 17 vendedores)	¢4,875,00	¢16,812,00	¢-3,412,00.
Promedio general	¢250,200,00	¢153,460.00	103,040,00

Nota. Interpretación de los criterios de frecuencias absolutas y relativas de los criterios, rentabilidad del negocio. *Fuente:* Vendedores informales del distrito central de la ciudad de Nicoya, 2022

En cuanto a los ingresos percibidos por los vendedores informales, al preguntarles a los vendedores de alimentos y bebidas, contestaron así: el 59 % (10 de 17) tienen de ingresos altos. Para las ventas altas el ingreso promedio semanal es de ¢182,438, un promedio de gasto semanal de ¢112,253.00 y una rentabilidad promedio de ¢70,253.

El 29% (5 de 17) manifiestan que el ingreso promedio por ventas normales semanal fue de ¢96,000,00, los gastos promedios semanales fueron de ¢16,812, 00 para una rentabilidad promedio de ¢70,253,001 semanal.

Por último, 18% (3 de 17) de los participantes manifestaron tener ventas semanales bajas con ingresos por ventas, con un promedio semanal de ₡4,875, un promedio de gastos semanal de ₡16,812 y una rentabilidad promedio de ₡-3,412,00, en la semana que se realizó el estudio.

Se logra determinar qué las ventas son pocas y la rentabilidad también. A menor inversión, menos ganancia y menos posibilidades de tener ingresos para la formalización. Los productos mayormente utilizados para alimentos y bebidas en la mayoría de los casos se combinaban con los productos de uso doméstico. Esta información evidencia que los costos no se identifican de forma apropiada, porque usualmente las elaboraciones de los productos se realizan en las casas de habitación y los costos de producción se mezclan con los gastos diarios del hogar.

En la Tabla 8, contiene un desglose de los ingresos y gastos semanales promedio de la actividad comercial de los vendedores de frutas y verduras para determinar su rentabilidad promedio semanal.

Tabla 8. *Ingresos de los vendedores informales de frutas y verduras del distrito central de la ciudad de Nicoya, 2022.*

Niveles de ingresos por ventas	Ingreso promedio/ semana	Gasto promedio/ semana	Rentabilidad promedio/semana
Ingresos altos 2/2	₡576,000.00	₡377,500.00	₡198,500.00
Promedio general	₡250,200.00	₡153,460.00	103,040.00

Nota. Interpretación de los criterios de frecuencias absolutas y relativas de los criterios, rentabilidad del negocio. *Fuente:* entrevista vendedores informales del distrito central de la ciudad de Nicoya, 2022.

De los vendedores informales del área de frutas y verduras el 100% (2 de 2) manifiestan que las ventas de su actividad comercial son altas, un promedio semanal de ventas de ₡576,000.00 con un

promedio semanal de gastos de ₡377,500.00, para un promedio de rentabilidad semanal de ₡198,500.00.

En la tabla 9, se presenta la rentabilidad promedio obtenida por los vendedores informales de textiles y zapatería, en una semana, contiene un desglose de los ingresos y gastos semanales promedio de la actividad comercial

Tabla 9. *Ingresos de los vendedores informales de textiles y zapatería del distrito central, ciudad de Nicoya, 2022.*

Niveles de ingresos por ventas	Ingreso promedio/ semana	Gasto promedio/ semana	Rentabilidad promedio/ semana
Ingresos más altos 2/2	₡750,000	₡270,000	₡480,000
Promedio general	₡250,200	₡153,460	103,040

Nota. Interpretación de los criterios de frecuencias absolutas y relativas de los criterios, rentabilidad del negocio. *Fuente:* Entrevista aplicada a vendedores informales del distrito central de la ciudad de Nicoya, 2022.

Para el análisis de ingresos por ventas en el área de textiles y zapatería, el 100% (1 de 1), se determina que sus ingresos son en promedio de ₡750,000.00 semanales, un promedio de gastos de ₡270,000.00 semanal, para una rentabilidad promedio de ₡480 000,00, semanal. En los costos los vendedores no identificaron gastos fijos relacionados con recibos de electricidad, internet, transporte, empaques para los productos y pago de colaboradores. Por tanto, los costos no se identifican de forma apropiada, debido a que usualmente, los costos se mezclan con los gastos diarios del hogar.

4.1.1.2. Fuentes de financiamiento

Las fuentes de financiamiento son de gran relevancia para quienes desarrollan este tipo de actividad económica, debido a que esta representa ya sea la inversión inicial, o bien la compra de la materia prima para la realización de sus actividades económicas diarias. Asimismo, es importante recalcar que, sin estas opciones de financiamiento, es posible que la mayor parte de la población que se desenvuelve en la actividad de ventas informales no podría desarrollar su negocio. La información obtenida para esta variable se detalla en la tabla 10.

Tabla 10. *Distribución por criterio de frecuencias absolutas y relativas respecto a la solicitud de préstamos realizados por los vendedores informales.*

Vendedores	Alimentos y bebidas				Frutas y verduras				Textiles y zapatos			
	Si		No		Si		No		Si		No	
	fa	fr	fa	fr	fa	fr	fa	fr	fa	fr	fa	fr
Solicitaron financiamiento	15	75%	2	25%	2	100%					1	100%
Total	15	75%	2	25%	2	100%					1	100%

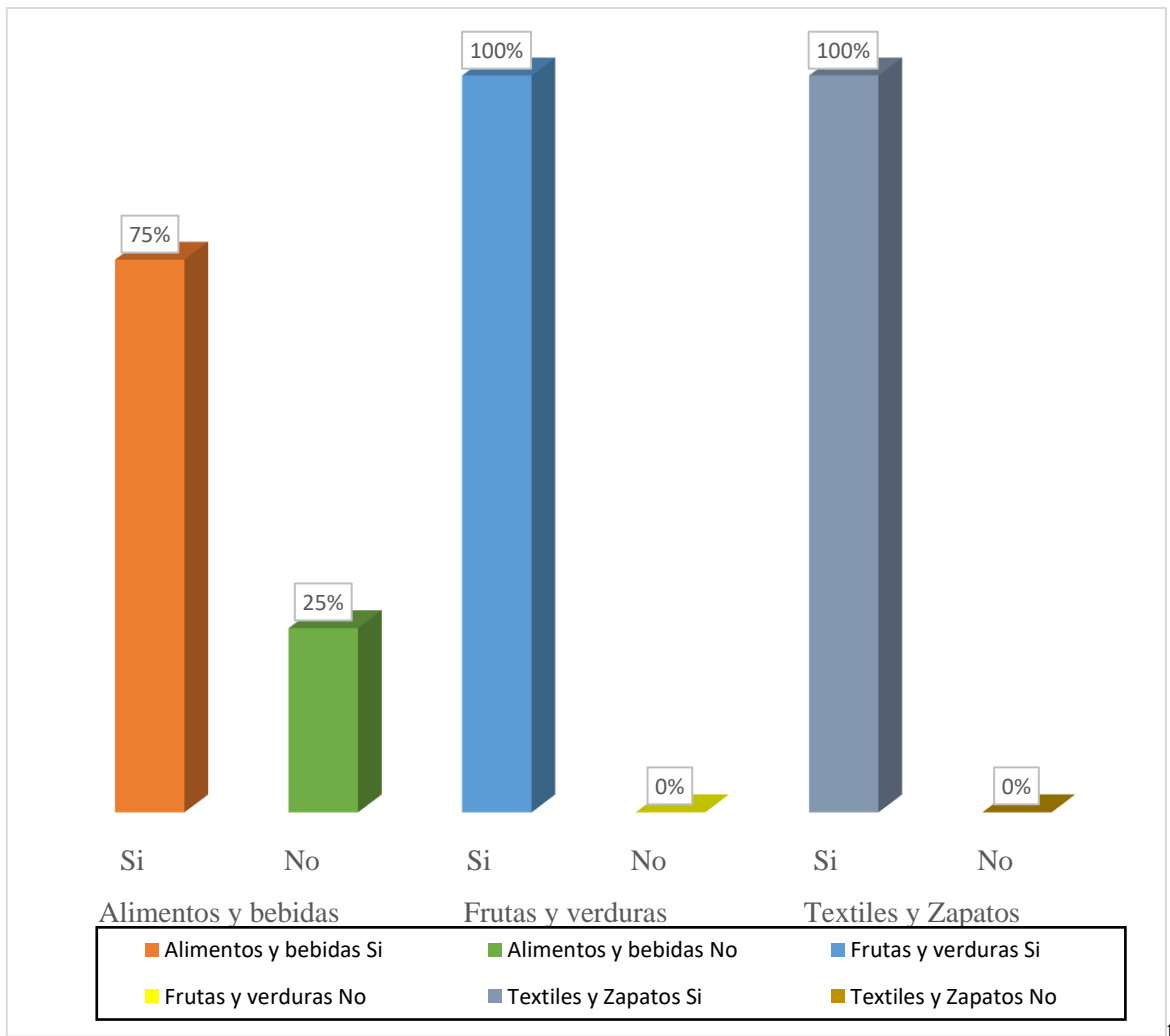
Nota. Interpretación de los criterios de frecuencias absolutas y relativas de los criterios, número de vendedores que solicitan préstamos. *Fuente:* Entrevista aplicada a vendedores informales del distrito central de la ciudad de Nicoya, 2022.

Simbología: Fa= Frecuencia absoluta, Fr= Frecuencia relativa.

Respecto a la solicitud de financiamiento realizada por los vendedores informales, la información analizada permite determinar que el 90% (18 de 20), solicitó un préstamo para poder continuar desarrollando la actividad comercial. El 75% (15 de 17) corresponde a vendedores dedicados a la actividad de alimentos y bebidas y el otro 25% (2 de 17) mencionó que no

recurrieron a ninguna fuente de financiamiento para desarrollar su actividad comercial. Mientras que, los vendedores dedicados a la venta de frutas y verduras, el 100% (2 de 20) solicitó un préstamo y se identifican como comerciantes que necesitan de financiamiento para continuar vendiendo. El vendedor de textiles y zapatos, correspondiente al 100%, (1 de 1), al igual que sus homólogos, también necesitó financiamiento. En síntesis, se evidencia la necesidad de los vendedores informales, de poder contar con financiamiento para continuar con sus negocios.

Gráfico 1 Opinión de los vendedores informales, según actividad comercial; que solicitaron préstamo para desarrollar su actividad comercial



Fuente: Entrevista aplicada a vendedores informales del distrito central de la ciudad de Nicoya, 2022.

En el gráfico 1, se visualiza el porcentaje de vendedores según grupo de actividad que requirió solicitar un préstamo para desarrollar su actividad.

En la tabla 11. Se analiza las fuentes de financiamiento a la que recurren los vendedores informales para desarrollar su actividad comercial.

Tabla 11 *Distribución por criterio de frecuencias absolutas y relativas respecto a las fuentes de financiamiento a que recurren los vendedores informales para financiar su actividad económica.*

Fuente de financiamiento	Alimentos y bebidas		Frutas y verduras		Textiles y zapatos		Total	
	fa	fr	fa	fr	fa	fr	fa	Fr
Prestamistas informales	8	47%	2	100%	1	100%	11	55%
Amistades o familiares	7	41%	-	-	-	-	7	35%
Ninguna	2	12%	-	-	-	-	2	10%
Total	17	100%	2	100%	1	100%	20	100%

Nota. Interpretación de los criterios de frecuencias absolutas y relativas de los criterios, fuentes de financiamientos recurrida. *Fuente:* Entrevista aplicada a vendedores informales del distrito central de la ciudad de Nicoya, 2022.

Simbología: Fa= Frecuencia absoluta, Fr= Frecuencia relativa.

En relación con la fuente de financiamiento a la que recurren los vendedores informales para desarrollar su actividad comercial, se constató lo siguiente: en el caso de los vendedores de alimentos y bebidas, el 47% (8 de 17) solicitaron préstamos a prestamistas informales, el 41% (7 de 17) a familiares y el 12% (2 del 17) no solicitaron ningún tipo de financiamiento. El 100% (2 de 2), de los vendedores de frutas y verduras también recurrieron a una fuente de financiamiento informal, igual que el 100% (1 de 1) de los vendedores de textiles y zapatos.

En relación con las fuentes de financiamiento, la tabla 11 ilustra que las fuentes de financiamiento formales no son utilizadas por los vendedores informales. Las más utilizadas fueron

el préstamo informal y familiar, y el sector que más utilizó este tipo de financiamiento es el sector de alimentos y bebidas.

En la tabla 12, hace referencia a los montos de dinero solicitados en los préstamos por los vendedores informales, según la actividad comercial que realizan.

Tabla 12 *Distribución por criterio de frecuencias absolutas y relativas respecto a los montos de dinero solicitados en los préstamos por los vendedores informales.*

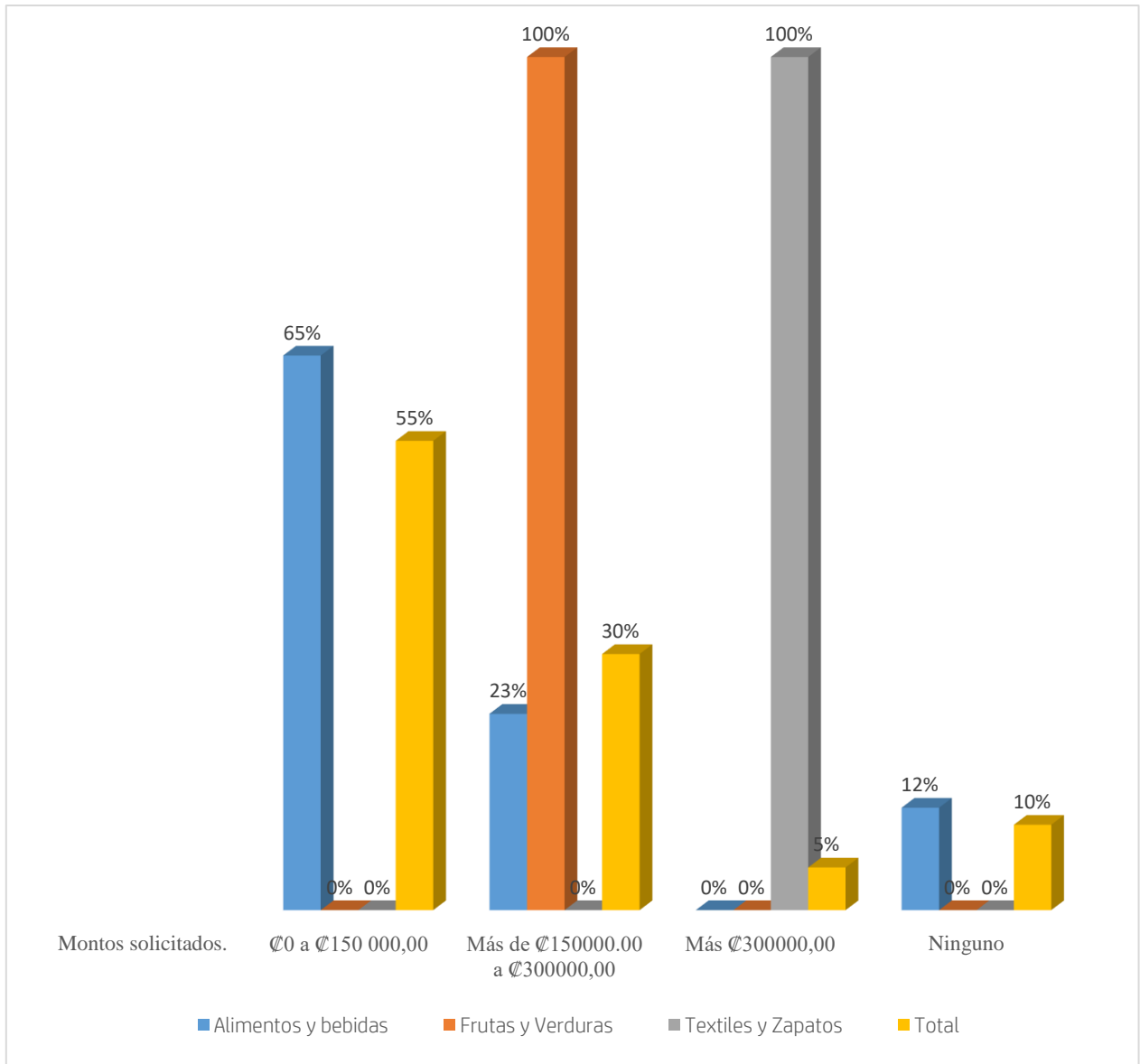
Vendedores	Alimentos y bebidas		Frutas y verduras		Textiles y zapatos		Total	
	fa	fr	fa	fr	fa	fr	fa	fr
De ¢0 a ¢150 mil	11	65%	-	-	-	-	11	55%
Más de ¢150 mil a ¢300 mil	4	23%	2	100%	-	-	6	30%
Más de ¢30000	-	-	-	-	1	100%	1	5%
Ninguno	2	12%	-	-	-	-	2	10%
Total	17	100	2	100%	1	100%	20	100%

Nota. Interpretación de los criterios de frecuencias absolutas y relativas de los criterios, montos de dinero solicitados. *Fuente:* Entrevista aplicada a vendedores informales del distrito central de la ciudad de Nicoya, 2022.

Simbología: Fa= Frecuencia absoluta, Fr= Frecuencia relativa.

De la información anterior se concluye el 55% 11 de 20 de los vendedores solicitaron montos para financiamiento que no superan los ¢ 150.000,00. El monto de dinero mayor solicitado está en un rango que supera los ¢ 300.000 y está representado por el 5% (1 de 1) correspondiente al vendedor de textiles y zapatos. Lo anterior evidencia los bajos montos de operación que requieren para el desarrollo de las actividades comerciales.

Gráfico 2 Opinión de los vendedores informales según actividad comercial con respecto a los montos de dineros solicitados para financiar la actividad comercial.



Fuente: Entrevista aplicada a los vendedores informales del distrito central de la ciudad de Nicoya, 2022.

En el gráfico 2, se visualizan los montos solicitados por los vendedores informales y los porcentajes para el financiamiento de su negocio.

En la tabla 13 se presenta los plazos establecidos para el pago de los préstamos solicitados por los vendedores informales para desarrollar su actividad.

Tabla 13 *Distribución por criterios de frecuencias absolutas y relativas respecto al plazo establecido para pagar los préstamos solicitados por los vendedores informales.*

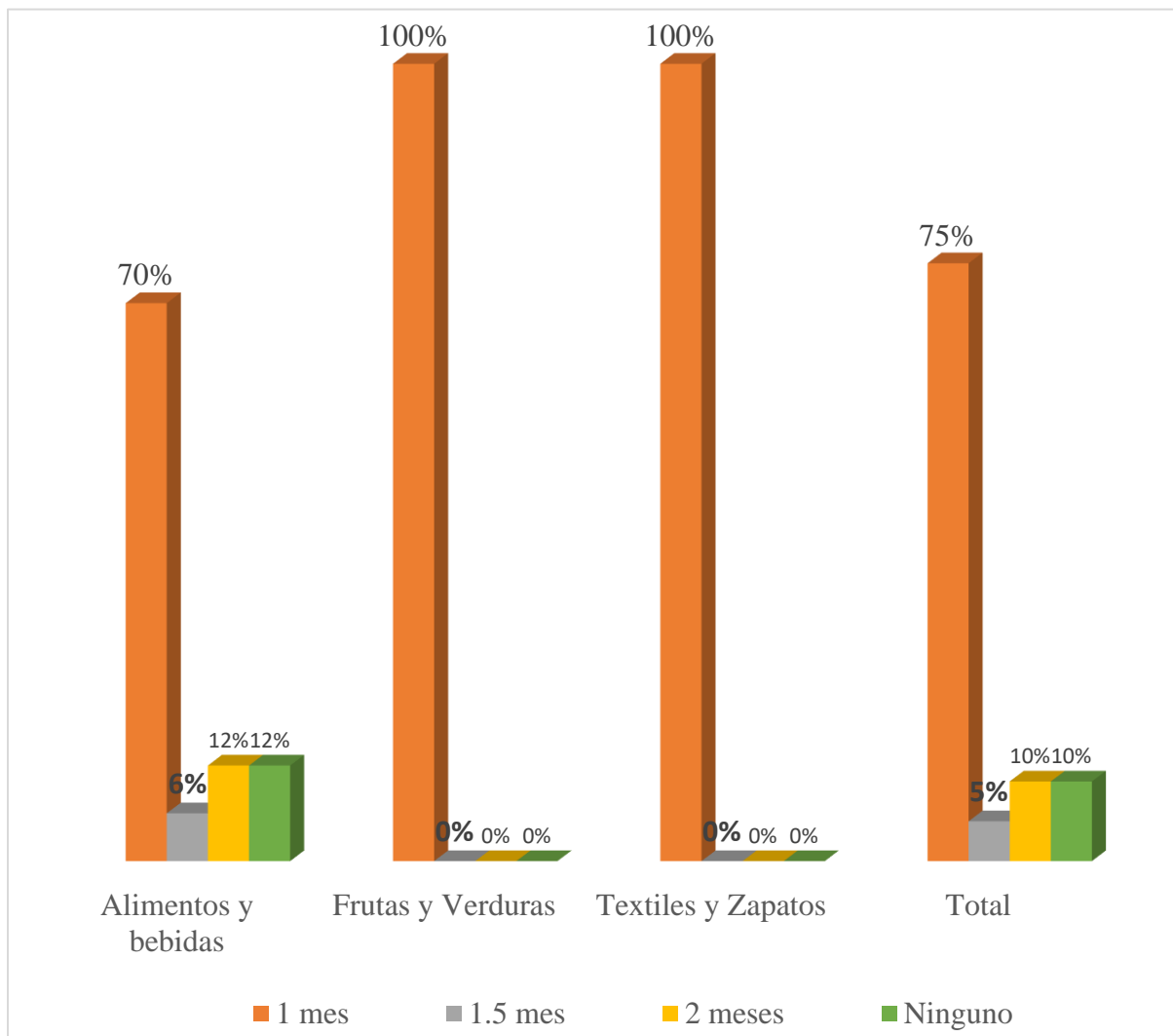
Vendedores	Alimentos y bebidas		Frutas y verduras		Textiles y zapatos		Total	
	fa	fr	fa	fr	fa	fr	fa	fr
Plazo								
1 mes	12	70%	2	100%	1	100%	15	75%
1.5 mes	1	6%					1	5%
2 meses	2	12%					2	10%
Ninguno	2	12%					2	10%
Total	17	100%	2	100%	1	100%	20	100%

Nota. Interpretación de los criterios de frecuencias absolutas y relativas de los criterios, plazo establecido para el pago del préstamo. *Fuente:* Vendedores informales del distrito central de la ciudad de Nicoya, 2022.

Simbología: Fa= Frecuencia absoluta, Fr= Frecuencia relativa.

En cuanto a los plazos requeridos para el pago de los préstamos adquiridos por los vendedores según la actividad a que se dedican (mostrados en la tabla 12), se logra constatar que el 75% de los créditos por los sectores analizados se obtienen a un plazo de pago de un mes, mientras el otro 15% lo hacen a un plazo no mayor de dos meses. En el sector de alimentos y bebidas, el 10% reporta que no necesita ningún plazo para la cancelación de sus préstamos, debido a que, no requirieron de un préstamo para financiar su actividad, como se cómo se visualiza en la tabla 10.

Gráfico 3 Opinión de los vendedores informales con respecto a los plazos establecidos para el pago de los préstamos solicitados.



Nota. Interpretación de los criterios de frecuencias absolutas y relativas de las tasas de interés.

Fuente: Encuesta aplicada a los vendedores informales del distrito central de la ciudad de Nicoya, 2022.

En la tabla 14 se realiza un análisis de la tasa de interés mensual pagadas por los vendedores informales según actividad comercial por los préstamos solicitados para financiar su negocio

Tabla 14 Distribución por criterios de frecuencias absolutas y relativas respecto a la tasa de interés mensual pagadas por los vendedores informales según actividad.

Sector	Alimentos y bebidas		Frutas y verduras		Textiles y zapatos		Total	
	fa	fr	fa	fr	fa	fr	fa	fr
Tasa de interés mensual								
1% al 5 %,	5	30%					5	25%
6% al 15 %,	4	24 %	1	50%			5	25%
16% al 25%,	4	24%	1	50%	1	100%	6	30%
26% o más	2	11 %					2	10 %
Ninguno	2	11%					2	10%
Total	17	100%	2	100%	1	100%	20	100 %

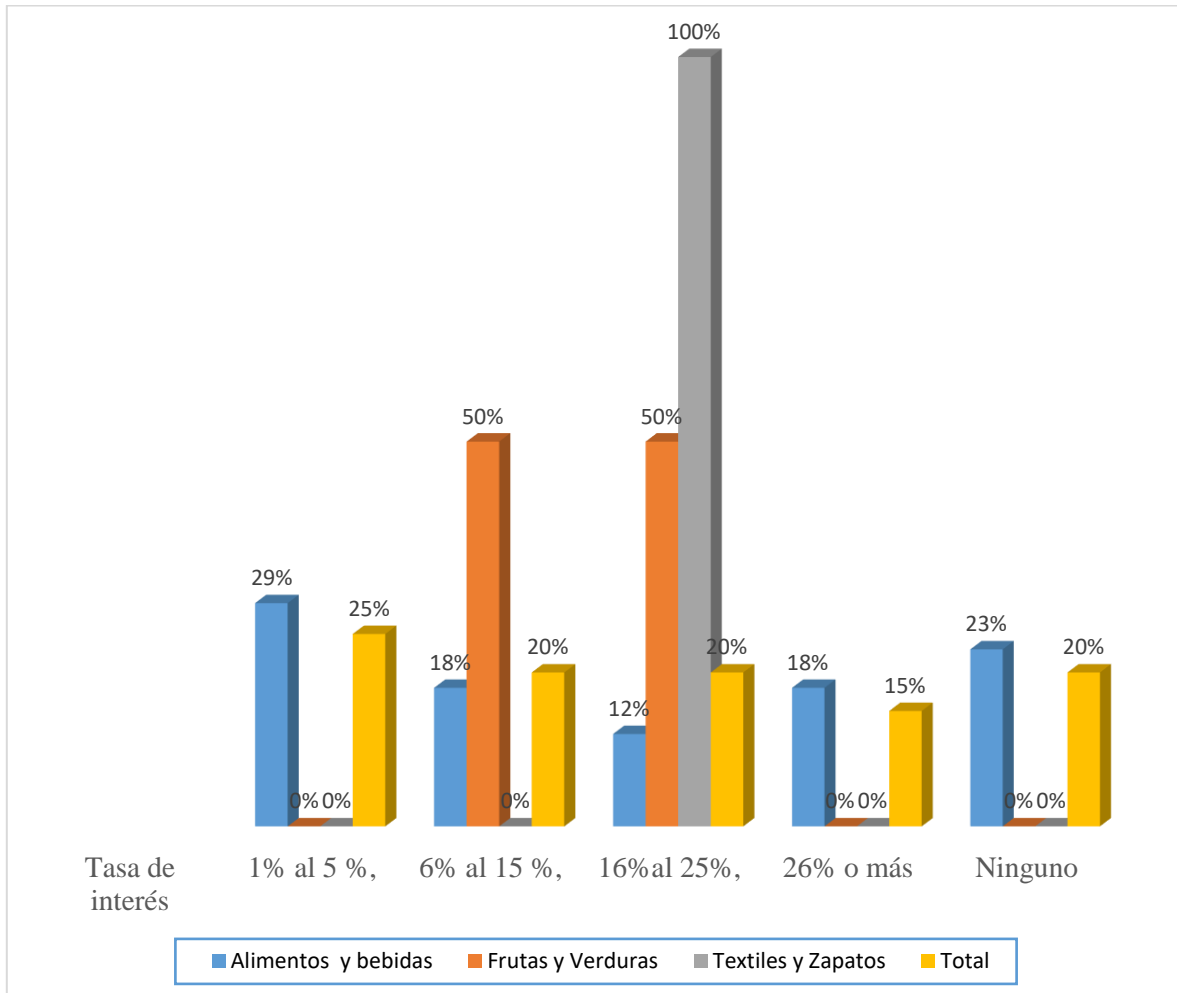
Nota. Interpretación de los criterios de frecuencias absolutas y relativas de las tasas de interés mensual. *Fuente:* Vendedores informales del distrito central de la ciudad de Nicoya, 2022.

Simbología: Fa= Frecuencia absoluta, Fr= Frecuencia relativa.

Respecto a la tasa de interés pagadas mensualmente por los vendedores informales a los acreedores que financian su actividad, el 25% (5 de 20) pagaron intereses que van de 1% al 5 %, el 20% (5 de 20) pagó entre 6 % al 15 % de interés, el 30 % (6 de 20) entre el 16% al 25% de interés, el 10% (2 de 20) entre el 26% o más, y un 10 % (2 de 20) no pagó ningún tipo de interés debido a que no solicitaron financiamiento.

Se observa que la tasa de interés es variable, pues depende del origen del financiamiento. Además, implica que los vendedores informales se ven condicionados a obtener préstamos a altas tasas de interés con tal de continuar con su actividad económica, por no poder acceder a financiamiento en los bancos estatales que apoyan a las pequeñas empresas, por encontrarse operando en la informalidad.

Gráfico 4 Opinión de los vendedores informales referente a la tasa de interés mensual pagada por los préstamos según actividad económica



Fuente: Encuesta aplicada a los vendedores informales del distrito central de la ciudad de Nicoya, 2022.

Se observa en el gráfico 5 que el porcentaje más alto de intereses mensuales que pagaron los vendedores informales fue 26% o más. Mientras que el porcentaje menos pagado es de 1% al 5%.

La tabla 15, hace referencia a las veces que los vendedores informales solicitaron un préstamo para el financiamiento de la actividad comercial que desarrollan.

Tabla 15 *Distribución por criterios de frecuencias absolutas y relativas respecto a las veces que los vendedores informales solicitaron algún tipo de crédito.*

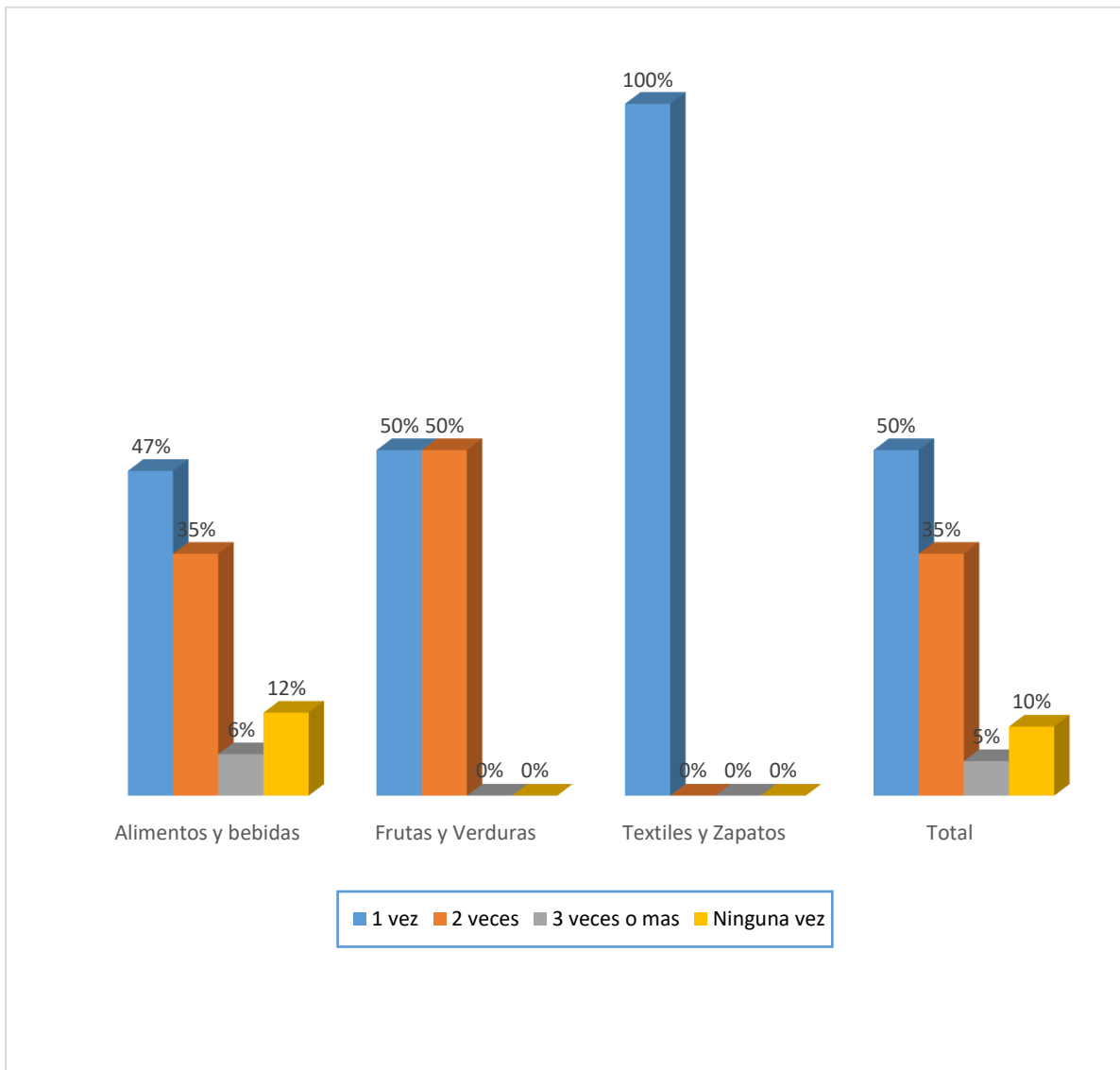
Tipos de vendedores	Alimentos y bebidas		Frutas y verduras		Textiles y zapatos		Total	
	fa	fr	fa	fr	fa	fr	fa	fr
1 vez	8	47 %	1	50 %	1	100%	10	50%
2 veces	6	35%	1	50%	0	0%	7	35 %
3 veces o mas	1	6 %	0	0 %	0	0%	1	5 %
Ninguna vez	2	12 %	0	0 %	0	0%	2	10%
Total	17	100%	2	100%	1	100%	20%	100 %

Nota. Interpretación de los criterios de frecuencias absolutas y relativas de los criterios frecuencia en que los vendedores solicitaron un préstamo. Fuente: Vendedores informales del distrito central de la ciudad de Nicoya, 2022.

Simbología: Fa= Frecuencia absoluta, Fr= Frecuencia relativa.

En cuanto al número de veces que los vendedores informales solicitaron un préstamo en el mes, de forma general, el 50% (10 de 20) solicitó un solo préstamo, el 35% (7 de 20) dos veces, el 5% (1 de 20) solicitó un préstamo más de tres veces al mes y el 10% (2 de 20) no solicitó préstamos. El análisis anterior evidencia la necesidad de los vendedores informales de contar con financiamiento para desarrollar su actividad comercial.

Gráfico 5 Opinión de los vendedores informales respecto a la frecuencia con que solicitaron un préstamo para desarrollar su actividad comercial



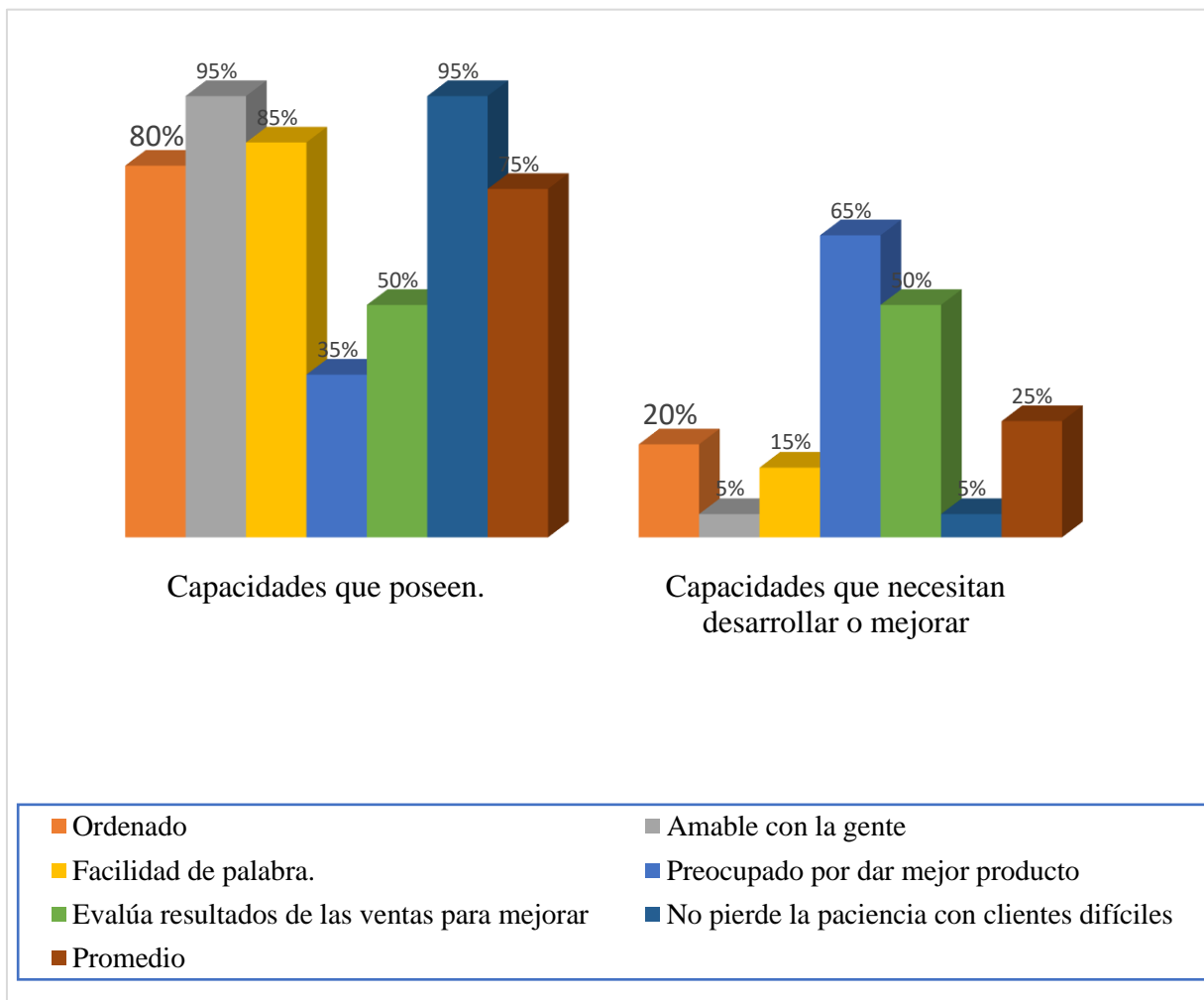
Fuente: Encuesta aplicada a los vendedores informales del distrito central de la ciudad de Nicoya, 2022.

En el gráfico 6, se observa el porcentaje de solicitudes de financiamiento, las cuales no son muy frecuentes, pues solo un 35% solicitó financiamiento más de una vez y con una de interés muy elevada, si se comparan con las que maneja el sistema bancario nacional y otras instituciones que apoyan a las pymes.

4.1.1.3 Capacidades empresariales

Para este apartado, se aplicó una entrevista semiestructurada a 20 vendedores informales, el instrumento permitió ampliar la información de tipo cualitativa. Esta información fue obtenida en el periodo 2022. Se analizaron seis actitudes en los vendedores informales, las más predominantes se visualizan en el gráfico 7.

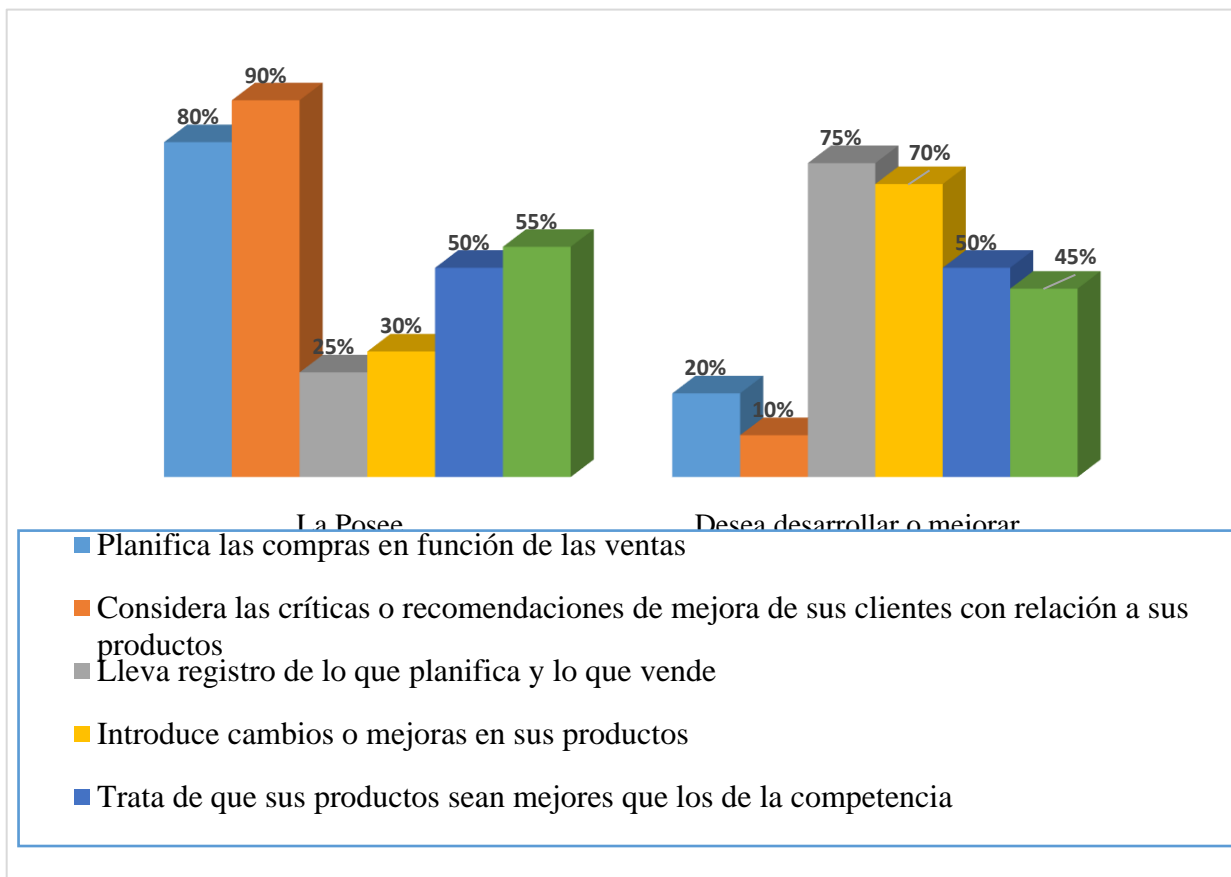
Gráfico 6 Opinión de los vendedores informales con respecto a las actitudes empresariales que poseen o desean mejorar



Fuente: Encuesta aplicada a los vendedores informales del distrito central de la ciudad de Nicoya, 2022.

De acuerdo con la autopercepción de los vendedores informales, las cualidades que la mayoría de ellos identifican son su amabilidad y paciencia con los clientes difíciles (95%), seguido por su facilidad de comunicación (85%). Entre tanto, la capacidad que se presenta como una oportunidad de mejora, desde su opinión, es la calidad de los productos que ofrecen (65%) y evaluar sus ventas (50%). Las actitudes que presentaron los vendedores son la tolerancia a los clientes difíciles y amabilidad con la gente, mientras que la menos manifestada fue preocupación por mejorar el producto. Sin embargo, la actitud que más desean desarrollar es precisamente es la de mejorar su producto, seguido por evaluar los resultados de las ventas.

Gráfico 7 Opinión de los vendedores informales con respecto a las actitudes empresariales que poseen o desean mejorar

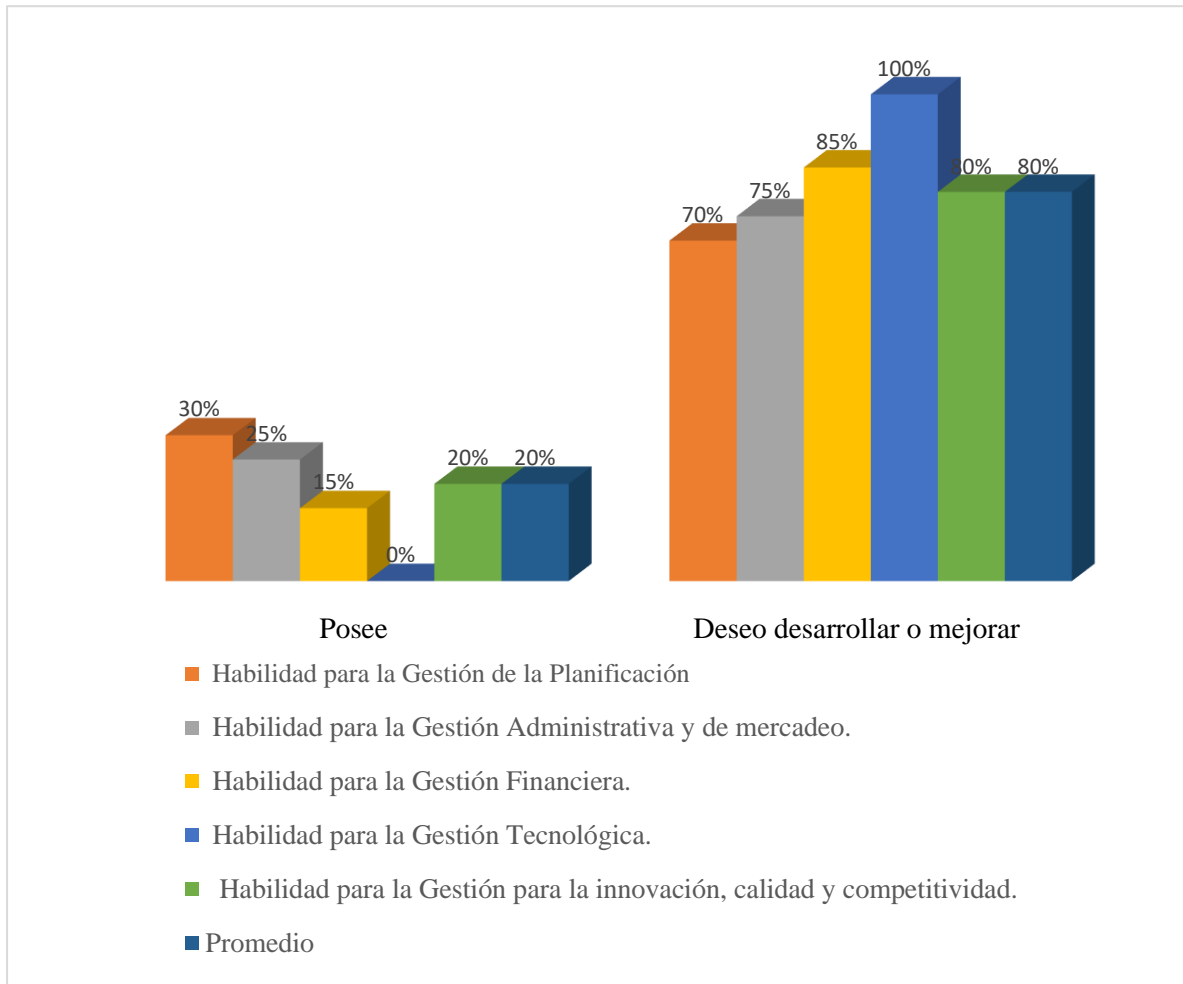


Fuente: Encuesta aplicada a los vendedores informales, del distrito central de la ciudad de Nicoya, 2022.

De las aptitudes empresariales analizadas en los vendedores. El 80% (16 de 20) planifica las compras en función de las ventas, mientras que el 20% (4 de 20) no lo realiza y desea desarrollar o mejorar esa planificación. El 90% (18 de 20) toma en consideración las críticas o recomendaciones de mejora que realizan sus clientes en relación con su producto y el 10% (2 de 20) no lo hace y desean mejorar. El 25% (5 de 20) lleva registro de lo que planifica y lo que vende, mientras que el otro 75% (15 de 20) considera necesario hacerlo. El 30% (6 de 20) introduce cambios o mejoras en sus productos y el 70% (14 de 20) no lo hace, pero está en la disposición de mejorar. El 50% (10 de 20) trata que sus productos sean mejores que los de la competencia, y el otro 50% (10 de 20) considera que necesita desarrollar esta aptitud.

La aptitud predominante manifestada es considerar las críticas y recomendaciones de mejora de sus clientes, mientras que la que se indicó en menor porcentaje fue no llevar registro de lo que planifican y lo que venden; por lo tanto, desean desarrollar esta aptitud para el mejoramiento del negocio. En relación con los resultados anteriormente analizados en los gráficos 7 y 8 respecto a las actitudes y aptitudes empresariales de los vendedores informales actividad comercial, se evidencia que poseen habilidades, pero estas no son suficientes para enfrentarse a los retos generados por migrar a la formalidad y mantenerse en el negocio, por todas las situaciones que esto conlleva, tanto a nivel operativo como económico.

Gráfico 8 Opinión de los vendedores informales con respecto a la habilidades empresariales que poseen o desean mejorar.



Fuente: vendedores informales de alimentos y bebidas del distrito central de la ciudad de Nicoya, 2022.

En cuanto a las habilidades empresariales predominantes en los vendedores que participaron en la investigación, el 30% (6 de 20) posee habilidad para la gestión de la planificación, mientras el 70% (14 de 20) necesita desarrollarla. El 25% (5 de 20) dicen tener habilidad para la gestión administrativa y de mercadeo, y el 75% (15 de 20). El 15% (3 de 20) manifiesta poseer la habilidad para la gestión financiera, mientras que el 85% (17 de 20) indica que necesitan desarrollar esta habilidad. Asimismo, el 100% (20 de 20) necesita desarrollar habilidad para la gestión tecnológica. El 80% (16 de 20) necesita desarrollar la habilidad para la gestión, la

innovación, la calidad y la competitividad, y el otro 20% (4 de 20) menciona que ya posee esta habilidad.

Así pues, se infiere que las habilidades menos desarrolladas son gestión financiera, gestión para la innovación, calidad y competitividad, gestión administrativa y de mercadeo y gestión tecnológica. Sin embargo, todos los encuestados manifiestan querer desarrollar aquellas habilidades que poseen en el momento de este estudio.

4.1.1.4 Percepción de los vendedores informales acerca de su actividad económica.

Para esta investigación, se tomaron en consideración ciertos aspectos que son parte de la percepción del vendedor informal como ser humano lleno de sentimientos y capaz de ser receptor y emisor de estos. Así pues, se toman en cuenta como seres integrales, su sentir, su pensar y sus vivencias diarias como comerciantes informales. Los anteriores son muy importantes para efectos del presente trabajo de investigación. Las percepciones en cuanto a las limitantes y ventajas de operar en la informalidad, se exponen a continuación, de acuerdo con diferentes grupos de vendedores.

Percepción de los vendedores informales de alimentos y bebidas preparados

A partir de las conversaciones y observaciones realizadas con los vendedores informales de alimentos y bebidas preparados, se percibe que a muchos no les interesa estar en condición de formalidad. Ellos manifiestan que no se perciben en un espacio físico vendiendo sus productos, pues explican que el dinero está en la calle; no desean pagar un local, mes a mes, por los altos precios, el acondicionamiento con el mobiliario y equipo, además de estar regulados por una legislación. Consideran como principal limitante la tramitología y los tiempos para cumplir con los requisitos, asociados a los establecidos por la municipalidad y el Ministerio de Salud.

Visualizan como ventajas de la informalidad las siguientes: fluidez de mercado que la calle genera, ya que hay más personas fuera; el contacto cercano con las personas, que les permite una mejor negociación; pueden realizar gestiones personales de manera rápida, ya que no tienen un jefe a quién pedirle permiso; y, además, la actividad comercial les permite obtener ingresos para el sustento de su familia y vivir sin ayuda del Estado. Otra ventaja mencionada es que pueden manejar

el horario de trabajo, muchos se desplazan en sus bicicletas o motocicletas para ofrecer su producto y esto les permite administrar su propio tiempo de una mejor manera y el de la clientela, así como obtener mayores ingresos.

Las razones por las cuales ellos dicen no estar de acuerdo con migrar a la formalidad comercial es porque consideran que son muchos los requisitos para obtener una patente. Asimismo, por el tipo de actividad económica que realizan, como lo es la manipulación de alimentos. En sus relatos, aseguran que uno de los mayores problemas a que se enfrentan es a las autoridades, como la Municipalidad de Nicoya, la Fuerza Pública y el Ministerio de Salud, que les decomisan los productos. Consideran que este sector se ve rigurosamente sometido por parte de estas autoridades.

Lo anterior se debe a que la manipulación de los alimentos que venden debe ser la adecuada o, de lo contrario, puede provocar daños en la salud de las personas que los consumen. Sin embargo, todos manifiestan estar dispuestos a intentar formalizar su actividad comercial si les ofrecen las herramientas necesarias para la transición, como capacitación necesaria, recursos y asesoría para dicho proceso.

Percepción de los vendedores informales de frutas y verduras.

Los vendedores informales de frutas y verduras perciben como limitantes no tener un espacio físico acondicionado, con el mobiliario y equipo para mantener el producto en una buena condición por más días. Al igual que la categoría de vendedores alimentos y bebidas, tienen una situación que les afecta su diario vivir, vender en las calles expuestos a las inclemencias del tiempo, a la inseguridad social, al sometimiento de la autoridad, entre otros. Desde la dinámica burocrática para la formalización comercial, ellos manifiestan que la mayor limitante para dar la transición a la formalidad es la alta demanda de requisitos en el formulario de patentes.

Como ventajas de la informalidad señalan las siguientes: poder establecerse en lugares estratégicos, donde la afluencia de personas es mayor; flexibilidad de horarios laborales; no tener que pagar servicio de contabilidad; la independencia de no tener un jefe más que sí mismos; gestionar su tiempo, pues ellos mismos deciden qué días trabajar y cuáles no, qué horas van a laborar e incluso disponer del tiempo de almuerzo que deseen. Lo anterior les genera un contexto

libre de presiones, de tranquilidad y también se ahorran dinero al no pagar permisos de funcionamiento ni el pago de impuestos por patente, entre otros gastos.

Tanto los vendedores de alimentos y bebidas como los de frutas y verduras consideran que pagar impuestos es una inversión innecesaria, debido a que no perciben ningún beneficio. Sin embargo, ambos grupos están de acuerdo en que es necesaria la formalización del negocio. Los vendedores informales de textiles y zapatería, por su parte, perciben como limitante no estar inscritos a un sistema tributario legal; además, la informalidad les restringe negociar con proveedores, quienes pueden ofrecer productos de mejor calidad para la venta y a mejor precio.

Asimismo, al no poder emitir facturas y no existir un régimen tributario vinculado a la actividad comercial, se ven limitados a obtener financiamiento en un banco estatal. La fluidez del mercado les permite posicionarse en puntos estratégicos de mayor afluencia de personas en la ciudad de Nicoya, lo cual es una ventaja para el negocio, ya que pueden vender mucho más.

También manifiestan las dificultades de trabajar en la informalidad, los peligros a los que se enfrentan por trabajar en la calle, pero que pueden gozar de ventajas como manejo del tiempo laboral, decidir cuántas horas y qué días trabajar, en beneficio de su tiempo para dedicarse a la familia, a estudiar u otra actividad. Además, se ahorran el pago de un local y no tienen que pagar los servicios públicos ni trámites de tributación, entre otros.

Este grupo de vendedores consideran que tantas “trabas burocráticas” en los requisitos para la formalización son las que obstaculizan su transición a la formalidad, además del gasto de dinero y tiempo que pueden invertir para mejorar la actividad comercial. Otro problema que concierne a los vendedores informales es el decomiso de productos como modo de sanción, al no cumplir con los lineamientos establecidos por las autoridades municipales.

Entre las similitudes y diferencias que estos tres grupos presentan entre sí se puede mencionar que, en comparación con la primera categoría, de alimentos y bebidas preparados, ellos buscan a sus clientes mientras que los vendedores de las otras categorías se posicionan en puntos estratégicos a esperar a los clientes. Otra similitud es que perciben las mismas limitantes, los vendedores informales trabajan en un *modus operandi* bajo el cual se pueden ubicar en un lugar estático, o bien, ser dinámicos y desplazarse de un lugar a otro para ofrecer su mercancía.

En síntesis, las tres categorías de vendedores informales presentan una percepción muy similar con respecto al ejercicio laboral de las ventas informales, pues coincidieron en que la limitante para dar ese salto a la formalidad es el exceso de trámites, los costos y los tiempos para cumplir con los requisitos de formalización. Esta coyuntura los obliga a invertir tiempo y dinero que pueden emplear para mejorar sus negocios.

Asimismo, todos los encuestados brindan respuestas semejantes. En su sentir y en sus relatos, mencionan los mismos factores que los motivan a permanecer en el sector informal laboral, y coinciden también en las ventajas que este tipo de trabajo les genera como el manejo de su tiempo, ser su propio jefe, no gastar dinero en un local, en servicios públicos, en patente, entre otros, así como no tener estrés por esos gastos todos los meses.

Ahora bien, la contraparte en la cual todos los encuestados concuerdan son las experiencias y problemas que la práctica laboral en la informalidad les genera: el desalojo y el decomiso del producto y los ingresos variables. Estas son situaciones presentes en la realidad de los vendedores informales. Finalmente, los hallazgos vinculados con las percepciones de las ventas informales son los siguientes:

- Las ventas informales representan una costumbre; es decir, están en una zona de confort.
- La formalidad no se ve como una amenaza, porque no perciben amenazas en el mercado o espacio físico que ocupan en las calles y del propio sistema formal-legal.
- Los encuestados nunca mencionan que el dinero sea una limitante para realizar la transición hacia la formalidad, debido a que no tienen claridad de los costos para la realización de todos los trámites y los costos que trae consigo la adquisición de una patente comercial.
- Consideran como una debilidad el arraigarse a un espacio físico, ya que, como textualmente ellos lo dicen, “la plata está en la calle”.
- El grupo de vendedoras de tortillas, perteneciente a la categoría alimentos y bebidas preparados, ve la formalidad como un sistema desordenado que no les aporta beneficios, debido a que el sistema formal no tiene una política clara sobre planificación comercial. Ellas estuvieron en el mercado La Guayabita, como era conocido hace unos años atrás,

pero volvieron a las calles por la falta de organización, planificación, control y dirección por parte de la Municipalidad, no recibieron ningún beneficio.

- Se percibe en muchos de los encuestados la necesidad de contar con una patente comercial, pero lo ven como una situación difícil para ellos, porque no poseen esos recursos económicos para cubrir los costos de la formalización.

4.1.2 Objetivo 2. Identificar los requerimientos legales para el funcionamiento de la formalidad en la estimación de costos y tiempos requeridos.

En el proceso de formalización de una actividad comercial intervienen diferentes instituciones: municipalidad, Ministerio de Salud, bancos públicos, como el Banco Nacional y de Costa Rica, Instituto Nacional de Seguros, Asociación de Compositores y Autores Musicales de Costa Rica, Caja Costarricense del Seguro Social, Fondo de Desarrollo Social y Asignaciones Familiares y los ministerios de Salud y de Hacienda. Para conocer los requerimientos legales para la formalización, la estimación de costos y tiempos, se recurrió a la página web del MEIC, de donde se obtuvieron los requisitos para la formalización de una actividad comercial y su constitución en una pyme. También se recurrió a la página de la Municipalidad de Nicoya, para conocer acerca de los requisitos y formularios para la solicitud de la patente comercial y a la legislación concerniente para cada uno de los trámites requeridos.

4.1.2.1 Requerimientos legales.

Para la solicitud de la patente comercial, es necesario cumplir con ciertos requisitos que se especifican en la tabla 16, así como la institución que los emite, los requisitos, el costo y tiempo de espera para su entrega:

Tabla 16 *Requisitos para la formalización de la actividad comercial. Comercial.*

Institución	Trámite	Costo	Tiempo
Municipalidad de Nicoya	Timbres municipales	¢200,00	1 día hábil
Banco de Costa Rica	Pago de entero de	¢100,00	1 día hábil

Institución	Trámite	Costo	Tiempo
	timbres (fiscales y archivo)		
Trámite personal	Fotocopia de cédula de identidad	¢100,00	1 día hábil
Municipalidad de Nicoya-Correos de Costa Rica	En caso de sociedades, aportar personería jurídica	¢3100,00	1 día hábil
Instituto Nacional de Seguros	Póliza de riesgo: Tramitar ante el Instituto Nacional de Seguros (INS)	¢15,000,00	1 día hábil
Trámite con el arrendador	Contrato de arrendamiento	Sujeto al contrato de arrendamiento	1 día hábil
Ministerio de Hacienda	Constancia de inscripción ante M.H.	Gratuito	1 día hábil
Municipalidad de Nicoya	Uso de suelo	Gratuito	3 a 5 días hábiles (digital) 5 a 8 días hábiles (físico)
Asociación de Compositores y Autores Musicales	Autorización del uso del repertorio musical, emitido por A.C.A.M	Para exoneración no hay costo, y para autorización es de ¢40,000,00	5 a 8 días hábiles

Ministerio de Salud	Permiso sanitario de funcionamiento	El cual tiene un valor según el tipo de riesgo: A: \$100 B: \$50 C: \$30 Pymes: \$20	10 días hábiles
Municipalidad	Patente comercial	₡39 200,70	8 días hábiles a partir de la presentación de la documentación

Nota. Elaboración propia, con información obtenida en web de las diferentes instituciones.

Una vez que se logran reunir los requisitos, estos se presentan ante la oficina de patentes de la Municipalidad, que es el ente encargado otorgarlas, se cancela el monto de ₡39,200.70, y se esperar un plazo de 8 días hábiles a partir de la presentación de la documentación, para que la Municipalidad de Nicoya extienda el certificado de la misma,

Es importante evidenciar los requerimientos que están implícitos en el permiso sanitario de funcionamiento, como son los costos eventuales que se derivan de tener un establecimiento o local, el cual debe cumplir con ciertos requisitos para operar, los cuales son objetos de inspección antes de otorgar el permiso. Caso muy particular son los lugares donde se venden alimentos y bebidas, pues las áreas de preparación de alimentos deben cumplir con requerimientos que se encuentran contemplados en el Reglamento Técnico Centroamericano, del cual se deriva el formulario del Ministerio de Salud e incurrir en otros costos como el acondicionamiento del espacio donde se preparan los alimentos, tener el curso de manipulación de alimentos. Estos costos entre otros son difíciles proyectar debido a que cada realidad es diferente.

Una situación que dificulta obtener una patente comercial es el permiso de uso de suelo, porque los vendedores informales no poseen un local comercial; por lo tanto, tendrían que incurrir en otro gasto, el de alquilar uno o comprar una propiedad que esté ubicada en las zonas de desarrollo comercial establecidas por el Plan Regulador de Desarrollo Urbano, lo cual es muy difícil para los vendedores con niveles muy pequeños de productividad y poca generación de ingresos.

Además de los gastos anteriores, para la formalización se deben contemplar otros gastos que la formalidad implica: la declaración contable ante el registro de Tributación Directa, cuyo precio dependerá de las ventas, así como la recaudación del impuesto al valor agregado, cuya declaración se realiza mensualmente. Así pues, el proceso para la transición a la formalidad no solo implica el cumplimiento de una serie de requisitos para obtener la patente comercial, sino que, a su vez, genera costos y demanda tiempo para el solicitante.

4.1.3. Objetivo 3. Elaborar una proyección de inversión inicial y operacional requerida en una transición a la formalidad según tipo de actividad.

En este apartado se elaboró una proyección de inversión inicial y operacional a través de un flujo de caja para cada uno de los grupos de vendedores, en el cual se detallaron los gastos de formalización que deben realizar los vendedores. Para tal efecto, se elaboró una matriz en la que se presenta la inversión inicial que deben realizar los vendedores de alimentos y bebidas, los de frutas y verduras y los de venta de textiles y zapatería; además, se visualizó la composición de cada uno de los gastos y cómo se estimaron los montos que se reflejan en cada uno de ellos.

4.1.3.1 Inversión inicial para funcionar formalmente.

Se elaboró un flujo de efectivo de cuatro semanas, en el cual muestran la inversión inicial y operacional, las ganancias y los gastos de formalización para cada uno de los estratos de vendedores informales que participaron en el estudio: alimentos y bebidas, frutas y verduras y textiles y zapatería.

En la tabla 17 se presenta flujo proyectado de caja vendedores informales de alimentos y bebidas la proyección de cinco semanas, partiendo de la semana cero donde el vendedor informal realizó los pagos por costos de formalización. Esta tabla refleja que los vendedores de alimentos y bebidas tienen ingresos promedio por cuatro semanas de ₡182,438.00 y egresos de ₡ 121,041.00. En la semana cero cuando realizan los gastos de formalización por ₡75,700.00, los egresos ascienden a ₡196 741.00. Se toman en cuenta los gastos que conlleva la formalización, así como los gastos generales y administrativos, lo que viene a constituirse un déficit en esa semana, por ese mismo monto.

Tabla 17 *Flujo de caja de los vendedores informales de alimentos y bebidas del distrito central, ciudad de Nicoya, 2022.*

1. Ingresos	Semana 0	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
1.1 Ventas producto o servicio		182,438.00	182,438.00	182,438.00	182,438.00
Total ingresos(ventas)		182,438.00	182,438.00	182,438.00	182,438.00
2. Egresos					
2.1 Gastos generales y administrativos	121,041.00	121,041.00	121,041.00	121,041.00	121,041.00
2.2 Gastos de formalización	75,700.00				
2.3 Amortización					
2.4 Intereses					
Total egresos	196,741.00	121,041.00	121,041.00	121,041.00	121,041.00
Saldo bruto (1-2)	196,741.00	61,397.00	61,397.00	61,397.00	61,397.00
impuestos					
Saldo neto	-196,741.00	61,397.00	61,397.00	61,397.00	61,397.00
Saldo acumulado (utilidad)	-196,741.00	-135,344.00	-73,947.00	-12,550.00	48,847.00

Fuente: Información suministrada por los vendedores informales de alimentos y bebidas del distrito central de la ciudad de Nicoya, 2022.

En las semanas de la 1 a la 3, sigue reflejándose el déficit y en la semana 4 se ve la recuperación de las ganancias, pero con un monto menor al que generalmente obtienen. Lo expuesto anteriormente es una de las principales razones del por qué para los vendedores informales trasladarse a la formalidad no es una opción viable, pues estarían dejando de percibir ganancias durante tres semanas, para su sustento y de sus familias, así como para seguir invirtiendo en el negocio.

La tabla 18. muestra información del flujo de caja realizado con información aportada por los vendedores informales de frutas y verduras de la venta de cuatro semanas, partiendo de la semana cero donde el vendedor informal realizó los pagos por costos de formalización.

Tabla 18 *Flujo de caja de los vendedores informales de frutas y verduras del distrito central en la ciudad de Nicoya, 2022.*

Flujo proyectado inversiones nuevas					
1. Ingresos	Semana 0	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
1. 1 Ventas producto o servicio		576,000.00	576,000.00	576,000.00	576,000.00
Total ingresos		576,000.00	576,000.00	576,000.00	576,000.00
2. Egresos					
2.1 Gastos generales y administrativos	377,500.00	377,500.00	377,500.00	377,500.00	377,500.00
2.2 Gastos de formalización	75,700.00				
2.3 Amortización					
2.4 Intereses					
Total egresos	453,200.00	377,500.00	377,500.00	377,500.00	377,500.00
Saldo bruto (1-2)	453,200.00	198,500.00	198,500.00	198,500.00	198,500.00
Impuestos					
Saldo neto	-453,200.00	198,500.00	198,500.00	198,500.00	198,500.00
Saldo acumulado	-453,200.00	-254,700.00	-56,200.00	142,300.00	198,500.00

Fuente: Información suministrada por vendedores informales de frutas y verduras del distrito central de la ciudad de Nicoya, 2022.

La información anterior refleja que los vendedores de frutas y verduras, tienen ingresos promedio por cuatro semanas de ₡576,000 y egresos de ₡377,500.00. En la semana cero, cuando realizan los gastos de formalización, los egresos ascienden ₡ 453,200.00. Se toman en cuenta los gastos que conlleva la formalización, así como los gastos generales y administrativos, lo que viene a constituirse un déficit. En las semanas de la 1 a la 2, sigue reflejándose el déficit, y en la semana 3, se ve la recuperación de las ganancias, pero con monto un menor al que generalmente perciben, y en la semana 4, la ganancia es normal.

Por consiguiente, verían la recuperación de su inversión inicial hasta la semana número tres, lo cual evidencia una de las principales razones del por qué trasladarse a la formalidad no es

una opción viable para muchos vendedores informales, ya que estarían dejando de percibir ganancias por las primeras dos semanas del mes trabajado.

En la tabla 19, se presenta el flujo de caja con información aportada por los vendedores informales de textiles y zapatería de la venta de cuatro semanas, partiendo de la semana cero donde el vendedor informal realizó los pagos por costos de formalización.

Tabla 19 *Flujo de caja de los vendedores informales de textiles y zapatería del distrito central de la ciudad Nicoya, 2022*

Flujo proyectado inversiones nuevas					
1. Ingresos	Semana 0	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Ventas producto o servicio		750,000.00	750,000.00	750,000.00	750,000.00
Total ingresos		750,000.00	750,000.00	750,000.00	750,000.00
2. Egresos					
2.1 Gastos generales y administrativos					
	270,000.00	270,000.00	270,000.00	270,000.00	270,000.00
2.2 Gastos de formalización	75,700.00				
2.5 Amortización					
2.6 Intereses					
Total egresos	345,700.00	270,000.00	270,000.00	270,000.00	270,000.00
Saldo bruto (1-2)	345,700.00	480,000.00	480,000.00	480,000.00	480,000.00
Impuestos					
Saldo neto	-345,700.00	480,000.00	480,000.00	480,000.00	480,000.00
<hr/>					
Saldo acumulado	-345,700.00	134,300.00	480,000.00	480,000.00	480,000.00

Fuente: Información suministrada por vendedores informales de textiles y zapatería del distrito central de la ciudad de Nicoya, 2022.

En este grupo de vendedores que es uno, el pago de los requisitos de formalización de la actividad económica no repercute en gran medida los ingresos mensuales, pero no garantiza que puedan obtener una patente comercial si tiene que pagar el alquiler de un local o un préstamo, si se decidió comprar un local o un lote y construir. Es evidente que realizar una transición no es una opción viable para este grupo de vendedores informales, pues las ganancias del negocio no les permiten realizar una inversión como la citada.

4.1.4. Objetivo 4. Diseñar una propuesta de capacitación para el desarrollo de las capacidades empresariales en los vendedores informales, que permita la transición de la actividad comercial que realizan a la formalidad.

4.1.4.1 Propuesta de capacitación

La propuesta de capacitación fue elaborada a partir de los hallazgos de los objetivos 1, 2 y 3, para subsanar las brechas identificadas en cada uno de los resultados. Con esta propuesta, se pretende que los vendedores informales adquieran conocimiento acerca de aspectos que, en algunos casos, ya conocen de forma empírica y puedan reforzarlos y ponerlos en práctica en el desarrollo de su negocio. Esto para que puedan formalizarlo y expandirlo y, sobre todo, aumentar la producción mediante una inversión segura para una mayor rentabilidad.

La propuesta pedagógica de capacitación para los vendedores informales se realizó tomando en consideración la información obtenida en el análisis de los objetivos 1,2 y 3. Se determina que los vendedores informales participantes del estudio requieren capacitación en cuatro aspectos que son fundamentales para el desarrollo del negocio y para la formalización de la actividad económica: planificación del negocio, financiamiento/inversión, estructura de costos/mercadeo/ventas y formalidad y expansión del negocio.

Para la implementación de la propuesta de capacitación se desarrollarán diferentes contenidos temáticos que generen insumos, de manera que el proceso de aprendizaje del participante sea significativo, para lo cual es necesaria la estructuración de un plan de capacitación. Este se detalla en los siguientes apartados.

4.1.4.2. Estructura del Plan de capacitación.

La estructura del plan de capacitación está conformada por los elementos como se muestra en la matriz de la tabla 20. Cada uno de ellos se desarrolló en la propuesta de capacitación para vendedores informales que participaron en el estudio de investigación.

Tabla 20 *Estructura del plan para la propuesta de capacitación para desarrollar con los vendedores informales.*

Módulo N.º				
Objetivo:				
Contenido temático	Metodología	Tiempo requerido	N.º de sesiones	Apoyo didáctico
Perfil de salida del participante:				

CAPITULO V. CONCLUSIONES, PROPUESTA Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

5.1.1 Objetivo específico: Desarrollar un diagnóstico en los vendedores informales para identificar la rentabilidad actual de su negocio, fuentes de financiamiento, capacidades empresariales y percepción sobre las actividades informales.

La rentabilidad que obtienen los vendedores informales es baja, debido a que la inversión que realizan es también pequeña, en el caso específico los vendedores informales de alimentos y bebidas preparado. Significa que, a menor inversión, menos ganancia y menos posibilidades de obtener ingresos para la formalización, situación que no les permite tener seguridad en cuanto al ingreso que perciben y la utilidad que el negocio provee.

Los vendedores informales deben identificar, de acuerdo con los procesos de la contabilidad, los tipos de costos y tipos de gastos, así como separar los gastos familiares y del negocio, lo que les permite reinvertir en su negocio, incrementar su escala de producción y, por tanto, incrementar las ventas, reducir el costo por unidad y las utilidades que el negocio provee. Asimismo, estos recurren a la solicitud de financiamiento de fuentes informales y familiares por no tener acceso al financiamiento de los bancos estatales que apoyan las pymes. Esto por encontrarse operando en la informalidad y porque los montos de crédito que demandan son muy pequeños (por su capacidad de pago). Adicionalmente, su cultura operativa ha estado al margen del sistema financiero formal.

Asimismo, los vendedores encuestados poseen capacidades empresariales producto de la experiencia adquirida en el desarrollo de su negocio, las cuales necesitan mejorar prioritariamente; conocimientos orientados a la mejora de su producto, seguido por evaluación de ventas para la mejora continua, registros de lo que planifican y venden, así como el desarrollo de habilidades empresariales, como gestión financiera, gestión para la innovación, calidad y competitividad, gestión administrativa y de mercadeo y gestión tecnológica.

Las percepciones de los vendedores informales acerca de la actividad que realizan en forma general son las siguientes: las ventas informales representan para ellos un modo de vida y una forma de llevar el sustento a sus familias; la formalidad no lo ven como una amenaza en el mercado o espacio físico que ocupan en las calles y del propio sistema formal-legal; y consideran que establecerse en un establecimiento comercial aumentará los costos y disminuirá las ganancias, lo que pone en peligro la subsistencia de su negocio.

Por otra parte, poseen poca información respecto a los costos para los procesos de transición a la formalidad y consideran como limitantes la falta de dinero y el tiempo que estos requieren. Sin embargo, existe un pequeño grupo que está en la disposición de pagar patente, pero no tienen claridad respecto a cuánto afectaría la rentabilidad del negocio, su situación económica ni el éxito de la actividad comercial.

De igual forma, perciben la formalidad como un sistema que no aporta beneficios, debido a experiencias vividas en el pasado y a la falta de una política clara de planificación comercial, organización, control y dirección por parte de la Municipalidad.

5.1.2 Objetivo 2. Identificar los requerimientos legales para el funcionamiento de la formalidad en la estimación de costos y tiempos requeridos.

La formalidad representa para muchos vendedores informales un gran reto, por no poseer los recursos y las condiciones para realizar esa transición. Lo anterior debido a que sus fuentes de ingreso son reducidas e inestables, aunado a la falta de apoyo técnico y financiero.

Para formalizar su actividad comercial, los vendedores informales necesitan una patente comercial y deben cumplir con los requerimientos que la municipalidad del cantón solicita, lo cual implica tiempo y costos para el solicitante. Algunos de estos requisitos deben ser presentados a otras instancias públicas e involucran otros costos adicionales, además los costos que genera la formalización. Estos gastos los perciben como muy difíciles de afrontar, debido a sus pocas ganancias, por lo cual necesitan herramientas para ampliar su capacidad de inversión (financiero y conocimientos), que les permita el mejoramiento de su negocio, mediante el incremento de sus ventas y el volumen de sus ganancias, para poder asumir los costos de la formalización sin desmerecer sus ganancias actuales.

El requisito que se identifica como mayor limitante para la obtención de la patente comercial es el uso de suelo, debido a que muchos no tienen un local donde establecer su negocio, un lote para construir o los ingresos suficientes para arrendar un local que se ubique en la zona de desarrollo comercial. El uso de suelo también es un requisito para la aprobación del permiso sanitario del Ministerio de Salud, así como las especificaciones y condiciones para la elaboración y manipulación de alimentos.

5.1.3. Objetivo 3. Elaborar una proyección de inversión inicial y operacional requerida en una transición a la formalidad según tipo de actividad.

Los flujos de caja elaborados para cada uno de los grupos de vendedores muestran la proyección de los gastos de formalización, si pasaran a este nuevo estrato, lo cual permite visualizar que, por su baja capacidad de inversión, tendrían que reducir su capital de operación (materias primas y productos). Por tanto, la formalización es viable para ellos en la medida en que puedan incrementar su capital de inversión y operación para alcanzar un nivel de ventas que cubra la nueva estructura de costos al operar en la formalidad.

5.1.4. Objetivo 4. Diseñar una propuesta de capacitación para el desarrollo de las capacidades empresariales en los vendedores informales, que permita la transición de la actividad comercial que realizan a la formalidad.

La propuesta del programa de capacitación brindará a los vendedores informales los conocimientos necesarios acerca del proceso de formalización del negocio, así como otros conocimientos para la organización y planificación de su negocio, mediante un programa de capacitación que, a su vez, les permitirá desarrollar y potenciar capacidades empresariales. Los módulos desarrollados en el programa de capacitación son los siguiente: planificación del negocio, financiamiento/inversión, estructura de costos/mercadeo/ventas, formalidad y expansión del negocio y capacidades empresariales requeridas. Cada uno de estos módulos está conformado por temas que serán desarrollados mediante una metodología participativa, bajo la cual cada participante obtuvo un perfil de salida que le permite hacer frente no solo a la formalización de la actividad comercial, sino también desarrollar de una manera diferente su negocio.

Plan de Capacitación Validado

5.3 Propuesta del plan de capacitación

A través de la propuesta con el plan de capacitación se pretende realizar capacitaciones para el desarrollo de las capacidades empresariales en los vendedores informales; que permitan la transición de la actividad comercial que realizan a la formalidad, para que puedan cumplir no sólo con los requerimientos de la ley, sino que puedan disfrutar de los beneficios que el estado ofrece a través de diferentes programas. Así mismo estén preparados para asumir los cambios del mercado, incrementar su negocio para que sea competitivo y mejorar su calidad de vida.

5.3.1. Identificación y contenidos del Plan de capacitación.

Para la implementación de esta propuesta, se partió de los resultados obtenidos con la población en estudio, vinculados a los requerimientos que se deben cumplir dentro de la formalidad, así como a las exigencias del mercado para mantenerse en el negocio. La propuesta elaborada busca reducir las brechas identificadas, por lo que el plan de capacitación se dividió en cuatro módulos que se describen a continuación.

5.3.1.1 Módulo 1. Planificación del negocio

Con el estudio de este módulo, los vendedores informales obtuvieron un perfil de salida en el cual conocen la importancia de la planificación del negocio para la toma de decisiones acertadas y para organizar su actividad con perspectivas de tiempo, más allá de un día o de una semana. Asimismo, pueden tomar decisiones operativas y de inversión, con mayor seguridad, al implementar proyecciones en su actividad.

5.3.1.2 Módulo 2. Financiamiento/inversión

Al finalizar el estudio de este módulo, los vendedores informales que participan en la capacitación obtienen un perfil de salida que les permite conocer el impacto de las condiciones de financiamiento en la rentabilidad de su negocio y la capacidad de reinversión futura, cuando se utiliza el financiamiento adecuado.

5.3.1.3. Módulo 3. Estructura de costos/mercadeo/ventas.

El perfil de salida que tienen los vendedores informales, al terminar el estudio de este módulo es conocer la importancia de organizar los costos, el mercadeo y las ventas de su negocio para realizar proyecciones futuras en cuanto a la inversión, la expansión del negocio y a establecer a partir de qué nivel de ventas y a qué precios opera su negocio y generan ganancias.

5.3.1.4. Módulo 4. Formalidad y expansión del negocio y capacidades empresariales requeridas.

El estudio de este módulo permite a los vendedores informales que participan en la capacitación un perfil de salida bajo el cual conoce la importancia de la formalización de la actividad comercial, los requerimientos que se necesitan para realizarlo y los beneficios que conlleva con miras a la expansión de su negocio.

5.3.2 Momentos seguidos en el proceso de capacitación ejecutado.

Para el diseño del plan de capacitación en todo momento se parte de tres elementos: las brechas identificadas en el diagnóstico realizado, los conocimientos que los vendedores tienen sobre esos temas que deben ser fortalecidos, y las nuevas prácticas que se busca implementen los vendedores en sus actividades.

Las sesiones de trabajo se desarrollaron en de tres momentos:

- Primer momento: reconocimiento y puesta en valor de sus saberes sobre el tema abordado por parte de los vendedores informales participantes en la capacitación.
- Segundo momento: reconocimiento de las brechas existentes entre los conocimientos actuales de los vendedores informales en relación con las demandas del entorno vinculados a su actividad económica y la importancia de su aplicación.
- Tercer momento: desarrollo de los conocimientos necesarios para cubrir las brechas identificadas mediante técnicas didácticas vivenciales.

Cada módulo se diseñó de acuerdo con los siguientes requerimientos metodológicos: objetivo de aprendizaje a lograr con el módulo, contenido temático, metodología para el abordaje

de las temáticas, tiempo requerido, apoyo didáctico a utilizar y perfil de salida de los estudiantes. Asimismo, los módulos fueron planeados de acuerdo con el enfoque de la IAP, con el propósito de recuperar las experiencias vividas en el proceso de capacitación para realizar los ajustes de mejora identificados, de tal manera que en futuras aplicaciones de esta propuesta de capacitación se logre cumplir los objetivos de aprendizaje propuestos de una mejor manera.

5.3.3. Resultados de la validación del plan de capacitación.

Para la validación del plan de capacitación se recurrió a un vendedor informal de cada grupo: uno de alimentos y bebidas preparadas, un vendedor de frutas y verduras y uno de textiles y calzado. Los aspectos validados fueron: los contenidos para verificar y que los vendedores comprendieran su contenido de acuerdo con nivel de dificultad presentado. También se validó el tiempo para determinar si el establecido para cada sesión de capacitación era suficiente o se debía prolongar o disminuir. La metodología utilizada también fue objeto de validación para conocer si era viable su implementación con la población a la cual estaba dirigida.

Los resultados obtenidos a partir de la validación se describen seguidamente. Con respecto a los contenidos, fue necesario hacer los textos más sencillos en el módulo dos, tanto en las presentaciones como los documentos escritos para una mejor comprensión de las personas por capacitar. El tiempo se debió ajustar en el segundo módulo, ya que el propuesto no permitió el desarrollo de los contenidos temáticos propuestos, debido a su complejidad, como el cálculo de la cuota de un préstamo y la relación entre el plazo de pago y duración de la inversión. En referencia a la metodología propuesta, no se realizó ningún cambio, pues esta permitió el logro de los objetivos propuestos. Una vez realizada la validación y los ajustes necesarios, la propuesta de capacitación quedó lista para implementarse con la población meta.

5.3.4 Plan de capacitación validado

El plan para la propuesta de capacitación consta de seis elementos: objetivo, contenido temático, metodología, tiempo requerido, número de sesiones y apoyo didáctico, el cual está estructurado en cuatro módulos que a continuación se describen:

5.3.4.1 Módulo 1. Planificación del negocio.

Para validación del módulo uno, fue necesario, en la primera sesión, explorar el conocimiento que los participantes tenían acerca de la temática. Se les presentó una ficha técnica con la pregunta generadora, que permitió la reflexión acerca de cómo planifican su negocio y la frecuencia con la que lo realizan, así como qué decisiones tomaron a partir de la información obtenida y si esta ha servido para mejorar la forma en que venían haciendo su negocio. Esta fue una experiencia muy enriquecedora, ellos mismos lograron determinar que planifican muy poco su negocio, no tienen un plan de su negocio y, generalmente, lo realizan día con día. Además, manifestaron gran interés por elaborar su plan de negocio y desarrollarlo para el mejoramiento de su negocio.

También los facilitadores presentaron herramientas para la elaboración del plan de trabajo, registro de compras, registro de ventas, registro de costos y balance de ingresos y gastos, las cuales consideran fueron muy bien explicadas por el facilitador. Según su criterio, estas herramientas son muy necesarias para la organización y planificación del negocio. Además, las encontraron muy fáciles de completar con la información de su negocio, lo cual realizaron en sus casas y compartieron con otros vendedores amigos. Fue necesario ampliar el tiempo establecido, debido a que surgían muchas preguntas, lo cual evidenció el interés manifestado por conocer más acerca de la planificación del negocio (anexos 6).

Módulo 1. Planificación del negocio

Objetivo: Que los participantes conozcan cómo utilizar herramientas para la planificación su negocio.

Contenido (temático)	Metodología	Tiempo requerido	No. de sesiones	Apoyo didáctico
1. Identificando la planificación de mi negocio	<p>El facilitador presenta y explica:</p> <ol style="list-style-type: none">1. En qué consiste la técnica las preguntas generadoras.2. Cada participante contesta cada una de las preguntas en una tarjeta y la pega en un ampelógrafo.3. Los participantes se reúnen en grupo y realizan una puesta en común de sus respuestas. En plenaria, determinan qué otros conocimientos deben aplicar y por qué.4. Los facilitadores de la capacitación rescatan los elementos más importantes aportados en la discusión, que sirvan de guía para futuras capacitaciones en el tema.	Una hora	Una sesión	<p>Ficha didáctica 1.1</p> <p>Pregunta generadora</p> <p>¿Cómo planifico y con qué frecuencia mi negocio? (comparo, ventas, inversión, ganancias rentabilidad).</p> <p>¿Para qué decisiones me sirve la información?</p> <p>¿Qué siento que debo mejorar de la forma en que lo hago?</p>

Contenido (temático)	Metodología	Tiempo requerido	No. de sesiones	Apoyo didáctico
<p>1.2 Seleccionando mis herramientas de planificación</p> <p>Plan de trabajo</p> <p>a. Registro de compras.</p> <p>b. Registro de ventas.</p> <p>c. Registro de costos.</p> <p>d. Balance de ingresos y gastos.</p>	<p>El facilitador presenta cada una de las fichas didácticas y les pide a los participantes realicen las siguientes acciones para cada ficha:</p> <p>a) Revisar si la ficha se adapta a las necesidades de su actividad. De no ser así, se proponen las modificaciones de mejora.</p> <p>b) ¿Cuál es el periodo de tiempo que debe registrar en cada ficha para llevar la planificación de su actividad? (semanal o mensual)</p> <p>c) Tratar de llenar cada instrumento con los datos requeridos para validar la comprensión del instrumento.</p> <p>d) En plenaria se les pide reflexionar sobre qué información de las herramientas aportadas les beneficia a su negocio y qué decisiones podrían tomar a futuro con esa información.</p> <p>Se les solicita llenar en sus casas las fichas con información real de sus actividades y reflexionar sobre esta experiencia.</p>	Una hora	Dos sesiones	<p>Ficha didáctica 1.2 Instrumento de planificación del negocio</p> <p>Ficha didáctica 1.3 registro de compras</p> <p>Ficha didáctica 1.4 registro de ventas</p> <p>Ficha didáctica 1.5 registro de costos</p> <p>Ficha didáctica 1.6 balance de ingresos y gastos.</p>

Contenido (temático)	Metodología	Tiempo requerido	No. de sesiones	Apoyo didáctico
----------------------	-------------	---------------------	--------------------	-----------------

Perfil de salida: Los participantes conocen la importancia de la planificación para la organización de su actividad comercial, con perspectivas de tiempo, más allá de un día o de una semana, de manera que las decisiones operativas y de inversión sean tomadas con mayor seguridad.

5.3.4.2 Módulo 2. Financiamiento/inversión

Para la validación del módulo dos, igualmente, en la primera sesión, se utilizó primero la técnica de pregunta generadora, mediante la ficha didáctica preparada con anterioridad. Esta permitió a los participantes reflexionar sobre cómo financian en la actualidad su negocio, con fondos propios o ajenos; si las ganancias obtenidas le permiten seguir financiándolo o tienen que buscar dinero para invertir; así como la posibilidad de adquirir financiamiento a un interés bajo y a un plazo razonable.

En las respuestas generadas a través de esta técnica, los participantes manifestaron que financian su negocio con fondos propios y, otras veces, con dinero prestado que obtienen de familiares y prestamistas informales a intereses muy altos. Asimismo, manifiestan que para continuar su negocio necesitan conseguir financiamiento a un interés bajo, que les permita mantener su negocio funcionando, pues las ganancias son muy pocas y les cuesta reinvertir, sin dejar a la familia sin sustento.

En la segunda sesión, el facilitador realiza una presentación a los participantes de los tipos de financiamiento que existen, ya sea en el sistema financiero formal como informal, para que puedan realizar la comparación de las ventajas de la formalidad y que la ventaja que ofrecen los créditos formales. A partir de la información, los participantes muestran interés por los préstamos que brinda el sistema financiero formal, por las tasas de interés y los plazos para pagar, en relación con los préstamos informales que ellos consiguen.

En la tercera sesión, el facilitador explica, mediante una presentación el tema sobre la importancia de la tasa de interés en la rentabilidad del negocio. Esta información les permitió a los participantes conocer cómo calcular la cuota de un préstamo (principal, tasa de interés, tiempo del crédito), así como la importancia de la relación que existe entre el plazo de pago y duración de la inversión, qué son más beneficiosos los plazos de pago cortos o largos y cómo puede afectar las posibilidades de reinvertir en el negocio. A partir de esta información, los participantes realizaron preguntas que permitieron retroalimentar el tema, por lo que fue necesario ampliar el tiempo en dos sesiones más, de una hora cada una, pues este tema es un poco complejo y los participantes no disponían de mucho tiempo para realizarlo en una sola sesión (ver anexos). Los participantes manifiestan a los facilitadores su agradecimiento por brindarles ese espacio y explicarles el tema,

porque les permite tener conciencia acerca de la necesidad de formalizar su actividad comercial (anexos 6).

Módulo 2. Financiamiento/inversión

Objetivo: Que los participantes sean capaces de calcular la cuota de pago de sus créditos para que comprueben el costo real del financiamiento que utilizan y las condiciones de otros créditos en el mercado a los que podrían acceder

Contenido (temático)	Metodología	Tiempo requerido	No. de sesiones	Apoyo didáctico
Conociendo el financiamiento de mi negocio y cómo hacer mejor mis inversiones.	<p>El facilitador presenta y explica en qué consiste la técnica de la pregunta generadora:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Cada participante completa la información de la ficha, en forma individual.○ Se forman grupos de tres integrantes. comparten sus respuestas, escogen las que consideran más relevantes.○ Comparten al resto del grupo, mediante una plenaria.	Una hora	Una sesión	<p>Ficha didáctica 2.1 Las preguntas generadoras.</p> <p>¿Cómo estoy en la actualidad financiando mi negocio? ¿Con fondos propios o ajenos?</p> <p>¿Las ganancias de mi negocio me permiten seguir financiándolo o tengo que buscar dinero para invertir?</p>

					¿Puedo adquirir un financiamiento a un interés y plazo razonable para invertir en mi negocio?
Tipos de financiamientos	<p>El facilitador presenta y explica, mediante una presentación, lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Otras fuentes de financiamiento existentes en el mercado acordes con las fuentes de financiamiento: Sistema Bancario Nacional, cooperativas de ahorro y crédito. ○ Las fuentes de financiamiento que existen en el sistema no financiero: Instituto Mixto de Ayuda Social, INDER. Fuentes de mipymes con subsidio de programas de FODEMIPYMES, CENPRODECA y el CAC-Jicaral. ○ Fuentes de financiamientos informales. Intereses, forma de pagos. (colombianos, Otros.) <p>El facilitador aclara dudas y retroalimenta.</p>	1 hora	1 sesión	Ficha didáctica 2.2 Presentación: Tipos de financiamientos.	
<p>La importancia de la tasa de interés en la rentabilidad del negocio.</p> <p>a. Cálculo de la cuota de un préstamo.</p>	<p>El facilitador presenta y explica lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ La importancia de la tasa de interés en la rentabilidad del negocio ○ Cómo calcular la cuota de un préstamo (principal, tasa de interés, tiempo del crédito) 	Tres hora	Tres sesiones	Ficha didáctica 2.3 Presentación: La importancia de la tasa de interés en la	

b. La relación entre el plazo de pago y duración de la inversión.

- La importancia de la relación entre el plazo de pago y duración de la inversión:
 - a. ¿Qué pasa cuando tengo plazos de pago muy cortos o muy largos?
 - b. ¿Cómo afecta esto las posibilidades de reinversión?

rentabilidad del negocio.

Ficha didáctica 2.3

Ejercicios de autoevaluación.

Cómo calcular la cuota de un préstamo (principal, tasa de interés, tiempo del crédito)

Perfil de salida: Que los participantes conozcan el impacto que tienen las condiciones de financiamiento en la rentabilidad de su negocio y la capacidad de reinversión futura cuando se utiliza el financiamiento adecuado.

5.3.4.3 Módulo 3. Estructura de costos/mercadeo/ventas

Para realizar la validación de este módulo, en la primera sesión, se utilizó la técnica de la pregunta generadora, mediante una ficha didáctica preparada con anterioridad, la cual permitió a los participantes hacerse cuestionamientos acerca de cómo organizan el negocio, en función de sus costos de producción, mercadeo y ventas; qué decisiones pueden tomar con esa la información; si sienten que deben mejorar la forma en que realizan el negocio; y si realmente están utilizando una estructura adecuada para el registro de costos y de mercadeo.

A partir de los cuestionamientos que realizaron los participantes, surgen respuestas tales como que la organización del negocio se orienta a los costos nada más, mientras que la organización respecto al mercadeo y ventas no se toman en consideración. Por lo tanto, no hay información, pero muestran interés por conocer sobre estos aspectos y manifiestan que deben mejorar el negocio mediante una estructura de negocio bien elaborada.

En la segunda sesión, el facilitador realizó preguntas a los participantes, para que expresaran qué conocen de los temas y toma nota de las expresiones. Seguidamente, realiza una presentación sobre la importancia de la estructura de costos por unidad y cómo elaborar una, con información de la actividad comercial de cada vendedor y aclara dudas. Los participantes, posteriormente, completan una estructura de costos y de mercadeo, de acuerdo con los requerimientos de su negocio y las comparan con las de sus compañeros. La actividad les pareció un poco difícil, pero el facilitador les explicó nuevamente, con mayor simplicidad, los procesos (anexos 6).

Módulo 3. Estructura de costos/mercadeo/ventas.

Objetivo: Que los participantes conozcan cómo organizar los costos, el mercadeo, las ventas de su negocio y la importancia de determinar correctamente los costos por unidad, para la competitividad y la rentabilidad del negocio.

Contenido (temático)	Metodología	Tiempo requerido	N de sesiones	Apoyo didáctico
Importancia de una adecuada estructura de costos por unidad y su rol en la competitividad	<p>El facilitador presenta y explica en qué consiste la técnica de la pregunta generadora de la ficha didáctica 3.1, de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Llenado de la ficha, por parte del participante en forma individual. ○ Los participantes se reúnen en grupo y comparten sus respuestas y escogen las que consideran más relevante y los escriben en un paleógrafo. 	Una hora	Una sesión	<p>Ficha didáctica 3.1</p> <p>¿Cómo organizo mi negocio, en función de sus costos de producción, mercadeo y ventas?</p> <p>¿Para qué decisiones me sirve la información?</p> <p>¿Siento que debo mejorar la forma en que lo hago?</p> <p>¿Estoy utilizando una estructura adecuada para el registro de costos y de mercadeo?</p>
Definiendo y calculando la estructura de costos por	<p>El facilitador mediante pregunta solicita a los participantes que expresen acerca de los conocimientos que tienen acerca de los temas, toma nota de las expresiones y realiza una presentación sobre la importancia de:</p>	Una hora		<p>Presentación: calculando la estructura de costos de mi negocio</p>

unidad de mi negocio	<ul style="list-style-type: none"> ○ Conocer la estructura de costos por unidad para disponer de información clara: a partir de que volumen de venta cubre mis costos fijos, a partir de qué precio de venta tengo pérdidas reales, a partir de qué precio de venta no soy competitivo en el mercado. ○ El facilitador explica cada uno de los temas y aclara dudas. ○ Los participantes completan una estructura de costos, y de mercadeo de acuerdo a los requerimientos de su negocio y las comparan con las de sus compañeros. 	Una sesión	Ficha didáctica 3.2 Registro de estructura de costos. Ficha didáctica 3.2 Registro estructura de mercadeo.
-------------------------	---	---------------	---

Perfil de salida: Los participantes están al tanto la importancia de organizar los costos, el mercadeo y las ventas de su negocio para realizar proyecciones futuras; para la inversión, la expansión del negocio estableciendo a partir de qué nivel de ventas y a qué precios opera su negocio y genera ganancias.

5.3.4.4. Módulo 4. Formalidad y expansión del negocio y capacidades empresariales.

Para realizar la validación de este módulo, en la primera sesión, se utilizó la técnica de la pregunta generadora, mediante una ficha didáctica preparada con anterioridad, la cual permitió a los participantes preguntarse qué necesitan saber para formalizar su negocio, si han intentado realizar el proceso y qué se los ha impedido. Asimismo, pudieron externar cómo se sienten con respecto a operar en la informalidad, si la formalización del negocio permitirá su expansión y cuál información del negocio le permite saber si puede cubrir los costos de formalización o no. También indicaron qué otras habilidades empresariales son necesarias para la formalización del negocio.

Las respuestas en torno a estas preguntas en forma general son las siguientes: conocen muy poco de los requisitos para la formalización del negocio, saben que son muchos y que los costos son muy altos, además de los costos mensuales que implica la formalidad, razón por la cual han intentado formalizar su negocio, pero no han podido. Asimismo, operar en la informalidad les preocupa algunas veces, pero no se sienten mal por encontrarse en esa situación. Sin embargo, tienen dudas respecto a si la formalización les ayudará expandir el negocio. Respecto a qué información necesitan, ya lo tienen bastante claro, porque lo estudiaron en el módulo anterior. En cuanto a las capacidades empresariales que necesitan fortalecer y adquirir ya han sido consideradas algunas en los módulos anteriores.

En la segunda sesión, el facilitador presenta a los participantes, mediante diapositivas, la explicación acerca de los requerimientos y costos que deben pagar para la formalización de la actividad comercial y les entrega una carpeta digital, con los *links* para acceder a los formularios y completarlos desde su teléfono móvil. El facilitador les explica individualmente y logran realizar la actividad por sí solos, con éxito y se sienten felices de lograrlo.

En tercera sesión, los participantes, con la ayuda del facilitador, identifica los costos mensuales promedio de la formalización y los relaciona con el margen de ganancia por unidad y el volumen de ventas mensual, para determinar en cuánto debe incrementar las ganancias para cubrir los costos de la formalización, lo cual se realiza una ficha didáctica. Tienen un poco de dificultad para realizarlo al final

todos lo logran y muestran su alegría de lograrlo. En la cuarta sesión, se aborda el tema de las capacidades empresariales; el facilitador entrega una matriz con las capacidades empresariales necesarias para la formalización y esta debe ser completada por los participantes. Ellos completan la información y luego la comentan en el grupo (anexos 6).

Módulo 4. Formalidad y expansión del negocio y capacidades empresariales.

Objetivo. Que los participantes sean capaces de desarrollar capacidades empresariales, que le permitan la formalización de su actividad comercial para diversificación y expansión del negocio.

Contenido (temático)	Metodología	Tiempo requerido	No. de sesiones	Apoyo didáctico
Formalización del negocio.	<p>Explicación de en qué consiste la técnica de la pregunta generadora.</p> <p>Se llena de la ficha didáctica 4.1</p> <p>Puesta en común de las respuestas, mediante un conversatorio dirigido por el facilitador.</p>	Una hora	Una sesión	<p>Ficha didáctica 4.1</p> <p>¿Qué necesito saber para formalizar mi negocio?</p> <p>¿He intentado realizar el proceso de formalización y qué me lo ha impedido?</p> <p>¿Cómo me siento con respecto operar en la informalidad?</p> <p>¿La formalización de mi negocio me permitirá expendirlo?</p>

				<p>¿Qué información de mi negocio es la que me permite saber si puedo cubrir los costos de formalización?</p> <p>¿Qué otras actitudes, aptitudes y habilidades son necesarias para la formalización de mi negocio?</p>
Requisitos para formalizar.	<ul style="list-style-type: none"> ○ El facilitador presenta a los participantes, mediante diapositivas, la explicación acerca de los requerimientos y costos que deben pagar para la formalización de la actividad comercial. ○ El facilitador entregó a los participantes una carpeta digital con los formularios que necesitan completar para la formalización de su negocio. 	Una hora	Una sesión	<p>Ficha didáctica.4.2 Presentación Requerimientos necesarios para la formalización de la actividad comercial</p> <p>Formularios digitales</p>
Aspectos que se requieren para cubrir los costos de formalización.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Identifica los costos mensuales promedio de la formalización. ○ Relaciona el margen de ganancia por unidad y el volumen de ventas mensual, para saber en cuánto debe incrementar las ganancias para cubrir los costos de la formalización. 			<p>Ficha didáctica 4.3</p> <p>Registros de costos promedio para la formalización</p>

<p>Habilidades empresariales que requiero para la formalización de mi negocio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ El facilitador entrega matriz con las capacidades empresariales necesarias para la formalización, para ser completados por los participantes 	<p>Una hora</p>	<p>Una sesión</p>	<p>Ficha didáctica 4.4 Matriz fortalezas y debilidades y habilidades por fortalecer</p>
--	--	-----------------	-------------------	---

Perfil de salida: Los participantes conocen la importancia de la formalización de la actividad comercial, los requerimientos para realizarlo, las habilidades empresariales que necesitan y los beneficios para la expansión de su negocio.

5.3.5. Consideraciones adicionales en la ejecución de las capacitaciones.

A continuación, se presentan algunas recomendaciones que debe poner en práctica el facilitador para que las capacitaciones se realicen en un ambiente propicio, en el cual se respete a cada uno de los participantes y se tomen en consideración sus habilidades, conocimientos y aptitudes:

- Promover un ambiente participativo a lo largo de todo el proceso de capacitación; es decir, un ambiente de apertura, respeto y compañerismo, donde la palabra sea compartida y se genere la confianza necesaria para intercambiar conocimientos, investigar y aprender.
- Generar que la participación activa se haga evidente en cada momento del proceso de capacitación.
- Promover la tolerancia, toma de decisiones colectivas, cooperación, solidaridad, concertación y diálogo, considerando que son la base para el aprendizaje colectivo y el desarrollo humano.
- Valorar la diversidad y crea un espacio para el aprendizaje que la valore y se apoye en ella para el fortalecimiento de conocimientos que necesitan los vendedores informales.
- Enviar a los participantes cualquier otro material que se les hubiera prometido durante la formación.
- Mantener una sesión de evaluación con todos los que participan en la capacitación, para verificar los aprendizajes adquiridos, cómo se van implementar y así sucesivamente.
- Realizar modificaciones, basadas en la experiencia, al esquema existente de capacitación para implementarlas en sesiones futuras.
- Las recomendaciones serán validadas en las capacitaciones y se agregarán otras que se identifiquen posteriormente.

APOYOS DIDÁCTICOS PARA LA PROPUESTA DE
CAPACITACIÓN

Módulo 1. Planificación del negocio

Ficha 1.1 Pregunta generadora

Pregunta generadora			
Módulo:	Fecha :		
Contenido Temático:	Nombre del Participante:		
Pregunta Generadora	Pregunta Generadora	Pregunta Generadora	Pregunta Generadora
¿Qué planifico de mi negocio y con qué frecuencia?	¿ Cómo planifico mi negocio?	¿Para qué decisiones me sirve la información.?	¿Qué siento que debo mejorar en la forma que lo hago?
Principales hallazgos	Principales hallazgos	Principales hallazgos	Principales hallazgos

Ficha didáctica 1.2 Instrumento de planificación del negocio

Instrucciones con la ayuda del facilitador complete la matriz con las actividades que usted considera realiza en su negocio. Así como otras que tiene proyectadas realizar.

Plan de trabajo

Nombre de la actividad: _____ Periodo de ejecución: _____		
Actividades	Responsable	Duración

Instrucciones: Complete la siguiente matriz con información de las compras que realiza durante una semana.

Nombre de la actividad: Mes:	Nombre de la actividad: Mes:	
Fecha	Detalle del bien adquirido	Total

Ficha didáctica 1.4. Registro de ventas

Instrucciones: Complete la siguiente matriz con información de las ventas realizada durante una semana.

Fecha	Nombre del producto	Total de la venta.

Ficha 1.5 Registro de costos.

Instrucciones: Complete la siguiente matriz con información de los costos durante una semana.

Costos	Total / costo	Total
Costos fijos		
Costos de producción		
Costos de comercialización		
Costos de venta		
Costos de Apoyo		
Costos financieros		
Costos variables		

Ficha didáctica 1.6. Balance de Ingreso y Gastos mensuales

Instrucciones: Complete la siguiente matriz con información referente a los ingreso y egresos de la actividad comercial.

1. INGRESOS	Monto
1.1 Ventas producto o servicio	
1.2 Venta de activos	
TOTAL INGRESOS(ventas)	
2. EGRESOS	
2.1.Inversión Real de la actividad	
2.2 Gastos Generales y Administrativos	
2.5 Amortización e intereses	
2.6. Otros Gastos.	
TOTAL EGRESOS	
RESUMEN DEL MES	
TOTAL INGRESOS	
TOTAL EGRESOS	
RENTABILIDAD O GANANCIA	

Módulo 2. Financiamiento/inversión

Ficha 2.1. Pregunta generadora

Pregunta generadora

Módulo:

Financiamiento/inversión

Fecha :

Contenido Temático:

Nombre del Participante:

Pregunta Generadora	Pregunta Generadora	Pregunta Generadora	Pregunta Generadora
¿Cómo estoy en la actualidad, financiando mi negocio? ¿Con fondos propios o ajenos?	¿Las ganancias de mi negocio me permiten seguir financiándolo, o tengo que buscar dinero para invertir?	¿Siento que estoy manejando adecuadamente el dinero o puedo correr el riesgo de perder la inversión?	¿Dónde puedo adquirir un financiamiento para invertir en mi negocio a un interés razonable que me permita una buena rentabilidad ?

Principales hallazgos

Principales hallazgos

Principales hallazgos

Principales hallazgos

--	--	--	--

Apoyo didáctico: Presentación, Tipos de financiamientos.

https://www.canva.com/design/DAF564hRrdM/Opiwl68Vhu4-xV3KhtCisQ/edit?utm_content=DAF564hRrdM&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Apoyo didáctico: Presentación: La importancia de la tasa de interés en la rentabilidad del negocio.

https://www.canva.com/design/DAF563FQv6o/NkcpOZMpblCt5lnJO_2QWA/edit?utm_content=DAF563FQv6o&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Ficha didáctica 2.4 Ejercicios de autoevaluación.

Instrucciones: a continuación, se presentan unos ejercicios los cuales debe resolver y devolverlos la próxima semana.

Cómo calcular la cuota de un préstamo (principal, tasa de interés, tiempo del crédito)

Instrucciones: De acuerdo a lo estudiado anteriormente se le presentan algunos ejercicios y problemas para que usted resuelva.

1. ¿Qué cantidad de dinero se pagará después de prestar $\text{¢}100.000$ al 18% de interés anual durante dos años? .|_____||_____||

2. Usted recibe un préstamo $\text{¢}300\,000,00$ al 12 % anual, pagadero en un año. para ser pagado. Calcule los intereses y la cuota a pagar en el primer pago.

b. Ilustre en el siguiente matriz mes a mes los siguientes conceptos:

- Saldo inicial o capital	Intereses mensual	Cuota del capital	Cuota a pagar	Saldo final
300 000,00				

$$C = 300\,000,00$$

$$I = 18\% \text{ anual}$$

$$T = 12 \text{ meses}$$

$$\text{Cuota del capital} = 300\,000 \div (1 \times 12) =$$

$$\text{Intereses} = \frac{300\,000 \times 18\%}{100} =$$

$$I \div 12 =$$

$$\text{Total, de la cuota mensual es} = C C + I \div$$

3. Si usted invirtió en el negocio $\text{¢ } 2\,000\,000.00$ y tras un año genero $\text{¢ } 200\,000.00$ de ganancia o utilidades, Cual es la rentabilidad del negocio?

$$(200\,000.00 \div 2\,000\,000.00) \times 100 =$$

4. La Utilidad Bruta: indica cuánto queda de ingresos después de deducir costos de ventas. Calcule cuál es el margen de utilidad bruta, si los ingresos son de $750\,000,00$ colones y la utilidad bruta es de $230\,000,00$ colones.

$$\text{Margen de utilidad bruta} = (\text{utilidad bruta} / \text{ingresos}) \times 100$$

$$\text{Margen de utilidad bruta} = (230\,000.00 / 750\,000.00) \times 100$$

$$\text{MUB} =$$

5. La Utilidad Operativa: muestra cuánto queda después de deducir los gastos operativos. Calcule cuál es el margen de utilidad operativa, si los ingresos son de $500\,000,00$ colones y la utilidad operativa es de $130\,000,00$ colones.

$$\text{Margen de utilidad operativa} = (\text{utilidad operativa} / \text{ingresos}) \times 100$$

$$\text{Margen de utilidad operativa} = (... / ...) \times 100$$

$$\text{Margen de utilidad operativa} =$$

5. La Utilidad Neta: representa la rentabilidad neta de la empresa.

Calcule cuál es el margen de Utilidad Neta, si los ingresos son de $800\,000,00$ colones y la Utilidad Neta es de $120\,000,00$ colones

$$\text{Margen de utilidad neta} = (\text{utilidad neta} / \text{ingresos}) \times 100$$

$$\text{Margen de utilidad neta} = (120\,000 / 800\,000) \times 100$$

Margen de utilidad neta =

6. La rentabilidad del producto muestra cuánto es la ganancia real en la venta del producto una vez deducido los costos.

La rentabilidad del producto = $(\text{Costo del producto} / \text{Valor del producto}) \times 100$

¿Cuál es la rentabilidad del producto si vendo la empanada en 600 colones y el costo del producto es 250 colones?

¿Cuál es la rentabilidad del producto si vendo el kilo de tomate a 1000 colones y lo compré a 5000 colones?

¿Cuál es la rentabilidad del producto si vendo un par de zapatos a 15 000 colones y el costo es de 8 000,00 colones?

Módulo 3. Estructura de costos/mercadeo/ventas

Ficha didáctica 3.1. Pregunta generadora

Actividad: _____ Fecha :

Pregunta Generadora	Pregunta Generadora	Pregunta Generadora	Pregunta Generadora
¿Cómo organizo mi negocio, en función de sus costos de producción, mercadeo y ventas?	¿Para qué decisiones me sirve la información?	¿Siento que debo mejorar la forma en que lo hago?	¿Estoy utilizando una adecuado registro de costos y de mercadeo?

Principales
hallazgos

Principales
hallazgos

Principales
hallazgos

Principales
hallazgos

--	--	--	--

Apoyo didáctico: Presentación Estructura de costos y mercadeo

https://www.canva.com/design/DAF567tTTjA/an0aOoiMVpShoQL_bavflA/edit?utm_content=DAF567tTTjA&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Ficha didáctica 3.2. Registro de estructura de costos.

Instrucciones: Complete la siguiente matriz con información referente a los costos de la actividad comercial.

Módulo 3: Estructura de costos/mercadeo/ventas				
Contenido Temático:				
Concepto	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Mensual
Mano de obra				
Materiales				
Costos indirectos				
Costos fijos				

Resumen Registro de estructura de costos	
Concepto	Costo Mensual
Mano de obra	
Materiales	
Costos indirectos	
Costos fijos	
Total	

Ficha didáctica 3.3. Diagnóstico para una estructura de mercadeo.

Instrucciones: Complete con la información requerida la presente matriz.

Módulo 3: Estructura de costos/mercadeo/ventas	
Contenido Temático:	
Nombre de la actividad:	
Preguntas que me debo plantear para estructura de mercado	Respuestas a las preguntas planteadas.
¿Cuál es su producto o servicio?	
Cuál mercado(s) usted sirve/atiende	
Qué características especiales (únicas) distinguen su producto/servicio del ofrecido por la competencia.	
Cuál es la mejor manera de hacer llegar el producto/servicio a las manos de los clientes	
¿Quiénes son sus clientes?	
Cuál debería ser el precio de su producto/servicio	
Como debería promover (anunciar) su producto/servicio	
¿Cuáles son las tendencias en el mercado objetivo, está cambiando	

Ficha didáctica 3.3 Registro estructura de mercadeo.

Instrucciones: Complete con la información requerida la presente matriz.

Módulo 3: Estructura de costos/mercadeo/ventas		
Contenido Temático:		
Nombre de la actividad:		
Aspectos a considerar	Preguntas	Información obtenida
Objetivo del mercadeo	Aumentar la percepción o el conocimiento que los clientes tienen del producto/servicio que ofrece	
	Aumentar las ventas y los ingresos en un porcentaje determinado; o aumentar el número de clientes.	
Características demográficas del mercado	<ul style="list-style-type: none"> a. Edad b. sexo; c. ocupación; d. nivel de ingreso; e. nivel educativo; f. consumidor final o negocio, del cliente potencial 	
Identificación de la competencia	Negocios que ofrezcan productos o servicios similares a los clientes que usted tiene en mente.	
	Están dentro de su rango de precio.	
	<p>Analice de dos a cuatro de esos negocios respondiendo las siguientes preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de la competencia? b. ¿Cuál es el desempeño de esos negocios en términos de ventas? c. Cómo es la demanda por el producto/servicio? 	

	<p>d. Cuáles son las diferencias y semejanzas entre su producto/servicio y el ofrecido por la competencia?</p> <p>e. Que piensan los clientes acerca del producto/servicio ofrecido por la competencia?</p> <p>f. ¿Existen oportunidades para su negocio dadas las debilidades de la competencia?</p> <p>g. ¿Cómo se puede crear mayor valor para sus clientes?</p> <p>h. ¿Cuál es la estrategia de precios de la competencia?</p> <p>i. ¿Es posible mejorar la estrategia de la competencia?</p>	
Aspectos a considerar	Preguntas	Información obtenida
Describa su producto /servicio	Qué producto ofrece y como se diferencia del ofrecido por la competencia?	
	Cómo perciben los clientes los beneficios del producto/servicio que usted ofrece?	
	Cuáles son algunas de las características especiales de su producto/servicio desde el punto de vista del cliente?	
	Podría el producto generar interés de consumidores sensibles al medio ambiente o seguidores de un estilo de vida saludable?	
	Cómo piensa presentar el producto/servicio a los clientes? Ha aumentado o disminuido la oferta del producto en el mercado?	
	¿Podría el producto generar interés de consumidores sensibles al medio ambiente o seguidores de un estilo de vida saludable?	

Lugar (estrategia de distribución)	Se va a vender directo al consumidor final	
	Qué tan amplia es la distribución del producto.	
	Lugar donde el producto llega a las manos de sus clientes (el lugar donde ellos adquieren el producto). Se va a vender directo al consumidor final (mercadeo directo), o entrega a domicilio, ordenes por correo. Ventas por internet, o ventas en casetas a un lado de la carretera. Considerar el empaque que tendrá el producto se tendrá el producto.	
Estrategia(s) de promoción	Medios que pueden ser usados para comunicar el mensaje deseado incluyendo medios masivos (radio, tv, correo, periódicos, revista, páginas amarillas, vallas publicitarias, etc.), correo directo, contacto personal, asociación comercial, y redes sociales	
	(Facebook, Twitter, Pinterest, etc.).	
Aspectos a considerar	Preguntas	Información obtenida
Desarrollo una estrategia de precios.	Estrategias de precios, tales como precio orientado al costo, precio variable o flexible, y precio relativo. La estrategia de precio orientado al costo se refiere a fijar el precio a un cierto porcentaje, por ejemplo 25 por ciento por encima del costo de producción, o más.	
	La estrategia de precio flexible se refiere a variar el precio de acuerdo al comprador o época del año (estacional).	
	La estrategia de precio relativo es simplemente fijar el precio del producto por encima, debajo o igual que el precio de mercado prevalente.	

	Las estrategias de precio usadas por la competencia.	
Presupuesto de mercadeo	Estimación cuánto tiempo y dinero se desea asignar a las actividades de mercadeo.	

Módulo 4. Formalidad y expansión del negocio y capacidades empresariales que requiero.

Ficha didáctica 4.1. Pregunta generadora

Módulo 4: Formalidad y expansión del negocio y capacidades empresariales que requiero.

Fecha:

Contenido Temático:

Nombre del Participante;

Pregunta Generadora	Pregunta Generadora	Pregunta Generadora	Pregunta Generadora
¿Que necesito saber para formalizar mi negocio?	¿He intento realizar el proceso de formalización y que me lo ha impedido	¿Cómo me siento con respecto operar en la informalidad?	¿La formalización de mi negocio me permitirá expenderlo?

Principales

hallazgos

Principales hallazgos

Principales hallazgos

Principales hallazgos

¿Qué información de mi negocio es la que me permite saber si puedo cubrir los costos de formalización?	Qué otras actitudes, aptitudes y habilidades empresariales son necesarias para la formalización de mi negocio?		
Principales hallazgos	Principales hallazgos	Principales hallazgos	Principales hallazgos

--	--	--	--

Apoyos didácticos: Presentación con los requerimientos para la formalización.

https://www.canva.com/design/DAF563IKoYQ/4X0k5J3ch9YnhzvmTuSFVw/edit?utm_content=DAF563IKoYQ&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Apoyos didácticos: Formularios para la solicitud de patente comercial.

<file:///E:/TRABAJO%20PARA%20ENTREGAR/LINK%20FORMULARIO/FICHA%20DE%20INSPECCION%20DE%20BUENAS%20PRACTICAS%20DE%20MANUFACTURA%20DE%20ALIMENTOS%20Y%20BEBIDAS%20PROCESADOS.htm>

<file:///E:/TRABAJO%20PARA%20ENTREGAR/LINK%20FORMULARIO/DECLARACION%20JURADA%20DE%20INSCRIPCION%20EN%20EL%20REGISTRO%20UNICO%20TRIBUTARIO..htm>

<file:///E:/TRABAJO%20PARA%20ENTREGAR/LINK%20FORMULARIO/DECLARACION%20JURADA%20ACAM.htm>

[file:///E:/TRABAJO%20PARA%20ENTREGAR/LINK%20FORMULARIO/CLASIFICACION%20DE%20ACTIVIDADES%20COMERCIALES,%20INDUSTRIALES%20Y%20SERVICIOS%20REGULADAS%20POR%20EL%20MINISTERIO%20DE%20SALUD%20SEG%20AN%20NIVEL%20DE%20RIESGO%20SANITARIO%20Y%20AMBIENTAL.%20\(BASADO%20EN%20CAECR-2011-CIIU%20VERSION%204\).htm](file:///E:/TRABAJO%20PARA%20ENTREGAR/LINK%20FORMULARIO/CLASIFICACION%20DE%20ACTIVIDADES%20COMERCIALES,%20INDUSTRIALES%20Y%20SERVICIOS%20REGULADAS%20POR%20EL%20MINISTERIO%20DE%20SALUD%20SEG%20AN%20NIVEL%20DE%20RIESGO%20SANITARIO%20Y%20AMBIENTAL.%20(BASADO%20EN%20CAECR-2011-CIIU%20VERSION%204).htm)

<file:///E:/TRABAJO%20PARA%20ENTREGAR/LINK%20FORMULARIO/TR%20MITE%20DE%20CERTIFICACION%20DE%20NO%20USO%20ACAM.htm>

<file:///E:/TRABAJO%20PARA%20ENTREGAR/LINK%20FORMULARIO/INSTRUCTIVO%20COMRA%20DE%20TIMBRES%20DIGITAL.htm>

<file:///E:/TRABAJO%20PARA%20ENTREGAR/LINK%20FORMULARIO/FORMULARIO%20RESOLUCION%20DE%20USO%20DE%20SUELO.htm>

<file:///E:/TRABAJO%20PARA%20ENTREGAR/LINK%20FORMULARIO/FORMULARIO%20UNICO%20SIMPLIFICACION.htm>

<file:///E:/TRABAJO%20PARA%20ENTREGAR/LINK%20FORMULARIO/GU%C3%8DA%20DE%20INSPECCION%20PARA%20SERVICIOS%20DE%20ALIMENTACION%20A%20PUBLICO.htm>

<file:///E:/TRABAJO%20PARA%20ENTREGAR/LINK%20FORMULARIO/FORMULARIO%20UNICO%20PARA%20SOLICITUDES%20DE.htm>

<file:///E:/TRABAJO%20PARA%20ENTREGAR/LINK%20FORMULARIO/FORMULARIO%20UNIFICADO%20DE%20SOLICITUD%20DE%20PERMISO.htm>

Ficha didáctica 4.2. Ejercicio de Autoevaluación

Instrucciones: A continuación, se le presenta una matriz incompleta con los requerimientos necesarios para la formalización de la actividad comercial. Escriba en el espacio la información correspondiente:

Módulo 4: Formalidad y expansión del negocio y capacidades empresariales que requiero.			
		Fecha :	
Contenido Temático:		Nombre del Participante;	

Institución	Trámite	Costo	Tiempo
	Timbres Municipales	¢200,00	
Banco de Costa Rica.	Pago de entero de timbres (fiscales y archivo)	¢100,00	
	Fotocopia de Cédula de Identidad	¢100,00	1 día hábil
Municipalidad de Nicoya-Correos de Costa Rica	En caso de sociedades, aportar personería jurídica		1 día hábil
	Póliza de Riesgo: Tramitar ante el Instituto Nacional de	¢15,000,00	1 día hábil

	Seguros (INS)		
Trámite con el arrendador		Sujeto al contrato de arrendamiento	1 día hábil
Ministerio de Hacienda		Gratuito	1 día hábil
	Uso de suelo	Gratuito	3 a 5 días hábiles (digital) 5 a 8 días hábiles (físico)
Asociación de Compositores y Autores Musicales		Para exoneración no hay costo, y para autorización ¢40,000,00	5 a 8 días hábiles
Ministerio de Salud	.	El cual tiene un valor según el tipo de riesgo: A: \$100 B: \$50. C: \$30 Pymes: \$20.	10 días hábiles
Municipalidad	Patente comercial	¢39 200,70	

Ficha didáctica 4.3 Registros de costos promedio proyectados para la formalización.

5.2 Recomendaciones

5.2.1 Objetivo específico: Desarrollar un diagnóstico en los vendedores informales para identificar la rentabilidad actual de su negocio, fuentes de financiamiento, capacidades empresariales y percepción sobre las actividades informales.

Elaborar de un diagnóstico para el diseño de un programa de fortalecimiento para el tránsito a la formalidad, el cual identifique recursos institucionales que se puedan vincular para el desarrollo de infraestructura y desarrollo de capacidades empresariales.

Que el gobierno local, en alianza con otras instituciones públicas y organizaciones no gubernamentales, promuevan la creación de un programa para subsanar la situación de brechas que tienen los vendedores informales. Asimismo, levantar un censo de todos los vendedores informales de acuerdo con la actividad económica que realizan, para contar con criterios adecuados de priorización y definir las políticas necesarias para la promoción económica y social de este grupo. Además, establecer criterios de entrada, de permanencia y de salida del programa de esta población.

5.2.2 Objetivo 2. Identificar los requerimientos legales para el funcionamiento de la formalidad en la estimación de costos y tiempos requeridos.

Diseñar una política pública que permita las ventas ambulantes, al financiar con fondos públicos la generación de inocuidad y criterios establecidos por el Ministerio de Salud, para otorgar permisos de venta en calle como lo hace otras municipalidades en el país.

Establecer en la planificación urbana los espacios públicos donde se construyan inversiones de bajo monto a disposición de este tipo de actividades. Valorar carritos móviles tipo *food truck* y carritos móviles de ventas de mercadería (como otra alternativa de inversión que puede ser financiada a mediano plazo al vendedor).

Comprar un terreno para la construcción de la infraestructura necesaria, por parte de la Municipalidad, con el objetivo de reubicar a los vendedores que desarrollan sus actividades en el

espacio público, al otorgar la titularidad de los locales, desde el inicio, a cada uno de los participantes, para generar sentido de pertenencia y que sean ellos quienes mantengan en buen estado el entorno comercial, como una alternativa frente a la problemática de uso del espacio público y a sus condiciones laborales y, de esta forma, subastar el requisito del uso de suelo, para la adquisición de la patente comercial.

A partir del diagnóstico, establecer una escala mínima de actividad por tipo de negocio, con el propósito de desarrollar una estrategia escalonada de fortalecimiento dirigida a los vendedores informales, para el pago de los impuestos de la formalización. Es decir, a medida que alcanzan el volumen de actividad, poco a poco, se incrementan taran las tasas reales y los pagos de las tarifas.

5.2.3. Objetivo 3. Elaborar una proyección de la inversión inicial y operacional requerida en una transición a la formalidad, según tipo de actividad.

Frente a los costos de formalización, se recomienda a los vendedores informales que incrementen las ventas, reduzcan los costos operativos y mejoren la productividad, sin descuidar la calidad del producto. Esto a través de capacitaciones que les permitan adquirir los conocimientos y las destrezas necesarias para realizarlo, de manera que con el incremento en la rentabilidad del negocio puedan realizar la formalización del negocio.

5.2.4. Objetivo 4. Diseñar una propuesta de capacitación para el desarrollo de las capacidades empresariales en los vendedores informales, que permita la transición de la actividad comercial que realizan a la formalidad.

Presentar la propuesta de capacitación a los vendedores informales para que sea validada y así determinar su viabilidad para, posteriormente, ser implementada y empoderar a este grupo para que formalicen la actividad comercial e incrementen sus ganancias mediante el fortalecimiento del negocio. Además, brindar seguimiento a la implementación, para verificar los resultados obtenidos y cómo los vendedores informales están poniendo en práctica los conocimientos adquiridos.

REFERENCIAS

- Alarcón, L. y Muñoz, Ch. (2019). Ventas callejeras en el espacio público ¿Víctimas o victimarias? *Ambiente Jurídico*. Centro de investigaciones socio jurídicas 22, 129-145. file:///C:/Users/Actualizada/Downloads/Dialnet-VentasCallejerasEnElEspacioPublico-7681271%20(3).pdf
- Almanza Ramírez, P. A. & Correal Castro, G. P. (2016). Capacitación administrativa, contable y de emprendimiento para los vendedores informales de la tienda de Homecenter. https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1911&context=adminstracion_de_empresas
- Bernal, C. A. (2006). *Metodología de la investigación. Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: Pearson Educación.
- Cabezas Mejía, E.D, Andrade Naranjo, D y Torres Santamaría, J (2018) *La metodología de la investigación científica*. Universidad de las Fuerzas Arma. Ecuador
- Castellano, A M 2017. La Investigación Acción Participativa (IAP): entre la vivencia y el compromiso Interacción y Perspectiva. *Revista de Trabajo Social* Vol. 7 No 2/ - pp. 220-232. file:///C:/Users/Actualizada/Downloads/22925-Texto%20del%20art%C3%ADculo-34904-1-10-20171016%20(1).pdf
- Creswell, John W, (2017) *Investigación Cualitativa y Diseño Investigativo*. <https://academia.utp.edu.co/seminario-investigacion-II/files/2017/08/INVESTIGACION-CUALITATIVACreswell.pdf>
- Chaves Barboza, E., & Rodríguez Miranda, L. (2018). Análisis de confiabilidad y validez de un cuestionario sobre entornos personales de aprendizaje (PLE). *Revista Ensayos Pedagógicos*, 13(1), 71-106. <https://doi.org/10.15359/rep.13-1.4>.
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos*, Editorial McGrawhill. Planeación Estratégica. II/files:///C:/Users/win10/Downloads/Administracion-de-recursos-humanos.-El-capital-humano.pdf. México.

- Chiavenato, I. & Sapiro, A. (2017). Evolución del pensamiento estratégico. McGraw-Hill Interamericana <https://www.studocu.com/pe/document/universidad-tecnologica-del-peru/marketing/planeacion-estrategica-chiavenato-y-sapiro-capitulo-1-y-2/8322554>
- Eizagirre, M., & Zabala, N. (S.f.). Diccionario de Acción Humanitaria y Cooperación al Desarrollo. Obtenido de <http://www.dicc.hegoa.ehu.es>:
<http://www.dicc.hegoa.ehu.es/listar/mostrar/132>
- Gabith M, Fernández Quispe C, Tapia Muñoz M; Dante Ayaviri, N, Villa Villa M; Borja Lombeida, M E. y Lema Espinoza M. (2018). Causas del comercio informal y la evasión tributaria en ciudades Intermedias. *Revista Espacios*. Vol.39, (N^a 41), p.p 118 -119.
- García Guilianny, J E; Duran, Sonia E; Cardeño Pórtela, E; Prieto Pulido, R; García Cali, E; Marcano, Annherys P. (2017). Proceso de planificación estratégica: Etapas ejecutadas en pequeñas y medianas empresas para optimizar la competitividad. *Revista Espacios*. Vol. 38 (N^o 52) p. 16. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n41/a18v39n41p04.pdf>
- Guzmán, C, y Saucedo, C (2015). Experiencias, vivencias y sentidos en torno a la escuela y a los estudiantes. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, Vol. 20., núm. 67, pp. 1019-1054. Consejo Mexicano de Investigación Educativa, A.C. Distrito Federal, México. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14042022002>
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2015). *Metodología de la investigación*. Distrito Federal, México: Editorial Mc Graw Hill.
- Herrera, D. (2022). Análisis prospectivo sobre trabajo informal, venta ambulante y seguridad social en San José, C.R. para el periodo 2020-2025. *Yulök Revista de Innovación Académica*. 6 (1), 10-27. <https://doi.org/10.47633/yulk.v6i1>.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (04 de noviembre de 2021). <https://inec.cr/>. Obtenido de <https://inec.cr/>: <https://inec.cr/noticias/tasa-desempleo-153-ciento>
- Kotler, P, Armstrong, G, y Mues Zepeda, A. (2013) Fundamentos de Marketing.. Ed. México: Pearson Educación, Print. <file:///C:/Users/win10/Downloads/Libro%20Marketing%20-%20decimo%20cuarta%20edicio%CC%81n.pdf>.

- Lanero, A., Vázquez, J.-L., & Muñoz-Adánez, A. (2014). Un modelo social cognitivo de intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios. *Anales de Psicología / Annals of Psychology*, 31(1), 243–259. <https://doi.org/10.6018/analesps.31.1.161461>
- Ley 8262 de 2002. Por la cual se crea la Ley para el Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresa, 2 de mayo del 2002. La Gaceta N 229
- Ley 8700 de 1997. Por la cual se crea la PAI. 28 de noviembre del 1997. La Gaceta No 225.
- Ley No 8634 del 2008. Por la cual se crea el Sistema de Banca Desarrollo. 23 de abril del 2008. La Gaceta No. 528.
- Ley 8662 (Ley No 8262 del 2002. Por la cual se crea FODEMIPYME. 4 de marzo del 2002. La Gaceta No. 299.
- Ley Nª 9274, 2015. 9 de marzo del 2015. Por la cual el INA aparece como colaborador del SBD. La Gaceta No. 299.
- Ley 9635 de 2010. Por la cual se exonera el pago de impuesto sobre la renta en forma escalonada a las PYMES. 21 de setiembre del 2010. La Gaceta N 125.
- Ley para el Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresa. 2 de mayo del 2002. La Gaceta N 229.
- Makadok, R. (2020). Toward a synthesis of the resource-based and dynamic-capability views of rent creation. *Strategic management journal*, 387-401.
- Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica. (2020). Índice Cantonal de Envejecimiento: 2015, 2020 y 2025. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Atlas de Desarrollo Humano Cantonal 2020: Costa Rica. <https://www.cr.undp.org/content/costarica/es/home/atlas-dedesarrollohumano-cantonal.htm>.
- Ministerio de Economía, Industria, Comercio. (2019). ¿Como Emprender un Negocio? <https://www.meic.go.cr/meic/documentos/n5cw3f2v1/Como%20Emprender%20un%20Negocio.pdf>
- Ministerio de Economía, Industria, Comercio & Oficina Internacional de Trabajo. (2019). Manual para las personas emprendedoras de Costa Rica. https://www.meic.go.cr/meic/documentos/08k2mt84w/Manual_PersonasEmprendedorasC3R300519.pdf.

- Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica. (2018). Índice de Desarrollo Social. San José, Costa Rica. [https:// www.mideplan.go.cr/indice-desarrollo-social](https://www.mideplan.go.cr/indice-desarrollo-social).
- Muñoz Rocha C, (2015) *Metodología de la investigación*. Oxford University Press México. https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/912
- Observatorio del Comercio Ilícito. (2021) El comercio ilícito en Costa Rica representó el 2.6 % de su PIB, en 2021. <https://alaset.org/2023/08/16/el-comercio-ilicito-en-costa-rica-represento-el-2-6-de-su-pib-en-2021/>
- Organización Mundial del Trabajo. (30 de abril, 2018). *La economía informal emplea más de 60 por ciento de la población activa en el mundo, según la OIT*. https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_627202/lang--es/index.htm
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). *Formalización de la economía informal: Esfera de importancia decisiva*. (GB.325.POL.1.1). Ginebra: 2015.
- Oviedo Rodríguez, J y González González, M, (2016). Formación y desarrollo de habilidades técnicas en el bachillerato técnico. *Revista Didasc@lia*: Vol. VII. Número 3, p. 245. <https://www.studocu.com/row/document/university-of-northern-bahr-el-ghazal/trash-course/dialnet-formacion-ydesarrollo-de-habilidades-tecnicas-en-el-bachi-6651448/65898648>
- POLIS (2021) *Intervenciones para trabajadores informales en el espacio público: Una construcción colectiva para atender un problema olvidado*. [Datos en Breve No. 42].: www.icesi.edu.co/polis/publicaciones/datos-en-breve.php
- Tashakkori, A. y Teddlie, C. [Eds.]. (2003). *Manual de métodos mixtos en investigación social y del comportamiento*. Thousand Oaks: Sage Publications. <http://books.google.co.cr/books?hl=es&l>
- Terrazas Pastor, R A (2016) *Modelo de gestión financiera una organización perspectivas*, núm. 23, enero-junio, pp. 55-72 Universidad Católica Boliviana San Pablo Cochabamba, Bolivia. <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942159005.pdf>.

- Sánchez Ballesta, J P. (2002). “Análisis de Rentabilidad de la empresa”. Colecciones Digitales UDLAP <http://catarina.udlap.mx> › vera› bibliografía.
- Sánchez, H. y Reyes, C. (2015). *Metodología y Diseños en la Investigación Científica*. Lima: Business Support.
- Robbins, S; Judge, T. (2009). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson Educación.
- Saldarriaga Díaz, J. M., Vélez Zapata, C., & Betancur Ramírez, G. (1). Estrategias de mercadeo de los vendedores ambulantes. *Semestre Económico*, 19(39), 155-172.
<https://doi.org/10.22395/seec.v19n39a7>
- Sánchez Ballesta, J P (2002): *Análisis de Rentabilidad de la empresa, Análisis contable*.
<http://www.5campus.com/leccion/anarenta>.
- Valle, P. (2020). La planificación financiera. una herramienta para el logro del os objetivos empresariales. *Universidad y Sociedad*, 12(3), 160-166.
<http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n3/2218-3620-rus-12-03-160.pdf>
- Velásquez Pinto, M. D. (2021). La protección social de los trabajadores informales ante los impactos del COVID-19. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/46753-la-proteccion-social-trabajadores-informales-impactos-covid-19>
- Zapata, F y Rondan, V. 2016. *La Investigación Acción Participativa: Guía conceptual y metodológica del Instituto de Montaña*. Lima: Agencia de los Estados Unidos para el desarrollo Internacional (USAID).
- Zavala, E. y Vélez, M. (2021). *¿Qué habilidades blandas necesitarán las pymes este 2023?*
https://menudasempresas.com/que-habilidades-blandas-necesitaran-las-pymes-este2023/?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=que-habilidades-blandas-necesitaran-las-pymes-este-2023.

ANEXOS

ANEXO 2. *Entrevista aplicada a vendedores informales del distrito central de Nicoya, Guanacaste*

Entrevista Semiestructurada

Instrucciones: Conteste las siguientes preguntas con responsabilidad y honestidad de acuerdo a las experiencias de vida con las que usted cuenta como vendedor informal del distrito central

Número de entrevista:

Actividad comercial:

1. Información general.

A continuación, se le solicita información respecto a su persona y a la actividad comercial que realiza de forma informal.

1. Información sociodemográficos

1.1 Edad:

De 25 a menos de 30: _____

De 30 a menos de 35: _____

De 35 a menos de 40: _____

De 40 a menos de 45: _____

1.2 Lugar de residencia actual: _____

1.3 Escolaridad:

Primaria incompleta: ____

Secundaria completa: _____

Primaria completa: ____

Universitaria incompleta; _____

Secundaria incompleta; ____

Universitaria completa; _____

Otra, especifique: _____

2. Información de la actividad comercial.

2.1 ¿Hace cuantos años desempeña esta actividad?

2.2 ¿Por cuál razón usted dio inicio a esta actividad?

2.3 ¿Qué productos usted ofrece?

2.4 ¿Siempre usted ha vendido lo mismo?

2.5 Cuántos días a la semana realiza esta actividad?

Objetivo 1. Desarrollar un diagnóstico en los vendedores informales para identificar la rentabilidad actual del, las fuentes de financiamiento negocio, las capacidades empresariales y la percepción sobre sus actividades informales.

1.1. Rentabilidad del negocio.

Instrucciones: Identifique en el siguiente cuadro las ventas y gastos diarios de operación de su negocio de un día bueno y uno malo

Elementos de operación	Día bueno	Día malo
Gastos:		
Insumos:		
Qué insumos		
Cantidad comprada		
Mano de obra:		
Preparación		
Ventas:		

Cantidad		
Precio por unidad		

1.2 Financiamiento

¿Ha tenido usted que recurrir a pedir dinero prestado para realizar esta actividad, si la respuesta es sí nombre la fuente de financiamiento?

¿Cuáles fueron las fuentes de Financiamiento a las que tuvo que recurrir?

Cuánto dinero tuvo que solicitar

¿A qué plazo se establecido pagar el préstamo?

Con qué frecuencia suele recurrir a préstamos para su actividad

¿Cuál es la tasa de interés fijada mensual, semana o por día?

1.4 Capacidades empresariales

Se refiere a las capacidades predominantes que poseen los vendedores informales para de desarrollar su negocio.

Instrucciones: de acuerdo a los indicadores que se le presentan en el siguiente cuadro escriba en el espacio correspondiente sí o no, según corresponda.

Actitudes	Posee	Deseo desarrollar o mejorar	Justificación
Ordenado			
Amable con la gente			

Facilidad de palabra			
Preocupado por dar mejor producto.			
Evalúa resultados de las ventas para mejorar			
No pierde la paciencia con clientes difíciles			
Aptitudes:	Posee	Deseo desarrollar o mejorar	Justificación
Planifica las compras en función de las ventas.			
Considera las críticas o recomendaciones de mejora de sus clientes con relación a sus productos			
Lleva registro de lo que planifica y lo que vende.			

Introduce cambios o mejoras en sus productos.			
Habilidades empresariales	Posee	Deseo desarrollar o mejorar	Justificación
Habilidad para la Gestión de la Planificación			
Habilidad para la Gestión Administrativa y de mercadeo			
Habilidad para la Gestión Financiera			
Habilidad para la Gestión Tecnológica			

1.4 Percepción de los vendedores informales.

Se refiere a la percepción de los vendedores informales sobre sus mismas actividades, conocer el pensar y experiencias.

¿Usted se siente satisfecho siendo vendedor informal?

¿Qué opina su familia acerca de que usted sea vendedor callejero?

¿Cuál es su percepción de las ventajas de desempeñarse informalmente?

¿Qué tipo de problemas legales ha tenido mientras se desempeña como vendedor informal?

¿Qué tipo de beneficios considera usted que este sector puede brindarle al pueblo de Nicoya?

Objetivo 2, Identificar cuáles son las principales causas que intervienen en el proceso de formalización de sus actividades económicas.

1. ¿Ha intentado formalizarse?

Sí () No ()

Justifique:

2. Si en la pregunta anterior su respuesta fue NO, ¿Mencione las razones por las cuáles usted no ha decidido hacer el intento?

3. ¿Conoce cuáles son los requisitos para funcionar en la formalidad?

Sí () No ()

Justifique:

Marque con una X cuáles de los siguientes requisitos institucionales son de mayor dificultad para usted poder calificar

Municipalidad de Nicoya	Ministerio de Hacienda	Caja Costarricense del Seguro Social	Instituto Nacional de Seguros	Inscripción de Notario Público	Ministerio de Salud Permiso Sanitario de Funcionamiento
() Permiso de Uso de Suelo () Patente o licencia comercial	() Inscripción ante el Ministerio de Hacienda	() Registro ante la CCSS como Trabajador(a) Independiente, Patrono(a) o ambos.	() Póliza de Riesgos del Trabajo		() Permiso Sanitario de Funcionamiento () Declaración Jurada

Objetivo 3, cuantificar los ingresos y los gastos (diarios, semanales y mensuales) de los vendedores informales y determinar su margen bruto.

FLUJO PROYECTADO INVERSIONES NUEVAS					
1. INGRESOS	Semana 0	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
ventas producto o servicio					
venta de activos (Cierre del proyecto)					
TOTAL INGRESOS(ventas)					
2. EGRESOS					
Inversión Inicial					
2.1 Gastos Generales y Administrativos					
2.5 Amortización					
2.6 Intereses					

ANEXO 3. Instituciones que apoyan a las pymes en Costa Rica

Institución	Los servicios incluyen:	Servicios dirigidos a:
Cámara de Comercio de Costa Rica	Capacitación, Asesoría, Asistencia Técnica, Acompañamiento, Mentaría	Personas emprendedoras, Micro empresas, Pequeñas empresas, Medianas empresas
Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología	Capacitación, Asesoría, Programas a la medida	Personas emprendedoras.
Colegio Universitario de Cartago	Capacitación, Asesoría, Asistencia Técnica	Personas emprendedoras, Pequeñas empresas
Asociación Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica	Capacitación, Acompañamiento, Servicios financieros, Fondos de capital semilla de SBD.	Personas emprendedoras, Micro empresas, Pequeñas empresas.
Cámara de Tecnologías de Información y Comunicación (CAMTIC)	Capacitación, Asesoría, Asistencia Técnica, Acompañamiento, Mentaría.	Personas emprendedoras, Micro empresas, Pequeñas empresas, Medianas empresas
Universidad Estatal a Distancia.	Capacitación, Asesoría, Asistencia Técnica, Acompañamiento, Mentoría, Prototipado.	Personas emprendedoras, Micro empresas, Pequeñas empresas, Medianas empresas, Otro
Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER)	Capacitaciones en comercio exterior; Información de potencial de mercados, tendencias y otros; Asesorías; Acompañamiento en el exterior con ferias, agendas, otros.	Personas emprendedoras; Micro empresas.

Fondo para el Desarrollo de la Micro Pequeña y Mediana Empresa (FODEMIPYME)	Crédito, Garantías, apoyo no financiero.	Micro, pequeñas y medianas empresas
Bolsa Nacional de Valores S.A.	Capacitación y asesoría.	Medianas y grandes empresas
Universidad Fidélitas	Capacitación, Asesoría, Asistencia Técnica.	Personas emprendedoras, Micro empresas, Pequeñas empresas
Cámara de Industrias de Costa Rica	Capacitación, Consultoría, Asesoría, Asistencia Técnica, Acompañamiento.	Micro empresas, Pequeñas empresas, Medianas empresas.
Razón Social: Banco Bac San José, S.A. Nombre Comercial: BAC Credomatic"	Capacitación, Asesoría, Asistencia técnica, Acompañamiento, Servicios financieros.	Personas, emprendedoras, Micro empresas, Pequeñas empresas, Medianas empresas.
Pymes de Costa Rica	Capacitación, Consultoría, Asesoría, Acompañamiento.	Micro empresas, Pequeñas empresas, Medianas empresas
Alianza Empresarial para el Desarrollo	Acompañamiento en temas ambientales, sociales y de gobernanza. Fondos no reembolsables y capacitación para mujeres emprendedoras y empresarias. Acompañamiento, Servicios financieros, Fondos de capital semilla de SBD	Personas emprendedoras, Micro empresas, Pequeñas empresas
Asociación Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica	Capacitación, Asesoría, Acompañamiento, Servicios	Personas emprendedoras, Micro empresas, Pequeñas empresas.

	financieros, Fondos de capital semilla de SBD.
Cámara Nacional de Turismo	Los servicios incluyen: Micro empresas, Pequeñas Capacitación, Asesoría, empresas, Medianas empresas Asistencia Técnica, Acompañamiento, Servicios financieros.

Fuente: MEIC, 2022.

ANEXO 4. *Distribución por criterios de frecuencias acumulada y relativas respecto a las actitudes empresariales que poseen o desean mejorar los vendedores informales*

Actitudes	Capacidades que poseen		Capacidades que necesitan desarrollar o mejorar	
	fa	fr	fa	fr
Ordenado	16	80%	4	20%
Amable con la gente.	19	95%	1	5%
Facilidad de palabra.	17	85%	3	15%
Preocupado por dar mejor producto	7	35%	13	65%
Evalúa resultados de las ventas para mejorar	10	50%	10	50%
No pierde la paciencia con clientes difíciles	19	95%	1	5%
TOTAL	15	75%	5	25%

Nota: Interpretación de los criterios de frecuencias absolutas y relativas de los criterios capacidades empresariales. Fuente: Vendedores informales, del distrito central de la ciudad de Nicoya, 2022.

Simbología

Fa= Frecuencia absoluta

Fr= Frecuencia relativa

ANEXO 5. *Distribución por criterio de las frecuencias absolutas y relativas con respecto a las aptitudes empresariales que poseen o desean mejorar los vendedores informales*

Aptitudes	Posee		Deseo desarrollar o mejorar	
	fa	fr	fa	fr
1. Planifica las compras en función de las ventas	16	80%	4	20%
2. Considera las críticas o recomendaciones de mejora de sus clientes con relación a sus productos	18	90%	2	10%
3. Lleva registro de lo que planifica y lo que vende	5	25%	15	75%
4. Introduce cambios o mejoras en sus productos	6	30%	14	70%
5. Trata de que sus productos sean mejores que los de la competencia	10	50%	10	50%
Promedio	11	55	9	45%

Nota: Interpretación de los criterios de frecuencias absolutas y relativas de los criterios aptitudes empresariales. Fuente: Vendedores informales, del distrito central de la ciudad de Nicoya, 2022.

Simbología

Fa= Frecuencia absoluta

Fr= Frecuencia relativa.

ANEXO 6. *Distribución por criterios de frecuencias absolutas y relativas de las capacidades empresariales que poseen o desean mejorar los vendedores informales*

Habilidades Técnicas	Posee		Deseo desarrollar o mejorar.	
	fa	fr	fa	fr
1. Habilidad para la Gestión de la Planificación	6	30%	14	70%
2. Habilidad para la Gestión Administrativa y de mercadeo.	5	25%	15	75%
3. Habilidad para la Gestión Financiera.	3	15%	17	85%
4. Habilidad para la Gestión Tecnológica.	0	0%	20	100%
5. Habilidad para la Gestión para la innovación, calidad y competitividad.	4	20%	16	80%
Promedio	4	20%	16	80%

Nota: Interpretación de los criterios de frecuencias absolutas y relativas de los criterios habilidades técnicas. Fuente: Vendedores informales, del distrito central de la ciudad de Nicoya, 2022.

Simbología

Fa= Frecuencia absoluta

Fr= Frecuencia relativa.

ANEXO 7. *Evidencia de la validación de la propuesta para el plan de capacitación de los vendedores informales, Nicoya Guanacaste*

[ANEXO 6. APOYOS DIDACTICOS VALIDADOS.pdf](#)