

Emprender, arriesgarse, desarrollar la empresa e innovar, una tarea solo para resilientes del mercado

Autora: Lafuente Chryssopoulos, Raquel*

Contacto: *rlafuente@itcr.ac.cr

País: Argentina

Resumen

En una sociedad saturada de actores semejantes entre ellos, llama poderosamente la atención el protagonismo que logran establecer algunas empresas sobre las demás. Durante muchos años gran cantidad de investigaciones han analizado factores que diferencian a una empresa exitosa de la que no lo es, actualmente, aparte de existir estrategias de diferenciación e innovación ese protagonismo va más allá de las habilidades del negocio centrándose en dos factores fundamentales, el capital humano y la resiliencia organizacional como la capacidad para sobrellevar la incertidumbre, su propia crisis, y la de su sector así como enfrentar situaciones ajenas a su control.

En el año 2021 en Costa Rica se registraron 454.650 microempresas lo que equivale a un 23,6% más que en 2020, año en que se estimaron 367.911 según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Es decir, que el 22% de la población se dedica a negocios de cuenta propia

Del total de microempresas registradas el año anterior, 23.202 se crearon a partir de la pandemia de la COVID-19, donde destaca entre las razones principales para iniciar el negocio, que el 80,6% lo hizo por necesidad, y el restante 19,4% fue por oportunidad.

Las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) generan la mitad de los trabajos del país y son alrededor del 95% del total de las empresas, de ellas el 72% son microempresas (entre una y cinco personas).

Un dato importante es que el 57,7 % de los micronegocios no están inscritos en ninguna instancia pública, convirtiendo a un país “innovador incognito” con números que pasan desapercibidos ante los organismos internacionales o indicadores de innovación internacional factor importante para muchas decisiones de inversión.

Con el objetivo de entender los datos anteriores se acompañan 10 empresas como casos de estudio del sector de alimentos en etapa de lanzamiento con el fin de identificar las principales razones por las que no formalizan o que las lleva a desistir de su innovación.

1. Introducción

Innovar, crear, formar una empresa, salir al mercado y luego mantenerse atractivo para su sector suele ser una tarea un tanto inalcanzable para muchos quienes una vez soñaron con desarrollar su propio negocio con la esperanza de poder enfrentar la situación económica familiar.

En Costa Rica el Instituto Nacional de Estadística y Censos desarrolló en el año 2021 una encuesta con el fin de analizar las características de las microempresas de los hogares (ENAMEH). Como resultado se contabilizaron un total de 454 650 microempresas de los hogares en el país (una por cada 13 habitantes), que equivale a 23,6 % más que en 2020, cuando se estimaron 367 911. Del total registrado, 23 202 se crearon a partir de la pandemia por COVID-19, es decir, 5,1 %, entre las razones principales para iniciar el negocio, se obtuvo que el 80,6 % lo hizo por necesidad y el restante 19,4 % fue por oportunidad.

Además, las 454 650 microempresas, la característica que destacó fue que en el 95,4 % de las actividades económicas, la persona productora trabaja sola, con sus socios o con personas que le ayudan ocasionalmente o de forma no remunerada (cuenta propia, no contra personal), el restante 4,6 %, son dueños que emplean a personas de forma remunerada y permanente (empleadores), sean de su propio hogar o de otro.

Con relación a la informalidad de todas las empresas, se confirmó que el 57,7 % no están inscritas en ninguna instancia pública, el 71,2 % no tienen ningún tipo de contabilidad (formal o de régimen simplificado), 73,9 % no cuentan con factura timbrada ni factura electrónica, el 71,5 % de los negocios no cuenta con local, el 51,4 % no usa productos financieros para el negocio y el 67,0 % no cuenta con seguro social para la persona dueña de la actividad económica. Esto quiere decir que solo el 26,1% de las empresas sobrepasan el proceso que se debe de llevar para poder finalizar su emprendimiento e inscribirlo debidamente permitiéndoles incursionar en mercados mayores

Pero ¿Por qué las empresas nacionales prefieren mantener sus negocios de manera informal sin oportunidad de crecer o de lograr ingresar a otros mercados aun teniendo un producto o servicio realmente diferenciador o competitivo?

¿Cuáles son los factores que deben de enfrentar que hace que las empresas prefieran mantenerse en el ámbito informal? Ante las preguntas anteriores se analiza de cerca el desarrollo y formalización de 10 empresas principalmente con el fin de determinar el proceso que se debe de llevar y las barreras de mercado a las que se deben de enfrentar si éstas desean estar formalmente constituidas

2. Recursos y métodos

Llama poderosamente la atención que una de las características principales de las microempresas del país es que solo 26,1% de ellas se encuentran debidamente formalizadas por lo que inicialmente la investigación propone identificar las principales barreras o actividades que debe de enfrentar una empresa en su concepción, para ello se propone realizar un estudio de casos que permita identificar dentro de las empresas seleccionadas las principales actividades que tuvieron que llevar a cabo para lograr formalizar y vender su producto según se establece comercialmente. Para la selección, se establece como necesario que las empresas que estarán bajo el enfoque del análisis cuenten con un proceso de innovación, sea exitosa dentro de su proceso y que este llevando el proceso de formalización del producto según los requisitos nacionales, por lo tanto, la investigación será descriptiva en primera instancia y la selección intencional.

Merriam (1988), quien define el estudio de caso como particularista, descriptivo, heurístico e inductivo, determina que éste es muy útil para estudiar problemas prácticos o situaciones determinadas. Al final del estudio de caso se podrá contar con un registro del caso, donde se expone éste de forma descriptiva los resultados.

Yin (1994) propone sofisticar el diseño de investigación aplicando diferentes unidades de análisis sobre el mismo caso. Según este autor, las unidades de análisis permiten definir qué es el caso además de que permiten definir los límites del caso para diferenciarlos de su contexto y orienten la elaboración de los resultados estableciendo los límites de la argumentación

Teniendo en cuenta la argumentación de ambos autores, cuestionarse el "cómo" y "por qué" sería lo que pueda ayudar a concretar el problema inicial de una investigación de estudio. Una investigación de estudio de caso, según el diseño de Yin (1994), contiene una fase donde se enuncian proposiciones o hipótesis de investigación (study's propositions). Se trata de afirmaciones sobre el problema identificado a partir de las bases teóricas de la investigación.

Yin (1994) establece hasta seis métodos de obtención de datos o "fuentes de evidencias", como él lo denomina: documentación, documentos de archivo, entrevistas, observación directa, observación participante y objetos físicos.

Tomando en cuenta la información anterior se plantearon entrevistas y observación del proceso que permitiera conocer de cerca las principales barreras que sin bien es cierto no se visualizan de la misma manera entre los emprendedores, puede dar una idea más cercana a la decisión de mantenerse en los mercados informales.

La encuesta ha sido probada y aplicada en empresas de manera directa o indirecta y consultando directamente al emprendedor. Cabe mencionar que, a pesar de tomar la información de fuentes directas, la recopilación de los datos no ha sido tarea fácil pues las personas no suelen llevar un cronograma detallado de acciones y más bien tiende a ser la improvisación o la necesidad lo que los lleva por caminos distintos muchos de ellos desordenados lo que complica la comparación de los resultados.

La selección de las empresas, por ser un estudio inicial ha sido intencional y de ante mano sabiendo que son parte del sector alimentos (por un tema de oportunidad) y que estuvieran llevando el proceso de formalización con el fin de poder vender sus productos en puntos de venta más formales.

Con base en la información anterior se establecen las macro etapas que se consideran necesarias para la evaluación de los casos seleccionados y la recolección de los datos esperados, dichas etapas se representan en la siguiente figura:

FIGURA 1. Proceso metodológico



Fuente: Elaboración propia.

El proceso de recolección de la información en las empresas seleccionadas inicia con el desarrollo de la herramienta como el desarrollo de un cuestionario, y las preguntas de análisis para entrevistas y observación.

La herramienta es aplicada a la persona contacto que tuviera conocimiento con el proceso de desarrollo de la empresa ya sea dueño o encargado según corresponda, con suficiente conocimiento de las diferentes etapas del proceso de desarrollo de la innovación considerando como parte de éste, desde la gestación de la idea hasta la puesta en marcha y las pruebas finales en el mercado.

Una vez recolectada la información es importante analizar, tabular y validar los resultados con las empresas para lograr concluir los resultados.

Es importante señalar que por tratarse de estudio de casos se trabaja bajo los resultados que se obtiene de las empresas seleccionadas, pero no podrán generalizarse como las mejores prácticas o los pasos únicos pues existen variaciones cuando se trata de otro mercado o producto e inclusive los según sean las características de este.

Para poder contar con datos deseados en la investigación se decide trabajar con empresas que necesariamente estuvieran en el proyecto de desarrollo de la empresa en el programa que fue seleccionado de la cámara de alimentos asegurándose que todos pasar por procesos similares y además todos inician bajo las mismas condiciones lo que no altera los tiempos de respuesta desde el inicio hasta el momento final.

3. Resultados

Para el análisis de las empresas inicialmente se identifican las características previas según las condiciones descritas anteriormente. A pesar de que la innovación hoy en día es identificada como herramienta clave para el éxito de las organizaciones, son muy pocas las herramientas claras que pueden servir como guía para las organizaciones o como indicador para la medición de la innovación.

Para iniciar el proceso se hace un análisis según los principales entes gubernamentales que establecen las condiciones para la conformación de una empresa o la venta de un producto, cabe resaltar que tomando en consideración que las empresas seleccionadas son Pymes se necesita abarcar el proceso completo de conformación para determinar el tiempo y recursos que son necesario para poder tener el producto en punto en venta.

Con el fin de identificar los requisitos que debe de cumplir una empresa para poder constituir la formalmente se consulta con el Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC) quien establecen los siguientes pasos:

1. Decidir el tipo de empresa va a formar, y para esto hay dos opciones:

- Empresa con personería física o
- Empresa con personería jurídica (como sociedad anónima u otra figura).

Nota: Si decide hacerlo con personería jurídica deberá inscribirla ante Registro Mercantil (Registro de la Propiedad); si quisiera, ahí mismo puede inscribir la(s) marca(s).

2. Ruta de Creación y Formalización de una PyME:

Independientemente del tipo de empresa que decida crear (sea Física o Jurídica) el emprendedor deberá realizar los siguientes 6 pasos en ese orden:

a. Definido el tipo de empresa (Paso 1), el emprendedor deberá ir a Municipalidad de su localidad a revisar uso de la Tierra para verificar que el lugar donde se ubicará su empresa cuenta con el aval respectivo. En caso de construcción.

b. Luego debe ir al Ministerio de Salud para solicitar el respectivo Permiso de Funcionamiento.

c. Asegurar los empleados (planilla) en Caja Costarricense de Seguro Social.

d. Obtener la respectiva Póliza de Riesgos del Trabajo (en INS u otra aseguradora).

e. Solicitar la Patente Municipal. (o permiso de operación)

f. Inscribirse en Tributación Directa como contribuyente (es importante mencionar que si es empresa con personería jurídica tiene 10 días para inscribirla en Tributación Directa después de su inscripción en Registro de Propiedad). Con este trámite dispondrá con las respectivas facturas timbradas.

En todos los casos e instituciones se llena un pequeño Formulario con datos personales e información básica de la actividad.

3. Creación de una Sociedad en el país.: Consultando la plataforma CREAREMPRESA en la dirección electrónica: <http://www.crearempresa.go.cr/> para obtener información de cómo constituir una sociedad ante el Registro Nacional.

4. Registro de Marcas: El trámite se realiza ante el Registro de la Propiedad Industrial del Registro Nacional, siempre y cuando cumplan los requisitos y el formulario para tal efecto.

5. Acceso a la Ley No. 8262: La Ley No. 8262 es la “Ley de Fortalecimiento a las PYME” que le permite como PYME o Emprendedor estar inscritos y sin costo alguno en el Registro Empresarial del MEIC; que es un medio para acceder a algunos de los beneficios que la condición PYME les concede.

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

¿Cuáles son los beneficios que se pueden obtener si la PYME queda registrada y obtiene la Condición PYME?

- Participar como Proveedor PYME del Estado
- Financiamiento, avales y garantías Fodemipyme (Banco Popular)
- Fondos no reembolsables para innovación Propyme (MICITT)
- Servicios de Desarrollo Empresarial, charlas, capacitaciones
- Ferias empresariales y encuentros de negocio
- Sello PYME y Constancia de Condición PYME gratuitos
- Recursos financieros del Sistema de Banca para Desarrollo
- Exoneración impuesto personas jurídicas Micro y Pequeñas empresas
- Exoneración IVA alquiler micro y pequeñas, monto menor a \$669,000
- Pago escalonado nuevas microempresas: Cargas Sociales CCSS – Impuesto Renta Ministerio de Hacienda

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

Registro PYME: Inscripción Por Primera Vez: Deberá aportar DOS de los siguientes TRES requisitos:

- Recibo de la póliza de Riesgos del Trabajo que emite el INS, al día.
- El Formulario de Declaración de Impuesto sobre la Renta: sea el Formulario D101 del Régimen Tradicional o el Formulario D105 del Régimen Simplificado, del último periodo fiscal.
- Planilla de la CCSS o el comprobante de trabajador independiente, donde se demuestre que está al día con las obligaciones ante esa institución. Igual este requisito se puede verificar en línea ante CCSS.

El trámite dura 5 días hábiles. Una vez que su PYME queda inscrita en el Registro PYME, recuerde que es por un periodo de 12 meses; debiendo renovar su condición PYME cada año, ante el Registro.

4. Análisis de las empresas seleccionadas

Una vez conociendo el proceso básico de inscripción se procede a consultar a las empresas sobre las etapas que tuvieron que cumplir y los tiempos aproximados de duración de los mismo, muchas de las etapas fueron registrada en tiempo pues se tuvo una cercanía bastante importante con ellas. Las distintas etapas que se describen con anterioridad no fueron llevadas en todas las empresas y tampoco se desarrollan en el mismo orden, pero para efectos de registro de tiempo no se afectan los resultados.

Un factor importante que destacar es que las empresas que se han seleccionado son participantes de un programa de ayuda para Pymes que desarrolla la cámara de Alimentos CACIA el cuál asesora y tiene personal a disposición de los emprendedores con el fin de agilizar el proceso total.

Las empresas participantes al inicio del programa tiene como requisito contar con su idea desarrollada y haber vendido de manera informal el producto, por lo tanto el fin del programa es ayudar al emprendedor a pasar al siguiente paso que es poder formalizar para poner vender. Para tal efecto CACIA inicia el proceso de la siguiente manera:

4.1. Validación de mercado – análisis general y comparativo

En esta primera etapa cada una de las empresas debió de salir al mercado a hacer un análisis de sus posibles competidores directos e indirectos recopilado la siguiente información:

Análisis formal de la competencia:

- Precio
- Presentación – gramaje
- Diseño y presentación: Marca; Frascos; Etiquetas
- Lugar en góndola del supermercado
- Tiempo de duración del producto (se define como mínimo 3 meses)
- Análisis ingredientes de los productos y comparación
- Identificación elementos diferenciadores de mercado

En este análisis CACIA solicita los resultados con un tiempo de un mes de duración

4.2. Desarrollo del producto

Como bien se menciona con anterioridad al entrar al programa cada una de las empresas ya debió de tener desarrollado su producto por lo que se establece el plan de digitalización o documentación de:

- Fórmula original del producto que debe de contemplar (tiempo de duración entre 1-2 semanas).
 - Tiempos de producción
 - Ingredientes - medidas estándar y normales del mercado (grms/unidades/ml), como base para la masificación de la fórmula con la ayuda de la maquila
 - Desperdicio – estimaciones
 - Envasado (al vacío – control de cierre – uso frascos vidrio con cierre)
 - Análisis de proveedores: externos e internos (cantidad vrs precio)
 - Diferenciación de precios
 - Estimación de riesgos abastecimiento y alza en precios
- Contrato de Confidencialidad.
- Contrato con la compañía a cargo de masificar la fórmula de cada producto.
- Propuesta de valor: adecuar la propuesta inicial con los productos seleccionados para comercializar e ir al Go to Market.
 - Segmentación de clientes
 - Definición de canales de venta
 - Definición de recursos económicos, comerciales y logísticos clave
 - Nueva estructura de costo incluyendo maquilado, distribución y seguimiento
 - Estimación flujos de efectivo e ingreso probable
 - Envase y prueba química de durabilidad del producto
 - Diseño marca y registro de la misma

- Diseño etiquetas e información nutricional y básica según reglamentación del país
- Contrato Confidencialidad con Maquila
- Diagnóstico inicial Tecnólogo de Alimentos (desarrollador mezclas y producto)
- Catálogo de Productos (productos a comercializar)
- Mapeo costo total de los productos
- Mapa de Precios (distribuidor – márgenes – comisiones – costos)
- Ficha Técnica de los productos con la información regulatoria país
- Código de barras de GS1: Documentos que debe presentar son los siguientes:
 - Contrato de afiliación; Copia de la personería jurídica con menos de 3 meses de emitida; Copia de la cédula de identidad del representante legal; Documento financiero según sea su caso; Si tiene más de un año de operar: Copia de la declaración de renta del último período fiscal; Si tiene de 1 a 11 meses: Copia de la inscripción a tributación y copia de todas las declaraciones mensuales de ventas (Declaración jurada del IVA); Si tiene menos de 1 mes de encontrarse inscrito en Hacienda: Copia de la inscripción a tributación
 - Diseño y libro de marca: Es muy importante gestionar el diseño de la marca, diseño de la etiqueta, diseño de libro de marca que ayudará con anuncios, gestión en redes y demás. Esto debe ser gestionado con un diseñador profesional y alguien que genere los materiales en alta resolución para poder ser empleados en impresos, publicaciones y otros. Además, el modelo puede ir variando, creciendo y necesite actualizaciones por lo que el diseñador es básico para poder gestionar todo lo anterior. El costo varía según el diseñador y lo mejor es gestionar un presupuesto general que abarque todas las necesidades, como un paquete y no pedir los artes y diseños en forma individual.

4.3. Nuevo modelo de negocio – formalización (4 meses aproximadamente)

La formalización de un negocio – emprendimiento implica cumplir con varios aspectos legales y normativos que regulan la actividad empresarial en Costa Rica.

Se deben completar muchos pasos y una serie de normativas y requerimientos legales y gubernamentales tales como: la formalización de la compañía o empresa, el cumplimiento de una gran gama de requisitos tributarios, completar una ruta de formalización que lleva una gran cantidad de tramitología legal obligatoria y no obligatoria – pero requerida por algunos funcionarios e instituciones – para poder llevar el producto a la comercialización en supermercados, tiendas de conveniencia, mini super y otros lugares pertenecientes a la economía formal de Costa Rica.

Muchos negocios son clausurados debido a que no cumplen con la ruta de la formalización antes indicada o bien, al no formalizar adecuadamente su condición de empresa o negocio formal, no pueden acceder a mejores oportunidades de crecimiento, financiamiento u otros.

1. Constitución empresa, sociedad o título personal. Esta es la primera gran decisión de un emprendedor. Crear su negocio como una persona física o una jurídica. La decisión depende de muchos factores sin embargo y del plan de negocio que se tenga. En el caso de las empresas seleccionadas se utiliza el registro como persona física para agilizar el proceso y para facilitar el sello Pyme y, además, por ser un negocio de bajo inversión y de contribuidor individual de bajo impacto

2. Certificado de Uso de Suelo (en caso de querer tener la fabricación del producto). No es requerido ya que se utiliza el permiso con el que cuenta la maquila o empresa encargada de producir los productos en forma masiva. Se utiliza el permiso de uso de suelos y de funcionamiento de la compañía encargada de la maquila. Los requisitos, en caso de llevar a cabo este proceso son:

- Formulario completo de solicitud de licencias urbanas o certificado de uso de suelo. Este formulario se otorga en la Municipalidad y es rellenado en el momento de la solicitud o puede ser encontrado en línea. Algunas municipalidades ya ofrecen este servicio de manera digital.

- Plano catastrado del espacio físico donde se ubicará el negocio, sea este propio o alquilado (normalmente se solicita el original y 3 copias)

- Número de folio real del terreno (número de finca en registro) y certificación de propiedad

- Copia vigente de personería jurídica o autorización de la persona que va a realizar el trámite debidamente autenticada.

- Copia de la cédula de la persona que realiza el trámite

- Inscripción como Contribuyente: la persona o empresa dueña del emprendimiento debe gestionar ante la Dirección General de Tributación del Ministerio de Hacienda, la inscripción del negocio, de su actividad y de lo que se trata el negocio. Esto se realiza en forma digital desde la plataforma ATV para lo cual, se requiere gestionar un acceso y formalizar una solicitud por esta vía. El proceso es rápido y no tiene costo. El registro es inmediato, si se cuenta con todo lo requerido y en regla. Puede ser bajo el régimen general con lo cual el contribuyente debe emitir facturas electrónicas y presentar la declaración de impuestos IVA mensual y la declaración y pago del impuesto sobre renta anual. Puede ser por medio del Régimen de Tributación Simplificada también y los requisitos y funcionamiento es un poco diferente. El contribuyente está obligado a dar factura electrónica, a no ser que el cliente se lo pida. Es requisito indispensable que toda persona emprendedora debe considerar para poder desarrollar cualquier tipo de actividad lucrativa, y le permitirá emitir comprobantes autorizados (facturas o tiquetes electrónicos) por las ventas realizadas y/o por los servicios prestados. Requisitos del trámite:

- Llenar a través de la Administración Tributaria Virtual "ATV" el formulario D-140 "Declaración de Inscripción en el Registro Único Tributario" Para ello, se requiere:

- Documento de identificación (Cédula Nacional o DIMEX).

- Numero de medidor/NISE, o contrato del domicilio fiscal.

- Numero de medidor/NISE, o contrato del domicilio del representante legal según corresponda.

- Debe contar con una dirección de correo electrónico.

- Debe conocer cuál será el método de facturación

3. Inscripción en el Seguro Social: el patrono debe contribuir al régimen de seguridad social de sus trabajadores. Para esos efectos, previamente al pago de las cuotas de seguridad social, debe inscribirse como patrono en las oficinas centrales o regionales de la Caja Costarricense del Seguro Social (C.C.S.S.) o bien mediante su web www.ccss.sa.cr. Posterior a esta inscripción, se procede a inscribir la empresa que opera o a inscribirse como patrono a título personal. La duración del trámite varía, pero en la mayoría de los casos fue de dos semanas, luego de entregar toda la documentación requerida. En caso de ser un establecimiento, el trámite puede tardar más pues requiere una visita de un inspector de la CCSS. No tiene costo. Requisitos para el trámite:

- Solicitud de inscripción ante la CCSS como patrono

- Copia de escritura de la constitución de la sociedad

- Original de la personería jurídica vigente. En caso de persona física, una copia del documento de identidad

- Recibo de electricidad reciente del lugar donde va a operar el negocio

4. Registro Sanitario del Producto: Este registro lo emite también el Ministerio de Salud y es única-

mente necesario para productos farmacéuticos, cosméticos, alimenticios, higiénicos, naturales, plaguicidas, y químicos. Es un trámite que se puede llevar a cabo en línea también en la página web www.registrello.go.cr. Se debe proveer la siguiente información al Ministerio de salud:

- Nombre comercial, nombre del alimento, marca, peso neto, peso escurrido, país de origen, fabricante, lista de ingredientes, lote, fecha de vencimiento, leyenda de alérgenos, usos, conservación, código de barras y sello pyme. Además, se debe entregar: etiqueta y permiso de funcionamiento de la maquila o el propio si uno se va a dedicar a la producción. Costo aproximado del proceso: \$100 por producto - \$20 por producto para empresas PYME. Duración estimada del proceso: 5 días hábiles

5. Adquirir una póliza del Seguro: se debe contar con una póliza de riesgos del trabajo del emprendedor o bien, si se tiene empleados, de toda la planilla. El trámite dura aproximadamente 5-7 días hábiles. El costo depende de los salarios estimados y otros factores adicionales de riesgo y otros. Para el trámite:

- Presentar solicitud completa.
- Lista de trabajadores que indique su nombre, número de identificación, puesto que ocupa, monto del salario mensual y forma de pago.
- Para las personas jurídicas debe añadirse la personería jurídica y copia de la identificación de quien firma la solicitud

6. Registro de Marca: registrar la marca o el nombre comercial es altamente recomendado para garantizar el correcto desarrollo mediático y legal de una empresa. Este trámite evita que otros negocios o proyectos se beneficien del nombre y el prestigio de su marca, y al mismo tiempo se vuelve una herramienta para validar ese nombre y saber si hay alguna otra marca registrada que pudiera confundirse. El registro de marca se gestiona en el Registro de la Propiedad Industrial, el proceso tarda entre 6 y 8 meses y tiene un costo de \$50 por cada categoría de servicio o producto. Adicionalmente, se debe publicar el edicto en la Gaceta y pagar timbres y algunas veces, pagar el trámite con un abogado. Requisitos para el trámite:

- Previo a la presentación de la solicitud de inscripción al Registro de la Propiedad Industrial, debe hacerse un estudio de novedad o antecedentes registrales para determinar si existen distintivos iguales o similares que se hayan registrado y, se encuentren vigentes en la misma clase.

- Para la solicitud, se debe llevar el formulario respectivo firmado por el solicitante o por un representante siempre y cuando la firma sea autenticada por notario.

- Este trámite puede realizarse sin necesidad de un abogado, aunque lo más común es solicitar el servicio de uno (costo aproximado \$300-\$400 dólares estadounidenses correspondiente al trámite y honorarios).

- Registro PYME (voluntario – no es obligatorio): es un proceso sencillo y ayuda al emprendedor con la exoneración del pago de impuesto a la persona jurídica y brinda algunos descuentos en costos de formalización gubernamentales y legales. El proceso puede tardar varios días y es variable, en mi caso duró casi un mes, aun cuando se entregó todo en regla y a tiempo. Requisitos para el trámite:

- Completar el formulario (que es una declaración jurada “solicitud de inscripción al registro PYME”).
- Presentar al menos 2 de los 3 de los siguientes documentos: o Fotocopia de la última declaración del Impuesto sobre la Renta del último período fiscal (formulario D-101 ó D-105).

- Fotocopia de la planilla presentada ante la CCSS o comprobante de trabajador independiente según sea el caso.

- Fotocopia del pago de la póliza de riesgos del trabajo (último recibo cancelado vigente y que contenga la fecha).

Para el final del proceso sin tomar en cuenta el tiempo de respuesta de los supermercados o puntos de venta en relación a la aprobación de la venta del producto se necesita de un total de 50 semanas para poder tener la empresa en línea para poder vender como se presenta en la siguiente imagen:

TABLA 1.

		Semanas
Validación de mercado	Competencia	4
	precio	
	duración	
	presentación	
desarrollo del producto	Formulación	12
	proveedores	
	contrato de confidencialidad	
	definición completa de mercado	
	Código de barras	
	Diseño y libro de marca	
Nuevo modelo de negocio	Constitución empresa, sociedad	1
	Certificado de Uso de Suelo	0
	Inscripción como Contribuyente	1
	Inscripción en el Seguro Social	2
	Registro Sanitario del Producto	1
	Adquirir una Póliza del Seguro	1
	Patente Municipal	24
	registro de Pyme	4
Total de semanas		50

Fuente: Elaboración propia.

5. Conclusiones

De lo anterior se puede concluir que es realmente complicado para un emprendedor formalizar la empresa por lo que se entiende del porqué más del 57% de las empresas no realizan dicho proceso.

El total de 50 semanas para poder formalizar y tener el producto listo para la venta no asegura la propia venta pues depende del punto de venta la aprobación y solicitud de producto.

El total del tiempo no incluye el desarrollo del producto pues las empresas ya lo vendían de manera informal.

En la mayoría de los casos de las empresas analizadas fueron aceptadas en 3 supermercados sin embargo solo uno de los supermercados sigue solicitándoles producto pues los otros dos exigen porcentaje de ventas sin considerar que es un producto que está empezando en el mercado y que el presupuesto no incluye promoción.

Se considera que una empresa que no acede a un programa como el de CACIA con la ayuda y guía de profesionales puede durar hasta el doble del tiempo en un proceso similar.

Ante la pregunta ¿Por qué las empresas nacionales prefieren mantener sus negocios de manera informal sin oportunidad de crecer o de lograr ingresar a otros mercados aun teniendo un producto o servicio

realmente diferenciador o competitivo? Sobresale el proceso engorroso de e formalización, el tiempo para hacer efectivo el negocio y sobre todo la necesidad de empezar a recibir algún tipo de remuneración para subsistir.

Si el 80,6 % de las empresas que se crearon en los últimos años lo hicieron por necesidad es claro que no tiene ni el tiempo ni los recursos para poder consolidar la empresa pues el objetivo principal son sus necesidades básicas de subsistencia

Sorprende las residencia y determinación del 26.1% de las empresas que si logran formalizar le negocio pues muchas de ellas no recibieron ayuda o su proceso fue mucho mayor al estudiado.

El 100% de las empresas que continúan vendiendo sus productos a pesar del proceso y el bajo apoyo es porque su producto no significa la entrada principal de ingresos.

Referencias bibliográficas

- Ahmed, P. y Sheperd, C. (2010). *Innovation management, context, strategies, systems and processes*. Financial Times Press.
- Bilinao, E. (2009). Innovation process and performance in small to medium-sized firms: A conceptual framework. *DLSU Business & Economic Review*, 19(1).
- Brophey, G. y Brown, S. (2009). Innovation practices within small to medium-sized mechanically-based manufacturers. *Innovation*, 11(3), 327-340.
- Brown, S. y Eisenhardt, K. (1995). Product development: Past research, present finding, and future directions. *Academy of Management Review*, 20(2), 343-378.
- Castillo, M. (2012, mayo). *La importancia de las MIPYME y su importancia*. Presentación para U Fidelitas. <http://www.fidelitasvirtual.org/moodle/file.php/1/Presentaciones/ImportanciaMipyme.pdf>
- Castro, E., Fernández de Lucio, I. y Jiménez, F. (2013). *El contexto de la investigación y la innovación tecnológica. Documento de trabajo del Curso para Formadores en Planificación Gestión de la I-D y la Innovación*. Ingenio y Organización de Estados Iberoamericanos.
- Escorsa, P. y Valls, J. (2003). *Tecnología e innovación en la empresa*. Universitat Politècnica de Catalunya, Sl.
- Schein, E. (2010). *Organizational Culture and Leadership* (4a ed.). John Wiley & Sons.
- Scherkenbach, W. (1998). *La ruta Deming a la calidad y la productividad: Vías y barreras*. Compañía Editorial Continental.
- Utterback, J. (1971). The process of technological innovation within the firm. *Academy of Management Journal*, 14(1), 75-89.
- Yin, R. (2014). *Case Study Research: Design and Method* (5a ed.). SAGE Publications, Inc.