



**Universidad Latina de Costa Rica
Sede Ciudad Neily**

**Carrera:
Licenciatura en Administración de Negocios**

Trabajo Final de Graduación

**Tema:
Aspectos de administración general que afectan el desarrollo de las Pymes
en el cantón de Osa (distritos de Palmar y Sierpe) durante los meses de julio
a diciembre del año 2019**

**Autor:
Karla Arias Cordero**

Ciudad Neily, Julio 2019

Má. 2019



(TFG ER08)

TRIBUNAL EXAMINADOR

Esta tesis fue aprobada por el Tribunal Examinador de la carrera de **Administración de Negocios**, requisito para optar por el grado **Licenciatura**.

Lic. Henry Granados Gamboa
Tutor

Lic. Gilberto Esteban Cano Tapia
Lector

Lic. José Antonio Araya Godínez
Lector quien Preside

VERIFICACION DEL TRIBUNAL EXAMINADOR

NOMBRE DE DIRECTOR DE CARRERA

FECHA

FIRMA



Sello de la Escuela
**Universidad
LATINA**
SEDE
CIUDAD NEILLY

DECLARACIÓN JURADA

(TFG E#07)

Yo, Karla Arias Cordero estudiante de la Universidad Latina de Costa Rica, declaro bajo la fe de juramento y consciente de las responsabilidades penales de este acto, que soy Autor Intelectual de la Tesis / Proyecto de Grado titulada (o):

Aspectos de administración general que afectan el desarrollo de las Pymes en el cantón de Osa (distritos de Palmar y Sierpe) durante los meses de julio a diciembre del año 2019.

Por lo que libero a la Universidad de cualquier responsabilidad en caso de que mi declaración sea falsa.

Es todo, firmo en Palmar Norte de Osa, Puntarenas a los 18 días del mes de enero del año 2020.



Firma

Karla Arias Cordero

Nombre sustentante

115900227

Cédula sustentante

Agradecimientos

A Dios por la sabiduría, la fortaleza, la misericordia y el amor que me demuestra todos los días.

A mi mamá, Carmen Lidia Cordero por ser tan amorosa, por ser la mejor madre que Dios me pudo haber dado y por su constante apoyo en mi camino.

A mi papá por todo el soporte que me brindó durante su vida, por ser mi héroe y porque aún hoy que no está físicamente conmigo, su ejemplo sigue en mi corazón y me motiva a luchar fuerte por mis objetivos.

A mi hermano Eddier Arias por sus palabras de motivación y su ayuda, porque fue un buen hermano y su cariño permanecerá en mi memoria para siempre.

A mis hermanas, Grettel, Lidia y Karen Arias Cordero, por ser protagonistas e incondicionales conmigo siempre.

A Dago por todo el apoyo, el cariño y la compañía durante este tiempo.

Y finalmente a todos mis amigos (as), quienes han sido un pilar importante para mí.

Dedicatoria

A mi familia, Lidier, Carmen Lidia, Eddier, Grettel, Lidia, Karencita y a mis sobrinos por ser mi motivación, apoyo incondicional y ejemplo de lucha para crecer personal y profesionalmente. El fruto de este esfuerzo es para ustedes, con mucho cariño.

Resumen ejecutivo

Este estudio denominado “Aspectos de administración general que afectan el desarrollo de las Pymes en el cantón de Osa (distritos de Palmar y Sierpe) durante los meses de julio a diciembre del año 2019” incluye un estudio que consta de cinco capítulos a saber:

Dentro del primer capítulo se hace referencia a las generalidades de la investigación, donde se abordan los antecedentes de las Pymes en el ámbito internacional, nacional y local. También se aborda la justificación, el problema de investigación, los objetivos que se desean alcanzar, los alcances y las restricciones que pueda tener este estudio.

En el segundo capítulo se desarrolla el marco teórico que incluye la parte conceptual y el sustento científico de este proyecto. Los temas planteados se relacionan con cada uno de los objetivos. En este caso concepto de Pyme, la capacitación y la evolución de ésta a lo largo del tiempo, la capacidad financiera que es un punto para tomar en cuenta a la hora de realizar las capacitaciones. La tecnología en las Pymes es otro tema y cómo estas ayudan a optimizar los procesos; las necesidades de innovación en los productos y servicios que se ofrecen en el mercado y las vías de comunicación mediante las cuales se dan a conocer esos productos a los clientes.

También, en este capítulo se desarrolla la segunda variable llamada “factores que influyen en el desarrollo de las Pymes” y los conceptos más importantes que se encuentran ligados a la misma, como lo es la Planeación estratégica, el control financiero, el entorno económico y las alianzas estratégicas más favorables que pueda realizar una empresa para que tenga un desarrollo óptimo en las actividades que desempeña.

En el tercer capítulo se lleva a cabo el marco metodológico en el que se define el tipo de investigación a realizar, que en este caso aplican tres tipos de investigación (exploratoria, descriptiva y correlacional). Además, se hace referencia a los sujetos y fuentes de investigación utilizados para efectos de este estudio, así como las variables utilizadas (aspectos de administración general y desarrollo de las Pymes del cantón de Osa).

Dentro de la metodología se encuentra la técnica a utilizar que es la encuesta y se describen los instrumentos de investigación que constan de entrevistas, cuestionarios y observación para recopilar los datos necesarios para darle validez al estudio.

El cuarto capítulo incluye todo lo relacionado con los hallazgos de la investigación para el cual fue necesario el trabajo de campo y la aplicación de las herramientas utilizadas para la recolección de la información que proporcionó sustento al proyecto. En este apartado se desarrolló el análisis de los datos suministrados por las Pymes y las personas que las conforman, posteriormente se

llevó a cabo la interpretación de dichos hallazgos para los cuales se utilizaron gráficos y tablas que permitieron una mejor comprensión de los resultados arrojados por este estudio.

Finalmente, en el quinto capítulo se abordaron las conclusiones y recomendaciones en donde se realizó un breve resumen de los resultados de cada variable incluida en los objetivos de la investigación. También, gracias a los datos obtenidos en el estudio, la investigadora tuvo criterio para proponer y a su vez aportar las recomendaciones consideradas como más influyentes para las Pymes en las áreas analizadas.

Índice de contenidos

Hoja del Tribunal Examinador	ii
Declaración Jurada	iii
Agradecimientos.....	iv
Dedicatoria	iv
Resumen ejecutivo	v
1. I Capítulo: Generalidades de la investigación	2
1.1. Antecedentes del problema de estudio	2
1.1.1. Las Pymes a nivel mundial.....	2
1.1.2. Las Pymes en Costa Rica	3
1.1.3. Pymes en el Cantón de Osa.....	4
1.2. Justificación.....	5
1.3. Planteamiento del problema.....	6
1.4. Objetivos	7
1.4.1. Objetivo general	7
1.4.2. Objetivos específicos.....	7
1.5. Alcances y delimitaciones	8
1.5.1. Geográficas	8
1.5.2. Temporal	8
1.5.3. Temática.....	9
1.6. Restricciones y/o limitantes	9
2. II Capítulo: Marco teórico	11
2.1. Concepto de Pyme	11
2.2. Normativa que apoya a las Pymes en Costa Rica.....	11
2.2.1. Ley N° 8262.	11
2.2.2. Ley N° 8634.	12
2.2.3. Decreto N° 39295.	13
2.2.4. Decreto N° 37168.	14
2.2.5. Decreto N° 33305.	16
2.2.6. Decreto N°39278-MEIC.	16
2.2.7. FODEMIPYME.....	17
2.3. Capacitación de los colaboradores.....	18
2.3.1. Capacidad financiera	21

2.4.	Deficiencias tecnológicas	22
2.5.	Necesidades de innovación.....	23
2.6.	Medios de comunicación	26
2.7.	Factores que influyen en el desarrollo de las Pymes	27
2.7.1.	Planeación estratégica.....	27
2.7.2.	Control financiero.....	28
2.7.3.	Entorno económico del negocio.....	30
2.7.4.	Alianzas estratégicas.....	31
3.	III Capitulo: Marco metodológico	33
3.1.	Tipos de Investigaciones.....	33
3.1.1.	Investigación exploratoria	33
3.1.2.	Investigación descriptiva	33
3.1.3.	Investigación correlacional.....	34
3.2.	Sujetos y fuentes de investigación	35
3.2.1.	Sujetos de Investigación.....	35
3.2.2.	Fuentes de investigación	35
3.3.	Variables de investigación.....	36
3.3.1.	Variable N°1: Aspectos de administración general.....	36
3.3.2.	Variable N°2: Desarrollo de las Pymes en el cantón de Osa.....	38
3.4.	Técnicas e instrumentos de investigación	40
3.4.1.	Técnicas de investigación.....	40
3.4.2.	Instrumentos de Investigación	41
3.5.	Cronograma	43
4.	IV Capitulo: Análisis e interpretación de los resultados.....	45
4.1.	Aspectos de administración general.....	47
4.1.1.	Capacitación de los colaboradores.....	47
4.1.2.	Deficiencias tecnológicas	51
4.1.3.	Necesidades de innovación.....	53
4.1.4.	Medios de comunicación	56
4.2.	Desarrollo de las Pymes en el cantón de Osa.....	60
4.2.1.	Planeación estratégica.....	60
4.2.2.	Control financiero.....	62

4.2.3. Entorno económico del negocio.	63
4.2.4. Alianzas estratégicas.....	65
5. V Capítulo: Conclusiones y recomendaciones.	68
5.1. Conclusiones.....	68
5.2. Recomendaciones.....	71
Bibliografía	75
Anexos	82

Índice de Tablas

Tabla 1 Cronograma.....	43
Tabla 2 Cantidad de Pymes que cuentan con programas de capacitación en el cantón de Osa en los meses de julio a diciembre del año 2019.....	47
Tabla 3 Percepción acerca de la influencia positiva que la capacitación puede generar en el desarrollo de una Pyme de acuerdo con la opinión del administrador o dueño de esta.....	48
Tabla 4 Percepción de los colaboradores acerca del uso de herramientas tecnológicas para mejorar el rendimiento en una Pyme del cantón de Osa.....	51
Tabla 5 Existencia de un encargado en el área de tecnologías de las Pymes del cantón de Osa	52
Tabla 6 Cantidad de Pymes que cuentan con estrategias para resolver satisfactoriamente las necesidades de los clientes según administradores de estas, en el cantón de Osa en los meses de julio a diciembre del año 2019.	55
Tabla 7 Medios de comunicación utilizados para dar a conocer los productos ofrecidos por las Pymes según observación del investigador.	56
Tabla 8 Cantidad administradores que consideran importante el diseño de una página en alguna red social para mostrar los productos ofrecidos por una Pyme en el cantón de Osa en los meses de julio a diciembre del año 2019.	57
Tabla 9 Porcentaje de Pymes que cuentan con un plan de acción para el logro de sus objetivos de acuerdo con la respuesta de los colaboradores de estas.	60
Tabla 10 Encargado de tomar decisiones dentro de la empresa de acuerdo con la respuesta de los colaboradores de las Pymes del cantón de Osa en los distritos de Palmar y Sierpe.....	60
Tabla 11 Porcentaje de Pymes que realizan análisis del entorno local en el que se desenvuelve el negocio de acuerdo con la respuesta de los colaboradores.....	64
Tabla 12 Porcentaje de Pymes que manejan algún tipo de alianza con alguna empresa de la zona de acuerdo con la respuesta de los colaboradores de estas.	65

Índice de Figuras

Figura 1. Influencia de la capacitación en el desempeño de un colaborador de acuerdo con la opinión de estos. Fuente: Elaboración propia.	49
Figura 2. Percepción por parte de los Administradores de las Pymes acerca de las principales dificultades a la hora de desarrollar capacitaciones. Fuente: Elaboración propia.	50
Figura 3. Percepción por parte de los colaboradores en cuanto a si las Pymes realizan esfuerzos en el área de innovación. Fuente: Elaboración propia.	53
Figura 4. Apreciación de los administradores de las Pymes acerca de la diferenciación brindada por el producto ofrecido por su empresa con respecto a los de la competencia. Fuente: Elaboración propia.	54
Figura 5. Opinión de los colaboradores acerca de si, la radio y la televisión representan un medio de comunicación relevante para una Pyme. Fuente: Elaboración propia.	58
Figura 6. Preferencia de los colaboradores con respecto al medio de comunicación para dar a conocer una Pyme. Fuente: Elaboración propia.	59
Figura 7. Porcentaje de Pymes que realizan análisis de los resultados financieros de la organización de acuerdo con percepción de los colaboradores. Fuente: Elaboración propia.	62
Figura 8. Porcentaje de Pymes que realizan análisis del entorno global en el que se desenvuelve el negocio según respuesta de los colaboradores. Fuente: Elaboración propia.	63

CAPÍTULO I

GENERALIDADES DE LA INVESTIGACION

1. I Capítulo: Generalidades de la investigación

1.1. Antecedentes del problema de estudio

1.1.1. Las Pymes a nivel mundial

Las pequeñas y medianas empresas a nivel global cuentan con dificultades en aspectos relacionados con la administración general, muchas veces esto se debe a la falta de recursos y/o capacitación en las distintas áreas en las que presentan deficiencias.

La globalización que se vive a nivel mundial representa un punto que en la mayoría de los casos afecta negativamente el desarrollo de las pymes que están iniciando sus actividades, debido a que la competencia se vuelve más fuerte y las empresas deben ser astutas e innovadoras para mantenerse en un mercado tan cambiante como el de la actualidad.

De acuerdo con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en un informe emitido al finalizar el año 2015 se destaca que, en países de Latinoamérica, en el contexto PYMES, estas compañías representan el 99% del total de empresas no financieras y brindan empleos para aproximadamente el 70% del total de la fuerza laboral. La importancia se afirma desde el punto de vista

económico y social, debido a que dichas entidades generan oportunidades de diversa índole en las transformaciones productivas y sociales en marcha, lo que propicia y ayuda al crecimiento económico de las naciones. (Quiñónez, 2016, p.15).

Lo anterior representa un dato muy importante debido a que se define a las Pymes como un motor que impulsa la economía y a la vez la parte social de un país, gracias a las oportunidades que generan para sus habitantes.

Del mismo modo la CEPAL, identificó riesgos que a corto y mediano plazo afectan el desempeño de las PYMES en la región anteriormente mencionada. A corto plazo se señala la alta dependencia de exportaciones a Europa y China, además del creciente déficit de la cuenta corriente y las vulnerabilidades por dependencia de recursos naturales en América del Sur. A mediano plazo resultan el crecimiento económico muy dependiente del consumo y más no de la inversión ni de exportaciones netas, también, las inversiones altamente relacionadas con la volatilidad del crecimiento económico, la falta de inversión que desgraciadamente cuando se realiza es inadecuada y se dirige a sectores transables diversificados y la capacitación ineficiente de la mano de obra. (Quiñónez, 2016, p.15-16).

1.1.2. Las Pymes en Costa Rica

Según un estudio realizado por La Nación (2013), el desarrollo económico y social de un país y sus habitantes se basa en la creación continua de nuevas

organizaciones, además de su crecimiento y la consolidación de las empresas existentes, porque esto genera el medio más adecuado para distribuir la riqueza y el bienestar para los habitantes de una nación (parr.1).

En definitiva, en Costa Rica, las Pymes son organizaciones que propician el desarrollo, lastimosamente el ambiente económico y fiscal que se vive no es el mejor para el desarrollo de este tipo de empresas, ya que desde que se encuentran iniciando sus actividades, la burocracia, los impuestos y demás barreras existentes, provocan que muchas dejen de funcionar en los primeros años de vida.

En La Nación (2013) se hace referencia a los aportes tan importantes de las pymes ya que en los últimos años las micro, pequeñas y medianas empresas han sido consideradas como grandes generadoras de riqueza y valor de un país. Estas empresas son un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica y la generación de empleo (parr. 1-2).

1.1.3. Pymes en el Cantón de Osa

De acuerdo con un estudio realizado por la Universidad de Stanford (2013) la crisis económica internacional que aún persiste afectó y va a continuar afectando por muchos años la dinámica económica tanto del Costa Rica como de la Zona Sur. Además, es importante mencionar que transformar el modelo de desarrollo de esta región, necesita inversiones públicas que el Estado va a tener que presupuestar, sin

embargo, se debe tomar en cuenta el contexto de desequilibrio fiscal estructural por el que atraviesa el país que genera dudas acerca del presupuesto destinado para este fin.

En el largo plazo, esta temporalidad no debería ser importante, lo que se percibe es que, en la actualidad, la afectación generada es considerable. Se espera que en algún momento la economía internacional se recupere y los flujos de inversión inmobiliaria fijen su atención hacia mercados como el costarricense, que por sus características sigue siendo atractivo, del mismo modo que sucedía antes de la crisis. Sin embargo, para los expertos, de acuerdo con sus proyecciones mediante escenarios alternativos, el tiempo si es relevante y condicionante de la visión regional planteada y de su viabilidad. (Román & Angulo, 2013, p.10).|

1.2. Justificación

La presente investigación tiene una alta relevancia debido a que en la actualidad las pequeñas y medianas empresas de Costa Rica se han visto seriamente afectadas por la situación fiscal del país, muchas de ellas inclusive han tenido que reducir sus tamaños y en casos más extremos optar por cerrar sus operaciones. Esto representa un elemento negativo para el país ya que el porcentaje de empleos que generan las pymes es muy alto y muchas familias dependen directamente de los trabajos que les brindan este tipo de empresas.

De la situación mencionada anteriormente no escapan las empresas presentes en el cantón de Osa. En este lugar de la zona sur de Costa Rica el porcentaje de pymes existente es menor que en otros cantones del país, esto se debe a la recesión económica presente en la localidad, además de la ausencia de capacitación para el fortalecimiento de las habilidades y conocimientos de los dueños de estas empresas. Esto produce que las pymes pierdan competitividad y en tiempos de crisis no puedan mantenerse en el mercado por lo que deben abandonar sus actividades.

Una parte importante de las pequeñas y medianas empresas del cantón de Osa se convertirán en el sujeto de investigación de este trabajo, creado para generar información válida que pueda ser utilizada para enriquecer el conocimiento acerca de este tema tan importante, además de que constituya una herramienta de provecho para las pymes que en la actualidad cuentan con problemas en su desarrollo, generados por aspectos como deficiencias de administración general.

Esta investigación fue elaborada con el objetivo de cumplir con el requisito para optar por el grado de Licenciatura en Administración de Negocios de la Universidad Latina de Costa Rica de la sede de Ciudad Neily.

1.3. Planteamiento del problema

Esta investigación se basa en resolver la siguiente interrogante:

¿Cuáles son los aspectos de administración general que afectan el desarrollo de las Pymes en el cantón de Osa en el año 2019?

1.4. Objetivos

Los objetivos del presente estudio son los siguientes:

1.4.1. Objetivo general

Analizar los aspectos de administración general que afectan el desarrollo de las Pymes en el cantón de Osa durante el III cuatrimestre del año 2019.

1.4.2. Objetivos específicos

- Indagar acerca de los factores relacionados con la falta de capacitación de los colaboradores de las Pymes del cantón de Osa que afectan el desarrollo de las mismas.
- Investigar acerca de las deficiencias tecnológicas presentes en las Pymes en el cantón de Osa.

- Describir las necesidades de innovación de las pymes del cantón de Osa.
- Identificar los principales medios de comunicación que los empresarios prefieren para dar a conocer los productos que ofrecen.
- Establecer los factores que afectan el desarrollo de las Pymes del Cantón de Osa, específicamente en los distritos de Palmar y Sierpe.

1.5. Alcances y delimitaciones

1.5.1. Geográficas

El alcance de este trabajo de investigación se ajusta al análisis de los aspectos de administración general que afectan el desarrollo de las Pymes en el cantón de Osa, específicamente los distritos de Palmar y Sierpe.

1.5.2. Temporal

En cuanto a tiempo, la investigación se llevará a cabo durante el II y III cuatrimestres del año 2019 en el cantón de Osa de la provincia de Puntarenas, específicamente en los distritos de Palmar Norte y Sierpe, donde se pretende

conocer los aspectos de administración general que afectan el desarrollo de las Pymes.

1.5.3. Temática

Los temas por abordar durante este trabajo se relacionan con aspectos de administración general, entre ellos, la falta de capacitación de los colaboradores, las deficiencias tecnológicas, las necesidades de innovación y los principales medios de comunicación que los empresarios prefieren para dar a conocer los productos que ofrecen.

1.6. Restricciones y/o limitantes

- Una limitación al inicio del proyecto fue la ausencia del manejo de la información sobre los procesos por parte de las empresas, ya que por su tamaño muchas no llevan documentados sus procedimientos.
- Poca disponibilidad de algunos de los dueños y colaboradores de las pymes entrevistados debido a que, por sus labores diarias, era difícil agendar un espacio para atender las entrevistas.

CAPÍTULO II

MARCO TEORICO

2. II Capítulo: Marco teórico

2.1. Concepto de Pyme

Según el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (2019), se entiende por pequeñas y medianas empresas (PYMES) toda unidad productiva de carácter permanente que disponga de los recursos humanos, los maneje y opere, bajo las figuras de persona física o de persona jurídica, en actividades industriales, comerciales, de servicios o agropecuarias que desarrollen actividades de agricultura orgánica (párr.1).

De acuerdo con la afirmación anterior, una Pyme se caracteriza según el volumen de sus ingresos, el valor de su patrimonio y la cantidad de trabajadores que posea.

2.2. Normativa que apoya a las Pymes en Costa Rica

2.2.1. Ley N° 8262.

Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas

En el artículo 1 de dicha Ley se da a conocer el objetivo de esta, el cual está relacionado con promover un sistema estratégico integrado de desarrollo de largo

plazo, que impulse positivamente a las pequeñas y medianas empresas, ya que estas generan empleos y contribuyen con el mejoramiento de las condiciones de productividad, además de que brindan acceso a un nivel socioeconómico más elevado. Por medio de esta ley, se les otorgará herramientas a las Pymes para que sean importantes protagonistas del desarrollo económico y social de la nación.

2.2.2. Ley N° 8634.

Ley Sistema de Banca para el Desarrollo

Dentro del artículo 1 de la Ley N° 8634 (2008) se menciona que el Sistema de Banca para el Desarrollo fue creado como un método para financiar y promover proyectos productivos que cuenten con viabilidad y factibilidad en el ámbito técnico y económico de acuerdo con el modelo de desarrollo de la nación.

El Sistema de Banca para el Desarrollo está conformado por intermediarios financieros públicos, el Instituto de Fomento Cooperativo, las instituciones públicas prestadoras de servicios no financieros y de desarrollo empresarial, y todas aquellas instituciones u organizaciones estatales y no estatales que canalicen recursos públicos para el financiamiento y la promoción de proyectos desarrollados por Pymes. Es importante mencionar que dentro de este Sistema podrán participar los

intermediarios financieros privados fiscalizados por la Superintendencia General de Entidades Financieras, así como las prestadoras de servicios no financieros y de desarrollo empresarial de acuerdo con las condiciones indicadas en esta Ley.

Esta Ley representa una oportunidad muy importante para las Pymes que desarrollan proyectos factibles e innovadores, ya que poseen la opción de aspirar a financiamiento para lograr iniciar o bien, hacer crecer su negocio tanto a nivel local como nacional.

2.2.3. Decreto N° 39295.

Reglamento de la Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas, Ley N° 8262 del 2 de mayo de 2002.

Artículo 1.- “El presente Reglamento tiene por objeto fomentar y promover el desarrollo integral de las PYMES y los emprendedores, para la generación de empleo, la formación de mercados altamente competitivos, la democratización económica, el desarrollo regional, los encadenamientos entre sectores económicos, el aprovechamiento de pequeños capitales y la capacidad empresarial, según los objetivos dispuestos en la Ley N° 8262, de Fortalecimiento de las Pequeñas y

Medianas Empresas y la Ley 6054, Ley Orgánica del Ministerio de Economía, Industria y Comercio y sus reformas”.

(Decreto N°8262, 2015).

Dentro del Decreto N°8262 (2015), el Ministerio de Economía, Industria y Comercio opera como un rector y es el responsable de definir las políticas de apoyo a las Pymes, de llevar a cabo todo el proceso que representa la promoción y apoyo de estas empresas, además de impulsar las propuestas referentes al crecimiento, fortalecimiento, promoción y desarrollo del sector de Pymes, entre otras funciones.

2.2.4. Decreto N° 37168.

Reglamento para el Programa de Fortalecimiento para la Innovación y Desarrollo Tecnológico de las PYME.

Artículo 1º. “El presente Reglamento regula los mecanismos y aspectos referentes a la administración, promoción, recepción, selección y evaluación de las solicitudes para optar por los recursos del Fondo PROPYME, así como los mecanismos de formalización, seguimiento, control e impacto de los proyectos aprobados, además de cualquier otro aspecto necesario para el fiel cumplimiento

de los objetivos del Programa de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (PROPYME).

(Decreto N° 37168, 2012).

El PROPYME forma parte de la Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas y se enmarca en el Fondo de Incentivos de la Ley de Promoción del Desarrollo Científico y Tecnológico (Ley N° 7169 del 26 de junio de 1990).

El Decreto N° 37168 (2012) tiene el objetivo de motivar a las pequeñas y medianas empresas costarricenses para que permanezcan innovando, además de que sean altamente competitivas en el mercado y que las mismas mejoren su capacidad de gestión; siempre y cuando se tomen en cuenta las políticas dispuestas por el Ministerio de Economía, Industria y Comercio.

Las Pymes de Costa Rica pueden aprovechar este tipo de recursos que brinda PROPYME para invertir en áreas como innovación y desarrollo tecnológico, lo que produce eficiencia y eficacia en los procedimientos dentro de la gestión de las empresas y esto a su vez aumenta la productividad y provoca que las Pymes aumenten su competitividad para mantenerse en el mercado a lo largo del tiempo.

2.2.5. Decreto N° 33305.

Reglamento Especial para la Promoción de las Pymes en las Compras de Bienes y Servicios de la Administración.

Artículo 1: “Objeto del Reglamento: Dar los lineamientos y crear los mecanismos que aseguren la participación de las Pymes en la adquisición de bienes y servicios que realice la Administración, conforme lo estipula el artículo 20 de la Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas N° 8262 del 2 de mayo del 2002”.

(Decreto N° 33305, 2006).

El ámbito de aplicación del este Decreto abarca todas las compras que realicen los órganos y dependencias que conforman la Administración; y el requisito para las Pequeñas y Medianas Empresas que desean aplicar es que cuenten con la condición de concedida por Dirección General de la Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Economía, Industria y Comercio de acuerdo con los criterios definidos en el Decreto Ejecutivo N° 33111-MEIC.

2.2.6. Decreto N°39278-MEIC.

Reglamento al Fondo Especial para el Desarrollo de las Micros, Pequeñas y Medianas Empresas (FODEMIPYME)

Artículo 1- Objetivo. “Este Reglamento tiene por objeto reglamentar el Fondo Especial para el Desarrollo de las Micros, Pequeñas y Medianas Empresas (FODEMIPYME), creado en el artículo 8 de la Ley N° 8262”.

(Decreto N° 39278-MEIC, 2015).

2.2.7. FODEMIPYME.

Reglamento Operativo del Fondo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

El FODEMIPYME es el Fondo para el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas creado por la Ley 8262, administrado por el Banco Popular y de Desarrollo Comunal y su objetivo consiste en “fomentar y fortalecer el desarrollo y la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas de la economía social, mediante el otorgamiento eficiente de avales, financiamiento de intangibles y Servicios de Desarrollo Empresarial”.

(FODEMIPYME, 2010).

Es importante mencionar que FODEMIPYME cuenta dos fondos:

- a) Un Fondo de Avaes y Garantías.
- b) Un fondo de Financiamiento el cual se divide en dos fondos: un fondo de créditos y un fondo para el financiamiento de Servicios de Desarrollo Empresarial.

2.3. Capacitación de los colaboradores

“La capacitación es un proceso mediante el cual las empresas preparan a su personal para que puedan desempeñar adecuadamente sus funciones y contribuyan con el logro efectivo de los objetivos de la empresa”. (Flores, 2014, p.67).

La capacitación también se puede definir como la forma en la que los individuos con un alto nivel de conocimiento en un tema transmiten esa información a otras personas con el objetivo de aumentar sus habilidades en dicha área o bien, para que su capacidad de desenvolverse adecuadamente en el tema se desarrolle positivamente.

La capacitación, en la actualidad, se puede describir como una actividad educativa que propicia el desarrollo de las capacidades humanas. “Es un proceso simple cuando es utilizado como un medio para proveer conocimientos, sin embargo, se torna positivamente complejo cuando es parte de un sistema integral de formación para generar cambios en las personas” (Orozco, 2017, p.4)

Los cambios o diferencias que se dan gracias a la capacitación pueden ser notados por las conductas desarrolladas en las diferentes áreas donde se desenvuelva el individuo, por ejemplo, en temas personales, familiares, educativos, sociales, profesionales y laborales. Lo anterior es posible gracias a una metodología, creada para medir el impacto de los programas de capacitación.

La capacitación actualmente se relaciona ampliamente con la educación. Hace muchos años se consideraba como pérdida de tiempo y recursos, el invertir en programas de desarrollo para el personal y solo se llevaba a cabo para cumplir con políticas de la empresa o bien por el tema de la Responsabilidad Social con los mismos colaboradores.

En estos tiempos donde la capacitación juega un papel tan importante en las compañías, son cada vez más las que invierten para mejorar las habilidades de su personal, en pro de crear motivación para lograr en conjunto las metas personales, laborales y organizacionales.

Flores (2014) indica que dentro de los tipos de capacitación se pueden mencionar la capacitación en línea o e-learning (aprendizaje por medios electrónicos), que actualmente está en auge y es un medio que se encuentra complementando a la capacitación presencial. Además, de acuerdo con el autor, este tipo de capacitación resulta menos costosa económicamente que la capacitación presencial, pero requiere de más disciplina por parte del personal que va a ingresar al sistema de capacitación.

De acuerdo con Flores (2014) las etapas del proceso de capacitación son: determinación de las necesidades de capacitación, diseño del programa de capacitación, implementación y evaluación. A continuación, se describe cada una de las etapas del proceso de capacitación de acuerdo con dicho autor.

- Determinación de las necesidades de capacitación: En esta etapa se establece lo que se requiere enseñar y la manera en que favorece la estrategia de la empresa.
- Diseño del programa de capacitación: En esta etapa se delimitan los objetivos de la capacitación, dicho de otro modo, se describe lo que el trabajador va a aprender en dicha capacitación.

- **Implementación:** Es la puesta en marcha de la capacitación. Todo lo que se ha planeado en las etapas anteriores, se lleva a cabo en esta parte del proceso. Es muy difícil tener la certeza de que una buena planeación asegura una excelente ejecución, sin embargo, es probable que se esté cerca de lograrlo. Es por esto que se recomienda contar con un tercero que evalúe la capacitación.
- **Evaluación:** En esta fase se revisa que los objetivos de la capacitación se hayan cumplido. El evaluador puede ser alguna persona del área de formación, el gerente de área o alguien similar que ingrese ocasionalmente a las sesiones o que tenga contacto con los participantes y les consulte acerca del avance y satisfacción con el curso. (p.p 68-72).

2.3.1. Capacidad financiera

“Se refiere a las posibilidades que tiene la empresa para realizar pagos e inversiones a corto, mediano y largo plazo para su desarrollo y crecimiento, además de tener liquidez y margen de utilidad de operaciones”. (Thompson, 2006, parr.17).

Las empresas normalmente toman en cuenta su capacidad financiera para decidir si invierten en alguna capacitación para su personal. Actualmente muchas

de las capacitaciones son gratuitas y se pueden realizar en línea lo que genera menos costos para la organización.

En el caso de las Pymes, se ven beneficiadas gracias a algunos programas de capacitación brindados por algunas organizaciones sin fines de lucro como el IMAS, Comercio Exterior y Universidades, que incentivan este tipo de empresas, ya que conocen el impacto positivo que tienen en la sociedad debido a la cantidad de empleo que generan, entre otros.

La capacidad financiera se tiene que ver con la solvencia de una empresa y su propósito es medir la liquidez a corto plazo de una entidad. Se calcula dividiendo los activos circulantes entre los pasivos circulantes.

2.4. Deficiencias tecnológicas

Dentro del área de tecnología de una organización se encuentran los sistemas de información, la innovación tecnológica, entre otros. Los mismos serán tomados en cuenta para medir la variable de aspectos de administración general a estudiar dentro de esta investigación.

Los sistemas de información son un conjunto de datos que interactúan entre sí para lograr un meta. Estos recolectan, almacenan, procesan y arrojan datos válidos de las empresas que posteriormente pueden ser usados para la toma de decisiones.

La innovación tecnológica es muy importante en las empresas ya que coopera en la eficiencia y eficacia de los procedimientos realizados en los diferentes departamentos.

Cuando una empresa observa que sus sistemas o herramientas tecnológicas ya no están cumpliendo adecuadamente sus objetivos o bien sus capacidades ya no son las requeridas, es necesario analizar si es posible reemplazarlas por otras que si resulten funcionales.

2.5. Necesidades de innovación

Todas las organizaciones requieren realizar esfuerzos en el área de la innovación debido a que si no se trabaja esta área tan importante es posible que la empresa inicie con un declive de sus ventas. El ejemplo más claro es el de una empresa tan grande como Kodak que a pesar de su tamaño, al no ser innovadora y abstenerse de cambiar, sus actividades hoy en día solamente forman parte de la historia.

La calidad y la innovación son conceptos que van de la mano y ambos tienen el objetivo de dirigirse hacia la excelencia y el éxito de las empresas. Por un lado, la innovación se enfoca en desarrollar y mejorar los productos ofrecidos por una empresa para sobrepasar las expectativas y satisfacer las necesidades actuales y futuras del mercado hacia el que se dirige el producto. La innovación es un factor importante en el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas ya que genera la posibilidad de aumentar las utilidades, por medio de un aumento en las ventas gracias a las características del producto o servicio de esta.

La diferenciación del producto está inmersa dentro de las necesidades de innovación que posee toda empresa y que dentro de este trabajo de investigación tiene una relación directa con la variable de aspectos de administración general que serán analizados para cumplir con el objetivo del proyecto.

De acuerdo con Pérez (2017) la diferenciación de producto es una estrategia de marketing que se sustenta en el hecho de que el consumidor sienta que dicho producto se diferencia claramente del que ofrece la competencia.

Este autor menciona tres razones básicas que una empresa debe tener claras para que le impulse a diferenciar sus productos.

- Estimular la preferencia por el producto en la mente del cliente.
- Distinguir el producto de los similares comercializados por la competencia.
- Servir o cubrir mejor el mercado adaptándose a las necesidades de los diferentes segmentos.

Se debe tener en cuenta que no todos los productos de la misma clase son iguales. De acuerdo con la frase anterior, la diferenciación es una estrategia de marketing que intenta resaltar las características del producto que puedan contribuir a este sea percibido como único por parte del consumidor. Esto se hace con el fin de que ese producto sea el que el cliente prefiera ya que el mismo siente que no hay otro igual dentro del mercado.

Dentro de la innovación se encuentra también la propuesta de valor la cual consiste básicamente en la forma en la que un producto resuelve las necesidades del cliente o bien mejora su situación de modo que excede sus expectativas.

En la actualidad, lograr la satisfacción de los consumidores es un requerimiento muy importante para mantenerse en la mente de los clientes y de esta manera en el mercado meta. Como lo menciona Pérez (2017) el objetivo de mantener a cada cliente satisfecho es uno de los principales objetivos tanto del

departamento de marketing como del resto de áreas funcionales de las organizaciones exitosas. Es por esta razón que resulta indispensable que todas las personas de la empresa conozcan la importancia de conocer los beneficios de mantener a sus clientes satisfechos.

2.6. Medios de comunicación

Los medios de comunicación a través de los cuales se dan a conocer los productos que comercializa la empresa son un factor determinante para hacer llegar la información de estos al cliente final y/o a clientes potenciales. Estos juegan un papel importante debido a que si no se utiliza el canal adecuado es posible que se pierda la oportunidad de aumentar el mercado.

Las redes sociales surgieron en el momento en el que nació el internet en el año 1990 aproximadamente. Una red social es un sitio o una aplicación virtual que permite la interacción y el intercambio de información entre personas y/o empresas. Quizá unas de las redes sociales más famosas son Facebook, Instagram y WhatsApp.

Otro medio importante para dar a conocer los productos de las empresas es la televisión, sin embargo, este medio es económicamente más costoso que las redes sociales.

De acuerdo con Kischinhevsky (2018) la radio es ahora un medio de comunicación expandido, transmite por ondas y traspasa sus límites tradicionales a las redes sociales, teléfonos móviles, televisión de pago, sitios web de periódicos y plataformas de música. La escucha se lleva a cabo en la frecuencia modulada (FM), onda media (AM), corta y tropical, pero también en smartphones, reproductores multimedia, ordenadores, portátiles y tabletas; puede ocurrir en directo (en el dial o vía streaming) o bajo demanda (podcasting o mediante la búsqueda de archivos o directorios — radio a la carta). (p.14)

2.7. Factores que influyen en el desarrollo de las Pymes

Entre los factores que influyen en el desarrollo de las Pymes se pueden mencionar los siguientes:

2.7.1. Planeación estratégica.

“El proceso de planeación estratégica consiste en detectar la misión de la empresa y sus segmentos, identificar las oportunidades y las amenazas externas de la organización, así como sus fuerzas y debilidades internas” (Pacheco, 2016, p. 58).

Este mismo autor menciona que la planeación estratégica engloba el proceso de establecer objetivos a largo plazo y metas de corto plazo para diseñar estrategias alternativas y elegir las más concretas que se seguirán. La última etapa de la planeación estratégica es la evaluación de los resultados de la estrategia.

Los propósitos de la planeación estratégica se basan en analizar el presente, mentalizar el futuro, evaluar programas y controlar las acciones de los planes, además requiere de una forma particular de pensar para imaginar escenarios futuros y producir ideas, habilidad de planeación y capacidad de decisión para llevarla a cabo.

2.7.2. Control financiero.

Tapia, Guevara & Castillo (2016) mencionan que el control financiero permite comparar lo realizado y programado desde el punto de vista financiero, con la finalidad de introducir las correcciones pendientes en el tiempo oportuno (p.40).

Estos mismos autores afirman que el control financiero está relacionado en su totalidad con las funciones contables y financieras de la entidad, además de que su objetivo es establecer procedimientos que permitan la protección de los activos, el aseguramiento de las cuentas y la confiabilidad de los informes financieros. Se

utiliza para: controlar los costos, elaborar presupuestos, integrar la información financiera y elaborar estados financieros, y por último para flujos de caja. (p.40).

Para comprender más fácilmente el concepto de control financiero es necesario definir la diferencia entre un costo y un gasto. Como lo menciona Pacheco (2015), un costo consiste en un desembolso que se registra en su totalidad como un activo y se convierte en costo cuando “rinde sus beneficios” en el futuro, mientras que el gasto se define como un desembolso que se consume, corrientemente, o un costo que ya ha generado su beneficio. (p.137).

“Un presupuesto se puede definir como un enfoque sistemático y formalizado para el desempeño de fases importantes de la función administrativa que comprende:

1. Desarrollo y aplicación de objetivos generales (largo plazo).
2. Especificación de metas (corto plazo).
3. Plan de utilidades general (largo plazo).
4. Plan de utilidades por responsabilidad (corto plazo).
5. Informes periódicos de desempeño”.

(Pacheco, 2015, p.11).

La información y los estados financieros provienen de la contabilidad realizada por las empresas y es utilizada por los diferentes departamentos de las

organizaciones para contar con datos reales y válidos con el fin de tomar las mejores decisiones en pro el cumplimiento de los objetivos de una compañía.

De acuerdo con Estupiñán (2009) los flujos de caja son herramientas muy importantes para lograr una adecuada y formal administración financiera de una organización, estos flujos de caja deben ser comparados periódicamente y de esta manera analizar si han tenido cambios importantes para lograr una adecuada toma de decisiones. También es importante recalcar que los flujos de caja brindan la información para el manejo del efectivo recibido directamente de las operaciones, lo que ayuda a identificar si la empresa logrará cumplir con sus obligaciones de liquidez y a determinar el momento en el cual se puede adquirir compromisos para invertir. Además, los flujos de caja colaboran para realizar una correcta planificación de las inversiones de efectivo excedentes para lograr utilidades; contribuyen a la administración del presupuesto, las cuentas por cobrar y las inversiones de capital.

(p.3)

2.7.3. Entorno económico del negocio.

De acuerdo con Núñez (2018) el entorno económico se refiere al conjunto de todos los factores económicos externos que influyen en los hábitos de compra de los consumidores y en el mercado y, por lo tanto, afectan el rendimiento de una empresa.

Estos factores normalmente representan un elemento incontrolable para las empresas y pueden ser tanto a gran escala, los conocidos como factores macro, como a pequeña escala, los factores micro. En la actualidad, de acuerdo con el autor, a estos dos grupos se les suma un tercero que merece ser considerado de forma independiente: el factor tecnológico que, en la era que vivimos, representa una fuente de oportunidades y desafíos constantes para las empresas independientemente del sector al que pertenecen (párr.1-2).

Cuando se hace referencia al entorno económico del negocio se relaciona con observar la situación global, nacional y del sector productivo en que se encuentra operando dicha empresa y de esta forma optimizar los recursos financieros y disminuir el riesgo de mercado que pudiera originarse en el corto plazo.

2.7.4. Alianzas estratégicas.

Una alianza estratégica es un convenio realizado entre dos o más partes (normalmente son sociedades anónimas) para lograr una serie de objetivos por cada parte de manera independiente y así obtener un beneficio mutuo con dicha alianza.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3. III Capítulo: Marco metodológico

3.1. Tipos de Investigaciones

3.1.1. Investigación exploratoria

“Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, de cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes” (Hernández y Fernández, 2014, p. 91).

Para esta investigación se van a indagar, conocer y determinar los aspectos de administración general que inciden en el desarrollo de las Pymes del Cantón de Osa. Se pretende investigar los aspectos más relevantes relacionados con el tema anteriormente mencionado y de esta manera propiciar la realización de una investigación valiosa que permita conocer a profundidad lo relacionado con esta materia.

3.1.2. Investigación descriptiva

A menudo el objetivo del investigador se encuentra centrado en describir situaciones o sucesos, lo que consiste en detallar cómo son y de qué manera se presentan. Como lo mencionan Hernández y Fernández (2014), por medio de los estudios descriptivos se pretende definir las particularidades y los rasgos de personas o cosas con las que se lleve a cabo un análisis.

Para la presente investigación se realiza la descripción, registro, análisis e interpretación de las condiciones existentes en el momento en el que se aborda el tema de los aspectos de administración general que influyen en el desarrollo de las Pymes del cantón de Osa en los distritos de Palmar y Sierpe.

3.1.3. Investigación correlacional

Según los autores antes mencionados, se puede afirmar que los estudios correlacionales asocian variables mediante un patrón predecible para un grupo o población.

“Este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular” (Hernández y Fernández, 2014, p. 93).

Este tipo de investigación ayudará a evaluar la relación que existe entre los aspectos de administración general y cómo influyen estos en el desarrollo de las Pymes del cantón de Osa, en los distritos que serán sujeto de investigación.

3.2. Sujetos y fuentes de investigación

3.2.1. Sujetos de Investigación

Para efectos de este proyecto los sujetos de investigación están conformados por las Pymes del Cantón de Osa, específicamente los distritos de Palmar y Sierpe, que de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), la cantidad de las Pymes, registradas formalmente en estos dos distritos del cantón de Osa, asciende a 42 empresas.

3.2.2. Fuentes de investigación

Para el presente estudio de investigación se utilizarán diversas fuentes de información que permitirán adquirir los datos que el investigador requiere para lograr los objetivos planteados.

- Biblioteca Virtual de la Universidad Latina de Costa Rica.
- Biblioteca Virtual de la Universidad de Costa Rica.

- Biblioteca virtual del Tecnológico de Costa Rica.
- Portal Web del periódico El Financiero de Costa Rica.
- Portal Web del periódico La Nación de Costa Rica.
- Portal Web del Instituto Nacional de Estadística y Censo.
- Portal Web del Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica.
- Biblioteca personal del Investigador.

3.3. Variables de investigación

A continuación, se darán a conocer las variables que se analizarán en la investigación.

3.3.1. Variable N°1: Aspectos de administración general.

3.3.1.1. Definición conceptual

La administración es un proceso que incluye actividades como planear, organizar, dirigir y controlar, desempeñando tareas para alcanzar los objetivos propios de una organización.

3.3.1.2. Definición instrumental

Instrumento Número 1: Preguntas del cuestionario dirigido a los administradores o dueños de las Pymes del cantón de Osa (distritos de Palmar y Sierpe).

Instrumento Número 2: Preguntas del cuestionario dirigido a los colaboradores de las Pymes del cantón de Osa (distritos de Palmar y Sierpe).

Instrumento Número 3: Observación dirigida a las Pymes en sus procedimientos relacionados con capacitación, tecnología, innovación y medios de comunicación utilizados para dar a conocer los productos.

3.3.1.3. Definición operacional

Los aspectos por tomar en cuenta en este trabajo de investigación se relacionan con la falta de capacitación de los colaboradores, las deficiencias tecnológicas, las necesidades de innovación y los principales medios de comunicación que los empresarios prefieren para dar a conocer los productos que ofrecen las pymes del cantón de Osa.

Mediante el desarrollo de los siguientes conceptos se abordará la variable de aspectos de administración general:

Capacitación de los colaboradores

- Capacidad económica.

Deficiencias tecnológicas

- Sistemas de información utilizados.

- Innovación tecnológica.

Necesidades de innovación

- Diferenciación del producto.

- Generar valor.

Medios de comunicación

- Redes sociales.

- Televisión y radio.

3.3.2. Variable N°2: Desarrollo de las Pymes en el cantón de Osa.

3.3.2.1. Definición conceptual

El desarrollo de una empresa, tanto Pyme como una compañía de gran tamaño, es la capacidad que tiene la misma para cumplir sus objetivos y sobrevivir exitosamente dentro del mercado en el que se encuentra.

3.3.2.2. Definición instrumental

Instrumento N°1: Preguntas del cuestionario dirigido a los colaboradores de las Pymes del Cantón de Osa (distritos de Palmar y Sierpe).

Instrumento N°2: Entrevistas dirigidas a personas pertenecientes a organizaciones como el IMAS, Cámara de Comercio, APIAGOL, entre otras.

3.3.2.3. Definición operacional

El desarrollo de las Pymes está ligado a factores tales como la planeación estratégica, el control financiero para dirigirse adecuadamente hacia sus objetivos, conocer el entorno que rodea el negocio y siempre procurar el desarrollo de alianzas estratégicas.

Por medio de los siguientes conceptos se pretende medir los factores que influyen en el desarrollo de las Pymes y cómo estos afectan positiva o negativamente a las empresas.

- Planeación estratégica.
- Control financiero.
- Entorno económico del negocio.
- Alianzas estratégicas.

3.4. Técnicas e instrumentos de investigación

3.4.1. Técnicas de investigación

En la presente investigación se utilizará la técnica de la encuesta para obtener información de primera mano por parte del investigador, estas corresponden a la entrevista y el cuestionario que serán aplicados a las Pymes en estudio.

Dentro de la técnica de encuesta, la entrevista es una de las herramientas, la cual se basa en una serie de preguntas semiestructuradas que pueden ser ampliadas para obtener la información más adecuada, la misma será aplicada a los individuos pertenecientes a organizaciones dedicadas a dar soporte a las Pymes, como por ejemplo IMAS, Comercio Exterior, etc. También mediante esta técnica de la encuesta, se aplicará un cuestionario a los dueños y algunos de los colaboradores de dichas empresas con el fin de conocer su punto de vista acerca de los aspectos de administración general que influyen en el desarrollo de las Pymes.

Así mismo, se va a obtener información mediante el método de observación, la misma se realizará en las diferentes Pymes de los distritos de Palmar y Sierpe del Cantón de Osa.

3.4.2. Instrumentos de Investigación

3.4.2.1. Instrumento N°1: Cuestionario dirigido a los administradores o dueños de las Pymes del cantón de Osa (Distritos de Palmar y Sierpe) para conocer su opinión acerca de aspectos relacionados con la administración de dichas empresas.

3.4.2.2. Instrumento N°2: Cuestionario dirigido a los colaboradores de las Pymes del cantón de Osa (Distritos de Palmar y Sierpe) para conocer aspectos relacionados con la administración de estas.

3.4.2.3. Instrumento N°3: Cuestionario dirigido a los colaboradores de las Pymes del cantón de Osa (Distritos de Palmar y Sierpe) para conocer su opinión acerca de los factores que influyen en el desarrollo de las mismas.

3.4.2.4. Instrumento N°4: Entrevistas dirigidas a personas pertenecientes a organizaciones como el IMAS, Cámara de Comercio, APIAGOL para conocer su opinión acerca de los factores que influyen en el desarrollo de las Pymes.

3.4.2.5. Instrumento N°5: Observación dirigida a las Pymes en sus procedimientos relacionados con medios de comunicación utilizados para dar a conocer los productos y la eficiencia de dichos medios.

3.5. Cronograma

Tabla 1

Cronograma

Actividad	Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Revisión del anteproyecto	■	■	■																					
Formulación de instrumentos de investigación				■	■	■	■	■																
Aplicación de los instrumentos de investigación									■	■	■	■												
Tabulación de los datos recolectados													■	■	■	■								
Análisis de la información																	■	■	■	■				
Elaboración del informe final																					■	■	■	■

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4. IV Capítulo: Análisis e interpretación de los resultados

En el presente apartado se analizan los resultados de los datos recopilados mediante la aplicación de los instrumentos a los diferentes sujetos de investigación. Es importante mencionar que la información brindada por los diferentes individuos involucrados en este trabajo fue indispensable para desarrollar cada una de las variables implicadas en el proyecto que a su vez dan sustento y validez al mismo.

Para el desarrollo este capítulo se realizó la aplicación de los instrumentos de investigación, la tabulación de los datos, la creación y diseño de los gráficos y tablas para cada uno de los indicadores de las variables, para realizar posteriormente el análisis de cada uno y obtener así datos que pueden ser comprendidos de una mejor manera por el lector.

Los cuestionarios utilizados para recolectar la información fueron aplicados directamente a los colaboradores y a los dueños o administradores de las empresas. Asimismo, la entrevista fue aplicada a personas pertenecientes a distintas organizaciones de la región. Por último, la observación fue realizada específicamente para los medios de comunicación utilizados por las Pymes de los distritos de Palmar y Sierpe del cantón de Osa para dar a conocer sus productos a su mercado meta.

A continuación, se describe de manera detallada cada uno de los instrumentos aplicados en las diferentes Pymes que conforman esta investigación:

El instrumento N°1, constituido por un cuestionario, se aplicó a 42 administradores o dueños de las Pymes de acuerdo con lo establecido en el marco metodológico.

En el caso del instrumento N°2 y N°3, en ambos casos compuestos por cuestionarios se aplicaron a 84 colaboradores de las Pymes en estudio, específicamente dos individuos por cada una. Esto se determinó así debido a la disponibilidad de cada uno de los colaboradores por cuestiones de tiempo y falta de personal en las empresas, con el fin de no entorpecer el servicio al cliente ni el desarrollo óptimo de sus actividades laborales. Es importante destacar que el cuestionario del instrumento N°2 fue utilizado para recolectar información de la primera variable “aspectos de administración general” y el cuestionario del instrumento N°3 fue útil en el momento de obtener datos acerca de la segunda variable en estudio llamada: “desarrollo de las Pymes en el cantón de Osa”.

El instrumento N°4, compuesto por una entrevista, se aplicó a personas pertenecientes a distintas organizaciones de la región que dentro de sus funciones está darle apoyo a este tipo de Pymes que forman parte del cantón de Osa.

En el instrumento N°5 se desarrolló una observación en la que se determinó específicamente los medios de comunicación utilizados por las Pymes para dar a conocer sus productos a su mercado meta de los distritos de Palmar y Sierpe del

cantón de Osa. También, dentro de este instrumento se midió la eficiencia de cada uno de los medios de comunicación.

Por medio de la aplicación de los instrumentos anteriormente mencionados, se logró obtener los siguientes resultados para cada una de las variables establecidas en este estudio:

4.1. Aspectos de administración general.

4.1.1. Capacitación de los colaboradores

Tabla 2

Cantidad de Pymes que cuentan con programas de capacitación en el cantón de Osa en los meses de julio a diciembre del año 2019

Cantidad de Pymes que cuentan con programas de capacitación	FA	FR
Si	9	21,43%
No	33	78,57%
Total	42	100,00%

Fuente: Elaboración propia

Con base en los datos reflejados en la tabla anterior, se puede determinar que, en la zona de Palmar y Sierpe de Osa, casi un 80% de las Pymes no cuentan con programas de capacitación. Además, dentro de los datos obtenidos por medio del cuestionario aplicado, se pudo establecer que la mayoría de estas empresas no poseen algún tipo de comité de capacitación conformado por sus colaboradores. Sobre el tema de las capacitaciones, también se les consultó su percepción sobre si éstas eran positivas o no, la información se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 3

Percepción acerca de la influencia positiva que la capacitación puede generar en el desarrollo de una Pyme de acuerdo con la opinión del administrador o dueño de esta

Influencia de la capacitación en el desarrollo positivo de una Pyme	FA	FR
Si	33	78,57%
No	9	21,43%
Total	42	100,00%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los datos suministrados en la tabla anterior, un porcentaje muy alto de los administradores o dueños de las Pymes reconocen que la capacitación influye de manera positiva en el desarrollo de una empresa, sin embargo se puede rescatar que por diversos factores, no se saca tiempo ni se invierte para formar a los individuos que conforman estas organizaciones.

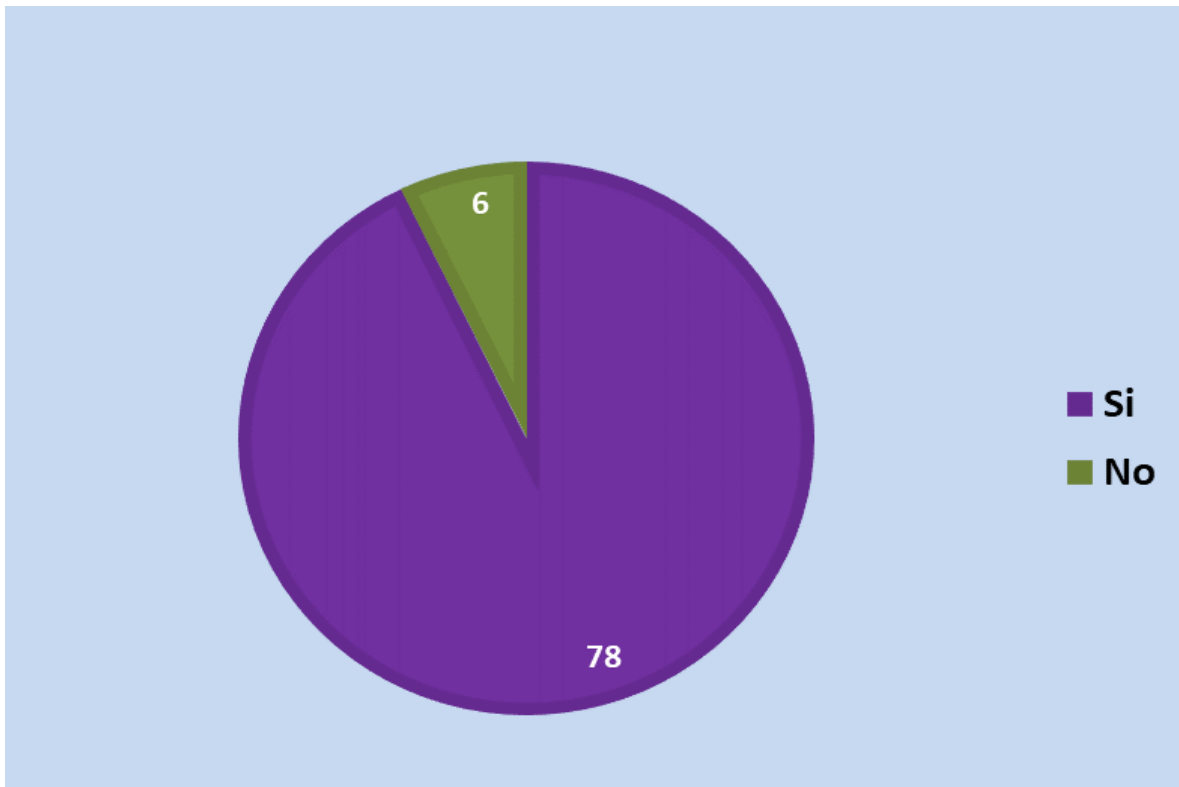


Figura 1. Influencia de la capacitación en el desempeño de un colaborador de acuerdo con la opinión de estos. Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico anterior se denota que, según la opinión de los empleados de las Pymes de los distritos de Palmar y Sierpe del cantón de Osa, una cantidad importante de éstos opinan que la capacitación influye positivamente en el desempeño de los colaboradores. Por otro lado, en congruencia con la información suministrada por este gráfico, los administradores o dueños de las Pymes consideran que la capacitación representa una inversión, pero a corto plazo no se cuenta con algún tipo de plan para el desarrollo de estas en la empresa.

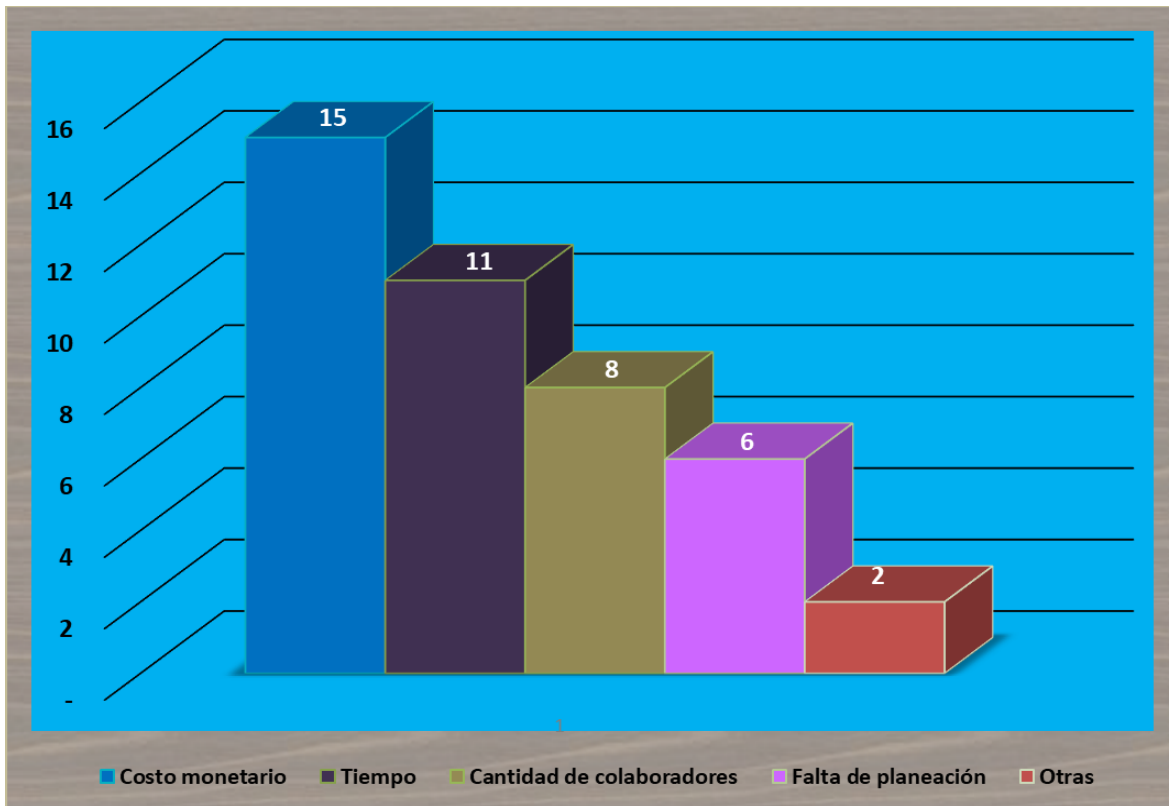


Figura 2. Percepción por parte de los Administradores de las Pymes acerca de las principales dificultades a la hora de desarrollar capacitaciones. Fuente: Elaboración propia.

Mediante los datos del gráfico que precede, se puede mencionar que los administradores de las Pymes reconocen que en su mayoría las dificultades que más se presentan a la hora de llevar a cabo las capacitaciones tiene que ver con los factores de costo monetario y tiempo que se deben invertir para formar a los colaboradores de sus empresas.

4.1.2. Deficiencias tecnológicas

Tabla 4

Percepción de los colaboradores acerca del uso de herramientas tecnológicas para mejorar el rendimiento en una Pyme del cantón de Osa.

Percepción sobre el uso de herramientas tecnológicas	FA	FR
Si	74	88,10%
No	10	11,90%
Total	84	100,00%

Fuente: Elaboración propia

Con base en los resultados de los cuestionarios aplicados en las diferentes Pymes aproximadamente un 12% de los colaboradores considera que el uso de herramientas tecnológicas no influye para mejorar el rendimiento de las Pymes, si bien es cierto es una cifra baja, aun así es un dato preocupante porque en la actualidad, debido a la globalización, las empresas que no buscan optimizar sus procesos por medio de la tecnología disponible en el mercado, pueden verse amenazadas e inclusive desaparecer del mercado.

Es válido mencionar que el mayor porcentaje de empresas que forman parte de este estudio de investigación, no poseen un plan para la implementación de nuevas tecnologías para agilizar sus procedimientos.

Tabla 5

Existencia de un encargado en el área de tecnologías de las Pymes del cantón de Osa

Existencia de un encargado para tecnologías	FA	FR
Si	34	40,48%
No	50	59,52%
Total	84	100,00%

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con la información reflejada en la tabla anterior se puede determinar que en las Pymes donde se realizó este estudio, en la mayoría no existe alguien encargado del área de tecnologías, sin embargo, a pesar de estos datos, es importante mencionar que el porcentaje de organizaciones que sí cuentan con un individuo representante de esta área no es tan pequeño (solamente está aproximadamente 20% por debajo del porcentaje de empresas que sí poseen un encargado de esta parte tan importante de la empresa).

Para este indicador, los colaboradores reconocen que las empresas sí cuentan con deficiencias muy marcadas en el área de tecnología.

4.1.3. Necesidades de innovación

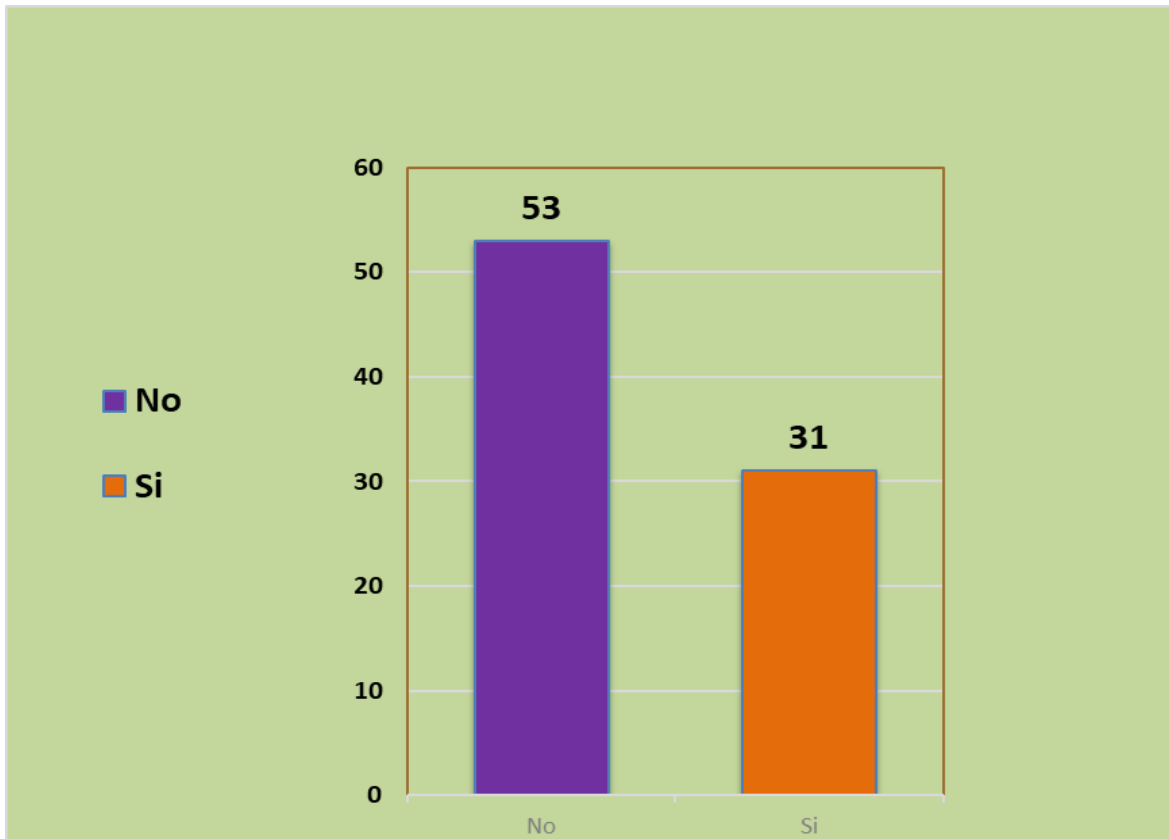


Figura 3. Percepción por parte de los colaboradores en cuanto a si las Pymes realizan esfuerzos en el área de innovación. Fuente: Elaboración propia.

Mediante la información suministrada en el gráfico anterior, se puede determinar que, según la percepción de los colaboradores, de los 84 entrevistados, una cantidad mayor considera que las Pymes no realizan esfuerzos en el área de innovación. Esta cifra es un poco preocupante debido a que la innovación es un elemento determinante para el desarrollo óptimo de una Pyme.

Según el presente estudio, un dato relevante para este factor es que, en un porcentaje alto de las empresas de estos distritos no se le otorga un incentivo a aquellos colaboradores que aportan ideas innovadoras, por lo que para algunos la motivación para innovar no se estimula debidamente.

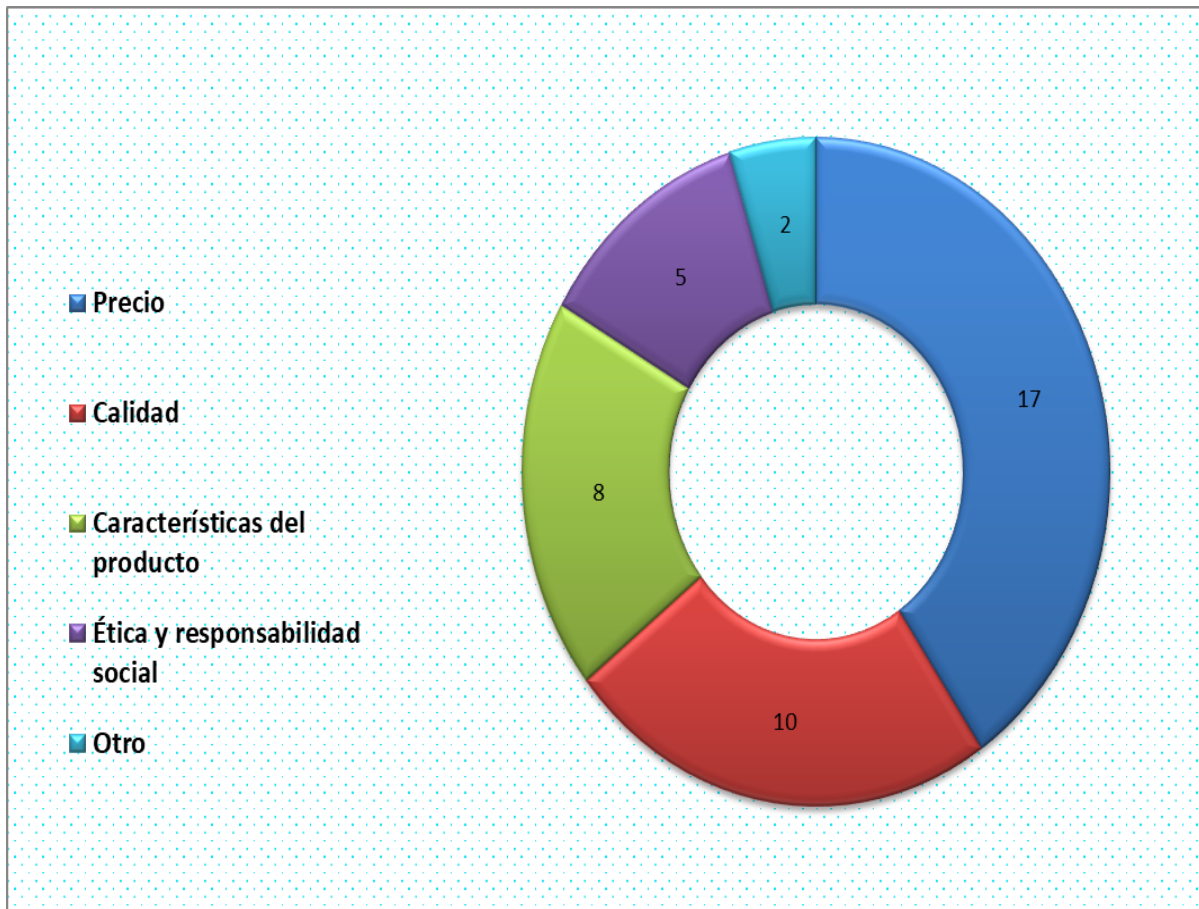


Figura 4. Apreciación de los administradores de las Pymes acerca de la diferenciación brindada por el producto ofrecido por su empresa con respecto a los de la competencia. Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con el gráfico anterior se puede apreciar que los administradores o dueños de las Pymes del cantón de Osa, específicamente las ubicadas en los distritos de Palmar y Sierpe, consideran que el precio ofrecido por su empresa es el factor más determinante en el tema de la diferenciación brindada por el producto que tienen a disposición de los consumidores con respecto a los que la competencia posee.

Tabla 6

Cantidad de Pymes que cuentan con estrategias para resolver satisfactoriamente las necesidades de los clientes según administradores de estas, en el cantón de Osa en los meses de julio a diciembre del año 2019.

Estrategias para resolver las necesidades del cliente	FA	FR
Si	20	47,62%
No	26	61,90%
Total	42	100,00%

Fuente: Elaboración propia

Según los resultados del cuestionario aplicado a los dueños o administradores de las Pymes de los distritos de Palmar y Sierpe del cantón de Osa, la cantidad de Pymes que no cuentan con estrategias para resolver de manera satisfactoria las necesidades del cliente es bastante alta con respecto a las empresas de la zona que si poseen alguna estrategia para resolver las necesidades de sus consumidores.

4.1.4. Medios de comunicación

Tabla 7

Medios de comunicación utilizados para dar a conocer los productos ofrecidos por las Pymes según observación del investigador.

Medios de comunicación utilizados	FA	FR
Radio	4	9,52%
Televisión	0	0,00%
Redes sociales	25	59,52%
Perifoneo	8	19,05%
Otros	5	11,90%
Total	42	100,00%

Fuente: Elaboración propia

Según la información anterior, de acuerdo con la observación realizada por el investigador, las redes sociales son el medio de comunicación que comúnmente utilizan las Pymes de la zona de Palmar y Sierpe para llegar a su mercado meta. El perifoneo es utilizado regularmente por otras de estas empresas mientras que la televisión no representa un medio utilizado por las mismas para darse a conocer en dichas localidades.

Además, con esta herramienta se realizó una estimación de la eficiencia de los medios de comunicación a los cuales recurren dichas organizaciones; y se logró determinar que las redes sociales, aparte de ser el medio más usado, poseen una eficiencia alta con respecto al alcance que tienen para cumplir su objetivo.

Tabla 8

Cantidad administradores que consideran importante el diseño de una página en alguna red social para mostrar los productos ofrecidos por una Pyme en el cantón de Osa en los meses de julio a diciembre del año 2019.

Importancia del diseño de una página en una red social	FA	FR
Si	31	73,81%
No	11	26,19%
Total	42	100,00%

Fuente: Elaboración propia

Mediante la información presente en la tabla anterior se puede establecer que los administradores consideran que sí es importante el diseño de una página en una red social para darse a conocer al mercado. Un porcentaje de alrededor del 74% expresó que es relevante contar con una página de este tipo para mostrar los productos que poseen las Pymes.

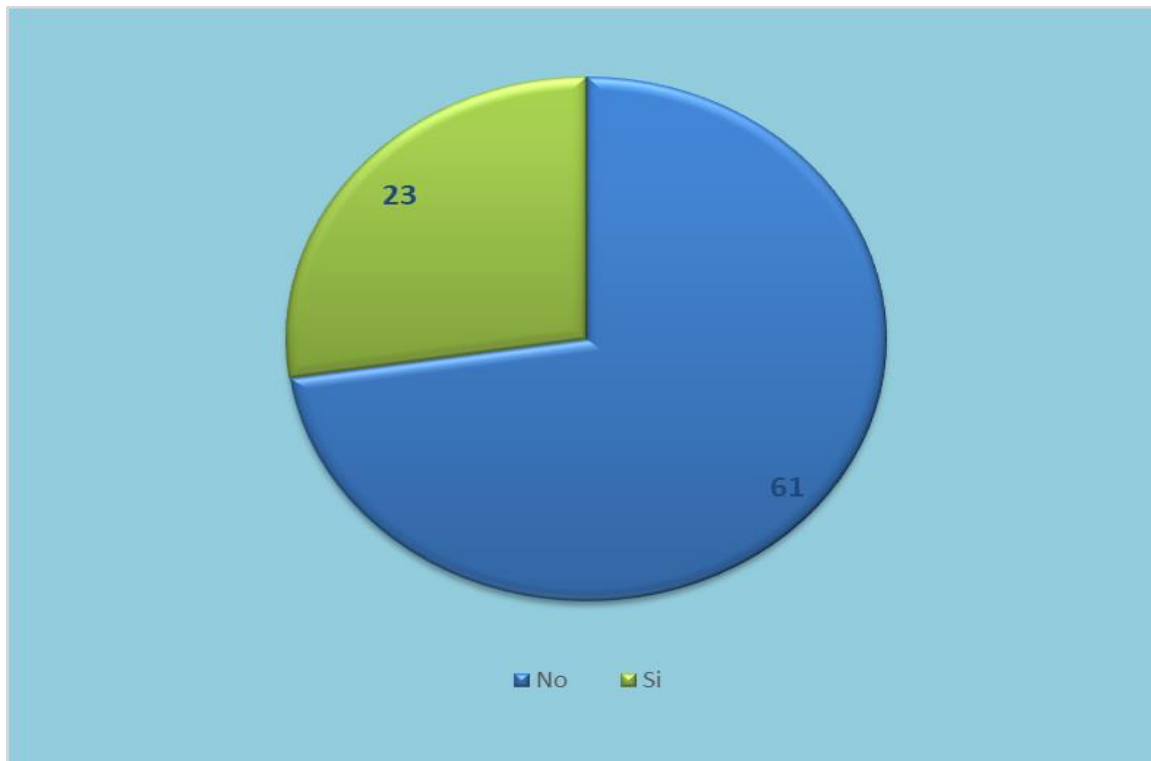


Figura 5. Opinión de los colaboradores acerca de si, la radio y la televisión representan un medio de comunicación relevante para una Pyme. Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con la opinión de los colaboradores de las Pymes de los distritos de Palmar y Sierpe del cantón de Osa, la radio y la televisión no son considerados por la mayoría de ellos como un medio de comunicación relevante para una Pyme de esta zona. Solamente 23 de las 84 respuestas brindadas fueron positivos para estos medios.

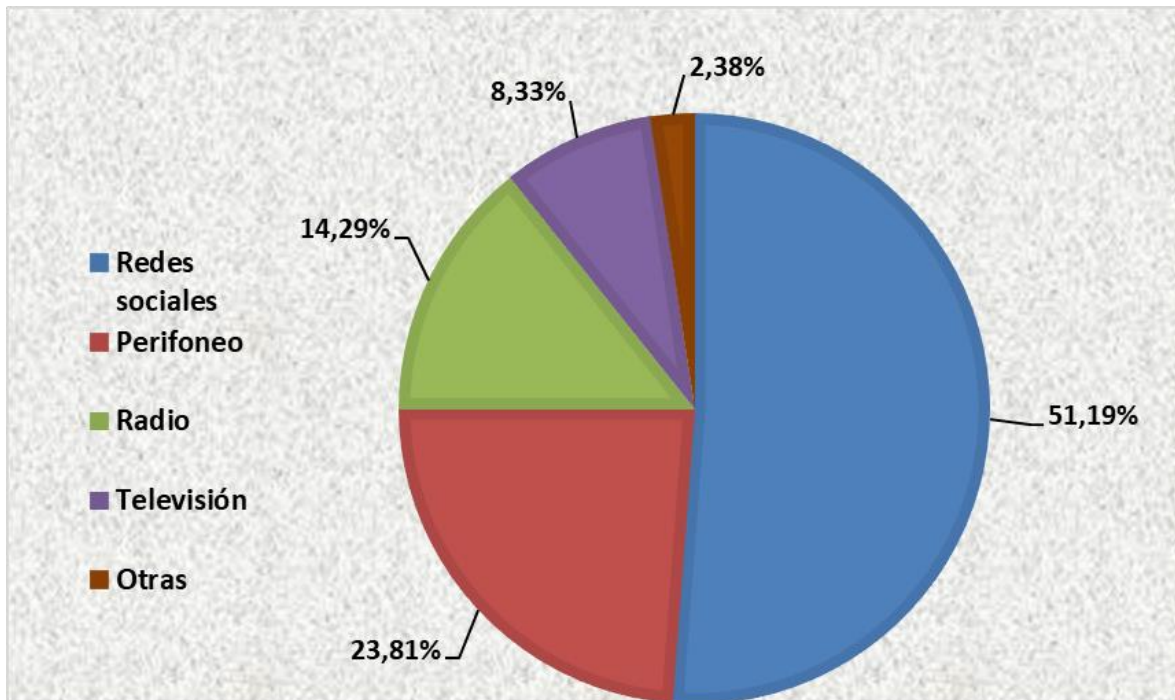


Figura 6. Preferencia de los colaboradores con respecto al medio de comunicación para dar a conocer una Pyme. Fuente: Elaboración propia.

Con base en los datos mostrados por el gráfico anterior, los colaboradores de las Pymes de la zona en estudio prefieren en su mayoría las redes sociales para dar a conocer una empresa de este tipo. Gran parte de la información analizada anteriormente cuenta con congruencia con respecto a la reflejado en este gráfico.

También, cabe señalar que, por medio del análisis de las respuestas de los cuestionarios, se puede decir que el perifoneo representa el segundo medio de comunicación de su preferencia para mostrar las Pymes al mercado

4.2. Desarrollo de las Pymes en el cantón de Osa.

4.2.1. Planeación estratégica.

Tabla 9

Porcentaje de Pymes que cuentan con un plan de acción para el logro de sus objetivos de acuerdo con la respuesta de los colaboradores de estas.

Existencia de un plan de acción en la Pyme	FA	FR
Si	22	26,19%
No	62	73,81%
Total	84	100,00%

Fuente: Elaboración propia

Según los datos arrojados por la tabla que antecede, se puede inferir que alrededor de un 74% de las Pymes del cantón de Osa de los distritos de Palmar y Sierpe, no cuentan con un plan de acción para el logro de los objetivos de dichas empresas, a pesar de que, por medio de la herramienta utilizada para la recolección de dicha información, los colaboradores manifestaron en su mayoría que consideran de suma importancia que las empresas cuenten con planes de acción para alcanzar sus metas.

Tabla 10

Encargado de tomar decisiones dentro de la empresa de acuerdo con la respuesta

de los colaboradores de las Pymes del cantón de Osa en los distritos de Palmar y Sierpe.

Encargado de tomar decisiones en la empresa	FA	FR
El dueño o administrador de la Pyme	76	90,48%
Un colaborador de confianza	4	4,76%
El contador	2	2,38%
Otro	2	2,38%
Total	84	100,00%

Fuente: Elaboración propia

De la tabla anterior se puede extraer el dato que es más relevante de acuerdo con el porcentaje obtenido, en este caso los colaboradores manifestaron que, en las Pymes del cantón de Osa, específicamente en los distritos de Palmar y Sierpe, en un porcentaje aproximado del 90%, los dueños o administradores de estas son los encargados directos de la toma de decisiones en las distintas áreas de la empresa.

4.2.2. Control financiero.

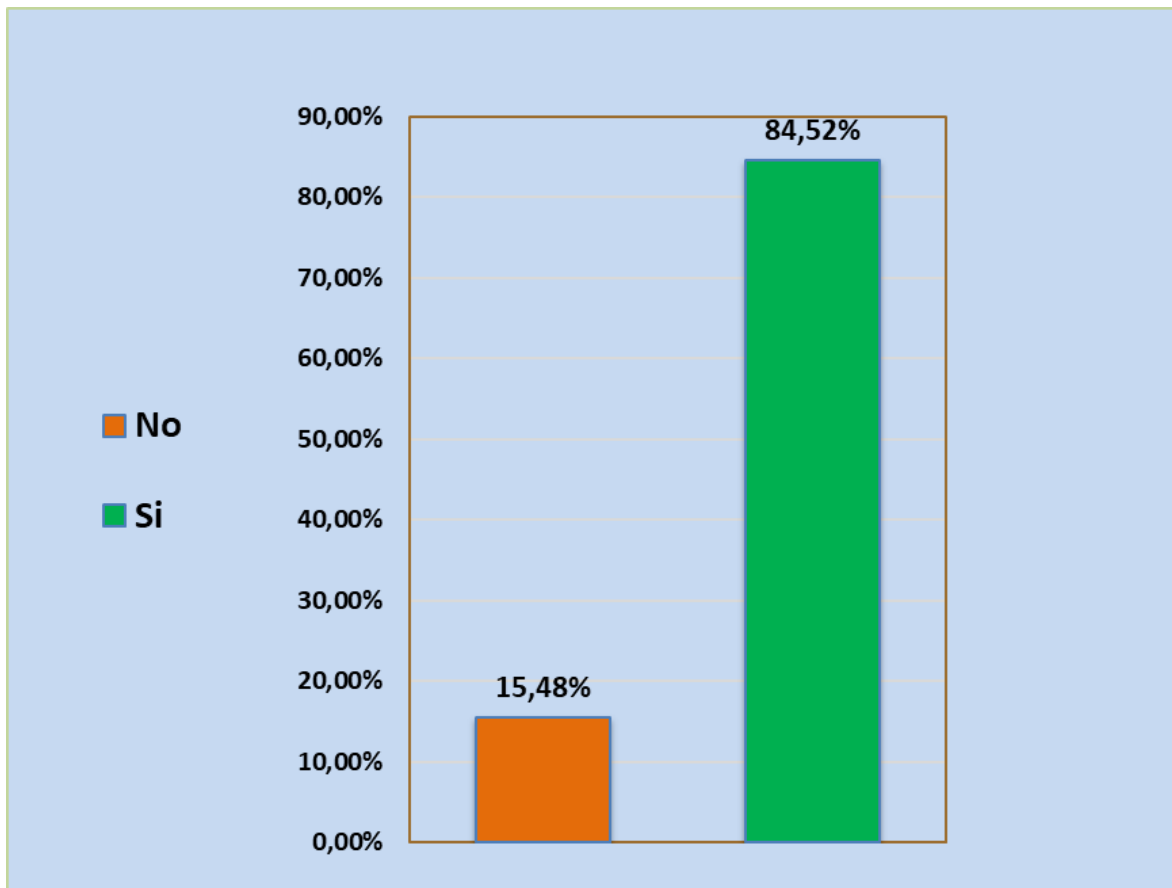


Figura 7. Porcentaje de Pymes que realizan análisis de los resultados financieros de la organización de acuerdo con percepción de los colaboradores. Fuente: Elaboración propia.

Con base en los datos presentes en el gráfico anterior se puede mencionar que, de acuerdo con las respuestas brindadas por los colaboradores, el mayor porcentaje de Pymes de los distritos de Palmar y Sierpe del cantón de Osa realizan análisis de sus resultados financieros, los cuales son utilizados posteriormente para la toma de decisiones por parte de los administradores o dueños de dichas empresas.

4.2.3. Entorno económico del negocio.

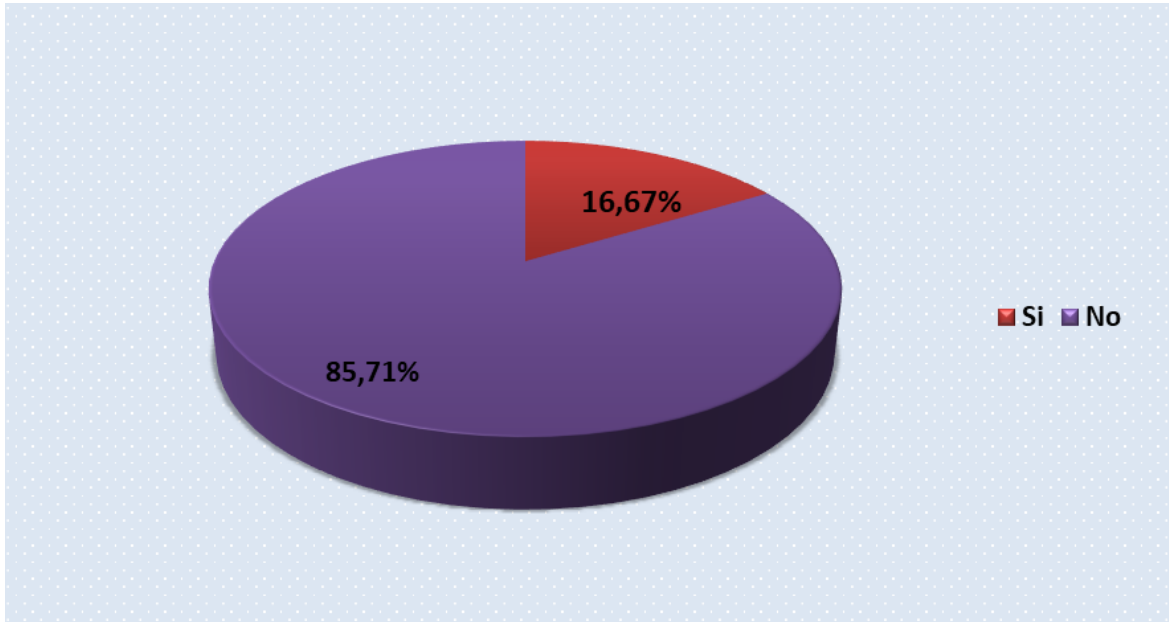


Figura 8. Porcentaje de Pymes que realizan análisis del entorno global en el que se desenvuelve el negocio según respuesta de los colaboradores. Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los datos del gráfico anterior, un porcentaje de aproximadamente el 86% de las Pymes no realizan algún tipo de análisis del entorno global en el que desarrollan sus negocios, esto de acuerdo con la información suministrada por los colaboradores de dichas empresas.

Tabla 11

Porcentaje de Pymes que realizan análisis del entorno local en el que se desenvuelve el negocio de acuerdo con la respuesta de los colaboradores.

Análisis del entorno local del negocio	FA	FR
Si	28	33,33%
No	56	66,67%
Total	84	100,00%

Fuente: Elaboración propia

Según la información presente en la tabla anterior, solo un porcentaje de aproximadamente el 33% de las Pymes de los distritos de Palmar y Sierpe de Osa se enfocan en realizar un análisis del entorno local en el que se llevan a cabo sus negocios.

Cabe destacar acerca de las Pymes que conforman esta investigación que, cuando se trata del análisis del entorno global, solamente cerca del 17% desarrollan estudios para lo relacionado con este elemento, mientras que cuando se trata del entorno local, el porcentaje que toman en cuenta este factor es de casi el doble, es decir, cerca del 34% de las mismas. También, es importante mencionar que según los datos obtenidos en las entrevistas no hay estudios macro a nivel local de las actividades económicas más relevantes para la región que apoyen a las Pymes

Dentro del entorno, ya sea local o global, el factor tecnológico representa una oportunidad para el desarrollo de una empresa, así se determinó por medio de las

entrevistas realizadas a las personas pertenecientes a las organizaciones que tienen dentro de sus metas apoyar a las Pymes del sector.

Asimismo, los entrevistados expresaron que aún no cuentan con asesorías en el tema de nuevas tecnologías para Pymes, pero esperan que, debido a la importancia de ese tema, pronto puedan brindar algún tipo de acompañamiento a esta clase de empresas que son tan importantes para la economía del sector.

4.2.4. Alianzas estratégicas.

Tabla 12

Porcentaje de Pymes que manejan algún tipo de alianza con alguna empresa de la zona de acuerdo con la respuesta de los colaboradores de estas.

Alianzas con empresas de la zona	FA	FR
Si	16	18,18%
No	72	81,82%
Total	88	100,00%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la información presente en la tabla anterior, se puede observar que lo más relevante es que la mayoría de las Pymes de los distritos de Palmar y Sierpe aún no cuentan con alianzas estratégicas con empresas de esa misma zona, que les permita aumentar sus ventas y de esta manera crear un vínculo para propiciar el aumento de las utilidades de ambas que representa la razón de ser para la mayoría de las empresas con fines de lucro.

En el tema de las alianzas estratégicas, los individuos de las organizaciones que brindan algún tipo de soporte a las Pymes consideran que las alianzas con otra empresa podrían generar un aumento en las ventas de las mismas, además de que fortalecen la relación comercial de estas.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5. V Capítulo: Conclusiones y recomendaciones.

5.1. Conclusiones.

Dentro de las Pymes que se encuentran en Palmar y Sierpe, una gran mayoría no cuentan con programas de capacitación y no planean desarrollar actividades de capacitación a corto plazo. Sin embargo, tanto los colaboradores como los administradores reconocen que la capacitación influye positivamente en el desarrollo de una empresa pero, debido a factores como tiempo y costo monetario no se invierte en la formación de los individuos que conforman estas organizaciones.

Con base en los resultados de la investigación, la mayoría de los colaboradores consideran que las herramientas tecnológicas influyen para mejorar el rendimiento de las Pymes, sin embargo, un gran porcentaje no cuenta con un plan para la implementación de tecnologías para optimizar sus procesos y agilizar sus procedimientos. Es importante recordar que en la actualidad la tecnología se ha convertido en un punto clave para el éxito de todas las empresas, gracias a las facilidades que brinda para las actividades diarias de las organizaciones.

La tendencia de las Pymes en la zona de Palmar y Sierpe de Osa en el tema de la innovación no es la más óptima debido a que normalmente no realizan esfuerzos en dicha área ni incentivan a sus colaboradores a aportar ideas innovadoras a la organización.

Dentro de la innovación se encuentra un elemento importante como lo es la diferenciación del producto, la cual, habitualmente se lleva a cabo por medio del precio de los productos ofrecidos a los clientes con respecto al precio que posee la competencia para los consumidores. Cabe señalar que, en Osa, un porcentaje muy alto de empresas no tienen estrategias para resolver de manera eficiente las necesidades del cliente.

Las redes sociales son el medio de comunicación más utilizado por las Pymes de la zona de Palmar y Sierpe para llegar a su mercado meta, este medio representa el de más bajo costo, con una gran eficiencia y genera un alcance aceptable gracias a la cantidad de personas que utilizan dicho medio, además los colaboradores dentro de las organizaciones reconocen que las Pymes debe contar con una página en alguna red social para dar a conocer los productos y servicios que ofrece al mercado.

La planeación estratégica no es un elemento tomado en cuenta por las Pymes de Palmar y Sierpe debido a que las mismas no cuentan con un plan de acción para el logro de los objetivos de dichas empresas, esto a pesar de que los colaboradores manifestaron en su mayoría que consideran de suma importancia que las organizaciones cuenten con planes de acción para alcanzar sus metas. En este tipo de compañías, normalmente los encargados de tomar las decisiones más

relevantes son los dueños ya que prefieren no delegar estas funciones a los colaboradores.

El control financiero juega un papel muy importante para el desarrollo de una Pyme. Las pequeñas y medianas empresas del Cantón de Osa, en su mayoría realizan análisis de sus resultados financieros, los cuales toman en cuenta posteriormente para el proceso de toma de decisiones de los dueños o administradores de las Pymes.

En lo referente al análisis del entorno global, solamente un pequeño porcentaje de las pequeñas y medianas empresas que conforman esta investigación desarrollan estudios para lo relacionado con este elemento, mientras que cuando se trata del entorno local, el porcentaje que toman en cuenta este factor es de casi el doble, lo que se considera un dato importante porque este tipo de análisis ayuda al desarrollo de las Pymes.

Las alianzas estratégicas no son comunes dentro de la población en estudio a pesar de que esta práctica puede propiciar un aumento de las ventas y el fortalecimiento de los vínculos entre las empresas para que las utilidades de dichas Pymes aumenten y con esto puedan hacer crecer sus negocios dentro de estos distritos del cantón de Osa.

5.2. Recomendaciones

Establecer un comité de capacitación dentro de cada Pyme de este sector para comenzar a familiarizar este tema en dichas organizaciones. Se debe tomar en cuenta que existen muchas capacitaciones gratuitas dentro del mercado y estas pueden ser aprovechadas por las compañías que no cuentan con los recursos necesarios para invertir en la formación de sus colaboradores.

Aprovechar las capacitaciones que brindan ciertas empresas del Estado para las Pymes sin ningún tipo de costo económico, de modo que se mantenga capacitado al personal y no se incurra en gastos mayores.

Entidades como el IMAS y otras encargadas de apoyar a las Pymes pueden desarrollar capacitaciones enfocadas en el tema de las alianzas estratégicas y cómo llevarlas a cabo, para dotar de herramientas a las Pymes de esta zona. Asimismo, el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA) brinda capacitaciones gratuitas para las PYMES, las cuales pueden ser aprovechadas por las empresas de los distritos de Palmar y Sierpe.

El INA realiza formaciones técnicas para todo tipo de Pymes e inclusive dirigidas a negocios que no se encuentran registrados formalmente pero que aspiran a hacerlo en el corto plazo. Se recomienda solicitar asistencia al INA que

cuenta con la ventaja de que se puede hacer en cualquier momento del año y sin ningún tipo de costo monetario. Esto representa una oportunidad para las Pymes que no poseen el capital necesario para invertir en esta área, pero que desean expandirse en el mercado.

Por ejemplo, para las empresas turísticas, el Intituto Costarricense de Turismo (ICT) cuenta con programas de capacitación en las áreas de Turismo Rural y Productos Artesanales con Identidad, los cuales buscan dotar de herramientas a las Pymes para que estas tengan un crecimiento sostenible.

Es importante que las empresas de la zona de Osa consideren la opción de contar con un encargado de tecnologías, no necesariamente esta persona debe estar en la empresa, sino que puede ser externa, como por ejemplo por medio de outsourcing.

Atraer investigaciones en el área de tecnología de las Pymes para contar con una herramienta válida y reciente que permita conocer cuáles son las deficiencias más marcadas en cuanto al tema de las tecnologías en las Pymes de los distritos de Palmar y Sierpe del cantón de Osa.

Las Pymes deben incentivar a sus colaboradores a generar ideas innovadoras de modo que éstos se sientan identificados con el negocio y siempre estén buscando formas nuevas y creativas de operar en el negocio. No todas las ideas innovadoras podrán llevarse a cabo, pero algunas si pueden ser utilizadas para diferenciarse de la competencia y atraer más clientes.

Se recomienda a las Pymes que se encuentran en los distritos de Palmar y Sierpe del cantón de Osa, crear páginas web más elaboradas que favorezcan la interacción de los clientes con la empresa por este tipo de medios, de manera que se mantengan enterados acerca de sus productos y servicios además de conocer la información básica de la empresa.

Los anuncios publicitarios en las redes sociales como Facebook e Instagram son de mucha utilidad, además de que en algunos casos no poseen un costo monetario y tienen un alcance bastante aceptable.

Fomentar la elaboración de planes de acción dentro de las Pymes del cantón de Osa para que éstas tengan trazado “el camino a seguir” para alcanzar sus objetivos ya que actualmente no se está utilizando esta estrategia para la consecución de las metas de las organizaciones de esta zona del país.

Incentivar la realización de estudios a nivel local acerca de las actividades económicas más relevantes para la región y que se pongan al alcance de las Pymes para que funcionen como herramientas que permitan conocer mejor el entorno en el que se están desarrollando los negocios.

Se recomienda el fortalecimiento en el tema de las alianzas estratégicas entre las empresas de la zona para propiciar el aumento de las ventas y por ende de las utilidades, además de la creación de lazos comerciales más fuertes entre dichas empresas.

Es importante desarrollar investigaciones orientadas al tema de las Pymes y cómo dotarlas de herramientas para propiciar su desarrollo integral, esto debido a la importancia tan alta que tiene este tipo de organizaciones para la economía del país, ya que estas brindan empleo a muchas personas y aportan un porcentaje bastante alto del Producto Interno Bruto de Costa Rica.

Bibliografía

Ariño, Á., & Reuer, J. J. (2004). Renegociar el contrato en las alianzas estratégicas.

Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com>

Arriaga, H. N. (1992). Administración 1. Xalapa Veracruz: SEC.

Asamblea Legislativa. (07 de mayo del 2008). Ley Sistema de Banca para el Desarrollo. [Ley N°8634]. DO: Diario Oficial La Gaceta, San José, Costa Rica.

Asamblea Legislativa. (17 de mayo del 2002). Ley Sistema de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas. [Ley N°8262]. DO: Diario Oficial La Gaceta, San José, Costa Rica.

Chiavenato, I. (2007). Administración de recursos humanos: el capital humano de las organizaciones. MEXICO: McGraw-Hill.

Estupiñán, G. R. (2009). Estado de flujos de efectivo y de otros flujos de fondo (2a. ed.). Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com>

Flores, V. R. (2014). Administración de recursos humanos. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com>

Hernández, R., & Fernández, C. (2014). Metodología de la investigación (6a. ed.). México, D.F., MX: McGraw-Hill Interamericana.

Innovación y tecnología: Retos para su aplicación práctica en las empresas (2016). Ciudad de México: Editorial Miguel Ángel Porrúa.

ISO, (. I. D. N. (2017). Iso 14001: 2015 para la pequeña empresa. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com>

Kischinhevsky, M. (2018). Radio y medios sociales: Mediaciones e interacciones radiofónicas digitales. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com>

La Nación (2013). Pymes, motor de desarrollo.

Marketing estratégico. (2017). Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com>.

Ministerio de Economía, Industria y Comercio (2019). Pymes Costa Rica.
Recuperado de <https://www.pyme.go.cr/cuadro5.php?id=1>.

Núñez, F. I. (2018). Entorno económico de una empresa: macro, micro y tecnología.
Recuperado de <https://retos-directivos.eae.es/entorno-economico-de-una-empresa-macro-micro-y-tecnologia/>

Orozco, F. A. (2017). El impacto de la capacitación. Recuperado de
<https://ebookcentral.proquest.com>

Pacheco, C. C. E. (2015). Presupuestos: Un enfoque gerencial. Recuperado de
<https://ebookcentral.proquest.com>

Pacheco, C. C. E. (2016). La información financiera y administrativa: Enlace estratégico para la toma de decisiones. Recuperado de
<https://ebookcentral.proquest.com>

Pérez, A. F. (2017). Marketing y plan de negocio de la microempresa: Uf1820.
Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com>

Piattini, V. M. G., García, R. F. O., & García, R. D. G. I. (2018). Calidad de sistemas de información (4a. ed.). Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com>

Poder Ejecutivo. (03 de mayo del 2010). Reglamento Operativo del Fondo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa”. Diario Oficial La Gaceta, San José, Costa Rica.

Poder Ejecutivo. (07 de mayo del 2008). Reglamento Especial para la Promoción de las Pymes en las Compras de Bienes y Servicios de la Administración. [Decreto N°33305]. DO: Diario Oficial La Gaceta, San José, Costa Rica.

Poder Ejecutivo. (14 de junio del 2012). Reglamento para el Programa de Fortalecimiento para la Innovación y Desarrollo Tecnológico de las PYME. [Decreto N°37168]. DO: Diario Oficial La Gaceta, San José, Costa Rica.

Poder Ejecutivo. (17 de noviembre del 2015). Reglamento al Fondo Especial para el Desarrollo de las Micros, Pequeñas y Medianas Empresas. [Decreto N°39278]. DO: Diario Oficial La Gaceta, San José, Costa Rica.

Poder Ejecutivo. (23 de noviembre del 2015). Reglamento de la Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas, Ley N° 8262 del 2 de mayo de 2002. [Decreto N°39295]. DO: Diario Oficial La Gaceta, San José, Costa Rica.

Quiñónez Cabeza, M. R. (2016). Modelo para la gestión competitiva de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) comerciales ecuatorianas. La Habana: Editorial Universitaria.

Román, M. y Angulo, J. (2013). Panorama socioeconómico de los cantones de Osa y Golfito: tendencias y desafíos para el desarrollo sostenible. San José, Costa Rica: INOGO, Stanford Woods Institute for the Environment, Febrero, 2013.

Sánchez, G. M. (2018). Gestión estratégica, innovación y prospectiva en comunicación: Bases, técnicas y casos prácticos. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com>

Tapia, I. C. K., Guevara, R. E. D., & Castillo, P. S. (2016). Fundamentos de auditoría: Aplicación práctica de las normas internacionales de auditoría. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com>

Thompson, H. (2016). ¿¿quién se ha llevado a mi cliente?? estrategias clave para fidelizar a los clientes. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com>

Thompson, I. (2006). Definición de empresa. Promonegocios. Net. Recuperado de la página: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicionconcepto.html> [Acceso 28 de junio de 2012].

Vite, R. V. T. (2017). Contabilidad general. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com>

ANEXOS

Anexos

Mbo, 2016



**AUTORIZACIÓN
DEFENSA ORAL
TRABAJO FINAL DE GRADUACION**

(TFG E#04)

Yo, Granados Gamboa Henry
1er Apellido 2do Apellido Nombre

Docente con grado de: Licenciatura Maestría Doctorado

Otro: Especificar _____

y en calidad del Tutor(a) de la / del : Defensa de Tesis Proyecto

Titulada(o):

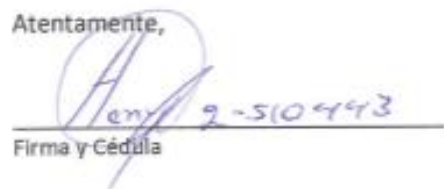
Aspectos de administración general que afectan el desarrollo de las Pymes en el cantón de Osa (distritos de Palmar y Sierpe) durante los meses de julio a diciembre del año 2019.

Del / La estudiante: Karla Arias Cordero

De la carrera: Administración de Negocios

Doy fe por este medio que el estudiante cumplió con todos los requisitos y acatamientos exigidos por la Universidad Latina de Costa Rica; y así mismo autorizo que continúe con el procedimiento que corresponda para su Defensa Oral.

Atentamente,


 Firma y Cédula

16-01-2020

Fecha

Julio, 2016



AUTORIZACIÓN DEFENSA ORAL TRABAJO FINAL DE GRADUACION

(TFG E#05)

Yo, Cano Tapia Gilberto Esteban

1er Apellido	2do Apellido	Nombre
--------------	--------------	--------

Docente con grado de: () Licenciatura () Maestría () Doctorado() Otro: Especificar _____y en calidad del Lector (a) de la / del : () Defensa de Tesis () Proyecto

Titulada(o):

_____ Aspectos de administración general que afectan el desarrollo de las Pymes en el Cantón de Osa (Distritos de Palmar y Sierpe) durante los meses de Julio a Diciembre del año 2019.

Del / La estudiante: Karla Arias CorderoDe la carrera: Licenciatura en Administración de Negocios

Doy fe por este medio que el estudiante cumplió con todos los requisitos y acatamientos exigidos por la Universidad Latina de Costa Rica; y así mismo autorizo que continúe con el procedimiento que corresponda para su Defensa Oral.

Atentamente,

<u>603160970</u> Firma y Cédula	GILBERTO ESTEBAN CANO TAPIA (FIRMA)	<small>Firmado digitalmente por GILBERTO ESTEBAN CANO TAPIA (FIRMA) Fecha: 2020.01.17 16:01:29 -06'00'</small>
------------------------------------	--	--

17/01/2020
Fecha

Julio, 2019



UNIVERSIDAD LATINA
DE COSTA RICA
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES*

**AUTORIZACIÓN
DEFENSA ORAL
TRABAJO FINAL DE GRADUACION**

(TFG EW05)

Yo, **Araya** **Godínez** **José Antonio**
1er Apellido 2do Apellido Nombre

Docente con grado de: Licenciatura Maestría Doctorado

Otro: Especificar _____

y en calidad del **Lector** (a) de la / del : Defensa de Tesis Proyecto

Titulada(o):

Aspectos de administración general que afectan el desarrollo de las Pymes en el cantón de Osa (distritos de Palmar y Sierpe) durante los meses de julio a diciembre del año 2019.

Del / La estudiante: **Karla Arias Cordero**

De la carrera: **Licenciatura en Administración de Negocios**

Doy fe por este medio que el estudiante cumplió con todos los requisitos y acatamientos exigidos por la Universidad Latina de Costa Rica; y así mismo autorizo que continúe con el procedimiento que corresponda para su Defensa Oral.

Atentamente,

**JOSE ANTONIO
ARAYA GODINEZ
(FIRMA)**

Firmado digitalmente por
JOSE ANTONIO ARAYA
GODINEZ (FIRMA)
Fecha: 2020.01.16 08:34:31
-06'00'

06 – 0331 – 0680

Firma y Cédula

Enero 16, 2019

Fecha



"Carta Autorización del autor(es) para uso didáctico del Trabajo Final de Graduación"

Vigente a partir del 31 de Mayo de 2016

Instrucción: Complete el formulario en PDF; imprima, firme, escanee y adjunte en la página correspondiente del Trabajo Final de Graduación.

Yo (Nosotros):

Escriba Apellidos, Nombre del Autor(a). Para más de un autor separe con " ; "

Arias Cordero Karla

De la Carrera / Programa: Licenciatura en Administración de Negocios

autor (es) del (de la) (Indique tipo de trabajo): Tesis

titulado:

Aspectos de administración general que afectan el desarrollo de las Pymes del cantón de Osa (distritos de Palmar y Sierpe) durante los meses de julio a diciembre del año 2019

Autorizo (autorizamos) a la Universidad Latina de Costa Rica, para que exponga mi trabajo como medio didáctico en el Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI o Biblioteca), y con fines académicos permita a los usuarios su consulta y acceso mediante catálogos electrónicos, repositorios académicos nacionales o internacionales, página web institucional, así como medios electrónicos en general, internet, intranet, DVD, u otro formato conocido o por conocer; así como integrados en programas de cooperación bibliotecaria académicos dentro o fuera de la Red Laureate, que permitan mostrar al mundo la producción académica de la Universidad a través de la visibilidad de su contenido.

De acuerdo con lo dispuesto en la Ley No. 6683 sobre derechos de autor y derechos conexos de Costa Rica, permita copiar, reproducir o transferir información del documento, conforme su uso educativo y debiendo citar en todo momento la fuente de información; únicamente podrá ser consultado, esto permitirá ampliar los conocimientos a las personas que hagan uso, siempre y cuando resguarden la completa información que allí se muestra, debiendo citar los datos bibliográficos de la obra en caso de usar información textual o paráfrasis de esta.

La presente autorización se extiende el día (Día, fecha) **sábado, 01** del mes **febrero** del año **2020** a las **7:00**. Asimismo declaro bajo fe de juramento, conociendo las consecuencias penales que conlleva el delito de perjurio: que soy el autor(a) del presente trabajo final de graduación, que el contenido de dicho trabajo es obra original del (la) suscrito(a) y de la veracidad de los datos incluidos en el documento. Eximo a la Universidad Latina; así como al Tutor y Lector que han revisado el presente, por las manifestaciones y/o apreciaciones personales incluidas en el mismo, de cualquier responsabilidad por su autoría o cualquier situación de perjuicio que se pudiera presentar.

Firma(s) de los autores Según orden de mención al inicio de esta carta:

INSTRUMENTO N°1
APLICADO AL ADMINISTRADOR/DUEÑO DE LA PYME

El propósito de este instrumento es conocer su opinión acerca de aspectos relacionados con la administración de las Pymes.

La información brindada es confidencial y será utilizada únicamente para fines de este estudio.

Agradecemos la colaboración y el tiempo brindado para responder este cuestionario.

1. ¿Edad? _____

2. ¿Sexo?

- a. () Masculino b. () Femenino

3. ¿Cuánto tiempo tiene de trabajar para la empresa?

4. ¿Cuenta la empresa con un programa de capacitación?

- a. () Sí b. () No

5. ¿Posee la empresa un comité de capacitación?

- a. () Sí b. () No

6. ¿Considera que la capacitación puede influir en el desarrollo positivo de una Pyme?

- a. () Sí b. () No

7. ¿Considera que la capacitación es un gasto o una inversión?

- a. Sí b. No

8. ¿Cuáles son las principales dificultades a la hora de desarrollar capacitaciones en su empresa?

- a. Tiempo
b. Cantidad de colaboradores
c. Costo monetario
d. Falta de planeación
e. Otras_____

1. ¿Tiene la empresa un plan para la implementación de nuevas tecnologías?

- a. Sí b. No

2. ¿Cuál es la diferenciación del producto que su empresa ofrece con respecto a los de la competencia?

- a. Características del producto
b. La ética y responsabilidad social de la empresa
c. Precio
d. Calidad
e. Otro_____

3. ¿La empresa cuenta con estrategias para resolver satisfactoriamente las necesidades del cliente?

- a. Sí b. No

4. ¿Considera que es importante el diseño de una página en alguna red social para mostrar los productos ofrecidos por una Pyme?

- a. Sí b. No

5. ¿Ha hecho uso de medios como la televisión y radio para mostrar su negocio a los consumidores?

- a. Sí b. No

INSTRUMENTO N°2
APLICADO A LOS COLABORADORES DE LA PYME

El propósito de este instrumento es conocer su opinión acerca de aspectos relacionados con la administración de las Pymes.

La información brindada es confidencial y será utilizada únicamente para fines de este estudio.

Agradecemos la colaboración y el tiempo brindado para responder este cuestionario.

1. ¿Edad? _____

2. ¿Sexo?

a. () Masculino

b. () Femenino

3. ¿Cuánto tiempo tiene de trabajar para la empresa?

4. ¿Considera que la capacitación puede influir positivamente en el desempeño de un colaborador?

b. () Sí

b. () No

5. ¿Considera que el uso de herramientas tecnológicas puede mejorar el rendimiento de la organización?

a. () Sí

b. () No

6. ¿Cuenta la empresa con un encargado en el área de tecnologías?

a. () Sí

b. () No

7. ¿Siente que la empresa cuenta con deficiencias muy marcadas en el área de tecnología?

- a. Sí b. No

8. ¿Considera que su empresa realiza esfuerzos en el área de innovación?

- a. Sí b. No

9. ¿Se le otorga algún tipo de incentivo a los colaboradores que aportan ideas innovadoras?

- a. Sí b. No

10. ¿Considera que la radio y la televisión representan un medio de comunicación relevante para una Pyme?

- a. Sí b. No

11. ¿Cuál es el medio de comunicación de su preferencia para dar a conocer una Pyme?

- a. Radio
b. Televisión
c. Redes sociales
d. Perifoneo
e. Otras _____

INSTRUMENTO N°3
APLICADO A LOS COLABORADORES DE LA PYME

El propósito de este cuestionario es conocer su opinión acerca de los factores que influyen en el desarrollo de las Pymes.

La información brindada es confidencial y será utilizada únicamente para fines de este estudio.

Agradecemos la colaboración y el tiempo brindado para responder este cuestionario.

1. ¿Edad? _____

2. ¿Sexo?
 - a. Masculino
 - b. Femenino

3. ¿Cuánto tiempo tiene de trabajar para la empresa?

4. ¿Considera usted importante contar con un plan de acción para alcanzar los objetivos dentro de su empresa?
 - a. Sí
 - b. No

5. ¿Cuenta la empresa con un plan de acción para el logro de sus objetivos?
 - a. Sí
 - b. No

6. ¿Quién es el encargado de tomar decisiones dentro de la organización?
 - a. El dueño o administrador de la Pyme
 - b. Un colaborador de confianza.
 - c. El contador
 - d. Otro _____

7. ¿Realizan análisis de los resultados financieros de la organización?

- a. Sí b. No

8. ¿Utilizan la información financiera de la empresa para tomar decisiones?

- a. Sí b. No

9. ¿Se realizan análisis del entorno global en el que se desenvuelve el negocio?

- a. Sí b. No

10. ¿Se realizan análisis del entorno local en el que se desenvuelve el negocio?

- a. Sí b. No

11. ¿Actualmente se maneja algún tipo de alianza con alguna empresa de la zona?

- a. Sí b. No

INSTRUMENTO N°4
APLICADO A PERSONAS PERTENECIENTES A DISTINTAS
ORGANIZACIONES

El propósito de esta entrevista es conocer su opinión acerca de los factores que influyen en el desarrollo de las Pymes.

La información brindada es confidencial y será utilizada únicamente para fines de este estudio.

Agradecemos la colaboración y el tiempo brindado para responder esta entrevista.

1. ¿Considera que el factor tecnológico representa una oportunidad para el desarrollo de una empresa?
2. ¿Se ha brindado a las Pymes alguna asesoría sobre el tema de las nuevas tecnologías? Si es así, ¿cuál ha sido la actitud adoptada por dichas Pymes?
3. ¿Existen estudios locales de las actividades económicas más relevantes para la región que apoyen a las Pymes?
4. ¿Considera que una alianza con otra empresa podría provocar que las ventas de una organización mejoren?
5. ¿Considera que las organizaciones de apoyo a las Pymes de la zona propician la opción de que existan alianzas estratégicas?

